

Universidad de Sonora

División de Ciencias Sociales

Posgrado Integral en Ciencias Sociales



**El periodismo ciudadano como participación social: una aproximación a los valores éticos,
perfil profesional y rasgos de su productividad en Sonora, México**

Presenta

José Alonso Castillo Rivera

Tesis para obtener el grado de
Maestro en Ciencias Sociales

Director de Tesis

Dr. Gustavo Adolfo León Duarte

Co-Directora

Dra. Emilia Castillo Ochoa

Lector-Asesor

Dra. Mariel Montes Castillo

MC. Jesús Alberto Ibarra Félix

Hermosillo, Sonora, México.

Agosto, 2018.

Universidad de Sonora

Repositorio Institucional UNISON



**"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"**



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como openAccess

Universidad de Sonora

División de Ciencias Sociales

Posgrado Integral en Ciencias Sociales



**El periodismo ciudadano como participación social: una aproximación a los valores éticos,
perfil profesional y rasgos de su productividad en Sonora, México**

Presenta

José Alonso Castillo Rivera

Tesis para obtener el grado de
Maestro en Ciencias Sociales

Director de Tesis

Dr. Gustavo Adolfo León Duarte

Co-Directora

Dra. Emilia Castillo Ochoa

Lector-Asesor

Dra. Mariel Montes Castillo

MC. Jesús Alberto Ibarra Félix

Hermosillo, Sonora, México.

Agosto, 2018.

Dedicatoria

A Eliseo Gaxiola; amigo, maestro y compañero periodista. A Alejandro y Ernesto. A los periodistas ciudadanos que colaboraron en la realización de este trabajo.

Agradecimientos

A mi asesor de tesis, el Doctor Gustavo Adolfo León Duarte por la orientación brindada para la realización de este trabajo a lo largo de dos años, por su confianza y amistad. Un agradecimiento especial a la Doctora Guiomar Rovira por sus atenciones durante la estancia académica en la Ciudad de México.

Resumen

El periodismo ciudadano es un fenómeno complejo y polémico. Ya que involucra la participación de sujetos no profesionales, a menudo los sectores académico y profesional han cuestionado si su papel en el entorno digital cumple el estándar de calidad que requiere la información y si su comportamiento ético es el adecuado. Por otras razones, también el Estado ha mostrado reticencia a reconocerlo e integrarlo al circuito de la información. A pesar del desarrollo y consolidación de experiencias alrededor del mundo, el periodismo ciudadano se encuentra en constante cambio por la dinámica naturaleza del entorno comunicativo actual.

En este contexto, la presente investigación pretende obtener una aproximación al perfil ético-profesional del periodista ciudadano en la frontera noroeste de México para destacar su contribución a los múltiples contextos de discusión en la esfera pública. La perspectiva de investigación es interdisciplinaria con un diseño de corte mixto secuencial por medio de encuesta y entrevista de profundidad. Particularmente para el análisis de datos de esta última técnica se utilizó la Teoría Fundamentada.

Con la ética como terreno común al ciudadano y al periodista, el fenómeno es interpretado con aportaciones disciplinares de la sociología y la comunicación, respectivamente. Desde esta perspectiva, se entiende el uso de tecnologías digitales como una forma de participación social que se ejerce en el terreno de la información. Por tanto, para su comprensión exploramos las valoraciones del ciudadano respecto a los actores sociales, así como las características que cobra su desempeño ético-profesional.

Índice

Dedicatoria.....	I
Agradecimientos.....	Ii
Resumen.....	Iii
Capítulo I. Introducción.....	1
1.1 Antecedentes.....	4
1.2 Planteamiento del problema.....	7
1.3 Justificación.....	8
1.4 Hipótesis.....	12
1.5 Objetivos de la investigación.....	12
1.5.1 Objetivo general.....	12
1.5.2 Objetivos particulares.....	12
1.6 Preguntas de investigación	13
Capítulo II. Marco Contextual.....	14
2.1. Del periodismo público al periodismo ciudadano.....	15
2.2 Tratamiento del periodismo ciudadano en la literatura académica.....	17
Capítulo III. Perspectiva Interdisciplinar.....	25
3.1 El carácter multifacético del periodismo	26
3.2 Perspectiva interdisciplinar del estudio.....	28
Capítulo IV. Marco Teórico.....	37
4.1 La definición de periodismo	38
4.2 ¿Quién es periodista?.....	38
4.3 El periodismo ciudadano como alternativa a la crisis de credibilidad del periodismo....	41
4.4 Ética periodística y fundamentos deontológicos.....	44
4.5 La ética periodística frente a la ética ciudadana.....	48
4.5.1 El apego a la veracidad.....	48
4.5.2 La búsqueda de independencia.....	50
4.5.3 La asunción de responsabilidad.....	51
4.5.4 El compromiso de integridad profesional.....	52
4.5.5 El afán de servicio.....	53
4.6 La definición del periodismo público.....	53
Capítulo V. Metodología de la investigación.....	56
5.1 Descripción del diseño metodológico.....	57
5.2 El estudio mixto.....	60
5.3 El estudio de caso.....	62
5.4 La entrevista de profundidad.....	65

5.5 La encuesta.....	67
5.6 Descripción del universo.....	68
5.7 Descripción de la muestra y representación social.....	69
5.8 Criterios de inclusión.....	70
5.9 Diseño de instrumentos para las fases de levantamiento.....	71
5.9.1 Fase cuantitativa: diseño de la encuesta.....	71
5.9.2 Fase cualitativa: diseño de la guía de entrevista.....	72
5.10 Procedimiento para el análisis de los datos.....	73
5.10.1 El análisis de los datos cuantitativos.....	73
5.10.2 La teoría fundamentada en el análisis de los datos cualitativos.....	74
5.10.2.1 La relación entre descripción, ordenamiento y teorización.....	77
5.10.2.2 La conceptualización y la elaboración de categorías.....	79
5.10.2.3 Herramientas analíticas: el paradigma.....	81
5.10.2.4 El método de comparación constante.....	82
5.10.2.5 El muestreo teórico.....	83
5.10.2.6 La codificación.....	84
5.10.2.7 La categoría central.....	86
Capítulo VI. Resultados.....	88
6.1 Resultados de la fase cuantitativa.....	89
6.1.1 Descripción de la aplicación de la encuesta.....	90
6.1.2 Características sociodemográficas del periodista ciudadano en Sonora.....	92
6.1.3 Las funciones profesionales del periodista ciudadano en Sonora.....	94
6.1.4 Diagnóstico de los problemas en el marco de la crisis del periodismo.....	95
6.1.5 Ética y valores en el periodismo ciudadano: la veracidad.....	97
6.1.6 La búsqueda de independencia.....	100
6.1.7 La asunción de responsabilidad.....	105
6.1.8 El compromiso de integridad profesional.....	107
6.1.9 El afán de servicio a la comunidad.....	113
6.2 Resultados de la fase cualitativa.....	119
Capítulo VII. Discusión de Resultados.....	126
7.1 Perfil, confianza y participación del periodista ciudadano en la esfera pública.....	127
7.2 Valores éticos y el diagnóstico sobre el estado del periodismo.....	141
Capítulo VIII. Conclusiones.....	154
Referencias.....	160
Anexos.....	171

Índice de gráficos

Gráfico 6.1.2.1 Periodistas ciudadanos por rango de edad.....	92
Gráfico 6.1.3.1 Funciones profesionales del periodista ciudadano.....	94
Gráfico 6.1.4.1 Diagnóstico de los problemas del periodismo.....	95
Gráfico 6.1.4.2 Comportamiento de factores relevantes en los últimos 5 años.....	96
Gráfico 6.1.5.1 La objetividad según el periodista ciudadano.....	97
Gráfico 6.1.5.2 Edición y manipulación de imágenes informativas.....	98
Gráfico 6.1.5.3 Fiabilidad de las fuentes informativas.....	99
Gráfico 6.1.6.1 Criterios de independencia y relación del periodista con la fuente.....	101
Gráfico 6.1.6.2 Percepción sobre los profesionales en las oficinas de comunicación.....	102
Gráfico 6.1.6.3 La independencia y los regalos en la relación del periodista con la fuente.....	103
Gráfico 6.1.6.4 Independencia y compatibilidad con otras actividades.....	104
Gráfico 6.1.7.1 Limitaciones al derecho del público a estar informado.....	106
Gráfico 6.1.7.2 Límite profesional al derecho del público a la información.....	107
Gráfico 6.1.8.1 Valores éticos por orden de importancia donde 1 es el valor principal.....	111
Gráfico 6.1.8.2 Excepciones al código ético.....	112
Gráfico 6.1.9.1 Eventos principales en la cobertura del periodismo ciudadano.....	115
Gráfico 6.1.9.2 Tratamiento informativo especial a sectores desfavorecidos.....	116
Gráfico 6.1.9.3 Imparcialidad en el tratamiento de las partes en conflicto.....	119

Índice de tablas

Tabla 3.2.1 Aportación disciplinar y conceptos.....	30
Tabla 5.1.1 Variables y categorías del estudio.....	57
Tabla 5.1.2 Diseño metodológico de la investigación.....	60
Tabla 5.8.1 Criterios de inclusión y exclusión de la investigación.....	71
Tabla 6.1.2.1 Ideario político de los periodistas ciudadanos en Sonora.....	93
Tabla 6.1.8.1 Grado de utilidad de códigos de ética según los periodistas ciudadanos....	110
Tabla 6.1.9.1 Características específicas de la población y frecuencia de publicación....	118
Tabla 6.2.1 Descripción de los participantes en la fase cualitativa del estudio.....	121
Tabla 6.2.2 Paradigma de condiciones, acciones/interacciones y consecuencias.....	122
Tabla 6.2.3 Listado de categorías emergentes principales y secundarias.....	123
Tabla 6.2.4 Evolución de los datos durante la etapa de codificación.....	124

Índice de figuras

Figura 3.2.1 Modelo interdisciplinar.....	33
Figura 3.2.2 Modelo de integración interdisciplinar.....	36
Figura 6.2.1 Categoría central por su relación con las categorías emergentes y códigos.	125

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

El actual ejercicio y práctica del periodismo ciudadano es entendido como las aportaciones que en el ámbito de la información se generan por la participación de personas que difunden contenidos a través de medios y tecnologías digitales. Su origen se ubica alrededor de 1999 cuando Indymedia arrancó su primer proyecto informativo en el panorama digital durante la cobertura de las protestas contra la Organización Mundial del Comercio (OMC) en Seattle. No obstante, las referencias a su surgimiento en una fecha determinada tienen más bien un fin práctico, pues arrastra la incorporación gradual de la tecnología digital al ámbito público a partir del conocimiento abierto de Internet a inicios de 1991, además de anteriores esfuerzos comunitarios, educativos, populares y ciudadanos en plataformas análogas. Por esa razón, diferentes autores y especialistas podrán establecer fechas distintas de su nacimiento.

En los últimos 20 años, el crecimiento del periodismo ciudadano se relaciona con dos condiciones: la crisis de legitimidad del periodismo tradicional (que le da sustento moral) y sobre todo el acceso masivo a las ya no tan nuevas tecnologías de la información, que proporcionan uno y varios medios de distribución. Desde una perspectiva interdisciplinar, ambos factores se inscriben en el desarrollo de procesos sociales que se relacionan con el ejercicio de la ciudadanía en el contexto de la convergencia tecnológica.

Por sí sola, la relación con la tecnología tiene en jaque al paradigma periodístico tradicional porque le resta hegemonía, le quita la exclusividad y la traspasa a sujetos antes sin acceso a los medios de información. Al eliminarse esta intermediación de la prensa como administradora de la información, el periodismo ciudadano entra en posibilidad de que su acción tenga un impacto en los asuntos de interés público. En esa afirmación, el acceso del sujeto a la tecnología se constituye como una expresión de participación social. En ella se trae al nuevo terreno digital un componente ideológico ya presente en las prácticas del activismo en los medios

ciudadanos tradicionales. Para los fines del estudio, se considera que en el desempeño ético-profesional del periodista ciudadano están implícitas las percepciones sociales del sujeto, las cuales expresan las relaciones que éste establece con los sectores sociales en situación vulnerable, la academia, la cultura, las organizaciones no gubernamentales, de la sociedad civil y del Estado, entre otras.

Sobre la elección de un método mixto para este estudio, desde que se inició el diseño se ha tenido en cuenta qué ventaja e idoneidad tendría el uso de una metodología cuantitativa o cualitativa frente a la otra, finalmente asumimos que sería en la combinación de estrategias donde se obtendría la información más adecuada; esto es, por la posibilidad de sistematizar en gráficos y porcentajes las prácticas y posiciones del universo muestral respecto al ejercicio profesional, y al tiempo confrontar, complementar y discurrir entre ese dato porcentual y el relato verbal de los participantes sobre las condiciones en las que sus funciones se llevan a cabo.

Para el desarrollo del estudio, el Capítulo I presenta el planteamiento del problema, la justificación, preguntas de investigación y objetivos general y específicos del estudio.

En el Capítulo II, se presentan los antecedentes del periodismo ciudadano en su surgimiento temprano. Como parte del contexto global, el apartado describe la práctica de las tecnologías digitales y se le vincula con los rasgos de participación social que fueron definitorios en sus comienzos. También se presenta un repaso al tratamiento académico que ha recibido el tema a través del tiempo.

El Capítulo III, incluye el marco teórico de la investigación, dentro del cual se analiza el estado de la ética periodística desde la versión de diferentes autores, además de las aportaciones de Omar Raúl Martínez (2016), Jürgen Habermas (1987) y Jay Rosen (1999) que se vinculan en

el modelo interdisciplinar. Seguido, las anteriores aportaciones se discuten en el Capítulo IV, que aborda la perspectiva interdisciplinar del estudio. Para el análisis del periodismo ciudadano, se ha entablado el estudio de un fenómeno que ocurre en el campo de la comunicación con un marco explicativo al que se integra la sociología.

En el Capítulo V, se describe el diseño metodológico de la investigación así como el proceso de análisis de resultados. Se anotan las técnicas e instrumentos para el levantamiento de datos y la estrategia de análisis. También son abordadas las consideraciones sobre el universo de aplicación al momento de establecer la muestra. El Capítulo VI corresponde a la presentación de resultados cuantitativos y cualitativos; en el Capítulo VII se presenta la discusión; y en el Capítulo VIII se ofrecen las conclusiones sobre los hallazgos obtenidos.

En cuanto al diseño metodológico, el estudio es mixto secuencial, de corte descriptivo, a través del estudio de caso, por medio de entrevista de profundidad (semi-estructurada) y encuesta. El tipo de muestra es intencional o de conveniencia. El análisis de datos de desarrolla por medio de la Teoría Fundamentada.

1.1 Antecedentes

Espiritusanto y Rodríguez acotan que la participación de los ciudadanos en el ámbito informativo ha recibido varios nombres: periodismo público, periodismo democrático, de guerrilla, periodismo de calle, voluntario o periodismo 3.0; el término más extendido es el de periodismo ciudadano o participativo, el que han utilizado los padres del género: Dan Gillmor, Jay Rosen, Howard Rheingold (Espiritusanto y Rodríguez , 2011:11), y Davis Merrit, entre otros.

Durante la década de los 90, Jay Rosen, profesor de la Universidad de Nueva York, fue considerado uno de los precursores principales del periodismo público, antecedente del

periodismo ciudadano. El movimiento de Rosen representó una corriente de renovación de la prensa y promotora de la participación ciudadana, que buscaba estimular el acercamiento activo del sujeto hacia los asuntos relevantes de orden público como procesos electorales, temas raciales e índices de crimen.

Por su activismo, este movimiento causó un debate airado con los sectores de la prensa convencional. Pragmático, Rosen lo definió como una forma de pensar lo que los periodistas deberían estar haciendo, un experimento para romper las rutinas y contribuir a la vida pública, un movimiento con espíritu de reforma y un debate profesional permanente sobre el rol de la prensa (Rosen, 1999:22-23).

Por su parte, Davis Merritt entre 1975 y 1998 fue editor del periódico *Wichita Eagle*, uno de los tres diarios que participaron en el despegue del periodismo público. Durante las elecciones de 1990, en Kansas, el periódico *Wichita Eagle* operó el proyecto *Your Vote Counts*, en el que pidieron a los ciudadanos que determinaran temas generales de su interés; con esa información los editores elaboraron la agenda para la cobertura de la campaña electoral. De acuerdo con informes del *Pew Center for Civic Journalism*, entre 1994 y el 2001, casi el 20 por ciento de 1.500 periódicos diarios de Estados Unidos practicaron alguna forma de periodismo cívico. Y casi todos dijeron que habían tenido un efecto positivo en la comunidad (Bowman y Willis, 2003:9).

A decir de Merritt, “Lo primero que es necesario entender acerca del periodismo público es que éste es una idea; una filosofía” (Merritt, 1997:51). No se trata de una práctica establecida o una serie de técnicas. Es una idea que discuten los periodistas y no periodistas, buscando responder tres preguntas relacionadas: ¿cuál es el papel de los ciudadanos en una democracia?, ¿cuál es el rol de los periodistas en una democracia? y ¿de qué manera coinciden estos dos roles?

(Merritt, 1997). Según Merritt, el objetivo mayor consiste en aprender cómo transformar el periodismo para lograr que los ciudadanos participen más profundamente en la vida pública; y ya que el periodista también es un ciudadano, está interesado en que la vida pública se mantenga saludable (Merritt, 1997).

En cuando a Howard Rheingold, la reseña de su libro *The Virtual Community* que se promociona en el portal de prensa del Instituto Tecnológico de Massachusetts, llama al autor “el primer ciudadano de Internet”. El libro se imprimió en 1993 y se titula igual que uno de sus artículos escrito en 1987. Rheingold tardó cinco años en obtener un contrato para editar esos textos, según sus propias palabras. Ese es el primer documento en el que se utilizó la expresión “comunidad virtual” (The MIT Press, 2000). De acuerdo a Patrice Flichy, el libro de Rheingold propuso uno de los mitos fundacionales de Internet al considerar que lo que era bueno para la contracultura o la universidad (como espacios de experimentación y centros de conocimiento), era bueno también para la sociedad en general. “Al poner a Internet en el corazón de la sociedad contemporánea, se desencadenó inevitablemente un nuevo proceso de construcción socio-técnica” (Flichy, 2002:40). Entre el grupo de académicos que discutieron y participaron de la creación histórica de la Red, Rheingold directamente estuvo en sus primeros experimentos y contribuyó a crear el imaginario de la utopía tecnológica que contribuiría a la construcción de una sociedad nueva. El punto principal defendido por Rheingold se refiere a la participación y construcción de comunidades virtuales, las cuales se basan en el diálogo y en la posibilidad de enlazar a distancia y en tiempo real, las expectativas de una cantidad indeterminada de sujetos interconectados.

Los medios digitales, en las manos de miles de millones de personas, están cambiando las instituciones y la práctica profesional del periodismo y, por lo tanto, también la propia

naturaleza de la democracia. Los ciudadanos no sólo están cambiando el periodismo. El periodismo define y redefine lo que significa ser un ciudadano (Rheingold, en Espiritusanto y Rodríguez, 2011).

Durante la conferencia “Desarrollo de comunidades en la cibernsiedad del futuro”, auspiciada en 1999 por la BBC, Rheingold señala que posiblemente las organizaciones del futuro no requieran imprentas o estaciones para transmitir pero entre menos confiables sean los reportes en Internet, más valiosa será la red de profesionales que cultivan fuentes de calidad, verifican y corroboran la información (Partnerships.org.uk, 1999). Además de entender la importancia de la verificación y las múltiples perspectivas para contar una historia, el desafío de los periodistas ciudadanos no consiste sólo en mantenerse al día con las tecnologías (Rheingold, en Espiritusanto y Rodríguez, 2011).

1.2 Planteamiento del problema

Desde la perspectiva de una práctica que emerge tanto en el ejercicio de la ciudadanía como en la práctica del periodismo, ¿qué estándar de calidad alcanza la producción y difusión de información que es producida por el usuario?, ¿qué tanto de ello es participación social?, ¿qué aporta el ciudadano al debate público, al periodismo como profesión y a la esfera de la información?, ¿qué importancia tiene esta práctica cotidiana del uso de la tecnología informativa digital? Ya que el periodismo ciudadano forma parte de la misma dimensión social que el periodismo tradicional, se pretende responder a estas preguntas a través del análisis del canon ético-profesional como criterio comparativo. Dentro de los códigos de auto-regulación, señalan Ure y Parselis, se consideran aspectos como el desempeño con honradez, la independencia, el

respeto a la vida privada, las normas relativas a la moral, las buenas costumbres, los derechos de autor, así como la disposición al diálogo e interés por el otro (2013:26-28).

El presente estudio plantea una aproximación a los valores éticos, perfil profesional y rasgos de la productividad del periodismo ciudadano, sin pasar por alto que en el interior de sus acciones se encuentran las percepciones del sujeto que actúa en medio de las tensiones entre sociedad y Estado. En el análisis, la definición del periodismo ciudadano en el entorno digital (Bowman y Willis, 2003), se contextualiza con las referencias al periodismo público (Rosen, 1999), movimiento de renovación de la prensa que tuvo lugar en Estados Unidos en la década de los 90, cuyo objetivo fue estimular la participación activa del individuo en la vida pública. Desde la teoría social, la práctica se interpreta por medio de la teoría de la acción comunicativa (Habermas, 1987). Se utiliza un estudio mixto de diseño secuencial que se desarrolla por medio de un enfoque interdisciplinar compuesto por aportaciones de la comunicación y la sociología para analizar un fenómeno que ocurre en el campo de la producción y difusión de información, con una motivación de participación social. La primera fase ha sido cuantitativa con aplicación de un cuestionario, mismo que fue analizado con una escala tipo *Likert* y cuyos resultados fueron útiles para dar forma a la fase cualitativa, en la cual se utiliza la entrevista de profundidad en modalidad semi-estructurada. El análisis de datos cualitativos se llevó a cabo por medio de la Teoría Fundamentada (TF).

1.3 Justificación

El periodismo ha pasado por cinco crisis que afectan los procesos de organización y producción de la prensa: crisis moral, profesional, política, tecnológica y financiera (Vico,

2013:69). Si bien éstas se presentaron a lo largo del siglo XX, desde finales de la década de 1980 a la fecha, el contexto de crisis económica en combinación con la llegada de la era del Internet agudizó los efectos en conjunto.

Del crecimiento e industrialización en el siglo pasado, naturalmente el periodismo no iba a estar exento. Mientras la sociedad avanzó hacia la diferenciación institucional con todo tipo de nuevas organizaciones en competencia por colocar su propio sistema de valores sobre los otros, las tensiones en las relaciones sociales desembocaron en una crisis de sentido global socializada en el siglo XX. En ese contexto de crisis moral, política y profesional, el periodismo entró en la fase de crisis tecnológica y posteriormente financiera.

Las tres primeras fases en la crisis del periodismo (crisis moral, profesional y política) están ligadas en forma estrecha y se vuelven evidentes cuando el circuito profesional se asume como una profesión basada en la competencia de mercado, y que como tal, cumple con rutinas de producción al igual que cualquier otra mercancía; esa idea de “periodismo salvaje” sustituyó a la moral ideal del periodismo y su función social “altruista y progresista” (Vico, 2013:74).

El fotógrafo turco Göksin Sipahioglu, fundador de la agencia Sipa Press, resumía la situación entre la competencia del campo periodístico y las cuotas del mercado. A pesar de que el fotoperiodismo seguía mejorando, era menos vendible. En la década de 1980, *Paris Match* publicó una foto de portada de Lech Walesa en la cárcel. “Era una foto sensacional pero vendió pocas copias. *Match* descubrió que podía ser mucho mejor con imágenes de la princesa Diana o Claudia Schiffer” (American Photo 1996: Is Photojournalism dead?, 2015). Con ese tipo de medidas, la industria de la comunicación no logró sino acentuar la caída en la calidad de los contenidos y aumentar la percepción del clima de crisis. Y ante los problemas de rentabilidad que el periodismo ya enfrentaba como resultado de la pérdida de credibilidad y los

cuestionamientos públicos, la industria editorial optó por acortar su distancia con grupos políticos y económicos pasando por encima de su función social y profesional. Para el periodismo, este fue el escenario de tormenta perfecta con el que en el siglo XXI llega a enfrentar la irrupción de la tecnología digital.

Los efectos de este desgaste profesional en el periodismo otorgan al ciudadano el soporte legítimo para su participación en el reacomodo de las posiciones en la cadena informativa. Con la caída de la confianza que enfrenta la prensa, la desintermediación permite al sujeto controlar la información que recibe y produce; en cierta forma, se le restan piezas a la estructura jerárquica vertical del sistema y éstas son reacomodadas horizontalmente con múltiples actores potencialmente capaces de contribuir al debate de los asuntos públicos y la formación de corriente de opinión. Otro factor de la desintermediación se materializa en el desplazamiento de la representatividad que ofrecen las instituciones tradicionales, hacia la confianza y cohesión social entre aquellos que son iguales (Habermas, 2001, en Deuze, 2009).

Si por una parte la tecnología modifica el perfil de la audiencia y consolida espacios de opinión descentralizados que contribuyen a la construcción de un diálogo global, entre esos cambios también se incluye el linchamiento público, la información falsa y otras prácticas que acompañan la modificación de los patrones de uso y consumo informativo en la red.

Indicadores al respecto están en discusión desde el triunfo de Donald Trump en las elecciones de 2016 en Estados Unidos y la presunta participación de programadores rusos para influir en las tendencias de voto por medio de la producción de noticias falsas. Tan extendido había sido el debate en su punto más álgido (2017), que la red social Facebook y el gigante Google, se vieron orillados a modificar su programación de algoritmos para detectar, restringir y tener control sobre la difusión de información falsa por Internet y las redes sociales. Meses

después, el escándalo de Cambridge Analytica y el uso de la información privada de 60 millones de usuarios de Facebook para perfilar la información e influir en las campañas del citado proceso electoral, elevaron exponencialmente la gravedad de las dimensiones en la relación que el sujeto guarda en la actualidad con la tecnología, en particular sobre los hábitos de producción y consumo de información a nivel global.

Esta es una de las cuestiones en la palestra para estudiar el comportamiento del sujeto en el ambiente tecnológico, pues mientras se cuenta con proyecciones generales, en realidad son pocos los estudios sobre el periodismo ciudadano (como una de las manifestaciones de esa relación con la tecnología digital) que han sido elaborados desde una perspectiva local-global. En ese sentido, el registro y documentación de este fenómeno en el escenario emergente, resulta fundamental como una aproximación a las percepciones individuales y colectivas, así como para conectar el mejor uso de las herramientas con las características de las nuevas estructuras de producción y circulación de información vigentes. En el desarrollo, se obtendrá una descripción de la experiencia ciudadana dentro de la producción periodística: ¿qué formación tienen quienes participan en estos proyectos?, ¿cuáles son sus procesos de organización?, ¿cómo se relacionan con la audiencia?, ¿cómo eligen su agenda de noticias?, ¿cómo es su acercamiento en términos éticos?

Contar con estas descripciones esperamos pueda abonar al mejor entendimiento de sus aportes y limitaciones para la integración de esta actividad al circuito de producción del periodismo tradicional, cuya prospectiva incluye la profesionalización del ciudadano, su conexión cercana con diferentes segmentos sociales para su representación en el terreno de la información y la democracia, y la discusión académica para su inclusión en los planes de estudio. Eventualmente, señala Mark Deuze, esta tendencia podría ir en cualquier dirección: “hacia el

establecimiento de los ideales del periodismo y la democratización para permitir que el ciudadano se autogobierne, o para potenciar la fragmentación social de la sociedad en innumerables esferas públicas individualizadas” (2009:255-264).

1.4 Hipótesis de la investigación

Con una tendencia a participar y contribuir a la construcción del debate en la esfera pública, la agenda productiva del periodista ciudadano cobra forma a través de la integración de valores ético-profesionales con las percepciones del sujeto respecto al entorno social, rasgos en los que se muestra su empatía hacia grupos y organizaciones de la sociedad civil, mientras que realiza una observación crítica de las instituciones del Estado.

1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1 Objetivo general

Obtener una aproximación a los valores éticos del periodista ciudadano, a través de la descripción de sus valores éticos, perfil profesional y rasgos de productividad.

1.5.2 Objetivos particulares

1. Describir el perfil del periodista ciudadano a través los valores éticos con los que desempeña su labor profesional.
2. Como rasgo de la integración de su productividad, describir las características en cuanto a diversidad de fuentes consultadas para la elaboración de la oferta informativa.

3. Como rasgo de su desempeño profesional, describir las características de las funciones que desarrolla.

1.6 Preguntas de investigación

1. ¿Cuáles son los valores éticos, perfil profesional y rasgos de productividad del periodista ciudadano, a partir de los cuales se caracteriza su ejercicio periodístico?
2. En un marco de crisis de credibilidad ¿cuáles son las percepciones del periodista ciudadano sobre el estado del periodismo?
3. En un marco de crisis de credibilidad ¿cuáles son las percepciones del periodista ciudadano sobre la relación del periodismo y las fuentes informativas, entre las que se incluyen organizaciones de la sociedad civil y el Estado?
4. ¿De qué forma es posible caracterizar el periodismo ciudadano como una manifestación de participación social que se lleva a cabo en el terreno de la producción y difusión de información?

CAPÍTULO II. MARCO CONTEXTUAL

2.1 Del periodismo público al periodismo ciudadano

Ya entrada la era de Internet, Bowman y Willis publican *We Media: How audiences are shaping the future of news and information* (2003), libro que representa una de las primeras obras en abogar por el uso de las tecnologías digitales. En el volumen, los autores introducen uno de los términos a la fecha definitivos: periodismo participativo es el acto de un ciudadano en lo individual o en grupo, que intervienen en el proceso de producir, analizar y difundir información. “La intención de esta participación es suministrar la información independiente, confiable, exacta, de amplio rango y relevante que una democracia requiere” (2003:9). Posteriormente, Dan Gillmor publicó *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. La meta del libro es persuadir de que el encuentro de la tecnología con el periodismo tiene consecuencias para el periodista, las personas que hacen las noticias y la audiencia (2004:237). A la fecha, ambas obras se han convertido en bibliografía de consulta obligatoria sobre el tema. En consecuencia, en estudios posteriores predomina el uso del término “periodismo ciudadano” o “participativo”, para designar el papel del sujeto en el entorno informativo digital, pero no son abarcadores de la preocupación por el involucramiento ciudadano y la participación social de origen en aquel periodismo público (*public journalism* y *civic journalism*, por su término original en inglés) encabezado por Rosen. De hecho, aunque el periodismo público es considerado antecedente del periodismo ciudadano (temporalmente se ubica justo antes, entre 1993 y 1999), en el libro de Bowman y Willis es mencionado sólo 5 veces en 4 párrafos de una misma página:

El periodismo cívico tiene reputación de ser controversial y no todos están convencidos de sus beneficios. Aunque con él tratan de estimular activamente la participación, las organizaciones noticiosas mantienen un alto grado de control poniendo la agenda, escogiendo a los participantes y controlando la conversación. Algunos creen que el

periodismo cívico es demasiado amplio, se enfoca en grandes temas, como el crimen y la política, y no se interesa en las necesidades del día a día de la audiencia (Bowman y Willis, 2003: 9).

Sin embargo, señalan Peters y Witschge, a pesar del discurso que conecta al periodismo con la democracia, el énfasis en la era del periodismo digital parece alejarse de esa narrativa en favor de las posibilidades de interacción en los nuevos medios, y, siguiendo a Carpentier, sugieren desconfiar de conceptualizar la eficacia democrática del cambiante panorama de los medios actuales a la retórica reduccionista de la novedad (Carpentier en Peters y Witschge, 2015).

En muchas articulaciones, el enfoque no está tanto en el compromiso ciudadano sino en la interacción del público o el usuario; en lugar de teorizar y examinar empíricamente el papel del periodismo en la democracia (participación a través de las noticias), el foco está en la participación en las noticias (Peters y Witschge, 2015:20).

Ampliando esta postura, Carpentier afirma que la interpretación reduccionista se separa al menos parcialmente de las audiencias y descontextualiza las implicaciones político-ideológicas, comunicativo-estructurales y culturales (Carpenter, 2009:408).

Elaborando una línea de tiempo después de la revisión de la literatura académica sobre el tema, como afirman Palacios y Noci (2007), en la primera etapa el periodismo ciudadano fue discutido a nivel de reflexión, debate y aproximaciones teóricas que abordaron sobre todo las potencialidades y expectativas de la nueva herramienta para el bienestar social. Una vez que el debate permeó en los sectores profesional y académico, desde una perspectiva empírica los estudios fueron abordados a partir del ámbito tecnológico, lo que orientó el análisis hacia un enfoque instrumental y marcó camino para que el periodismo ciudadano fuera ligado a distintas

interpretaciones medibles del uso de las mismas herramientas digitales; mientras en el otro lado, los elementos que habían configurado el fenómeno como ejercicio de representación social pasaron a un segundo plano. En un sentido más profesional, una tercera etapa se preocupó por señalar la necesidad de que el periodismo ciudadano estuviera enmarcado en el cumplimiento de códigos éticos y otros mecanismos de auto-regulación periodística, para alcanzar aquellas expectativas creadas en los inicios del Internet.

2.2 El tratamiento del periodismo ciudadano en la literatura académica

Los precursores, bibliografía y principales referentes teóricos del periodismo ciudadano provienen de Estados Unidos; esto se debe a que su antecedente inmediato es el periodismo público que tuvo lugar en ese país en la década de los 90. Dada la variedad de términos que se han utilizado para referirse al periodismo ciudadano, existe dificultad para llegar a una definición uniforme y esa ambigüedad se ve reflejada en el estudio de las que pueden considerarse facetas parciales del fenómeno.

Como definición, la aportación al periodismo ciudadano realizada por Bowman y Willis otorga preeminencia al factor que juegan las tecnologías digitales en la difusión de información y es menos explícita al desarrollar los factores políticos y sociales que encierra este ejercicio como práctica que se constituye sobre la motivación de participar y expresar puntos de vista. De hecho, al señalar las motivaciones, señalan los autores que se puede asumir que las personas pretenden alcanzar un sentido de pertenencia al grupo, construir autoestima, obtener reconocimiento, alimentar el amor propio (ego) y autorrealizarse (Bowman y Willis, 2003:40). Por su parte, en el libro de Gillmor la limitante es que éste se centra en el análisis del periodismo en Estados

Unidos, “a riesgo de parecer que se menosprecian las contribuciones de otros países” (Gillmor, 2004:1).

La web se dio a conocer públicamente en 1993 y las primeras versiones de periódicos online aparecieron en 1994. Los antecedentes del periodismo ciudadano se ubican en 1999 (Indymedia), 2000 (Ohmynews), y 2001 (atentados del 9/11). A pesar de que el uso de las herramientas digitales se ha propagado con rapidez, no ocurre lo mismo con el entendimiento integral del fenómeno. Los estudios encontrados hasta ahora arrojan que las interpretaciones se organizan de acuerdo a tres campos principales: desarrollo del Internet y tecnología digital; impacto en el periodismo; y participación ciudadana. De ellos, la participación ciudadana ha recibido menos atención. Además, dentro de los estudios se pueden ubicar dos posturas: en la primera de ellas es bien aceptado por el efecto favorable que puede imprimir en la democratización de la esfera pública y la renovación de las prácticas periodísticas (Espiritusanto, 2014; Rodríguez, 2014; Carpenter, 2010; Kaufhold, Valenzuela, y De Zúñiga, 2010; Orozco, 2010; García, 2007; Rosen, 2005; entre otros); en la segunda, es criticado porque no alcanza el estándar ético y de calidad que tiene el periodismo tradicional (Puente y Grassau, 2011; Solana, 2007; Rodríguez, Hermoso y Calvo, 2007; Barber, 2007; Lorenzo, 2010; Martinrey y Marín, 2011; Arias, 2015; y Veiga, 2014; entre otros).

En el artículo “Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia” (Masip, Díaz-Noci, Domingo, Micó-Sanz y Salaverría, 2010), se establecen tres tendencias que caracterizan el estado del arte de la investigación en ciberperiodismo: (1) aproximaciones empíricas que testimoniaron que el periodismo en la Red no lograba satisfacer las expectativas anunciadas; (2) mediante el análisis de contenido, encuestas y/o entrevistas a los periodistas, se constataba que los medios no

aprovechaban las posibilidades de internet; y (3) trabajos que desde aproximaciones constructivistas y el empleo de técnicas etnográficas han contribuido a un mejor conocimiento de los factores que inciden en la adopción y el uso de internet en los medios.

Mientras esta investigación propone conocer los valores éticos del periodista ciudadano, por ahora no ha sido posible encontrar estudios así de particulares. Sin embargo, han sido consultados estudios sobre códigos éticos del periodismo en México (Martínez, 2016), España (Barber y Damas, 2010), Latinoamérica (López, 1999); Europa (Villanueva, 1996), y otros documentos de cobertura internacional (Taufic, 2005; Restrepo, 2016).

Además de la ética, las aportaciones desarrolladas por Mark Deuze (2003) sobre la tendencia tecnológica del periodismo resultan adecuadas para entender el contexto en el que nuestro enfoque se desarrolla; este es, el de la convergencia del periodismo impreso y digital. Las características del periodismo en línea (interactividad, hipertextualidad y multimedialidad), a través de las cuales es posible situar el funcionamiento de un sitio web desde los mecanismos genéricos que componen su productividad (Newhagen y Rafaeli, 1996; Bardoel y Deuze, 2001, en Deuze 2003:211). Con el término “valor agregado” (Bardoel y Deuze, 2001), se designa al carácter profesional del periodista que utiliza los recursos disponibles para obtener procesos de comunicación que le permiten organizar el flujo en tres líneas de trabajo: por su comunicación con el usuario, por su conexión con otros contenidos en línea, y por su uso combinado de distintos formatos para enriquecer la oferta propia de información. Aunque no desarrolla estudios de participación ciudadana, Deuze inscribe las herramientas digitales dentro de las prácticas del sujeto que inciden en la vida pública y sobre la misma evolución del periodismo (Deuze, 2004).

Raúl Omar Martínez establece cinco valores primordiales en la ética periodística: 1) el apego a la veracidad; 2) la búsqueda de independencia; 3) la asunción de responsabilidad; 4) el

compromiso de integridad profesional, y 5) el afán de servicio a la comunidad (Martínez, 2016:28). Dichos aspectos se explican en el apartado referente al marco teórico.

Producto de su análisis a 36 códigos deontológicos de organizaciones nacionales y de medios de comunicación en América Latina, María del Mar López Talavera establece 40 principios éticos comunes que rigen el comportamiento del periodista. Luego de aplicar una metodología de selección por frecuencia de aparición en los documentos normativos consultados, establece los 14 principios comunes: secreto profesional, integridad profesional, solidaridad profesional, verdad y precisión, libertad de expresión, igualdad, competencia leal, derecho de réplica, promoción de valores y cultura, derechos de autor, dignidad profesional, responsabilidad, promoción de los derechos humanos y la paz, y honorabilidad (López, 1999:231-236).

En el Manual de Ética Periodística Comparada, Camilo Taufic anota los que a su juicio son los tres componentes fundamentales de la ética periodística: respeto a la verdad, confrontación de fuentes con las distintas posiciones sobre un tema, y no intromisión en la vida privada (Taufic, 2005:2). El documento, integra principios editoriales y profesionales de 10 grandes diarios del mundo: The New York Times, Le Monde, Clarín, Folha de Sao Paulo, El País, The Guardian, El Universal México, ABC Madrid, The Washington Post, y La Nación Buenos Aires, además de otros manuales y códigos de conducta en diferentes países.

En el estudio “Perfil de los periodistas digitales en Ecuador: estudio de seis diarios nacionales de información general”, Mayra Gonzáles Córdova (2016), desarrolla un estudio mixto en seis salas de redacción para conocer las características de los empleados en las empresas. En la fase cuantitativa aplica una encuesta estructurada con 36 preguntas divididas en 5 apartados (2016:750): perfil sociolaboral, características ocupacionales, ocupación y autonomía, valoración de las metas organizativas y capacidades deseables o recomendaciones.

En la fase cualitativa, se utilizó la entrevista en profundidad a periodistas, expertos en nuevas tecnologías y docentes universitarios.

Lourdes Lugo-Ortiz realiza una comparación entre la percepción académica, la de directores de medios informativos y periodistas activos, respecto a las características de formación que los profesionales requieren para una práctica efectiva. Su estudio halló que la expectativa entre estos grupos es muy similar y apuntan hacia la combinación de destrezas multimedia para plataformas alternativas y comerciales, con las habilidades tradicionales de redacción, pensamiento crítico y cultura general para entender el ambiente de la noticia (Lugo-Ortiz, 2016:271). Entre el análisis del contexto, un estudiante graduado de periodismo debe pensar críticamente, presentar la información en forma adecuada, hacer buen uso de los números en las noticias, escuchar a los lectores y escribir de forma concisa (p.274).

En el estudio “Ética y excelencia informativa”, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación de España, dentro del Plan Nacional de I+D+i, Barber y Damas (2010) aplicaron entrevistas de profundidad a 30 profesionales seleccionados además de 410 encuestas. Para el análisis cualitativo, en la guía de la entrevista se incluyeron preguntas abiertas sobre cuestiones deontológicas; las cuestiones cuantitativas se concentraron en la encuesta. Las mismas herramientas fueron utilizadas por Juan Carlos Suárez Villegas en la investigación, “La actitud ética de los periodistas andaluces ante cuestiones de especial sensibilidad social” (2013).

Laura Ahva, en su investigación *Making news with citizens: Public journalism and professional reflexivity in Finnish newspapers* (2010), describe cómo los periodistas finlandeses entienden el ejercicio profesional y los valores ideológicos en el periodismo público. La pregunta que busca responder es la siguiente: ¿qué es el periodismo público, cómo y por qué ha sido representado en tres periódicos de Finlandia, y qué tipo de reflexiones profesionales han

suscitado estos enfoques? La investigación se desarrolla a través de 40 entrevistas, revisión de textos periodísticos publicados y observación participante.

Por otro lado, Marina Vujnovic, et al., en *Exploring the political-economic factors of participatory journalism: Views of online journalists in ten countries* (2010), realizó un estudio comparativo de los contenidos generados por el usuario en diez países democráticos europeos, desde la perspectiva de las motivaciones económicas de las empresas al promover estrategias de periodismo participativo. Para ello se entrevistó a más de 60 periodistas encargados de trabajar con esos contenidos y así explorar sus percepciones. La investigación fue guiada por las preguntas ¿qué discursos económicos y motivaciones en el periodismo participativo son identificados por los periodistas en los sitios web de los principales periódicos nacionales? y ¿cómo hablan estos periodistas de las motivaciones económicas detrás del periodismo participativo? Los resultados identificaron tres temas principales: (1) *branding*, en particular como una forma de generar la lealtad del consumidor de periódicos; (2) construir tráfico involucrando estrategias para impulsar las estadísticas y visitas al sitio web; y (3) una forma de enfrentar y superar a la competencia.

Palacios y Noci, en “Ciberperiodismo: métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada” (2007), señalan que la investigación sobre el periodismo ciudadano es incipiente y las aproximaciones metodológicas, diversas. Se analizan las facetas siguientes: análisis estructural de las oportunidades de participación a través de las webs de medios convencionales; análisis de contenido de material producido por ciudadanos; y entrevistas con periodistas, promotores de medios y ciudadanos para entender sus actitudes y motivaciones. Mencionan los autores que el periodismo ciudadano se refiere a cualquier forma de participación de la audiencia en el entorno informativo y algunas de sus innovaciones no

proviene del periodismo, sino de los servicios de las plataformas colaborativas de la Web 2.0 como Wikipedia, Youtube y Flickr (Hermida y Thurman, 2007; Cobo y Pardo, 2007; en Palacios y Noci, 2007:85-86). También señalan que el estudio de caso es el método que permite mejor aproximación al estudio de las prácticas periodísticas (con observación etnográfica acompañada de la realización de entrevistas y análisis de documentos), y recomiendan el uso de entrevistas semi-estructuradas y el cuestionario cerrado aunque también es posible el análisis de contenido. Entre los principales aspectos, se investiga el grado de participación del usuario, el papel del periodista profesional, la motivación de administradores y participantes, los conflictos entre editores y usuarios y la percepción sobre proyectos exitosos y lo que fracasó de los proyectos en los países de Holanda, Alemania, Australia y Estados Unidos (Deuze, Bruns y Neuberger, 2007, en Palacios y Noci, 2007). A nivel internacional, los trabajos sobre la relación entre *weblogs* y periodismo han recurrido a las entrevistas con administradores de blogs, análisis de contenido, y entrevista con expertos. Desde la sociología del periodismo, trabajos orientados en el proceso de producción en las redacciones de medios digitales han buscado entender cómo la interactividad, hipertextualidad, multimedialidad, instantaneidad y memoria son incorporadas en las redacciones (Palacios y Noci, 2007). A partir de la década del 2000, las investigaciones pasaron de la perspectiva teórica a la empírica utilizando principalmente metodologías cuantitativas (con la encuesta como técnica predominante) en las que imperaban los trabajos sobre estudios del perfil sociológico, condiciones laborales y profesionales, expectativas, esperanzas, etcétera. En las últimas investigaciones se observa una tendencia a combinar esa técnica con la entrevista (Cabrera *et al.*, 2007, en Palacios y Noci, 2007:96).

El motivo hay que buscarlo en una de las limitaciones principales de las encuestas: simplemente retratan las opiniones de los periodistas y su auto-percepción de lo que

hacen, no sus rutinas reales ni el contexto o los factores que influyen en su trabajo (Palacios y Noci, 2007:98).

**CAPÍTULO III.
PERSPECTIVA
INTERDISCIPLINAR**

3.1 El carácter multifacético del periodismo

Al estar ligado a las prácticas que vienen con el ejercicio de la libertad de prensa, el derecho a la información y la responsabilidad social, el periodismo por sí mismo ya es un fenómeno multifactorial. Si atendemos a las 5 crisis del periodismo que menciona Eva Aladro Vico (2013), así como a los efectos que éstas han provocado, asoma un esquema de su carácter multifacético y la relación que alcanza con los campos ético, profesional, político, tecnológico y financiero.

La crisis ética-moral que enfrentó el periodismo en la década de los años 20 pone énfasis en la necesidad de distinguir entre información y propaganda; su efecto en la comunicación de masas se relaciona con la formación de consensos y la manipulación de la opinión pública. Después, ya en vías de la institucionalización del periodismo en los años 60 la crisis profesional otorgó preminencia a las cuestiones procedimentales en la generación de información por encima de su responsabilidad social, democrática y de valores. En la década de los 80, la fase de crisis política del periodismo es el síntoma de la estrecha relación que mantiene con los círculos del poder económico y político; esta fase en la que el periodismo asume una orientación mercantil es la era del “profesionalismo salvaje” (Aladro Vico, 2013). A inicios XXI, la crisis tecnológica marca la desaparición del periodismo profesional como instancia intermediaria entre el sujeto y la información como se había conocido. Eso no significa la desaparición del periodismo sino el paso de un modelo a otro que contempla nuevos roles entre los que se encuentra la conversión de las audiencias en productores independientes de información. En un escenario de tormenta perfecta, la fase de crisis financiera se presenta en la última etapa cuando el periodismo ha perdido gradualmente su esencia nuclear (la credibilidad y confianza del lector), y se marca su separación respecto a la audiencia. Frente a esa situación, al periodismo le es difícil enfrentar una

era de cambios y granjear soluciones firmes por la modificación de los roles en el modelo como se había mantenido en los últimos cien años.

En el periodo que ocupa el desarrollo del periodismo ciudadano, en la línea del tiempo pueden ubicarse tres etapas en el tratamiento que la literatura académica le ha otorgado desde la década de los 90. A la primera de ellas corresponde un enfoque social, que se presenta durante los primeros años del arribo de la tecnología y después del surgimiento del Internet. De esta etapa datan los primeros antecedentes del periodismo ciudadano como se conoce ahora. Además del periodismo público, la literatura académica coincide al establecer como su punto de partida la ejecución de los primeros proyectos de Indymedia en 1999, operados por colectivos y activistas que usaron la tecnología digital para difundir sus contenidos. En estos años, el enfoque se orienta a celebrar las posibilidades de la tecnología con usos de transformación social, aunque con frecuencia está más ocupado en describir deseos que realidades (Palacios y Díaz Noci, 2009:96).

La segunda etapa se ubica después del atentado en las Torres Gemelas, entre el 2001 y el 2007. Durante esos años, los estudios académicos tienden a señalar el mayor desarrollo y uso de las herramientas digitales (blogs, foros, redes sociales, correo electrónico, etc.). En Nueva York, por ejemplo, los días siguientes al 11 de septiembre, 1 de cada 3 estadounidenses con acceso a Internet, difundió información relacionada con los atentados; también en 2004, los grandes medios internacionales dieron espacio a las historias que los sobrevivientes del tsunami en Indonesia habían compartido en blogs y foros públicos. Esta etapa se caracteriza por el énfasis en el volumen de uso de herramientas digitales, mientras que también se señalan los impactos negativos que el periodismo ciudadano tendría en la prensa tradicional.

Durante la tercera etapa, una vez superada la efervescencia que se generó alrededor de la participación social y el uso multitudinario de la tecnología, los estudios señalan que el

periodismo ciudadano debe tomar en cuenta el estándar ético y de calidad que exige el periodismo como un campo trascendente e institucionalizado que comparte con el periodismo tradicional la función de informar a sectores sociales varios.

3.2 Perspectiva interdisciplinar del estudio

De acuerdo a la literatura consultada, el uso de aproximaciones disciplinares al periodismo ciudadano han provocado limitaciones conceptuales al abordar el fenómeno. Una primera es la explicación instrumental en la cual se le define como aquel que se produce y difunde a través de blogs, redes sociales, foros, etc. (Bowman y Willis, 2003). Al ser interpretado en términos de las nuevas tecnologías, excluye de su rango a los proyectos producidos en medios tradicionales antes del surgimiento de Internet; su definición se remite a proyectos ubicados en el año 1999 (Espiritusanto y Rodríguez, 2011:3), sin embargo el ciberespacio no ha sido su único campo de acción y en la actualidad también puede desarrollarse fuera de él. Representarlo predominantemente ligado al uso de la tecnología aborda sólo sus relaciones aparentes.

Además, al dar preeminencia al factor que juegan las tecnologías digitales, los estudios se han ocupado en menor medida de analizar las características del desempeño ético y profesional que encierra el ejercicio periodístico ciudadano así como el papel que éste juega en la vida pública como ejercicio de participación social. Para el presente estudio se considera que una perspectiva interdisciplinar representa la aproximación más adecuada para abordar el periodismo ciudadano ya que permite la comprensión de las relaciones que se establecen entre subsistemas de diferente naturaleza y más allá de las fronteras disciplinares.

A diferencia del enfoque instrumental, una perspectiva interdisciplinar hace posible abordar el fenómeno como un sistema complejo en el que el componente humano aumenta la

indeterminación de su comportamiento al crear retroalimentación, o incluso cambiar la dirección del comportamiento general del sistema (Newell, 2001:12). Al plantear la relación entre el periodismo y la participación ciudadana desde la comunicación y la sociología, se pretende explicar rasgos que desde una sola disciplina aparecerían con un entendimiento limitado, mientras que su comprensión en conjunto atrae conocimientos de varios campos, integra sus percepciones, las organiza en un diseño específico, y explica los resultados desde varios cuerpos de conocimiento. Así, la relación entre periodismo y participación ciudadana puede configurarse con una perspectiva holística, con relaciones no excluyentes que operan en múltiples direcciones, que muestran coherencia y presentan cada una diferentes facetas (Newell, 2001, en León, 2015:6). En ese sentido, el estudio pretende entender y analizar la parte del fenómeno modelada por las facetas en interacción (Newell, 2001:2).

Con la flexibilidad metodológica del enfoque interdisciplinario, se establece la ética a partir de las aportaciones de Raúl Omar Martínez (2016), como terreno común y línea transversal entre los elementos del periodismo público de Jay Rosen y la construcción social en la teoría de la acción comunicativa de Jürgen Habermas. Desde la comunicación, la definición de Rosen expone que el periodismo público busca ser un experimento renovador de la agenda informativa, promover el debate de los asuntos públicos, la participación social y provocar la discusión al interior en la profesión periodística para su mejora (Rosen, 1999). Desde la sociología, la pretensión de validez contextualiza la acción comunicativa desde la perspectiva constructivista de Jürgen Habermas (1987). Teóricamente, se plantea que la ética es un elemento presente en la comunicación periodística y en la comunicación ciudadana como estrategia constructivista (Tabla 3.3.1). Como antecedente del periodismo ciudadano, ambos elementos están presentes en el periodismo público que muestra ser un campo profesional y al tiempo, comprometido

socialmente. Si la relación con la tecnología en general le resta hegemonía al periodismo, le quita exclusividad y la traspasa a sujetos antes sin acceso a los medios de información, es a través del ejercicio motivado socialmente, que el ciudadano alcanza impacto en la esfera pública y la relación sociedad-gobierno. En esa afirmación, el acceso del sujeto a la tecnología de la información se constituye como una potencial forma de participación social.

Tabla 3.2.1 Conceptos para la integración por aportaciones disciplinares

Comunicación		Sociología
Periodismo público	Principios éticos centrales del periodismo	Componentes de la pretensión de validez en la teoría de la acción comunicativa
Movimiento promotor del debate ético, profesional y social	Apego a la veracidad Independencia Responsabilidad Integridad profesional Afán de servicio	Verdad proposicional Veracidad subjetiva Rectitud normativa

Fuente: Elaboración propia. Basada en Rosen, 1999; Habermas, 1987; y Martínez, 2016.

Desde diferentes visiones académicas, se pueden encontrar las siguientes posturas:

1. Existe una versión favorable del periodismo ciudadano por el efecto que imprime en la democratización de la esfera pública y en la renovación del periodismo tradicional (Espiritusanto, 2014; Rodríguez, 2014; Carpenter, 2010; Kaufhold, Valenzuela, y De Zúñiga, 2010; Orozco, 2010; García, 2007; Rosen, 2005; entre otros).
2. Existe una postura negativa por el supuesto bajo estándar ético y de calidad que el periodismo ciudadano alcanza en la producción de información (Puente y Grassau, 2011; Solana, 2007; Rodríguez, Hermoso y Calvo, 2007; Lorenzo, 2010; Martinrey y Marín, 2011; Arias, 2015; y Veiga, 2014; entre otros).

3. La bibliografía pionera (Bowman y Willis, 2003) mantiene un enfoque instrumental del periodismo ciudadano; estudios posteriores han retomado su mismo punto de vista, el cual da preeminencia al factor tecnológico y es menos explícito al desarrollar las interpretaciones socio-políticas en el periodismo ciudadano. El enfoque instrumental se basa en el análisis de aspectos relacionados con uso de la tecnología, hábitos de consumo y dispositivos, formas de producción, distribución, circulación, etcétera.

Tomando esas tendencias como punto de partida, se inicia con una serie de supuestos al confrontar el alcance de las disciplinas para explicar el fenómeno (Repko, 2008, en Szostak, 2012:9), en la búsqueda de integración interdisciplinar.

1. El periodismo ciudadano que se desarrolla en el entorno tecnológico, evoluciona desde el periodismo público en el que la participación e involucramiento de la audiencia es activa, así como también el papel del periodista.
2. Con base en la pretensión de validez, el sujeto establece relaciones de entendimiento con el otro, ya que la acción comunicativa busca la integración colectiva de la sociedad con el bien social como principio. Los elementos que definen la pretensión de validez en la acción comunicativa son paralelos a la ética periodística.
3. El periodismo online se reproduce bajo la estructura de componentes que operan en el entorno digital: hipertextualidad, interactividad y multimedialidad. El acceso a estos procedimientos facilitan la incursión del ciudadano en el periodismo.

Además, se identifican los siguientes conflictos (Repko, 2008, en Szostak, 2012:9) en el acercamiento al tema planteado por este estudio con el fin de aclarar el proceso de entendimiento e integración:

1. ¿En qué grado los fundamentos de la ética discursiva (sociología) corresponden con los principios primordiales de la ética periodística (comunicación)?
2. ¿La definición del periodismo público de Jay Rosen expresa correctamente la contextualización de un modelo de periodismo ciudadano que incluya la participación social?
3. ¿Las aportaciones disciplinares elegidas pueden representar integralmente el fenómeno estudiado?

Entre estos supuestos y conflictos, el periodismo ciudadano es un fenómeno que involucra la participación de sujetos no profesionales en funciones de producción y difusión de información por medios digitales. Mientras que el campo dominante en los estudios de periodismo es la comunicación, el periodismo ciudadano se distingue de la prensa tradicional porque en su génesis ha estado vinculado a la expresión ciudadana; es decir, comparte rasgos con ella pero también incorpora comportamientos propios. Por tanto, en el marco conceptual se propone que el periodismo realizado por los sujetos no profesionales se orienta hacia una visión constructivista de la sociedad, es decir, como una forma de participación social que se ejerce en el terreno de los medios de comunicación así como con sus procedimientos. Como objeto de estudio, el fenómeno es modelado por esas facetas independientes alrededor de un patrón general de auto-organización. Luego de la integración de sus componentes (que también podrían identificarse y analizarse por separado), el comportamiento del sistema rebasa el patrón de entendimiento disciplinar y se descubren otras relaciones en las que el fenómeno deja de ser lineal pero se mantiene coherente.

Como parte de la integración, la pretensión de validez entendida como la forma en la que el sujeto se relaciona con el otro y establece que su comunicación es verdadera, creíble y válida moralmente (Habermas, 1987a), aparece como una práctica que es ciudadana y paralela a los

lineamientos éticos profesionales del periodismo que se basan en el apego a la veracidad, integridad, responsabilidad, afán de servicio e independencia (Martínez, 2016). Como terreno común, la ética pasea entre un modelo sociológico que ofrece una explicación del comportamiento del ciudadano, y un modelo de comunicación que explica el desempeño en el campo periodístico.

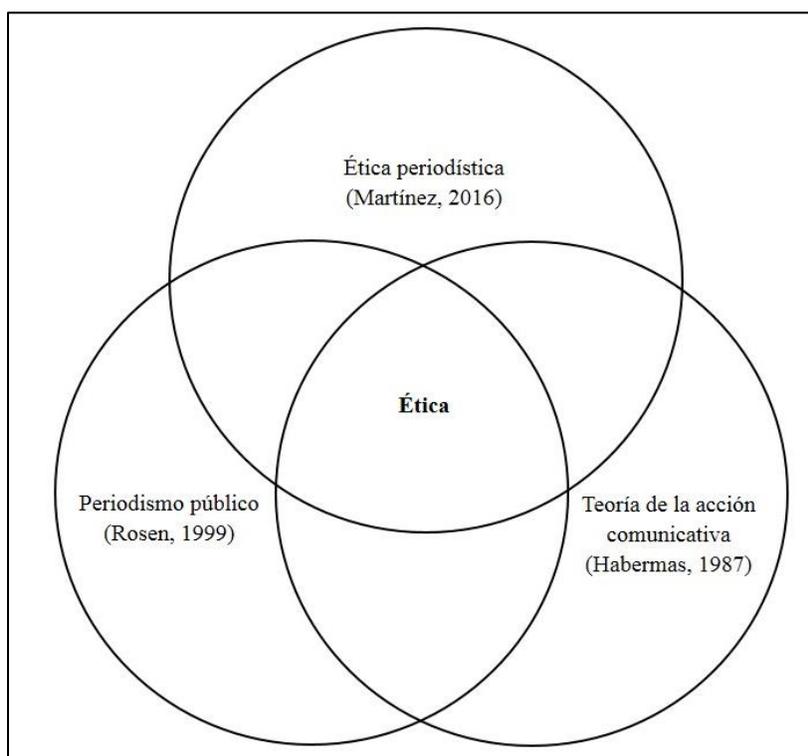


Figura 3.2.1 Modelo interdisciplinar, elaboración propia con base en Martínez (2016), Habermas (1987) y Rosen (1999).

Si aceptamos que cada disciplina se centra en una serie de variables interrelacionadas desde su perspectiva, esas variables pueden ser asumidas como parte de un sistema. Y si hay coherencia con otras disciplinas, estas variables deben estar más fuertemente relacionadas entre sí que con las variables estudiadas por otras disciplinas (Newell, 2001:2); por lo tanto, para alcanzar un entendimiento más comprensivo a través de la integración, “es necesario incluir

también las relaciones no directas entre el gran grupo de variables asociadas juntas” (León, 2016:10); ese es el marco en el que con la integración se busca tender un puente que explique el ejercicio ciudadano como una forma de participación social aunque también es susceptible de ser descrito en términos de sus relaciones internas en el campo estrictamente del periodismo (por medio de sus valores éticos, perfil profesional y rutina productiva). En ese sentido, las variables están relacionadas con el sistema de la disciplina propia y con las de cualquier otro sistema que potencialmente pueda ser identificado y analizado por una disciplina externa.

Un punto relevante es el que se refiere a la producción de nuevo conocimiento que incorpora el potencial reflexivo de los estudios interdisciplinarios para obtener una síntesis surgida a partir de una pregunta o problema (Klein, 1990, en Payne, 1999:174). Nuestra aportación ocurre al discutir junto a la definición de Bowman y Willis (2003) el componente social en el periodismo ciudadano, a pesar de que el enfoque dominante ha sido caracterizarlo por su relación con la tecnología digital. Como afirma Newell, se trata de hacer nuevas preguntas sobre conocimientos viejos (2001:5).

En la integración interdisciplinar, el periodismo público es el factor que presenta mayor complejidad ya que al interior está interrelacionado en tres niveles: con el periodismo, con el ciudadano y con la ética. Además temporalmente ocupa una posición histórica en la que esos niveles unidos de manera orgánica son un punto de experimentación en lo que tiene que ver con la incorporación de la tecnología. En cierto sentido, el periodismo público representa un punto de partida desde el cual posteriormente se asientan las tendencias de uso de la tecnología; si bien no se vincula directamente con ella, está en medio y es promotor del debate que permea los conceptos teóricos de vinculación del periodismo con el ciudadano, en el contexto del álgido

debate socio-técnico mientras ocurre el gradual desarrollo y adopción social de Internet y la Web que se confirma ya desde mediados hacia finales de la década de los 90.

En una perspectiva macro, el periodismo público integra los tres niveles mencionados como un experimento de teoría y práctica ética-profesional en el que participan periodistas, académicos e investigadores que discuten el papel del periodismo y su contribución a los asuntos públicos, mientras se dirigen a las personas como ciudadanos participantes potenciales en asuntos públicos, ayudan a la comunidad a actuar y mejoran el clima de discusión (en lugar de sólo ver cómo se deteriora), para que la vida pública marche bien (Rosen, 1999: 22-23).

De esta forma es que el movimiento encabezado por Jay Rosen muestra una correspondencia profesional directa implícita con la ética periodística y una correspondencia con la teoría social, la cual también puede plantearse como (1) una ética ciudadana que regula en el plano social (2) la búsqueda constructivista de entendimiento para acordar planes y acciones. Como trasfondo de la acción social, el cuerpo ético normativo que cobra forma en los conceptos de la pretensión de validez (Habermas, 1987a), asegura que la comunicación entre los sujetos es veraz y en tanto que se basa en la razón y en la negociación por medio del mejor argumento, entonces es válida para el bien del colectivo (Habermas, 1987a:39-42).

También es posible establecer un nexo de correspondencia entre la pretensión de validez y la ética periodística. Si el concepto de acción comunicativa presupone el lenguaje como medio para el entendimiento, el sujeto se presenta frente a otros con tres pretensiones de validez: que el enunciado que hace es verdadero, que el acto de habla es correcto en relación con el contexto normativo vigente y que la intención expresada por el hablante coincide realmente con lo que éste piensa, es decir que “el hablante pretende, pues, verdad para los enunciados o para las presuposiciones de existencia, rectitud para las acciones legítimamente reguladas y para el

contexto normativo de éstas, y veracidad para la manifestación de sus vivencias subjetivas” (Habermas, 1987a: 143-144).

Finalmente, en el plano metodológico la ética periodística funge como marco para cerrar la integración interdisciplinar alrededor de los indicadores y subcategorías a analizar en el segmento de periodistas ciudadanos bajo estudio. A través de la investigación planteada como estudio mixto, la fase cuantitativa explora los aspectos relacionados con perfil profesional, valores éticos y rasgos de la rutina productiva, mientras que la etapa cualitativa se ocupa de desarrollar las percepciones del sujeto. En ambos casos, los 5 principios éticos centrales (apego a la veracidad, búsqueda de independencia, asunción de responsabilidad, compromiso de integridad profesional, y afán de servicio a la comunidad), como los define Omar Raúl Martínez (2016:29) se vinculan hacia el periodismo público por correspondencia profesional y hacia la pretensión de validez por correspondencia teórica, de tal manera que los datos resultado del levantamiento pueden ser reflexionados desde cualquiera de las aportaciones disciplinares anotadas (Figura 3.2.2).

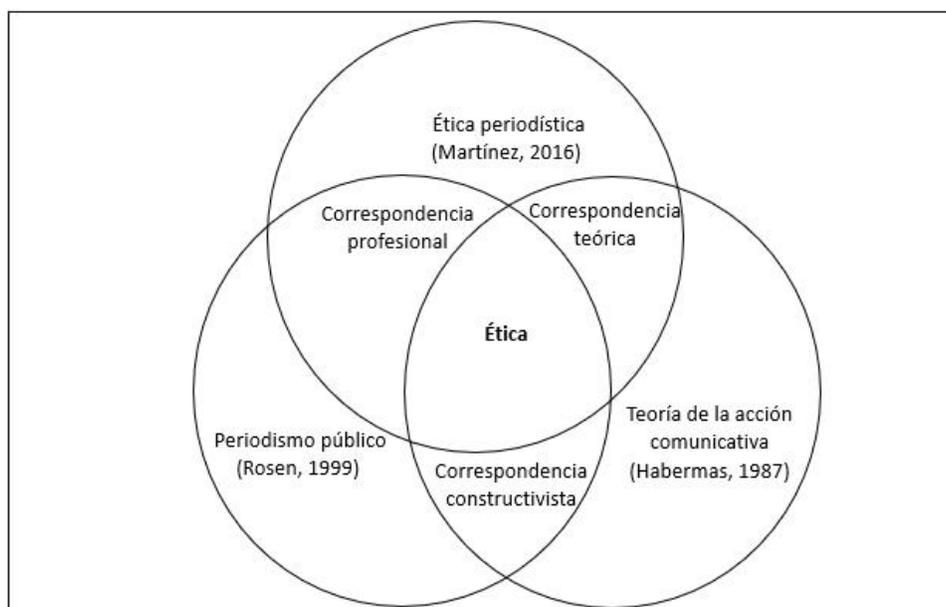


Figura 3.2.2 Modelo de integración interdisciplinar, elaboración propia con base en Martínez (2016), Rosen (1999) y Habermas (1987).

CAPÍTULO IV. MARCO TEÓRICO

En el presente estudio, la ética es el terreno común para integrar las aportaciones disciplinares de la sociología y la comunicación en el análisis del periodismo ciudadano. Primero, a través de Jürgen Habermas y Jay Rosen, la ética desde una perspectiva sociológica es enlazada a la ética desde la perspectiva de la comunicación (es decir, del periodismo). En este punto se plantea que la lectura de la pretensión de validez contiene principios comunes al periodismo público. Durante un segundo acercamiento, ambas posturas se enmarcan bajo la óptica general de los principios éticos periodísticos según Raúl Omar Martínez.

4.1 La definición de periodismo

Para Martínez, el periodismo es una actividad de trascendencia sociopolítica y cultural, que se desarrolla en el terreno de la comunicación, que “busca ofrecer informaciones, opiniones e interpretaciones sobre el acontecer público con el fin de brindarle a la gente elementos para la comprensión de su mundo y poder tomar sus propias decisiones con conocimiento de causa” (2016:15). Los objetivos básicos del periodismo (informar, interpretar, guiar y divertir), en la actualidad son delineados con mayor amplitud e incluyen contribuir al autoconocimiento de los miembros de una comunidad; promover la expresión ciudadana para el progreso social; vigilar el ejercicio público; el de colaborar para elevar el nivel educativo y cultural de las personas; y hacer más comprensible México y el mundo para armonizar las relaciones humanas (Martínez, 2016).

4.2 ¿Quién es periodista?

Llamamos periodista al profesional responsable de la información noticiosa que se dedica a esa función de tiempo completo (Hernández, 1998, en Martínez, 2016:17), y aquel que se distingue por tener el periodismo como su principal actividad profesional (Martínez, 2016). Esta

distinción es importante para poner en perspectiva y complementar la definición de Bowman y Willis sobre el periodismo ciudadano, misma que se sostiene desde lo general y que en el uso puede utilizarse para partir hacia la búsqueda de los rasgos más concretos:

Periodismo participativo: es el acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos que juegan un papel activo en el proceso de coleccionar, reportar, analizar y diseminar información. La intención de esta participación es suministrar la información independiente, confiable, exacta, de amplio rango y relevante que una democracia requiere (Bowman y Willis, 2003:9).

A pesar de que Bowman y Willis efectivamente refieren la participación del ciudadano en el ambiente digital, dado el volumen de producción global y la variabilidad de usos y prácticas que dentro de ese amplio matiz pueden incluirse en la esfera global de la información, por sí sola la definición es poco precisa para enmarcar las prácticas de periodismo ciudadano que presentan más consistencia y que tienden a establecer una rutina más o menos organizada en el intento de aproximarse a los procedimientos de la prensa tradicional (como puede ser la actividad constante en redes sociales, sitios web, transmisiones en vivo, cobertura de la agenda social, seguimiento de temas noticiosos varios, reuniones de planeación editorial, contacto con la audiencia, actuar como proveedores de material informativo, formar alianzas o realizar intercambio con otros medios informativos, entre otros).

Aunque ser periodista en México involucra criterios “subjetivos y nada objetivables”, cuyas atribuciones son otorgadas por cualquier empresa de noticias, Martínez señala para delimitar el oficio que periodista es aquel que participa de manera regular en la producción y difusión de informaciones a través de los medios de comunicación y que percibe una

remuneración por ello. Ser periodista “es arraigarse tres fidelidades: a la propia conciencia, al público y a la verdad” (Martínez, 2016:16).

Luego de desarrollar un estudio sobre ética periodística a partir del análisis de 70 códigos deontológicos en España, para Juan Carlos Suárez Villegas el periodista profesional se distingue de otros que participan de la transmisión automática de los hechos y procura elaborar la información con criterios de calidad que incluyen contrastación de fuentes, pluralidad, capacidad de contextualizar los acontecimientos, separar sus opiniones de los hechos, descartar rumores o especulaciones y mantener equilibrio informativo (Suárez, 2013:15). Por su parte, en plena efervescencia de la información y las herramientas digitales que caracterizaron la crisis del periodismo en el mismo país dentro del panorama de crecimiento de la participación ciudadana a mediados de la década del 2000, Juan Varela señala ocho aspectos que acechan al periodista (2004:20): el público, que rebasó su papel de espectador, las fuentes cada vez más poderosas que llenan el periodismo de publicidad y propaganda, los editores insatisfechos, la información devaluada y asediada las 24 horas del día, la profesión burocratizada precaria de calidad y recursos, la opinión extendida en la información, la tecnología y la saturación en la era de la abundancia.

Al analizar la profesión en ese escenario de crisis, que favoreció junto a las modificaciones al periodismo impulsadas por el concepto *we media* y la máxima que señala que el futuro de la información es más una conversación entre periodistas y público (Gillmor, 2004), Varela pregunta si la audiencia también puede ser considerada periodista, una vez que ejerce su derecho a la información a través de la red (Varela, 2004:29). La proliferación de comentarios, comunidades virtuales, blogs y actualmente las redes sociales, mantienen vigente el dilema de dar forma al flujo entrecruzado que se produce en la blogósfera y en este contexto, la pregunta

siguiente es ¿cómo se puede configurar una definición del periodismo ciudadano que incorpore al marco actual de participación y uso abierto de la tecnología, el espíritu original de la función profesional? Deuze señala que el futuro del periodismo ciudadano puede discutirse en términos de tres campos: desde la perspectiva de la industria que recurre a la creación de una experiencia con el consumidor (de la que la industria se beneficia económicamente y el usuario “participa”); desde la perspectiva de la audiencia que se independiza y comparte ahora la función de la figura del periodista; y desde la cultura de la convergencia que implica la colaboración entre ciudadanos comprometidos y periodistas profesionales para crear en conjunto la esfera pública desde sus zonas de influencia. Sin embargo, añade Deuze, las variantes del periodismo ciudadano son complejas y nada uniformes, lo mismo que los modelos de colaboración y coexistencia con el periodismo tradicional. Por tal motivo, la convergencia depende de los cambios culturales y del papel de ambas partes: los participantes deben comprender cómo operar en un entorno de producción de noticias compartido, de la misma manera que los periodistas deben desarrollar un sentido de reinención como partícipes de la construcción de la cultura (Deuze, 2009:255-264).

4.3 El periodismo ciudadano como alternativa a la crisis de credibilidad del periodismo

Maciá-Barber sostiene que a pesar del abismo que nos separa de la Edad Media (ideológico, político, religioso, social y técnico), el trabajo de los narradores de hoy no ha sufrido cambios radicales en sus fundamentos (Maciá-Barber, 2014:97-98). El planteamiento hace referencia a *Sobre las Relaciones Novellae* de Tobías Peucer, la primera tesis doctoral sobre periodismo, defendida en Leipzig el 8 de marzo de 1690, en la que se hace un compendio del concepto y las características de los que son considerados los primeros textos periodísticos

desarrollados en el siglo XVII (García Pinacho, 2010:153-154). Además, Maciá-Barber señala que el periodista contemporáneo está obligado a respetar dos principios: el rigor y la veracidad; requisitos no se han alterado porque las tecnologías hayan cambiado los medios de transmisión de la información, “así como tampoco ocurrió con el nacimiento de la radio y la televisión” (Maciá-Barber, 2014:98); aunque sí se experimenta, afirma, una transformación tecnológica encima de una crisis económica y una mutación del modelo de negocios, factores ambos que tienen impacto en la ética profesional. En este contexto emergen dos corrientes que modifican las rutinas de trabajo y la forma en la que una compañía periodística es entendida; la primera es la tendencia a introducir estándares éticos en los medios y la segunda es la creciente participación de ciudadanos en la creación de contenidos informativos (Singer et al., 2011, en Maciá Barber 2014).

Efectivamente estos desafíos y oportunidades han tenido desarrollos irregulares de acuerdo a geografías distintas. A diferencia de las grandes y medianas empresas de la comunicación, donde las rutinas se encuentran bien establecidas con un determinado grado de desarrollo, en las micro-regiones acostumbradas a relaciones de cacicazgo político-empresarial y a un periodismo clientelar, por ejemplo, la auto-regulación significa una fuerte posibilidad de que las iniciativas independientes se vuelvan más sólidas bajo un esquema de profesionalización y competencia, vía la introducción y socialización de sistemas de valores éticos aplicados para la adopción de mejores prácticas tanto en la producción de información como en la calidad del debate que éstas promueven. Mientras que el fenómeno general de la comunicación muda de las plataformas análogas a la *Web*, la perspectiva del periodismo ciudadano apunta a la proliferación de medios independientes, locales y de barrio.

Por su parte, durante la sesión 65ª de la Asamblea General de la ONU, Frank La Rue, añade que aunque no existe una definición universal del término periodismo ciudadano, se entiende que se trata de un periodismo independiente, a menudo realizado por aficionados, y difundido por medios modernos (principalmente Internet). “Las nuevas tecnologías han proporcionado un acceso sin precedentes a los medios de comunicación mundial, y, en consecuencia, han introducido nuevas vías para informar sobre los sucesos que ocurren en todo el mundo” (La Rue, 2010:11).

A menudo en la literatura académica se utiliza el término “periodismo participativo” (o *participatory journalism* por su uso en inglés) como sinónimo de periodismo ciudadano; esa es la denominación utilizada por Bowman y Willis y se refiere a la comunicación que ocurre entre el usuario lector y los medios de información (evoluciona desde las cartas al director en la prensa escrita, a los procedimientos de contacto por correo electrónico y redes sociales en la comunicación electrónica). Sin embargo es pertinente señalar entre esta práctica que es resultado de las dinámicas de interacción como forma de acercamiento promovida por los medios de comunicación con la audiencia (que se asocia a la mercadotecnia en contexto de crisis y competencia por mantener niveles de rating), y el periodismo ciudadano que puede obedecer a cualquier tipo de razones, motivaciones y procesos diferentes (como ejercicio de las habilidades profesionales, de participación social, como parte de proyectos efímeros, independientes, de auto-promoción, etc.).

Esta distinción, queda bien ilustrada con la manera en la que José Manuel Chillón define al periodismo ciudadano:

La necesidad ciudadana de participar en la construcción de la realidad social, mediante la incorporación de las opiniones de los ciudadanos a las informaciones construidas

profesionalmente o a través de la creación de espacios distintos y alternativos a las fórmulas tradicionales (Chillón, 2010:1-4).

4.4 Ética periodística y fundamentos deontológicos

De acuerdo a Raúl Omar Martínez, el periodismo es una actividad de trascendencia sociopolítica y cultural, inscrita en el terreno de la comunicación social, “que busca ofrecer informaciones, opiniones e interpretaciones sobre el acontecer público con el fin de brindarle a la gente elementos para la comprensión de su mundo y poder tomar sus propias decisiones con conocimiento de causa”; mientras que a la ética la define como una ciencia normativa y a la vez una rama filosófica que se forma de la práctica y reflexión sobre la conducta del sujeto para tomar las decisiones correctas. Como un conjunto de valores sistematizados, el espíritu organizado y trascendente en la ética, le otorga la propiedad de dictar el estándar moral interiorizado socialmente. Así, la ética periodística no se diferencia de la ética general, y una vez que los principios de rectitud están establecidos, tienen aplicación en el campo de la información (Martínez, 2016:9-28).

En el libro editado como obra póstuma, “Ética y autorregulación periodísticas en México” (2016), Martínez presenta un análisis de los mecanismos de autorregulación de organizaciones editoriales en México, que se habían hecho públicos a la fecha de imprenta del libro. Para ello, recurre a la revisión de las aportaciones antes desarrolladas por los autores Javier Darío Restrepo, Hugo Aznar y Ernesto Villanueva, así como a la revisión de 37 códigos deontológicos mexicanos. En el texto, la perspectiva académica de la “responsabilidad” es utilizada para iniciar la nota introductoria hacia la ética. De Rousseau a Kant, Weber, Hans Jonas, Herrán, Restrepo, Norbert Elias y Savater, Martínez sostiene que ya que el individuo tiene

conciencia de las consecuencias de sus actos, y por tanto, control y capacidad de elegir entre bien y mal, correcto o incorrecto, el sentido de la responsabilidad está ligado al ejercicio de las libertades:

Han de tomarse en cuenta dos condiciones aristotélicas en el ser responsable: *a)* que el individuo obre por voluntad y no bajo ninguna presión externa, y *b)* que su acto no sea producto de la ignorancia provocada por algo ajeno a sus propias decisiones previas (Martínez, 2016:39).

La responsabilidad implica elegir en conciencia y en libertad, prever consecuencias y posibles daños, tratar de comprender al otro, aprender del error y capacidad de respuesta racional (Martínez, 2016:39).

En este paralelo, desde la asunción personal de la responsabilidad y hacia la ética, de acuerdo a Ernesto Villanueva el término proviene de *ethos*, que significa el carácter, “el modo de ser a través de los actos y los hábitos” (Villanueva, 1996:6). La ética de la información, la ética periodística, el perfil ético del periodista, son un reflejo de cómo el profesional se ve a sí mismo y cuál es el sistema de valores que aplica al momento de recabar y difundir información, y que determina la forma en la que se relacionará con el público en términos del vínculo profesional.

Como control interior, la ética es una ciencia informativa que permite al periodista elegir entre varias opciones que se presentan de frente a su desempeño y comportamiento profesional. En ese sentido, “la no elección es una forma de haber elegido” dice Villanueva, y “la negación a elegir lo ético es inevitablemente una elección de lo no ético” (Villanueva, 1996:6). Citado por el mismo Villanueva, José María Desantes (1973), afirma que deontología es el “conjunto sistemático de normas mínimas que un grupo de profesionales determinados establece y que

refleja una concepción ética común o mayoritaria de sus miembros” (Desantes 1973, en Villanueva, 1996:7). Para Villanueva, deontología periodística puede definirse como:

El conjunto de principios éticos asumidos voluntariamente por quienes profesan el periodismo, por razones de integridad, de profesionalismo y de responsabilidad social. La deontología periodística implica para el informador un compromiso de identidad con el rol que juega en la vida social y una percepción amplia del valor que tiene la información como ingrediente de primera importancia para traducir en hechos concretos la idea de democracia (Villanueva, 1996:7).

En referencia a las ventajas y desventajas de los códigos deontológicos del periodismo, Hugo Aznar menciona que en la década de los 90, estos enfrentaron una oleada de crecimiento como si se tratara de una moda (Aznar, 1997:124). Su señalamiento crítico es congruente en 2010, cuando afirma que los estudios y la normatividad de la comunicación enfrentan la paradoja de que mientras se reconoce la importancia de reflexionar la normativa de los medios, la labor de investigación y docencia dedicada a estas cuestiones no suele recibir el reconocimiento debido. Como resultado, los estudios tienen escaso eco en la academia de la comunicación, y en el extremo de la paradoja, los foros académicos reproducen estas inconsistencias cuando caen en la repetición del mismo debate, sostiene Aznar. También se presenta indiferencia por parte de los profesionales, así como la separación entre la formación que se recibe en las universidades y el ejercicio periodístico (Aznar, 2010:78). El citado crecimiento en la cantidad de códigos experimentado a principios de los años 90 coincide con la mayor diferenciación laboral y funcional de las sociedades, la ola de corrupción económica y política de los años ochenta (Aznar, 1997:126), así como con el escenario de crisis de credibilidad que acompañó al

periodismo en esos años. Precisamente es el mismo escenario que sirve como telón de fondo al surgimiento del periodismo cívico.

El periodista es un profesional que cada vez más trabaja en la redacción, rodeado de grandes recursos técnicos, y alejado de quienes protagonizan sus noticias o las reciben. El trabajo se hace cada día más técnico y sujeto a rutinas y exigencias económicas que tienden a deshumanizarlo y a hacer perder de vista su dimensión personal. Esta va a ser la primera e importante función de los códigos deontológicos: permiten reconocer y asumir que el ejercicio de una profesión conlleva una serie de valores y obligaciones morales que deben acompañar y guiar su desempeño (Aznar, 1997:128).

Como resultado indirecto, hay un beneficio de la profesión al introducir un dinamismo dialéctico entre la conciencia ética y el debate profesional que promueve (Aznar, 1997:129). Lo mismo casi en los mismos años sostiene Jay Rosen cuando señala las características con las que debe identificarse al periodismo público: como un argumento, un experimento, un movimiento y un debate: “una conversación al interior y exterior de la prensa sobre el adecuado rol del periodismo en un tiempo problemático en las salas de redacción y la democracia” (Rosen, 1999:22-23).

Otra ventaja señalada por Aznar es que la vigencia de un código deontológico supone el compromiso de un colectivo profesional de guiar su actividad por pautas, criterios y principios morales, lo que aumenta el prestigio y la confianza en el colectivo y “donde existe y se cumple un código deontológico el poder político está especialmente deslegitimado” (Aznar, 1997:131).

Según la que podría llamarse “teoría tridimensional de la ética”, los profesionales tienen tres campos sobre los que deberían interrogarse: la responsabilidad hacia sí mismos, la responsabilidad hacia los compañeros de oficio, y la responsabilidad con la ciudadanía. Mientras

que en situaciones excepcionales es posible el no cumplimiento de alguno de estos principios, el periodismo se desenvuelve regularmente en condiciones normales dentro de la ley y los límites de los derechos de los ciudadanos (como el honor, la intimidad y la propia imagen), aunados a los de la obtención de la información por medios lícitos, bajo criterios de interés público y veracidad (Suárez, 2013:12).

4.5 La ética periodística frente a la ética ciudadana

Los principios éticos que sirven como eje para nuestro estudio, desprenden de la obra de Omar Raúl Martínez, para quien es necesario distinguir cinco valores éticos primordiales a partir de los que se desprenden los valores específicos. Estos son: 1) el apego a la veracidad; 2) la búsqueda de independencia; 3) la asunción de responsabilidad; 4) el compromiso de integridad profesional, y 5) el afán de servicio a la comunidad (Martínez, 2016:28). De Jürgen Habermas se retoma el concepto de acción comunicativa y la pretensión de validez que forma parte de la teoría de la acción comunicativa. Sus componentes son la veracidad proposicional, la rectitud normativa y la veracidad subjetiva.

4.5.1 El apego a la veracidad

En el sentido habermasiano, la acción comunicativa se orienta al entendimiento entre dos o más sujetos “capaces de lenguaje y de acción que entablan una relación interpersonal” y buscan coordinar de común acuerdo sus planes y acciones (Habermas, 1987a:124). El lenguaje es la herramienta con la que los sujetos negocian e intercambian definiciones compartidas de los tres mundos en los que interactúan: el mundo objetivo, el mundo subjetivo y el mundo social.

Cada uno de ellos refleja la relación del sujeto con los objetos exteriores, con su experiencia interna, y con la norma social, respectivamente. Ya que la comunicación se orienta a encontrar entendimiento, el hablante tiene que manifestar expresamente tres pretensiones de validez: que los enunciados dichos son verdaderos (verdad proposicional), que el acto del habla es correcto en relación con el contexto normativo vigente (rectitud normativa) y que la intención expresada coincide con lo que los hablantes piensan (veracidad subjetiva) (Habermas, 1987a:144), es decir, que la comunicación establecida es verdadera, que es correcta socialmente y que el hablante tiene credibilidad.

Como un proceso de comunicación bilateral intersubjetiva, ese compromiso que también es responsabilidad compartida por dos sujetos, apunta a la congruencia de los actos del habla con los tres mundos con los que el sujeto se relaciona: el mundo objetivo se refiere a todas las entidades sobre las que son posibles enunciados verdaderos; el mundo social en el que las relaciones interpersonales son legítimamente reguladas; y el mundo subjetivo, que contiene los juicios y las vivencias del hablante. Cualquiera que sea el sistema de lenguaje utilizado, “siempre partimos intuitivamente de la presuposición de que la verdad es una pretensión de validez. Si un enunciado es verdadero, es merecedor de un asentimiento universal, cualquiera que sea el lenguaje en que esté formado” (Habermas, 1987a:89-90). Si la pretensión de validez funciona como engranaje para la formación del consenso, esas pretensiones quedan aceptadas como hechos sociales (Habermas, 1987b:330).

Este concepto de Habermas corresponde con el primer principio de Martínez: el apego a la veracidad. Para Martínez el apego significa ajustarse a la fidelidad de los hechos con “exactitud, equilibrio e imparcialidad” (Martínez, 2016:30). Es el principio fundamental del periodismo en tanto que la audiencia asume el acuerdo (la convención social) de que lo que se le

informa tiene carácter de “real”; y sobre ese valor se construye la credibilidad y la legitimidad de la fuente. Si bien la filosofía podrá cuestionar la definición de lo “real”, y en ese sentido, la objetividad como su condición de representación, en la ética del periodismo lo que se defiende es la veracidad, es decir, la garantía de saber que el hecho ocurrió como está descrito y con apego al contexto. La veracidad toma en cuenta los valores de honestidad, equilibrio, exactitud, e imparcialidad (Martínez, 2016). María del Mar López Talavera, en su estudio “Fundamentos éticos de la prensa en América Latina”, define la verdad “como la concordancia objetiva entre lo que existe en la realidad y lo que nosotros pensamos, hablamos, decimos o escribimos”. Del periodista, es la fidelidad en la descripción de hechos que ha visto o conoce a través de testimonios o documentos (López, 1999:247-248).

4.5.2 La búsqueda de independencia

El segundo aspecto anotado por Martínez es la búsqueda de independencia, entendida como “una aspiración deseable para describir, analizar y comentar los sucesos con veracidad y responsabilidad, evitando la intromisión o interferencia” de actores políticos, empresas comerciales y organizaciones de cualquier tipo en el proceso informativo. La falta de independencia crea omisiones y sesgos hacia una postura u otra, en detrimento de la imparcialidad (Martínez, 2016:31). Para Habermas, este concepto se inscribe en la creación de consensos sin coacción a través del proceso de comunicación en dos sentidos: a nivel micro en el que se encuentran y entran los sujetos en negociación de significados, y en lo macro para articular el mundo de la vida social (la combinación de relaciones sociales desde una perspectiva constructivista). En la perspectiva de los miembros de la sociedad, el entendimiento no puede partir de un falso consenso persuadido por la fuerza (Habermas, 1987b:212-213).

4.5.3 La asunción de responsabilidad

De acuerdo a Martínez, la asunción de responsabilidad hace referencia a la capacidad de respuesta a las decisiones o consecuencias de las tareas informativas; en este apartado se antepone el bien social frente al individual. Implica ejercer adecuadamente el compromiso periodístico, así como asumir las decisiones propias frente a la ciudadanía, el medio informativo y las fuentes noticiosas. En la asunción de responsabilidad se integran los siguientes valores: respeto, sensibilidad, tolerancia, principio de humanidad, ecuanimidad y espíritu de justicia (Martínez, 2016:32-34). Habermas se refiere a un elemento con un efecto similar cuando describe la racionalidad comunicativa: es capaz de responder de sus actos, aquel miembro “racional” de una comunidad que orienta su acción e “interpreta sus necesidades a la luz de los estándares de valor aprendidos en su cultura”, con una actitud reflexiva, y dispuesto al entendimiento (Habermas, 1987:39-42). Establecidos los límites de la moral interiorizada, el ejercicio de la responsabilidad surge como la forma material de la ética, del individuo hacia sí mismo y hacia la sociedad. En ella la ética logra cohesión porque la responsabilidad está ligada en sentido ideal, sin coerción, hacia el mundo objetivo, subjetivo y social habermasiano; a la veracidad del acontecimiento, hacia el auto-concepto del periodista y hacia las pautas de convivencia social normadas por la ley.

La responsabilidad del periodista recarga en estar consciente de la influencia que se puede ejercer en la población. De acuerdo a Habermas, los actores que plantean pretensiones de validez tienen que renunciar a prejuzgar los contenidos de la relación entre lenguaje y acción, entre los medios de comunicación y aquello sobre lo que la comunicación designa (Habermas, 1987a:79).

Cuando se vinculan los fundamentos éticos que guían la pretensión de validez en la teoría de la acción comunicativa, se intenta plantear que el periodista ciudadano al mismo tiempo que periodista, participa de procesos de construcción social como ciudadano. Así se tiende el puente desde una interpretación de actividades de comunicación, hacia la participación con una perspectiva sociológica; entonces el periodismo ciudadano puede ser analizado desde ambas perspectivas. Con ello se busca una integración disciplinar que permita analizar las prácticas, percepciones, valores, procedimientos y otras manifestaciones en el desarrollo del periodismo ciudadano, como ruta alternativa al enfoque comparativo con el que se ha caracterizado su perfil en perspectiva con el periodismo tradicional; entendemos que con alrededor de 20 años de existencia, de esa comparación desigual no podría salir bien librado, y sin embargo ha tenido participación sobresaliente en algunos difíciles apartados de la actualidad.

4.5.4 El compromiso de integridad profesional

El compromiso de integridad profesional lo define Martínez como la suma de valores como la rectitud, la honradez, el profesionalismo y la probidad, que una persona hace suyos para responder de manera asertiva y ética. Para Martínez, la integridad profesional en el periodismo reafirma el carácter general de la ética expresada en el actuar del sujeto. Está implícito que si existe una práctica ética sólida, el periodista no trabaja en contra de sus convicciones, tiene respeto hacia la empresa, fuentes y audiencia, no participa de la corrupción, es imparcial ante intereses, antepone el bien social, se preocupa por mantener la credibilidad, no busca privilegios, y no explota su posición para el beneficio personal, entre otras manifestaciones (Martínez, 2016:32). El profesionalismo es la voluntad por fomentar el desarrollo de las condiciones de tipo técnico, ético y académico o intelectual para el ejercicio de sus funciones. Ya que ser

profesional significa comprometerse con una construcción personal “interminable”, de forma permanente se procurará la más alta calidad en el oficio. También precisa de la congruencia, rectitud, amor propio, humildad y credibilidad. Otro rasgo del ser profesional implica el desempeño diario y la adquisición de herramientas por medio de la capacitación y especialización, un tema que en la actualidad cobra una dimensión central (Martínez, 2016:34).

4.5.5 El afán de servicio

El compromiso que el periodismo cumple con la sociedad al proporcionar información de utilidad para el desarrollo de la vida pública, es mediado por la ética y se activa con el ejercicio responsable. En el afán de servicio, se encuentra la intención de ofrecer distintas informaciones de utilidad para que la audiencia comprensa y decida sobre su entorno; adicionalmente, implica brindar contenidos periodísticos “sobre sus derechos y obligaciones, con el objetivo de que tengan elementos para ejercerlos en beneficio de sí mismos y de su comunidad” (Martínez, 2016:34). La conducta profesional es orientada por el bienestar común, la solidaridad, la cooperación, la perseverancia y el amor al otro: al público lector, oyente, televidente y cibernauta (Bennett, 2001, en Martínez, 2016:36).

4.6 La definición del periodismo público

En 1994, durante una reunión en el *American Press Institute*, Jay Rosen comparte una definición muy abierta del periodismo público que no debe ser tomada a mal; después de todo, viene de uno de sus fundadores: “The most important thing anyone can say about public journalism I will say right now: we're still inventing it. And because we're inventing it, we don't

really know what 'it' is" (Rosen, 1999:6). El pragmatismo de Rosen también se muestra en otra definición, publicada en su blog *Press Think* el 27 de junio de 2006: "Cuando las personas antiguamente conocidas como la audiencia utilizan las herramientas periodísticas que tienen a su alcance para informarse entre ellos, eso es periodismo ciudadano" (Rosen, en Espiritusanto y Rodríguez, 2011:13). Ese pragmatismo está también presente cuando Merritt se refiere al periodismo público como una teoría en busca de una práctica, mientras que el periodismo ciudadano había surgido como una práctica en busca de una teoría (Merritt, en Rosenberry y St John, 2009:10).

La versión más completa, la que es considerada la exposición de motivos más clara del periodismo público, data de 1999. En ella aparece el periodismo público como un movimiento dotado de una ética propia:

Public journalism is an approach to the daily business of the craft that calls on journalists to (1) address people as citizens, potential participants in public affairs, rather than victims or spectators; (2) help the political community act upon, rather than just learn about, its problems; (3) improve the climate of public discussion, rather than simply watch it deteriorate; and (4) help make public life go well, so that it earns its claim on our attention (Rosen, 1999:22).

Los primeros experimentos del periodismo público ocurridos alrededor de 1993, deben entenderse al menos en cinco formas (Rosen, 1999):

1. Como un argumento, una forma de pensar sobre lo que los periodistas deberían estar haciendo.
2. Como un experimento, una forma de hacer periodismo que corresponde con el argumento y que se ha intentado en cientos de comunidades a través del país, mientras los

periodistas intentan romper las rutinas establecidas y hacer un diferente tipo de contribución a la vida pública.

3. Como un movimiento, una amplia red de periodistas, ex periodistas, académicos, investigadores, fundaciones, *think tanks* y otros que quieren contribuir a levantar el espíritu de libertad.
4. Como un debate, una conversación al interior y exterior de la prensa sobre el adecuado rol del periodismo en un tiempo problemático en las salas de redacción y la democracia.
5. Como una aventura, una búsqueda experimental por otro tipo de prensa.

Con Jay Rosen al frente, el periodismo público a menudo fue clasificado por la prensa conservadora como una forma de activismo. Por esa razón, además de la organización de proyectos que involucraban a la audiencia, presentaciones en foros académicos y el debate general promovido, este género contiene un componente ético orgánico y visible como el leitmotiv de la acción.

De la definición de Rosen, en el estudio se retoman cuatro aspectos: el argumento (que corresponde con la ética); el experimento (que se refiere a la práctica por una renovación de las rutinas y la agenda de los medios); el movimiento (que organiza a los participantes en la promoción ética y profesional) y el debate (que pone en discusión la función social del periodismo)

CAPÍTULO V. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Descripción del diseño metodológico

Con el fin de responder las preguntas de investigación e hipótesis, se plantea la realización de un estudio mixto por medio de encuesta y entrevista de profundidad, con una perspectiva interdisciplinar que se integra desde la sociología y la comunicación para obtener una lectura que aborda la ética periodística en la práctica del periodismo ciudadano, contextualizado como una forma de participación social. Operativamente, las categorías y subcategorías (fase cualitativa), así como las variables e indicadores (fase cuantitativa), se enlazan a la integración entre los parámetros de la ética periodística (Martínez, 2016), los conceptos de la teoría de la acción comunicativa (Habermas, 1987) y las características del periodismo público (Rosen, 1999) (Tabla 5.1.1).

Tabla 5.1.1 Variables y categorías del estudio

Variable/Categoría	Indicador/Subcategoría
Valores éticos	Apego a la veracidad
Perfil profesional	Responsabilidad
Productividad	Independencia
	Compromiso profesional
	Afán de servicio

Fuente: elaboración propia.

El propósito del es explorar los valores éticos, perfil profesional y productividad con los que el periodista ciudadano se aproxima al ejercicio profesional mediante el uso de tecnologías digitales. La percepción construida alrededor de estos principios es abarcativa de la forma en la que el periodista se relaciona con la estructura del Estado y el poder político. A través de estos mismos principios también se apunta a establecer un patrón coherente de participación social a partir de los valores que expresa y de la agenda de temas que atiende el periodista ciudadano

(desde sus preferencias, simpatías o animadversiones). Para el análisis de los datos se utilizará la Teoría Fundamentada.

Sobre el enfoque cuantitativo o cualitativo, se recurre a un estudio mixto debido a que la combinación de estrategias ofrece la posibilidad de analizar el fenómeno adaptándose a las necesidades, contexto, circunstancias, recursos, y al planteamiento del problema (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014:534). Mientras el estudio avanza, será posible explicar los valores éticos del periodista ciudadano en términos de porcentajes y concentrados numéricos, así como por la sistematización de percepciones, juicios y opiniones de los entrevistados. En conjunto, la combinación de herramientas hará posible la comparación y triangulación de resultados.

El presente estudio es considerado bajo el rubro de investigación no experimental, ya que no manipula variables y pretende observar los fenómenos tal como ocurren en su contexto. De igual forma, ya que no se evaluará la evolución de las variables a través del tiempo, el diseño es transversal o transeccional (se centra en analizar el nivel de una o varias variables, evaluar un fenómeno o contexto en un punto del tiempo, ubicar la relación entre un conjunto de variables) y descriptivo (Hernández, et al., 154-155).

El diseño se plantea como mixto secuencial, a través del estudio de caso, de alcance descriptivo, bajo las técnicas de encuesta y entrevista de profundidad (semi-estructurada). El tipo de muestra es intencional o de conveniencia. A diferencia de la muestra probabilística, el estudio está definido dentro del tipo no probabilístico, pues la elección de las unidades de observación depende de los criterios que el investigador establece sobre la base de los propósitos de la investigación (Johnson, 2014, Hernández et al., 2013 y Battaglia, 2008b, en Hernández et al, 2014). Su ventaja está determinada por la utilidad en los diseños que no requieren representatividad de la población objetivo, sino una selección rigurosa de los casos a estudiar con

la mira puesta en el planteamiento del problema; para ello, al definir el plan para la recolección de datos se deben considerar las variables, conceptos y atributos por medir, así como las definiciones operativas establecidas, la muestra y los recursos a disposición (Hernández et al, 2014:190).

En complemento, para Cea D'Ancona el método de muestreo no probabilístico que puede también aplicarse en la investigación mediante encuesta, no tiene fines inferenciales ni busca proporcionalidad de la muestra, sino acceder a unidades de la población que pueden proporcionar información útil sobre el tema de estudio. “La selección de la muestra se rige por criterios ajenos al azar: la tipicidad, la conveniencia o la pertinencia, la oportunidad y la disponibilidad o la accesibilidad” (D'Ancona, 2004:171). Con base en la categorización de Cea D' Ancona y que es paralela a lo que sostienen Hernández et al., el estudio sigue el método de muestreo no probabilístico de “juicio”, llamado así porque el investigador aplica su propio criterio en la elección de la muestra. Su elección depende de la creencia de que pueden aportar información relevante para los objetivos de la encuesta. Han de ser informantes heterogéneos (que representen distintos puntos de vista sobre el problema de investigación) y "accesibles" (que quieran hablar); mientras en muestras aleatorias de pequeño tamaño, el error muestral se dispara, en muestras en número inferior a 30 casos, el muestreo estratégico puede favorecer la obtención de información más relevante que la de una muestra del mismo tamaño al azar, aunque la finalidad no deberá buscar la representatividad estadística (D'Ancona, 2004:171).

Dadas las características del universo reducido que presenta el periodismo ciudadano en Sonora, y cuyas características se describen más adelante en este documento, podemos considerar que la muestra definida otorga confiabilidad al estudio ya que se trabaja muy cerca

del universo disponible para observación. En el Anexo 1 se incluye el diseño de la encuesta por aplicar en la primera etapa; la guía para entrevista de profundidad aparece bajo el Anexo 2.

Tabla 5.1.2 Diseño metodológico de la investigación

Diseño	Tipo de investigación	Enfoque
Mixto secuencial	Descriptiva	Estudio de caso
Muestra	Tipo de muestra	Metodología
No probabilística	Intencional	Encuesta y entrevista de profundidad semi-estructurada

Fuente: elaboración propia.

5,2 El estudio mixto

El enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio, para responder a un planteamiento del problema o a preguntas de investigación (Poblete, 2013); un estudio mixto puede llegar más allá pues se desarrolla desde el planteamiento del problema, la recolección y el análisis de los datos hasta el informe del estudio (Tashakkori y Teddlie, 2013, en Poblete 2013).

De acuerdo a Greene, Caracelli y Graham, los estudios mixtos presentan 5 propósitos (1989:259).

1. Triangulación. Búsqueda de convergencia, corroboración y correspondencia de resultados de los diferentes métodos.
2. Complementariedad. Busca la elaboración, mejora, ilustración y clarificación de los resultados de un método con los resultados del otro.
3. Desarrollo. Intenta utilizar los resultados de un método para ayudar a desarrollar y dar sustento al otro método, donde el desarrollo se interpreta ampliamente para incluir muestreo e implementación, así como las decisiones de medición.

4. Iniciación. Busca el descubrimiento de opciones entre la paradoja y la contradicción, las nuevas perspectivas de los marcos, el replanteamiento de las preguntas o los resultados de un método con preguntas o resultados del otro.
5. Expansión. Trata de ampliar la amplitud y el rango de la investigación utilizando diferentes métodos para diferentes componentes del estudio.

Para el diseño se optó por un modelo secuencial (Hernández, et al., 2014), con el que se corroborarán y validarán datos cruzados obtenidos con las técnicas cuantitativas y cualitativas seleccionadas (encuesta y entrevista de profundidad semi-estructurada a periodistas ciudadanos). Por las características del tema de investigación, la elección de estas técnicas aplicadas dentro de un modelo de estudios mixtos, permitirá dotar de solidez a la estructura flexible que permite el enfoque cualitativo, en combinación con las ventajas de la herramienta cuantitativa para la confirmación, concentración e interpretación de los datos agrupados. La aproximación cuantitativa al fenómeno permitirá la identificación de variables numéricas, constantes, gráficas, y su organización en modelos; el acercamiento cualitativo aportará la descripción más amplia de las tendencias encontradas.

La triangulación, la expansión o ampliación, la profundización y el incremento de evidencia mediante la utilización de diferentes enfoques metodológicos nos proporcionan mayor seguridad y certeza sobre las conclusiones científicas. Además, si se emplean dos métodos con fortalezas y debilidades propias que llegan a los mismos resultados, aumenta nuestra confianza en que éstos son una representación fiel, genuina y fidedigna de lo que ocurre con el fenómeno considerado (Todd y Lobeck, 2004, en Hernández et al., 2014:537).

5.3 El estudio de caso

Los estudios de caso pueden definirse como aquellos que utilizan los procesos de investigación cuantitativa, cualitativa o mixta y que analizan profundamente una unidad para responder al planteamiento del problema, probar hipótesis y desarrollar alguna teoría (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008). El estudio de caso es considerado una clase de diseño, tal como los experimentales, no experimentales y cualitativos; un diseño etnográfico, un asunto de muestreo o un método (Hernández et al., 2014).

En ocasiones, los estudios de caso utilizan la experimentación, es decir, se constituyen en estudios pre-experimentales. Otras veces se fundamentan en un diseño no experimental (transversal o longitudinal) y en ciertas situaciones se convierten en estudios cualitativos, al emplear métodos cualitativos. Asimismo, pueden valerse de las diferentes herramientas de la investigación mixta (Hernández et al., 2014:164).

Se entiende por la estrategia de investigación basada en el estudio de caso, aquella que puede recurrir a diseños metodológicos que combinan procedimientos cuantitativos y cualitativos, “y que tiene por objetivo la construcción de teoría de diferente alcance y nivel, para interpretar y explicar la vida y organización social” (Yin, 1994; Meyer, 2001; Eisenhardt, 1989; y Dooley, 2002; en Neiman y Quaranta, 2006:223).

En el presente estudio, se eligió el periodismo ciudadano como fenómeno, y en la ruta de trabajo se investiga a sujetos de perfiles diferentes que acumulan una experiencia diversa en ese campo. Con este método de trabajo se trata de reunir una variada densidad de características para distinguir en ellas las similitudes y diferencias. El hecho de confrontar, por ejemplo, las referencias teóricas, contextuales y académicas, ya proporciona un marco de comparación para

dirigir la exploración hacia un conocimiento que se promedia entre los datos y su interpretación conceptual.

Guillermo Neiman y Germán Quaranta (2006), señalan que en la historia de los estudios de caso se distinguen los desarrollos surgidos en la antropología, de aquellos originados en la sociología. Mientras otras técnicas como la observación participante ha sido utilizada para la investigación en el estudio de casos, el conocimiento del campo profesional fue útil para entender y descartar técnicas e instrumentos de levantamiento, a la vez que permitió reflexionar el perfil de los seleccionados para el presente estudio. Tal vez una técnica narrativa o biográfica hubiera proporcionado acceso profundo a las percepciones del sujeto; sin embargo se intenta medir el periodismo ciudadano en términos que faciliten su comparación con el periodismo tradicional, razón por la cual establecimos los valores éticos como una aproximación que definiera el comportamiento del periodismo ciudadano y que también funcionara como una medida aproximada del desempeño profesional. En este caso, el análisis a la luz de los principios éticos que han sido estudiados en México, Latinoamérica y Europa, brinda al estudio un marco común para la comparación de resultados; de la misma forma, abre la puerta para la claridad en la definición de categorías y variables a partir de los estudios ya existentes mencionados. También cabe destacar que los análisis referidos han sido trabajados alrededor del periodismo tradicional y no concretamente sobre periodismo ciudadano.

Los antecedentes de investigación empírica cualitativa se asocian con las preocupaciones surgidas en países de Europa cuando diferentes estudios recurrieron a técnicas como la observación, la entrevista y a la consulta a personalidades para obtener y sistematizar información. La crítica al reduccionismo de la sociología cuantitativa y el desarrollo de las metodologías cualitativas, condujeron luego a la revaloración de los diseños de investigación

cualitativos a partir de los años sesenta (Hamel, Dufour y Fortin, 1993; Guber, 1991; Savoye, 1994; y Forni, 1992, en Neiman y Quaranta, 2006). Desde que se inició el diseño del presente estudio, se ha tenido en consideración que una metodología cualitativa arrojaría datos que de primera mano no constan en el dato cuantitativo. Y al igual, un dato que expresa una percepción personal, un relato o una experiencia, tendrá una naturaleza metodológica distinta a la certeza de los datos que ofrece un colectivo de personas agrupado en porcentajes y delimitados con precisión por medio de encuestas. De esta forma es que el método mixto permite discurrir entre el dato porcentual y la percepción, entre la pregunta concisa y el relato verbal.

Además, el conocimiento por experiencia en periodismo ha resultado de utilidad para buscar captar la complejidad del fenómeno entre la historia personal de los sujetos bajo estudio y la confiabilidad del método, sin desperdiciar el detalle y la representatividad de las cifras en la combinación cualitativa-cuantitativa. Como estrategia de investigación empírica (Tashakkori y Teddie, 1998, en Neiman y Quaranta, 2006), el estudio de caso defiende el uso combinado de métodos y de procedimientos de investigación y permite combinar procesos inductivos y deductivos, que se orientan tanto a captar aspectos subjetivos y objetivos de la vida social, y considera que no existe única y definitiva verdad sobre el mundo exterior: “Las variedad fuentes de información utilizadas (observación, entrevistas, documentos, etc.) se orientan a captar y describir la complejidad de los fenómenos y su contexto con la mayor riqueza, respetando la mirada de los actores sociales involucrados” (Neiman y Quaranta, 2006:220), y pueden recurrir a múltiples fuentes de información, procedimientos de análisis, y formulaciones teóricas como punto de partida (Yin, 1994, en Neiman y Quaranta, 2006:223).

El caso de estudio puede referirse a un hecho, un grupo, una relación, una institución, una organización, un proceso social, o una situación o escenario específico, a partir de la elección

subjetiva que se conforma como tema o problema de investigación (Neiman y Quaranta, 2006:218). Particularmente, se construye conocimiento general del fenómeno bajo estudio desde múltiples perspectivas individuales. Aunque los estudios de caso se enfocan en un número limitado de hechos y situaciones, dicen Neiman y Quaranta, son abordados con profundidad para su comprensión holística (2006).

5.4 La entrevista de profundidad

Por entrevista de profundidad se entenderán los diferentes encuentros cara a cara entre investigador e informante, dirigidos hacia la comprensión del informante respecto a su vida, experiencias o situaciones en sus propias palabras; siguen el modelo de una conversación entre iguales y se puede diferenciar en tres tipos (Taylor y Bogdan, 1987:102-104).

1. Historia de vida o autobiografía sociológica. El investigador indaga las experiencias destacadas en la vida del sujeto y las definiciones que esa persona aplica a las mismas.
2. El segundo tipo se dirige “al aprendizaje de acontecimientos que no se pueden observar directamente”, el interlocutor es el informante; debe describir lo que sucede y el modo en que lo percibe.
3. El tercer tipo de entrevista cualitativa tiene el fin de proporcionar una descripción amplia de escenarios, situaciones o personas; se utilizan para estudiar a un gran número de personas en un corto lapso de tiempo.

Además, las entrevistas pueden tomar muchas formas entre el mayor grado de especificidad o las más abiertas; la más común es la entrevista semi-estructurada, la cual se guía a partir de un conjunto de preguntas básicas, aunque la redacción o el orden de las preguntas no se haya predeterminado (Erlandson et al 1993, en Valles, 1999:178-179).

De acuerdo a Taylor y Bogdan, la entrevista de profundidad es adecuada cuando los intereses de la investigación están bien definidos; cuando los escenarios o las personas no son accesibles de otra forma; cuando el investigador tiene tiempo limitado; y cuando se quiere esclarecer la experiencia humana subjetiva. Su desventaja es que los datos que se extraen son enunciados verbales susceptibles a las mismas imprecisiones que aparecen en cualquier conversación (Taylor y Bogdan, 1987). En el caso de los objetivos planteados en el presente estudio, la encuesta y entrevista aparecen como la combinación de técnicas adecuadas para indagar complementariamente el dato y la percepción.

Según Miguel Valles, en comparación con otras técnicas (como la lectura de documentación y observación participante), las ventajas de la entrevista de profundidad son su riqueza informativa (intensiva, holística, contextualizada y personalizada); la posibilidad de indagación incluso por caminos no previstos; su flexibilidad, diligencia y economía; el contrapunto cualitativo de resultados cuantitativos; la accesibilidad que permite a información difícil de observar; y que es preferible por su intimidad y comodidad. Por otro lado, las desventajas que presenta son: el factor tiempo (no siempre se presenta); los problemas potenciales de reactividad, fiabilidad, validez; la falta de observación directa o participada; y la carencia de las ventajas de la interacción grupal (Valles, 1999:198). Reseñado por Valles, Dexter señala tres condiciones para utilizar la entrevista: (1) en consideración del tema de investigación, que se hayan revisado técnicas alternativas con seriedad; (2) que la selección de la técnica se base en las cuestiones a investigar y no al revés; y (3) que las inferencias basadas en las entrevistas puedan someterse a una prueba basada en el rigor (Dexter, 1970, en Valles 1999:199).

De acuerdo a Valles, la utilización de entrevistas de profundidad tiene fines de contrastación, ilustración o profundización de información obtenida con otras técnicas cualitativas o cuantitativas. Entre los campos para los que la entrevista resulta útil está el estudio de representaciones sociales personalizadas: sistemas de normas y valores asumidos, imágenes y creencias prejuiciales, códigos y estereotipos cristalizados, rutas y trayectorias vitales específicas (Alonso, 1994, en Valles, 2000:203).

5.5 La encuesta

María Ángeles Cea D'Ancona (2004:13) afirma que en la metodología cuantitativa, la encuesta sigue siendo la estrategia más popular en la investigación social, debido a sus posibilidades para obtener información de un conjunto amplio de la población.

La encuesta se presenta como la estrategia de investigación caracterizada por la aplicación de un procedimiento estandarizado para la obtención de información (oral y/o escrita), de una muestra amplia de sujetos. La muestra debe ser representativa de la población de interés. La información se limita a la delineada por las preguntas que componen el cuestionario precodificado diseñado al efecto (D'Ancona, 2004:28).

Entre sus características principales, destaca su adecuación al estudio de un número amplio de temas: aspectos objetivos (de hechos) y subjetivos, no directamente observables (actitudes, valores, opiniones), del presente, pasado y futuro; además, ya que la información se obtiene y restringe a la información verbal o escrita proporcionada el encuestados, se requiere su comprobación para mantener el margen de fiabilidad de la información recabada (D'Ancona, 2004). La encuesta también favorece el trabajo de campo cualitativo al identificar los casos

relevantes e irrelevantes para ser analizados en la fase cualitativa, para la generalización de las observaciones de campo, así como para verificar las interpretaciones de campo, y aclarar las observaciones mal interpretadas o inexplicables (Sieber, 1973, en D'Ancona, 2004:32).

5.6 Descripción del universo

Al margen de los criterios de inclusión o exclusión, el número de periodistas en Sonora que pueden ser considerados como independientes o ciudadanos, de tal manera que funcionen como informantes clave, es muy bajo. Aunque no hay una cifra reconocida o un estudio que avale los datos, pueden ubicarse alrededor de 30 casos en todo el estado de Sonora.

El número mayor de periodistas ciudadanos en Sonora forma parte de proyectos organizados como colectivo, en la ciudad de Hermosillo y Nogales. Libera Radio, que en su origen en el año 2012 tuvo a 13 personas que participaron como fundadores, ahora está integrado por 6 miembros activos. En Política y Rocanrol Radio (PRR), que obtuvo su permiso legal de transmisiones en el 2015, el proyecto ha sido gestionado por 2 personas. Aunque en su estructura se ha incorporado un número mayor de colaboradores, estos son únicamente satelitales y no muestran las características más sólidas en cuanto a experiencia y constancia de sus fundadores.

En la radio por Internet Borderlínea, del municipio de Nogales, se presenta una situación similar a la de PRR ya que los colaboradores han sido irregulares al enfrentar la radio distintos procesos de reorganización. Actualmente participan 4 personas. Alrededor de estos equipos de trabajo (Libera Radio, PRR y Borderlínea), se ha agrupado otra cantidad no determinada de colaboradores, que realiza actividades principalmente de locución y conducción de espacios radiofónicos. Un caso distinto es el de proyectos personales con rúbrica de marca, tanto en los municipios de Hermosillo y Caborca. Tal es el caso del blog Mujer Sonora, Vigilia Sonora,

Irredentos Parias, Voz en Tinta, Glas Silva TV y Noticias de Caborca. Un sector más amplio lo representan ciudadanos independientes que participan al interior de movimientos ciudadanos como líderes de opinión y utilizan sus perfiles personales en redes sociales para difundir información de interés público. Entre ellos se encuentran el grupo feminista Marcha de las Putas y los grupos representantes de la comunidad LBGT, Sonora Pride y Diverciudad.

Movimientos sociales más amplios como el Movimiento Ciudadano por la Justicia 5 de Junio, no fue considerado en el estudio ya que su línea de acción se desarrolla de forma mucho más amplia en un nivel de gestión legal por tratarse de un caso aún en definición. En vista de lo anterior, el muestreo intencional o de conveniencia resulta más adecuado buscando la mayor representación, experiencia, diversidad y calidad de la información. La proporción de efectividad al recibir la encuesta con sus respuestas fue de 20 cuestionarios recibidos, contra 12 casos en los que no se obtuvo respuesta (1 en Nogales, 1 en Cajeme, 1 en Cananea y 9 en Hermosillo; además el único caso considerado en el municipio de Caborca fue descartado porque el informante enfrentó una cuadro médico de diabetes durante los tiempos en los que se realizó el levantamiento de datos).

5.7 Descripción de la muestra y representación social

La selección de informantes se conduce por un planteamiento conceptual que intenta ver el fenómeno en los diferentes aspectos, en diferentes momentos y lugares. El objetivo es describir las condiciones bajo las que opera la teoría, y no en base a la generalización de resultados (Miles y Huberman, 1994, en Valles, 1999:90). Ya que los resultados funcionan solo para describir situaciones en las que las condiciones del estudio son muy similares, el presente estudio no apunta a encontrar las características ideales del periodismo, sino a describir la forma

particular de expresión que cobra en el tiempo y espacio del que se ocupa. En total se aplicaron 20 encuestas a periodistas ciudadanos en los municipios de Hermosillo y Nogales; posteriormente, se condujeron 7 entrevistas de profundidad a una selección de periodistas ciudadanos. La combinación de las herramientas de levantamiento integra un panorama complementario para la investigación en función del bajo número de periodistas clasificados en nuestros criterios de inclusión, así como a la diversidad de perfiles dentro de la misma representación social, como se describe más adelante. Es oportuno mencionar, que la diversidad de perfiles referida permitió obtener variabilidad en las respuestas de acuerdo a la formación y experiencia de cada participante, con diferentes grados desde la práctica amateur, académica y por experiencia profesional.

5.8 Criterios de inclusión

Entre las características más notorias, las siguientes son consideradas para definir el perfil del periodista ciudadano: a diferencia de la inmensa mayoría de producción informativa en impreso, radio y televisión, su agenda es no oficialista y realizan una observación crítica de la administración pública; en distinta medida combinan formación profesional o amateur, que es producto de su participación en talleres de periodismo, estudios académicos inacabados, por experiencia laboral, o interés y habilidades personales; su labor es frecuente, casi constante; y tienen otra fuente de ingresos, de manera que el ejercicio del periodismo ciudadano no es su fuente de subsistencia. Han quedado fuera de la selección, aquellos medios alternativos que dan prioridad a géneros híbridos como la crónica y a la cobertura de la fuente cultural y eventos artísticos, los cuales, aunque son relevantes, no tienen participación en la agenda social y ciudadana.

Tabla 5.8.1 Criterios de inclusión y exclusión de la investigación

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Manejo de la agenda social	Ciudadanos que producen información ocasionalmente.
Cobertura no oficialista	Medios alternativos del tipo “revista”.
Son independientes	Medios orientados en arte, cultura y literatura.
No mantienen convenios publicitarios con instancias de gobierno	Medios que no cubren la agenda social.
Utilizan redes sociales o blogs propios	
Su labor es constante	

Fuente: elaboración propia.

5.9 Diseño de instrumentos para las fases de levantamiento

Con la ética como clave de integración, el análisis es elaborado desde categorías contenidas en los valores primordiales de la ética periodística que establece Omar Raúl Martínez (búsqueda de veracidad, responsabilidad, independencia, compromiso de integridad profesional y afán de servicio; Martínez, 2016), los cuales se enlazan con los conceptos de la pretensión de validez de la teoría de la acción comunicativa (Habermas, 1987a), y los elementos que componen la definición del periodismo público (Rosen, 1999). Para el levantamiento de información se realizó una adaptación de los instrumentos (encuesta y guía de entrevista de profundidad), utilizados en el estudio “Ética y excelencia informativa” (Barber y Damas, 2010), así como de la II encuesta nacional de libertad de expresión y acceso a la información en Colombia, realizada dentro del Proyecto Antonio Nariño (2013).

5.9.1 Fase cuantitativa: diseño de la encuesta

El cuestionario cuenta con 34 preguntas divididas en 3 bloques: perfil profesional, valores éticos y agenda productiva. La escala de medición es de tipo Likert, con 5 opciones de respuesta.

Cuando se trata de preguntas cerradas, se opta por respuestas de opción simple (Sí/No). Por su parte, la guía de entrevista de profundidad contiene 30 preguntas.

Para llegar a la definición del instrumento, se realizó una prueba de aplicación en la que se verificó la congruencia entre los datos, objetivos y las preguntas de investigación, así como posibles problemas de redacción y claridad al entender las ideas centrales, redundancia de datos, carencias o dispersión en las opciones de respuesta. Una vez aplicada la prueba, para realizar los ajustes se tomó en cuenta la redacción del cuestionario, la idoneidad de la muestra, la variabilidad de la población respecto al tema de estudio, la adecuación del método de encuesta para la recogida de información, la codificación de las preguntas, el costo aproximado del trabajo de campo en términos económicos y temporales y el plan de análisis (D´Ancona, 2004:39). Después de la aplicación y evaluación de resultados se identificaron algunas áreas en las que el instrumento podría mejorar su rendimiento: preguntas innecesarias no alineadas con los objetivos, uso de términos confusos que dificultaban la respuesta del informante, codificación compleja de los reactivos que dificultan la respuesta del informante y la interpretación de resultados.

5.9.2 Fase cualitativa: diseño de la guía de entrevista

Una vez desarrollada la fase cuantitativa, esa experiencia sirvió para mejorar la elaboración de la guía de entrevista, considerando que el instrumento resultante respondiera a las preguntas de investigación. En esta fase se tomó en consideración que la naturaleza de las respuestas pudiera sea amplia y abarcaran los criterios principales del estudio (la ética y los juicios sobre clima social y participación ciudadana). De igual forma, una serie de preguntas que destacaron por los resultados en la fase cuantitativa marcaron la línea para pulir la guía. Aunque

se habían previsto posibles respuestas, tendencias claras que emergieron en los porcentajes permitieron elaborar las preguntas para profundizar las percepciones sobre aquellos. Concretamente, las preguntas sobre favorecer a los segmentos marginados, la confianza en las fuentes informativas y el ideario político de los periodistas ciudadanos, fueron útiles para establecer los temas por ampliar durante la entrevista.

5.10 Procedimiento para el análisis de los datos

5.10.1 El análisis de los datos cuantitativos

Al tratarse de un estudio de caso, de tipo mixto, y dada la falta de resultados que al buscar investigaciones similares que abordaran la rutina productiva y valores éticos del periodismo ciudadano, para efectos comparativos o referenciales, el análisis de los datos en nuestro estudio se ha realizado por distribución de frecuencias en la fase cuantitativa, con apoyo de elaboración de gráficos para presentar el resumen de los datos; la fase cualitativa ha sido analizada por medio de la Teoría Fundamentada (TF).

En la primera parte, el estudio cuantitativo ha tenido el objetivo de identificar relaciones deductivas entre los valores éticos en la práctica del periodismo ciudadano y la percepción de los sujetos hacia las instituciones políticas y actores sociales; así como dictar lineamientos para dirigir la exploración en la segunda etapa del estudio. Previo al análisis de los datos, los indicadores fueron definidos de acuerdo a los 5 principios éticos generales: veracidad, responsabilidad, independencia, integridad profesional y afán de servicio (Martínez, 2016), que engloban la variedad de valores éticos concretos del periodismo. En congruencia con el modelo interdisciplinar, también se buscó establecer preguntas que resultaran útiles para representar datos desde la teoría social: verdad proposicional, veracidad y rectitud normativa; así como la el

involucramiento del ciudadano en general y la promoción del debate de temas sociales, de acuerdo a lo que se planteaba el periodismo público. En los meses de marzo y abril del 2017 se aplicó una encuesta piloto a periodistas ciudadanos como acercamiento provisional al campo de estudio, los resultados provisionales obtenidos permitieron medir la ruta del análisis estadístico, así como también informaron la posterior etapa cualitativa.

5.10.2 La teoría fundamentada en el análisis de los datos cualitativos

En la fase cualitativa, el estudio propone integrar una explicación teórica sobre el ejercicio del periodismo ciudadano a partir de los datos recabados en 7 entrevistas de profundidad.

Los datos cualitativos han sido elemento básico en campos como la antropología, la historia y la ciencia política. Miles y Huberman señalan que en la última década, investigadores de otras disciplinas han volteado hacia paradigmas de este tipo, cuyos datos usualmente aparecen más en forma de palabras que de números (Miles y Huberman, 1994:1). Para su análisis, la TF es una metodología que tiene como propósito generar teoría, a través de tres procedimientos principales: el método de comparación constante, la codificación de datos (abierta, axial y selectiva), y el muestreo teórico. Entre las características fundamentales (Murillo, 2008, en Schettini y Cortazzo, 2015), este tipo de análisis permiten que la recolección de datos y el análisis ocurran de manera concurrente; los procesos y productos de la investigación son determinados por los datos y no por los marcos teóricos a priori; los procesos analíticos provocan el descubrimiento y el desarrollo teórico y no la verificación de teorías anteriores; y el muestreo se realiza con base en la tendencia que emerge de los datos (se le denomina muestreo teórico y sirve para elaborar, refinar y completar las categorías).

La TF fue desarrollada inicialmente por los sociólogos Barney Glaser y Anselm Strauss (Glaser y Strauss, 1967; Glaser, 1978, 1992; Strauss, 1987; en Strauss y Corbin, 2002). A pesar de que el desarrollo de la TF se adjudica a ambos autores, debido a la separación en las carreras entre estos dos investigadores que ha desembocado en el reconocimiento de una tendencia Glaseriana y otra Straussiana de la TF, en el caso de este estudio se optó por la segunda escuela, tomando como referencia principal las técnicas y procedimientos planteadas por Strauss y Corbin en el libro “Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada” (2002). En este, Strauss y Corbin ofrecen un conjunto de procedimientos, recomendaciones y sugerencias para el recorrido metodológico en la construcción de teoría dentro del análisis cualitativo. A la vez que describen el proceso, para ampliar la visión y comprensión, los autores también agregan rutas prácticas, recursos, estrategias y ejemplos para el desarrollo de los pasos propiamente metodológicos.

El valor de la TF radica en su capacidad de generar teoría y fundamentarla en los datos. Aunque del análisis de los datos no se puede aislar la interpretación del investigador, esta se trata de una interpretación basada en la inducción sistemática (Strauss y Corbin, 2002).

Ya que el periodismo ciudadano representa un campo nuevo de experimentación en el terreno de la producción y difusión de contenidos, por ahora también sus estudios pueden considerarse en proceso de elaboración. En ese sentido es que la TF aparece como opción adecuada para abordar nuestro estudio, no sólo al introducirnos en la generación de un conjunto de conceptos a partir de los datos obtenidos en una temática relativamente nueva en el campo periodístico, sino en un nivel muy concreto, para documentar y aportar al debate un cuerpo organizado de informaciones sobre la percepción, valores y prácticas del periodista ciudadano en el noroeste de México.

Por TF, Strauss y Corbin entienden “una teoría derivada de datos recopilados de manera sistemática y analizados por medio de un proceso de investigación” (2002:21), que arroja una formulación sobre la realidad social bajo estudio. En este método, la recolección de datos, el análisis y la teoría que surge guardan estrecha relación entre sí. Su interpretación es gestáltica y no una interpretación de causa y efecto de la acción, sino que corresponde a una búsqueda e identificación de relaciones entre características y manifestaciones de los fenómenos. Como método inductivo de investigación, al surgir de los datos, la teoría derivada se acerca más a la "realidad" que la teoría derivada a partir de una serie de especulaciones (Strauss y Corbin, 2002).

¿Qué queremos decir con teoría? Para nosotros, teoría denota un conjunto de categorías bien construidas, por ejemplo, temas y conceptos, interrelacionadas de manera sistemática por medio de oraciones que indican relaciones, para formar un marco teórico que explica algún fenómeno social, psicológico, educativo, de enfermería o de otra clase. Las oraciones que indican relación explican quién, qué, cuándo, dónde, por qué, cómo y con qué consecuencias ocurren los acontecimientos. Una vez que los conceptos se relacionan por medio de ciertas oraciones para formar un marco teórico explicativo, los hallazgos de la investigación pasan de ser un ordenamiento conceptual a convertirse en teoría. Una teoría es, por lo general, más que un conjunto de hallazgos pues ofrece explicaciones sobre los fenómenos (Strauss y Corbin, 2002:33).

Una vez que se levantaron los datos, el método de la TF para el procesamiento de información es la comparación constante. En este se realiza una lectura de los documentos acompañada de revisión y comparación de los datos, que va desde la codificación, al ordenamiento de la información obtenida. A través de sus etapas, los fines principales de la codificación son construir teoría (más que comprobarla), dotar al investigador con herramientas

para el manejo de grandes cantidades de datos en forma sistemática, así como identificar, desarrollar y relacionar conceptos como elementos constitutivos del cuerpo teórico (Strauss y Corbin, 2002).

A continuación se describe un boceto de los pasos y conceptos propuestos por Strauss y Corbin al cual intencionalmente le llamamos boceto, ya que el proceso de la TC no es secuencial sino circular y cíclico. Por los pasos que se describen enseguida, se entiende que las tareas concurrentes y el método flexible permiten pasar adelante y atrás para revisar, re-descubrir, ahondar, profundizar y complementar los datos ya sea en fase de levantamiento, clasificación o análisis.

5.10.2.1 La relación entre descripción, ordenamiento y teorización

Los datos cualitativos son atractivos, son una fuente de completas descripciones y explicaciones de procesos en contextos locales identificables. Con los datos cualitativos se puede conservar el flujo temporal, ver qué eventos llevan a qué consecuencias y derivar explicaciones fructíferas (Miles y Huberman, 1994).

Para Strauss y Corbin, la descripción es la base de las interpretaciones abstractas de los datos y de la construcción de teoría. En la acción diaria, la descripción es la materia de la que se nutre el vocabulario para comunicarse por medio de imágenes tácitas que remiten a un hecho, experiencia, acción, etc. El ordenamiento conceptual se refiere a la organización de los datos en categorías según sus propiedades y dimensiones; más adelante en el proceso, durante la etapa de interpretación, en éste también se recurre a la descripción para explicar las relaciones internas entre las categorías (Strauss y Corbin, 2002). El énfasis en las descripciones consiste en que las

dimensiones y propiedades que asignemos a éstas en un primer momento permitirán luego diferenciar las características del objeto bajo estudio y construir su descripción. Por su parte, la teorización implica crear los conceptos y formularlos en un esquema sistemático-explicativo. La teorización combina hacer deducciones e inducciones sobre los conceptos a partir de los datos que han sido depositados en las descripciones. De esta forma es que la especificidad obtenida, proporciona guías para observar lo general y permite a los investigadores pasar de una descripción acumulada a otra de conceptualización, en la que se plantean hallazgos y relaciones identificadas por medio de oraciones y organizadas en un marco explicativo. En resumen, si la descripción es la base del ordenamiento, éste representa la estructura conceptual de la teorización. “Una teoría bien desarrollada es aquella en la cual se definen los conceptos de acuerdo con sus propiedades y dimensiones específicas” (Strauss y Corbin, 2002:31). Al integrar estos tres conceptos, en la teorización hay una interacción inductiva-deductiva para derivar conceptos, sus propiedades y dimensiones hacia lo interno, así como sus relaciones externas a partir de lo que se establece desde los datos brutos.

Si bien la circularidad durante las distintas fases de la investigación interpretativa facilitan que el investigador descubra qué categorías han quedado incompletas, Rodríguez, Gil y García (1996), a partir de los supuestos de Miles y Huberman (1994), sostienen que este proceso se configura alrededor de tres aspectos: la reducción de datos, la disposición/transformación y la obtención de resultados/verificación de conclusiones (Rodríguez, Lorenzo y Herrera Torres, 2005:136).

Por su parte, Dey describe el proceso de análisis en términos de descomponer los datos en sus componentes para revelar sus temas y patrones característicos. Dey separa el análisis en tres pasos: describir, clasificar y conectar. De acuerdo a estos, primero se deben ofrecer descripciones

minuciosas y amplias que incluyan el contexto, la intención del actor y los procesos de la acción; en segundo, los datos se deben clasificar para darles significado; y tercero, los datos codificados se analizan en términos de los patrones y conexiones que van surgiendo. Tanto Huberman y Miles como Dey, definen el análisis en términos de subprocesos claros, específicos e identificables (Coffey y Atkinson, 2003:10).

5.10.2.2 La conceptualización y la elaboración de categorías

Primero, elaborar un concepto es la práctica de asignar etiquetas a los fenómenos (codificar). Aquí lo que se busca es la representación de un acontecimiento, objeto o acción/interacción, a través de lo que el investigador interpreta valioso para destacar en el concepto por encima de los datos brutos que son discriminados. Esta identificación de rasgos permite agrupar los sucesos por sus características compartidas: “El propósito de denominar a los fenómenos es permitir a los investigadores reunir acontecimientos, sucesos u objetos similares bajo un encabezamiento clasificativo común” (Strauss y Corbin, 2002:112). Examinar los conceptos de manera comparativa y hacer preguntas sobre ellos sugiere cómo los fenómenos se vinculan unos con otros; además, sostienen Strauss y Corbin, cuando se asigna una etiqueta se reconoce de manera explícita o implícita una “acción” que deriva de la propiedad observada y a partir de la cual potencialmente se pueden establecer nuevas relaciones del objeto, suceso o acontecimiento (2002).

Al realizar nuestro análisis, conceptualizamos y clasificamos los acontecimientos, actos y resultados. Clasificar implica agrupar conceptos de acuerdo con sus propiedades sobresalientes, e identificando similitudes y diferencias (Strauss y Corbin, 2002). En esta etapa, el investigador

discrimina el grueso de su información en favor de un primer filtro de interpretaciones para llegar a la clasificación por sus similitudes.

Los datos se descomponen en incidentes, ideas, acontecimientos y actos discretos a los que luego se les da un nombre que los represente o reemplace. El analista les puede poner nombre a los objetos a causa de la imagen o significado que evocan cuando los examina comparativamente y en contexto, o el nombre se puede tomar de las palabras de los entrevistados mismos (Strauss y Corbin, 2002:114).

En una segunda tarea, los conceptos derivan en las categorías como forma concentrada de las propiedades del fenómeno. Llamamos “emergentes” a las categorías que han surgido inductivamente y con las que se desarrolla la teoría. “El nombre escogido para una categoría parece ser por lo general el que mejor describe lo que sucede” (Strauss y Corbin, 2002:124), y debe ser lo bastante gráfico para que evoque su referente. Elaborar la categoría facilitará en adelante identificarla en términos de sus propiedades y dimensiones, de acuerdo a la codificación realizada durante el ordenamiento conceptual. Strauss y Corbin también añaden que una categoría es susceptible de descomponerse en subcategorías que otorgan mayor especificidad del fenómeno, explicando las cuestiones del cuándo, dónde, por qué, y cómo (2002). Son los detalles incluidos en cada categoría y subcategoría, por medio de la especificación de propiedades y dimensiones, los que descubren las diferencias de los casos y las variaciones dentro de una categoría. Mientras que el listado de las propiedades corresponde a los atributos, las dimensiones expresan el rango de variabilidad de la categoría, es decir, las diferencias de comportamiento dentro de la misma y con las cuales se enriquece nuestro conocimiento preciso del problema (Strauss y Corbin, 2002).

5.10.2.3 Herramientas analíticas: el paradigma

El paradigma es una herramienta analítica para identificar la integración de la estructura del fenómeno con su proceso. Como estrategia auxiliar, se trata de que el investigador establezca, comprenda y registre en un esquema las relaciones entre los datos (Strauss y Corbin, 2002:142-147). Sus componentes básicos son:

1. Condiciones: forma de codificar las condiciones, circunstancias o situaciones en las que se realizan los fenómenos y que corresponden con la estructura del problema (por qué, dónde, cuándo y cómo). A partir de las condiciones se recrea el estado en el que ocurre un problema, es decir, bajo qué condiciones ocurre. Las condiciones pueden reflejar circunstancias de tiempo, lugar, cultura, reglas, reglamentos, creencias, economía, poder, o factores relacionados con el género, así como de los mundos sociales, organizaciones e instituciones en las que nos encontramos, junto con nuestras motivaciones y biografías personales, aunque más que la causalidad, al investigador debe interesar entender las condiciones en tanto que objetivan relaciones en las que se producen las acciones/ interacciones.

2. Acciones/interacciones: la respuesta estratégica o rutinaria que da el individuo (o grupo) a los acontecimientos. Las acciones/interacciones se representan con las preguntas de quién está involucrado y cómo responde. Dichos actores y reacciones van delineando el problema.

3. Consecuencias: el resultado de las acciones e interacciones. Representan preguntas sobre qué sucede como resultado de las acciones/interacciones o por qué los grupos no responden a situaciones por medio de acciones/interacciones, lo que constituiría un hallazgo importante por sí mismo.

5.10.2.4 El método de comparación constante

El método de análisis para la generación de teoría tiene dos operaciones: formular preguntas para aumentar el entendimiento teórico y hacer comparaciones. Ambos procedimientos constituyen el proceso analítico esencial.

Comparar es revisar las propiedades o dimensiones de cada incidente a la luz de los otros, en busca de similitudes y diferencias, para clasificarlo dentro de una categoría (Strauss y Corbin, 2002). El procedimiento consiste en que al encontrar un incidente que comparte características con otro, se le asigna el mismo código. Al compararlos, se integra la lista de propiedades y dimensiones que forman al incidente o acontecimiento. Por otro lado, con las comparaciones, el investigador vuelve más densas las categorías, las diferencia y especifica su rango de variabilidad. El investigador tiene una base para medir y comparar una lista inicial de propiedades y dimensiones que puede usar para lograr comprender mejor sus explicaciones (Strauss y Corbin, 2002:54). Este listado orienta la búsqueda de la teoría a lo largo del estudio, pues las interpretaciones de los conceptos se validan continuamente por medio de comparaciones con los datos posteriores, los cuales a su vez se validan con los que llegarán después.

Con este punto regresamos a la importancia de la descripción. Al integrar estos rasgos en un marco explicativo, la teoría empieza a emerger (aunque sólo los conceptos que sobreviven al escrutinio, formarán parte de ella).

A medida que el análisis prosigue, las cuestiones que surgen al hacer comparaciones entre incidentes se convierten en las guías para la posterior recolección de datos. Además, con el aumento de su sensibilidad el analista puede ajustar las entrevistas u observaciones reales, con base en los conceptos que va considerando pertinentes (Strauss y Corbin, 2002:226).

5.10.2.5 El muestreo teórico

El muestreo adicional con base en las dimensiones de las propiedades generales de las categorías, es el proceso llamado muestreo teórico (Strauss y Corbin, 2002:131). Se trata de la recolección de datos guiada por los conceptos y categorías, con el propósito de descubrir variaciones que añadan densidad a las categorías en términos de la riqueza de sus propiedades y la variabilidad de sus dimensiones (p. 219). En el muestreo teórico, el analista puede regresar al campo y recolectar datos selectivos sobre la categoría en cuestión. Durante el muestro se toma como indicador que los conceptos se hallen presentes en los datos repetidamente cuando se comparan los incidentes. El muestreo teórico es acumulativo: cada acontecimiento nuevo que resulta se suma al análisis y a la recolección de datos hecha antes y los aumenta. En el muestreo durante las primeras codificaciones, el investigador generará el mayor número posible de categorías; a partir de ahí el muestreo se va volviendo cada vez más dirigido (respecto a los datos que busca) para alcanzar saturación o descubrimiento de nuevas categorías. Su objetivo es maximizar la comparación de incidentes para determinar cómo varía una categoría en sus propiedades y dimensiones.

El muestreo teórico se basa en conceptos que emergen del análisis y que parecen ser pertinentes para la teoría que se está construyendo. Son conceptos que se encuentran a) repetidamente presentes (o en algunas situaciones, notablemente ausentes) en los datos cuando se compara incidente por incidente, y b) actúan como condiciones que le dan variación a una categoría principal (Strauss y Corbin, 2002:220).

El procedimiento dicta acudir a lugares, personas o acontecimientos para levantamiento de nuevos datos y su respectiva codificación.

5.10.2.6 La codificación

El análisis microscópico permite examinar lo específico de los datos durante el muestreo. Esta técnica consiste en el análisis de las unidades de contenido (una palabra, frase u oración, párrafo o texto completo) para descomponerla en sus partes significativas o significados susceptibles de interpretación. De esta forma es que se llegan a identificar las propiedades del fenómeno ocultas y emergentes en los datos; también es justo decir que esta fase representa una primera interpretación de los datos por parte del investigador pues al codificar existe una operación de pensamiento respecto a los significados en las palabras de los entrevistados (Strauss y Corbin, 2002).

Durante la codificación abierta, “los datos se descomponen en partes discretas, se examinan minuciosamente y se comparan en busca de similitudes y diferencias” (Strauss y Corbin, 2002, p 111). La forma más efectiva de codificar es el análisis línea por línea, en la cual se revisan los datos frase por frase o palabra por palabra. Según Miles y Huberman esta aportación a las técnicas de codificación inductiva de Strauss y Corbin, es una de las más útiles (Miles y Huberman, 1994). El análisis también puede realizarse por oraciones, párrafos, o documentos completos. Como el propósito de la codificación abierta es descubrir, denominar y categorizar los fenómenos, de inicio el muestreo se realiza de manera abierta a todas las posibilidades, personas, lugares y situaciones que ofrezcan oportunidad de descubrimiento.

En la codificación axial, son reagrupadas las categorías que emergen en la fase de codificación abierta. En esta etapa se busca reflejar cómo se relacionan en orden jerárquico las categorías con sus subcategorías, así como desarrollarlas mejor hacia la especificidad en términos de densidad y variabilidad de sus propiedades y dimensiones (Strauss y Corbin, 2002:229). Si la categoría es la forma en la que el investigador representa al fenómeno en forma

más amplia (un asunto, un acontecimiento o un suceso) de acuerdo al interés del estudio, las subcategorías responden preguntas sobre los fenómenos tales como cuándo, dónde, por qué, quién, cómo y con qué consecuencias, dando a los conceptos mayor poder explicativo (Strauss y Corbin, 2002). En conjunto ambas forman el esquema que dará pie a la teorización.

De acuerdo a Strauss, las tareas básicas de la codificación axial son: (1) Acomodar las propiedades de una categoría y sus dimensiones, tarea que comienza durante la codificación abierta. (2) Identificar la variedad de condiciones, acciones/interacciones y consecuencias asociadas con un fenómeno. (3) Relacionar categoría y subcategorías por medio de oraciones. (4) Buscar claves en los datos que denoten cómo se pueden relacionar las categorías principales (Strauss y Corbin, 2002:137).

En el paso final, la codificación selectiva es el proceso de refinar las categorías para integrar la teoría (Strauss y Corbin, 2002:157). Aquí el investigador buscará vincular las categorías alrededor de una categoría central, así como validar la relación entre los conceptos y completar cualquiera de las categorías anteriores que necesite refinarse (ya sea eliminando excedente de datos o regresando al campo para alcanzar la saturación). Cuando la intención del estudio va más allá de la descripción, la etapa de integración de la teoría en la codificación selectiva no se trata de un listado de características, sino de oraciones que expresan la relación entre los conceptos (Strauss y Corbin, 2002:159). Para estos fines, notas, memorándums y diagramas ayudan a formar el mapa teórico en conjunto. De acuerdo a Strauss y Corbin, la fase de integración es la más complicada, sin embargo su factibilidad radica en que las categorías han derivado de la comparación continua de cada caso, de manera que deben resultar comunes, relacionadas y aplicables a cada uno porque surgieron de los mismos datos (2002).

El muestreo se debe realizar hasta que todas las categorías estén saturadas (Glaser, 1978:124-126; Glaser y Strauss, 1967:61- 62; 111-112, en Strauss y Corbin, 2002). Es decir, hasta que a) No aparezcan datos nuevos importantes en una categoría, b) La categoría obtenga la densidad en términos de la variación de sus propiedades y dimensiones, y c) Las relaciones entre las categorías estén bien establecidas y validadas. Si los datos no se recopilan hasta la saturación de las categorías, “la teoría no se desarrollará de manera uniforme y carecerá de densidad y precisión” (Strauss y Corbin, 2002:231-232).

5.10.2.7 La categoría central

Una categoría central tiene la capacidad de reunir las diferentes categorías alrededor de una explicación integral organizada. Además, una categoría central debe ser representativa del fenómeno: el investigador debe determinar una idea conceptual bajo la cual se agrupen todas las categorías y que explique el planteamiento del tema. Strauss señala una lista de criterios para saber si una categoría califica como central entre los que destaca que ésta debe estar relacionada con todas las otras categorías principales; debe aparecer con frecuencia en los datos; la explicación que desarrolla es lógica, y consistente; el nombre asignado para describir la categoría deben ser lo bastante abstracto para que abarque otras áreas sustantivas; tiene profundidad analítica; y puede explicar las variaciones así como el tema central y los casos contradictorios (Strauss, 1987, en Strauss y Corbin, 2002:161). Si la categoría central cumple aproximadamente estos pasos, se allana el camino para relacionarla con los conceptos y describir sus relaciones al nivel de la integración teórica de lo que emergió en los datos.

Taylor y Bogdan anotan tres fases diferenciadas en el análisis de datos cualitativos. A pesar de que su interés se enfoca más en la comprensión de escenarios o las personas, en lugar

del desarrollo de conceptos y teorías, señalan que la primera fase es de descubrimiento (consiste en identificar temas y desarrollar conceptos); la segunda viene después de la recolección de datos (incluye la codificación y comprensión del tema); y la tercera busca comprender los datos en el contexto donde fueron recogidos (Taylor y Bogdan:158).

Para Strauss y Corbin (2002), la comprensión del fenómeno emerge a través del reconocimiento de las relaciones entre los datos. Para ello, una vez que el investigador elabora la categoría central, se procede a la explicación del fenómeno en la etapa de codificación selectiva, la cual tiene el objetivo de asegurar que las propiedades y dimensiones de las principales categorías han sido cubiertas adecuadamente y que se logró la densidad en sus propiedades (Benaquisto, 2008:806).

CAPÍTULO VI. RESULTADOS

6.1 Resultados de la fase cuantitativa

En este apartado se presentan los resultados de la encuesta previa a la fase cualitativa del estudio, la cual se orienta a partir del objetivo general de la investigación, que es obtener una aproximación a los valores éticos del periodista ciudadano, a través de la descripción de sus valores éticos, perfil profesional y rasgos de su productividad editorial. Para definir los indicadores, en el diseño general se tomaron como punto de partida los criterios señalados por Omar Raúl Martínez en su estudio sobre códigos de ética en México (2016), en el cual señala 5 principios generales de la ética periodística: veracidad, responsabilidad, independencia, integridad profesional y afán de servicio; de estos principios desprenden luego los valores concretos (Martínez, 2016). Como ya se mencionó en el apartado teórico, para la estructura del modelo interdisciplinar se ha establecido una relación entre las aportaciones de la comunicación y la sociología. Buscando la integración con los valores éticos, a partir de Jürgen Habermas (1987) se establecen las características de la pretensión de validez en la teoría de la acción comunicativa (verdad proposicional, veracidad y rectitud normativa). El periodismo público, según Jay Rosen (1999) aporta los elementos para enlazar el periodismo ciudadano como una forma de participación activa que se preocupa por involucrar a la sociedad y promover el debate de temas de interés. Con el puente entre los autores se asume un enfoque constructivista de la sociedad en la que el individuo con sus acciones comunicativas pretende aportar al mantenimiento del tejido social, es decir, a la construcción de una sociedad democrática a través del uso de herramientas digitales para participar en el debate público. En este ejercicio, el periodista ciudadano manifiesta un carácter dual en el que su aportación como sujeto social al debate de los asuntos de interés público, se manifiesta a través de la producción y difusión de información periodística cuyos valores éticos y profesionales, cobran forma en la integración de

una agenda de trabajo a un ritmo de productividad continuo. En el caso particular del que ocupa el estudio, se analiza una práctica de comunicación con una perspectiva sociológica, es decir, se propone que los valores del periodismo ciudadano pueden ser consistentes como forma de participación social, y analizados desde la teoría social. Como punto de partida, se trabaja de acuerdo a la siguiente hipótesis de estudio:

Con una tendencia a participar y contribuir a la construcción del debate en la esfera pública, el periodista ciudadano incorpora los valores éticos profesionales a sus percepciones como ciudadano, las cuales se muestran en la integración de la agenda productiva; a su vez, la integración de la agenda muestra empatía y solidaridad con grupos y organizaciones de la sociedad civil, así como una actitud crítica hacia las instituciones del Estado.

6.1.1 Descripción de la aplicación de la encuesta

En cuanto al diseño de investigación, esta fase se plantea en modalidad cuantitativa, no experimental, de alcance descriptivo, bajo la técnica de encuesta. El tipo de muestra es intencional o de conveniencia. Para la etapa de levantamiento, se procedió a realizar una adaptación de los instrumentos utilizados en los estudios “Ética y excelencia informativa” (Barber y Damas, 2010); y “Segunda encuesta nacional de libertad de expresión y acceso a la información en Colombia” (Proyecto Antonio Nariño, 2013). El cuestionario consta de 34 preguntas en 3 bloques: perfil profesional, valores éticos y agenda productiva. La escala de medición es de tipo Likert, con 5 opciones de respuesta. Cuando se trata de preguntas cerradas, se opta por respuestas de opción simple (Sí/No). Para los criterios de inclusión se establece necesario que los periodistas den cobertura a la agenda social, así como que mantengan independencia de la administración pública en cualquiera de sus niveles en términos de ingresos

por publicidad. Esta independencia a su vez los libera de compromisos políticos. Como hemos sostenido antes, existe un gran volumen de ciudadanos que difunden información por Internet a través de redes sociales, sin embargo, a efectos del presente estudio, se considera a aquellos que muestran mayor consistencia en sus actividades y que se reúnen alrededor de grupos o proyectos organizados, así como en movimientos ciudadanos. Sin embargo, como ya fue mencionado, el universo de periodistas en Sonora que pueden ser considerados como independientes o ciudadanos es muy reducida (alrededor de 30 casos fueron ubicados en todo el estado de Sonora).

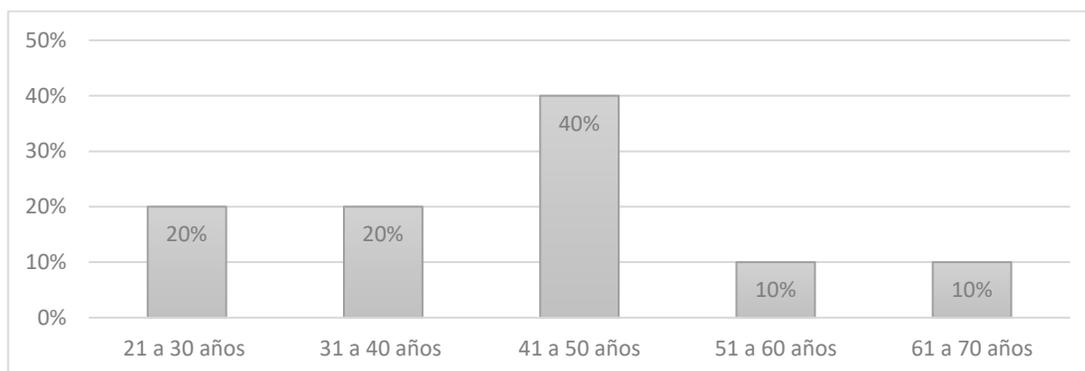
El procedimiento para hacer contacto con los encuestados, en una primera etapa consistió en la realización de llamadas por teléfono para acordar su participación así como comunicación vía correo electrónico, posteriormente se establecieron fechas de envío y recepción de los cuestionarios. La encuesta fue enviada por correo electrónico y en los casos en que fue necesario, ésta se aplicó presencialmente para asegurar la confiabilidad del levantamiento de datos. La proporción de efectividad al recibir la encuesta con sus respuestas fue de 20 cuestionarios recibidos, contra 14 casos en los que no se obtuvo respuesta. Entre las situaciones más comunes para la falta de participación por parte de los posibles informantes, resalta que la comunicación por correo electrónico fue interrumpida sin que se volviera a obtener respuesta, ésta nunca pudo ser establecida, o bien la participación en el estudio fue rechazada. Por municipio, los casos en los que no se concretó la colaboración se presentaron en Nogales (1), Cajeme (1), Cananea (1) y Hermosillo (10); además en el municipio de Caborca la aplicación de una encuesta fue descartada por motivos de salud del informante que presentó complicaciones de un cuadro de diabetes. Dado las limitaciones del universo bajo estudio, cada caso con resultado positivo o negativo en el levantamiento de datos, resultaba importante para la investigación. Sin embargo

ciertas circunstancias como la desconfianza al responder una encuesta (o entrevista) en la que se proporcionarían datos u opiniones personales, dificultaron que los arreglos para la colaboración se concretaran. Esta situación se presentó en los municipios de Cajeme y Cananea. Finalmente, la muestra quedó distribuida en los municipios de Hermosillo y Nogales; el método de selección para la encuesta fue por conveniencia. Dado el reducido número de periodistas ciudadanos en Sonora, una vez agotado el acceso a periodistas ciudadanos disponibles, en la muestra se incluyó a ciudadanos que participan al interior de grupos ciudadanos como líderes de opinión o administradores de redes sociales de proyectos sociales que utilizan la tecnología digital para producir y difundir información de interés público. Entre ellos se encuentran integrantes de los grupos Nosotras Colectiva, Marcha de las Putas, Sonora Pride y Diverciudad.

6.1.2 Características sociodemográficas del periodista ciudadano en Sonora

Del total de participantes en el estudio, el 45 % son mujeres, y el restante 55 % son hombres. El grupo de menor edad corresponde a los encuestados entre 21 y 30 años y representa el 20 %; los sujetos entre 31 y 40 años se ubican en un 20 %. La participación con mayor frecuencia se encuentra en el grupo entre 41 y 50 años, el cual alcanza una cifra del 40 %. Los grupos entre 51 a 60 años y 61 a 70 años, cada uno presenta un 10 % del total de la muestra.

Gráfico 6.1.2.1 Periodistas ciudadanos por rango de edad



Fuente: elaboración propia.

En cuanto al nivel de estudios, el 5 % cuenta con estudios de preparatoria; el 65 % de licenciatura y el 30 % restante, alcanza un nivel de posgrado. Al interior, el 20 % de los encuestados estudió una licenciatura en periodismo o comunicación. En relación al medio en el que trabajan, 45 % a través de redes sociales (con actividades que incluyen producción de foto, texto, video, o administración de perfiles públicos); 15 %, proyectos de radio por Internet; 20 %, radio en frecuencia modulada; el 5 %, sitio web; 15 %, fanzines impresos con presencia en redes sociales. Respecto al nivel de ingresos, el 75 % obtiene ingresos entre \$0 y \$1000.00 mensuales, el 5 % entre \$1000.00 a \$3000.00 pesos, el 10 % entre \$3000.00 y \$6000.00 pesos y el restante 10 % manifiesta obtener entre \$6000.00 y \$10,000.00. En un orden de ideas relacionado, el 50 % participa en el correspondiente proyecto informativo como colaborador sin sueldo; el 30 % se reconoce como integrante de un colectivo; el 5 % recibe un pago como colaborador; el 5 % es asalariado; el 5 % es empresario; y el 5 % es jubilado. El 95 % cuenta con otra actividad de la cual obtiene sus ingresos.

Sobre el ideario político, se pidió a los participantes que respondieran con qué corriente política se identifican. La medición se realizó con una escala numérica de 1 a 7, donde 1 representa la mayor identificación con corrientes políticas de izquierda, y 7 la identificación con corrientes de derecha (Tabla 6.1.2.1). En general, la tendencia a la izquierda concentra al 90 %. Al interior, el 30 % se identifica en el escaño 1; 40 % se coloca en el nivel 2; y 20 % en el 3. El escaño 4 (al centro de la tabla), obtuvo un 5 %; mientras que hacia las corrientes ideológicas de derecha, el 5 % de los encuestados se ubicó a sí mismo en el escaño número 5.

Tabla 6.1.2.1 Ideario político de los periodistas ciudadanos en Sonora

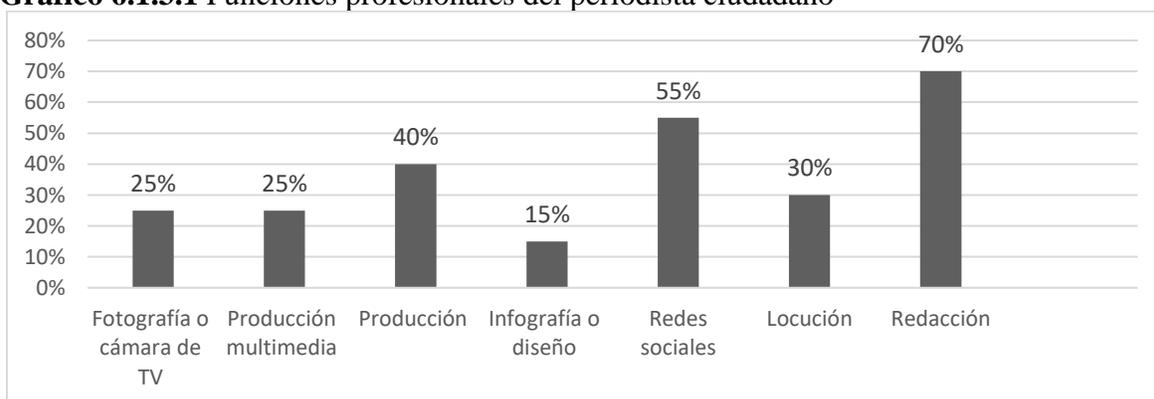
	1	2	3	4	5	6	7	
Izquierda	30 %	40 %	20 %	5 %	5 %			Derecha

Fuente: elaboración propia.

6.1.3 Las funciones profesionales del periodista ciudadano

Para establecer las funciones desempeñadas, los encuestados eligieron entre una lista de actividades profesionales que se desarrollan en la parte operativa y de planeación dentro de un medio de comunicación con la opción de seleccionar varias. De acuerdo a las funciones por cada participante, el 15 % desarrolla una sola función (redacción de textos o locución); el 30 %, dos funciones (que corresponde a un trabajo complementario de manejo de redes sociales ya sea con fotografía, redacción, producción o locución); el 15 %, tres funciones (aquí se muestra que los elementos básicos son la redacción y manejo de redes ya sea para combinar con la generación de contenidos, locución, producción general o multimedia); mientras que el 40 % puede desempeñar 4 o más labores distintas. Del total de funciones, la más frecuente es la redacción de textos (practicada por un 70 % del total de los encuestados), seguida de redes sociales (55 %), producción (40 %), locución (30 %), y producción multimedia (25 %). La función con menor frecuencia es la elaboración de infografías y diseño (con una frecuencia del 15 %) (Gráfico 6.1.3.1). Respecto a la categoría profesional, los resultados arrojan que a la hora de identificarse dentro de un rol de la estructura, el 75 % se considera redactor; el 15% se reconoce como jefe de redacción o equivalente; y el 10 % restante se desempeña en un cargo directivo.

Gráfico 6.1.3.1 Funciones profesionales del periodista ciudadano

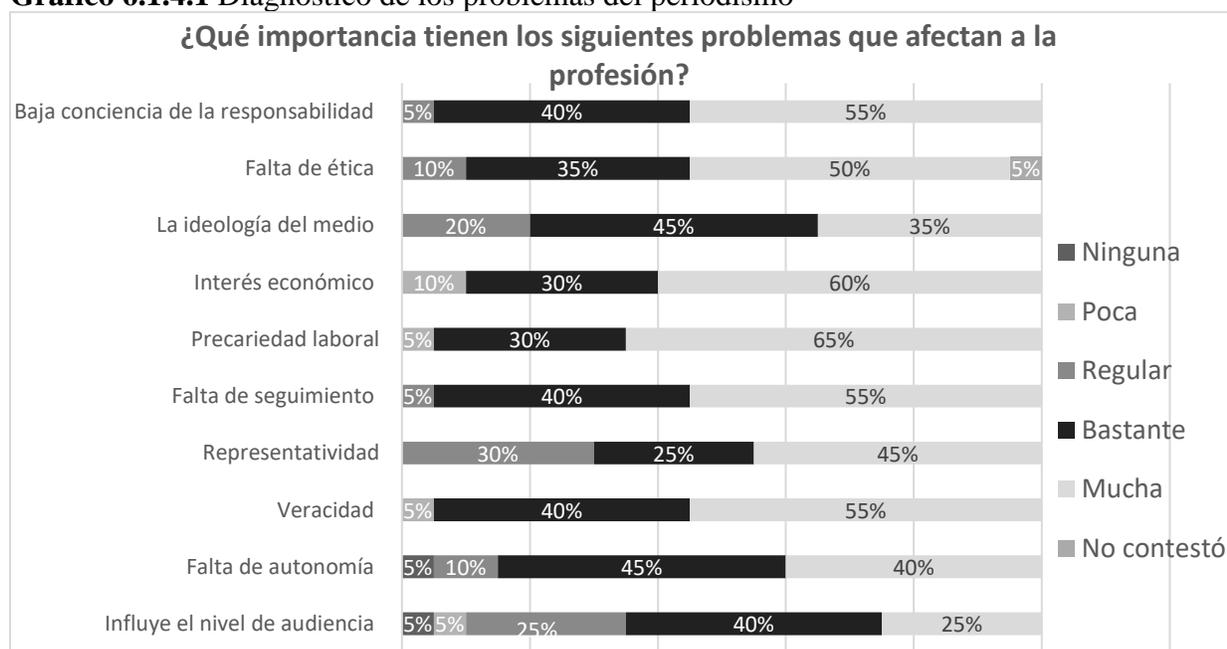


Fuente: elaboración propia.

6.1.4 Diagnóstico de los problemas en el marco de la crisis del periodismo

En el diagnóstico sobre los problemas que el periodismo enfrenta en orden de importancia se encuentran la precariedad laboral, el interés económico sobre el interés periodístico, la baja conciencia de la responsabilidad social del periodista y la veracidad de la información. Estos aspectos obtuvieron porcentajes mayores en las escalas “mucho importancia” y “bastante importancia”. Un segundo grupo de problemas incluye que no existe seguimiento informativo a temas de interés comunitario, falta de ética profesional en periodismo y que el interés ideológico de la empresa se coloca por encima del interés periodístico. En estos casos, los porcentajes se distribuyen desde muy importante, bastante importante y de regular importancia (Gráfico 6.1.4.1). La escala *Likert* utilizada midió hasta el nivel más bajo referenciado como “nada importante” y “poco importante”. Otros problemas se refieren a la influencia del índice de audiencia, el respeto a la autonomía del periodista y la representación de los sectores sociales en las noticias.

Gráfico 6.1.4.1 Diagnóstico de los problemas del periodismo

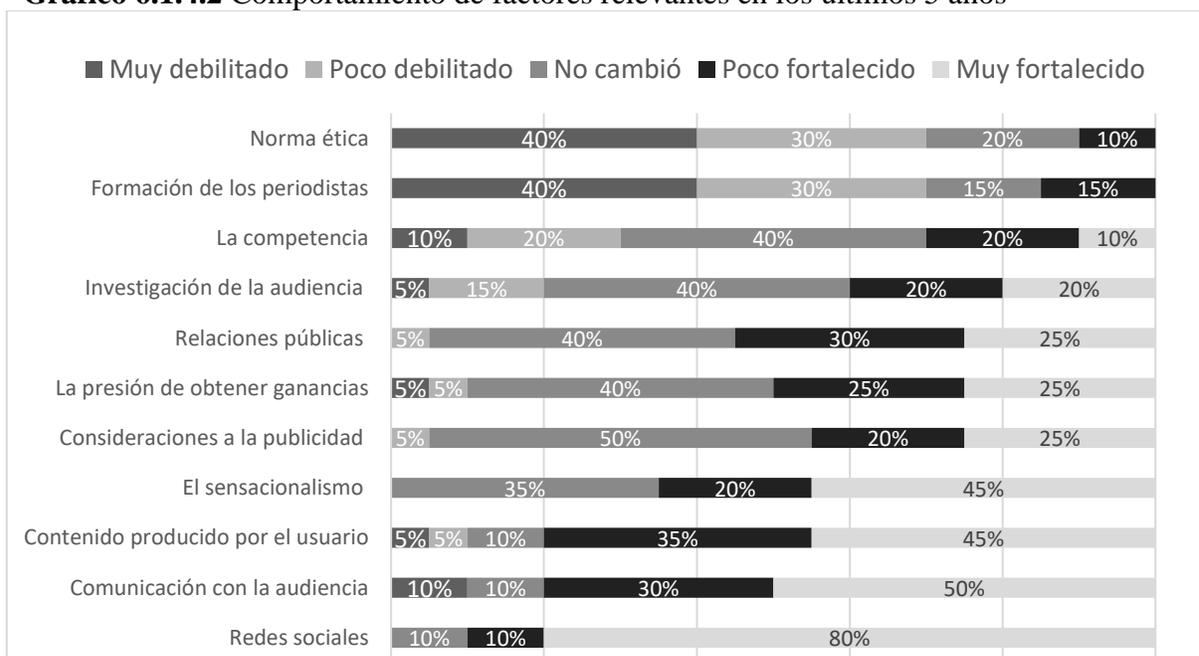


Fuente: elaboración propia.

En complemento, otra pregunta de la encuesta ha solicitado a los participantes del estudio, que respondan cuál ha sido el comportamiento de una serie de factores relevantes para el periodismo durante los últimos 5 años. La forma de medición en escala Likert, establece 5 grados desde “Muy debilitado” hacia “Muy fortalecido”.

Entre los reactivos se incluyen áreas dinámicas y de reciente exploración como son las redes sociales, el contenido generado por el usuario y la comunicación con la audiencia, así como otras que corresponden a un modelo más arraigado en el periodismo. En las respuestas, la tendencia más clara anota que la ética periodística y la formación del periodista se encuentran muy debilitadas; en el extremo opuesto, los factores que se encuentran muy fortalecidos son las redes sociales, el sensacionalismo en las noticias, la comunicación con la audiencia y el contenido generado por el usuario. Permanecen sin cambio la investigación de la audiencia, la publicidad, la presión por obtener ganancias y la competencia.

Gráfico 6.1.4.2 Comportamiento de factores relevantes en los últimos 5 años



Fuente: elaboración propia.

6.1.5 Ética y valores en el periodismo ciudadano: la veracidad

El manejo de la verdad y la objetividad es uno de los temas centrales en periodismo. Como principio general, resulta primordial entender sus implicaciones con claridad pues a partir de éste se construyen una serie de prácticas como contrastar fuentes para ofrecer información de solidez, evitar la imprecisión y distorsión de la información, así como no omitir versiones o puntos de vista relevantes (Barber y Damas, 2010). Sobre el pilar de la veracidad se construye la credibilidad del periodismo, que es la base de la relación con los lectores o audiencia.

Al respecto, el 10 % de los periodistas encuestados considera que la objetividad no existe y que el informador siempre es subjetivo; el 50 % afirma que la objetividad no existe, sin embargo el informador puede aproximarse a ella; y el 40 % sostiene que la objetividad es posible y que la misma es una obligación del informador.

Gráfico 6.1.5.1 La objetividad según el periodista ciudadano

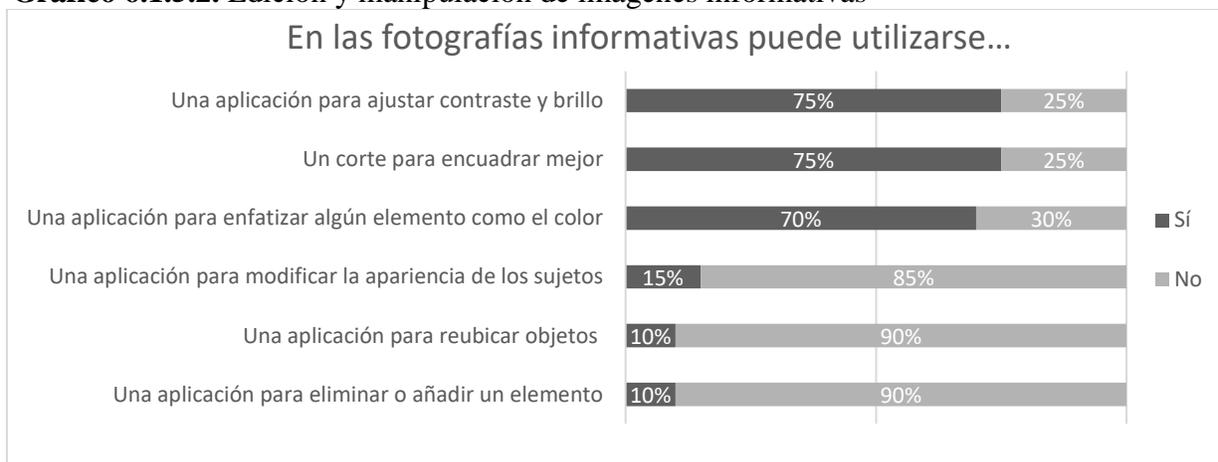


Fuente: elaboración propia.

Respecto al manejo de las fotografías informativas, la cuestión de guardar la integridad de la imagen para mantener la veracidad también ha sido un tema muy discutido a lo largo de la historia del periodismo. Esta discusión además ha aumentado con la incursión de las tecnologías digitales y el acceso más abierto a las herramientas de producción y formatos de distribución en

línea. Durante el estudio, los participantes respondieron sobre la validez del uso de programas de edición fotográfica. Los reactivos pasan desde los niveles más aceptados en la industria del fotoperiodismo que se sujetan al criterio, estilo y flujo de trabajo del periodista (aplicar un corte para mejorar el encuadre y ajustes de brillo y contraste enfatizar un elemento como el color), hasta los casos más extremos de eliminar o añadir elementos, e incluso modificar la apariencia de los personajes que aparecen en una foto (prácticas rechazadas en una sala de redacción profesional). En los extremos de las respuestas y de acuerdo al estándar de la industria, los mayores porcentajes de las respuestas se encuentran en el rango de aceptación, mientras que porcentajes menores señalan incurrir en prácticas comúnmente rechazadas. Por otro lado, los datos arrojan que un segmento de los encuestados no realiza ningún tipo de edición, como se muestra en los primeros tres reactivos que refieren las aplicaciones básicas (Gráfico 6.1.5.2).

Gráfico 6.1.5.2. Edición y manipulación de imágenes informativas

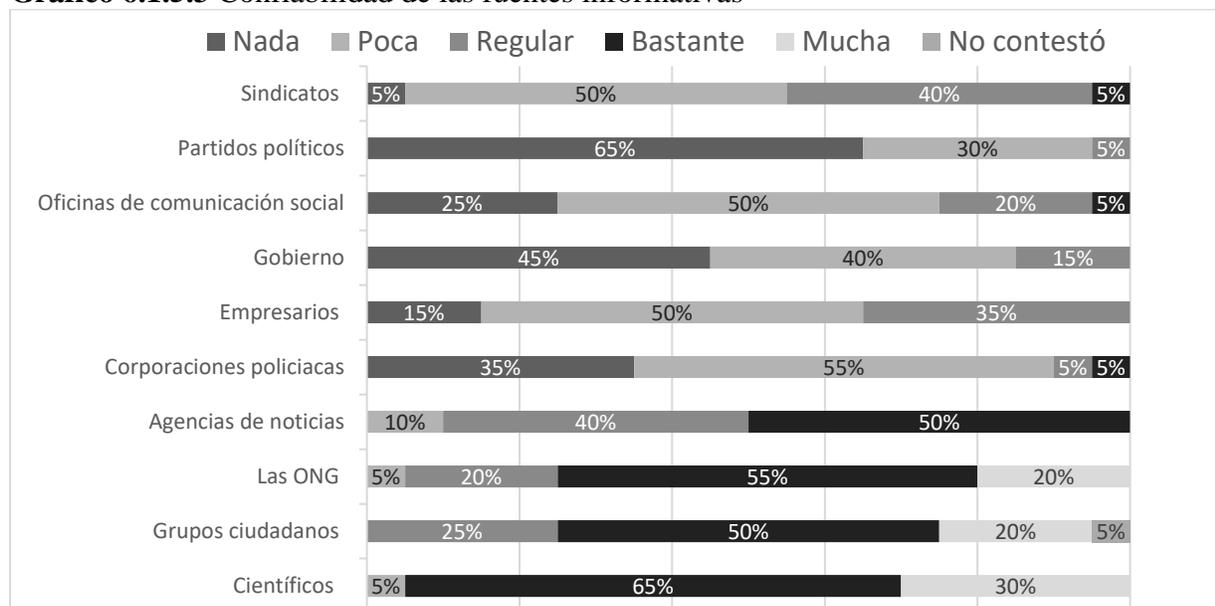


Fuente: elaboración propia.

Una condición para la búsqueda de veracidad en la información, es contrastar las fuentes; al mismo tiempo que esta práctica da acceso a los distintos actores o sectores involucrados en un suceso noticioso, es una obligación del periodista para un desempeño profesional. Además hay

otra razón: cuestionarse o confiar ciegamente en la fiabilidad de las fuentes puede conducir a información sin solidez. Cuestiones procedimentales aparte, la percepción de confianza es un indicativo de la relación del periodismo ciudadano con las fuentes oficiales. En las respuestas que refieren la confianza en agencias de noticias, organizaciones no gubernamentales, grupos ciudadanos y científicos tiene un comportamiento constante con poca variación. Mayormente, estos grupos gozan de regular, bastante y mucha fiabilidad ante los periodistas; para los mismos grupos, el comportamiento también es cuasi uniforme al concentrar porcentajes menores que manifiestan niveles poca confianza. La particularidad es que los grupos ciudadanos ascienden hasta grados de “mucha” fiabilidad. En el extremo opuesto, partidos políticos, empresarios y gobierno tienen los niveles más bajos de confianza, los cuales varían entre regular y nada.

Gráfico 6.1.5.3 Confiabilidad de las fuentes informativas



Fuente: elaboración propia.

En una revisión particular, partidos políticos y gobierno generan 65 % y 45 % de confianza nula, respectivamente; enseguida, cuentan con poca fiabilidad al 30 % y 40 %

respectivamente. Combinando los escaños de poca y nada de fiabilidad, acumulan porcentajes de 95 % y 85 %. Similar situación presentan las oficinas de comunicación social.

6.1.6 La búsqueda de independencia

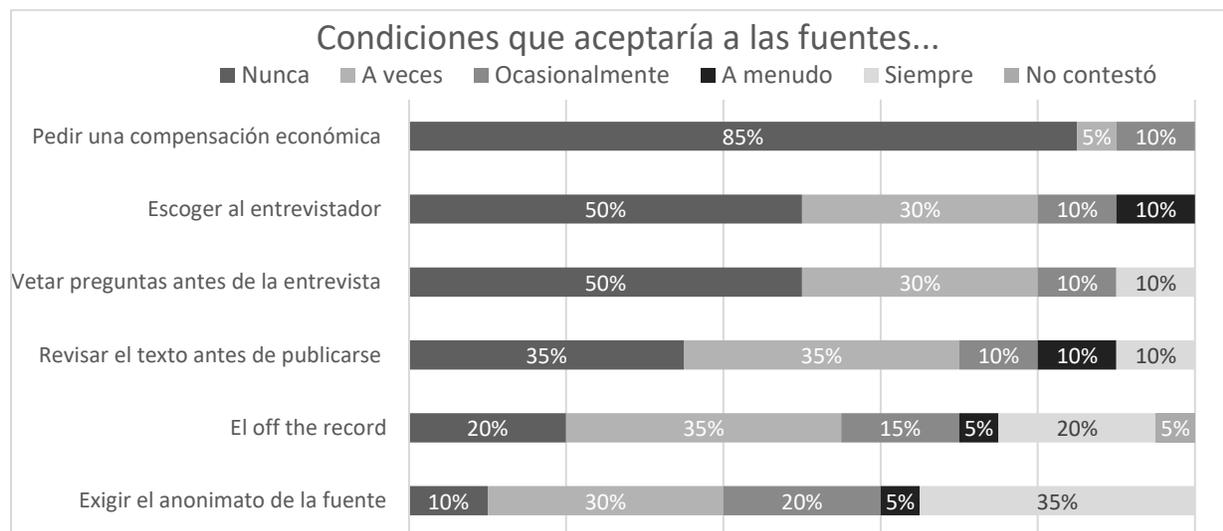
Dentro del estado actual del periodismo, la delicada situación de la independencia profesional es puesta bajo cuestionamiento tanto por la audiencia que recibe la información como por los periodistas que la elaboran. Dada la variedad de intereses alrededor de la prensa, un periodista está obligado a cuestionarse este aspecto por compromiso personal y conciencia ética, ya que su independencia profesional puede entrar en conflicto en diferentes grados ya sea desde el propio desempeño, las oficinas de redacción, por presión de los anunciantes y por presión del poder político.

Para indagar las percepciones del periodista ciudadano en torno a la independencia profesional, el estudio se ordena alrededor de 4 preguntas que abordan (1) las condiciones que se aceptarían a una fuente informativa (para establecer el tipo de relación que entabla con ella), (2) el rol profesional de las áreas de comunicación institucional (como facilitadores u obstáculo a la independencia de la información), (2) la aceptación de regalos y ventajas otorgadas por la fuente, y la compatibilidad del periodismo con otras actividades políticas, sociales y económicas.

Al preguntar las condiciones que el periodista aceptaría a la fuente, la encuesta plantea concesiones al entrevistado y otras prerrogativas sujetas a condiciones particulares y de relevancia de la información. También se marca el caso extremo de que la fuente cobre una cuota por dar la información. Para ubicar en el contexto, las primeras categorías de respuesta (vetar preguntas, revisar el texto y escoger al entrevistador), aunque éticamente pueden ser cuestionables, es práctica común en las salas de redacción; la segunda categoría (*off the record* y

el anonimato de la fuente), responde a una prerrogativa y a un derecho de la fuente. La tercera parte (que la fuente pida una compensación económica), en los códigos éticos está fuera de discusión: no es admisible, sin embargo ocurre en temas en los que el periodista recurre a este método como única forma de tener acceso a informantes. En los resultados, aunque en un porcentaje minoritario el periodista ciudadano siempre aceptaría que el entrevistado vete preguntas antes de la entrevista (10 %), y que a menudo elija al entrevistador (10 %). En porcentajes combinados aceptarían “a menudo” y “siempre”, que se revise el texto antes de ser publicado (10 % en cada caso); el *off the record* (5 % y 20 %); y el anonimato de la fuente (5 % y 35 %). La compensación económica se acepta ocasionalmente y a veces (5 % y 10 %) (Gráfico 6.1.6.1).

Gráfico 6.1.6.1 Criterios de independencia y relación del periodista con la fuente



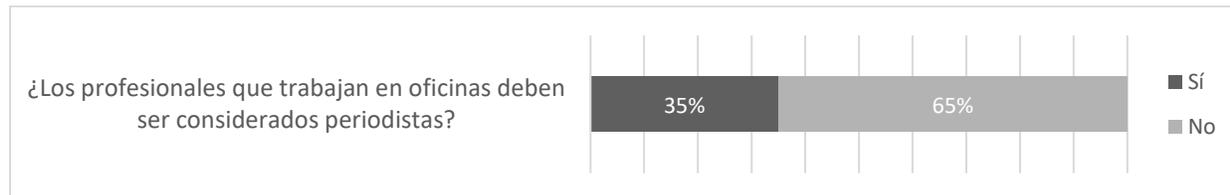
Fuente: elaboración propia.

La segunda pregunta en este apartado indaga la percepción del periodista ciudadano con el personal de las áreas de comunicación institucional. Las áreas de comunicación representan un filtro para el acceso del periodista a la información y también del ciudadano al conocimiento del

estado de los asuntos públicos. Por otro lado, también son identificadas con el Estado, al cual representan en la política relacionada con el manejo informativo. Por tanto, un factor a considerar en la relación que el periodista ciudadano mantiene con estas instancias, es su credibilidad ante acciones de manipulación y ocultamiento de información.

Dentro de los resultados, el 35 % considera que los integrantes de estos equipos de comunicación deben ser considerados periodistas, mientras que el 65 % cree que no debe ser así.

Gráfico 6.1.6.2 Percepción sobre los profesionales en las oficinas de comunicación

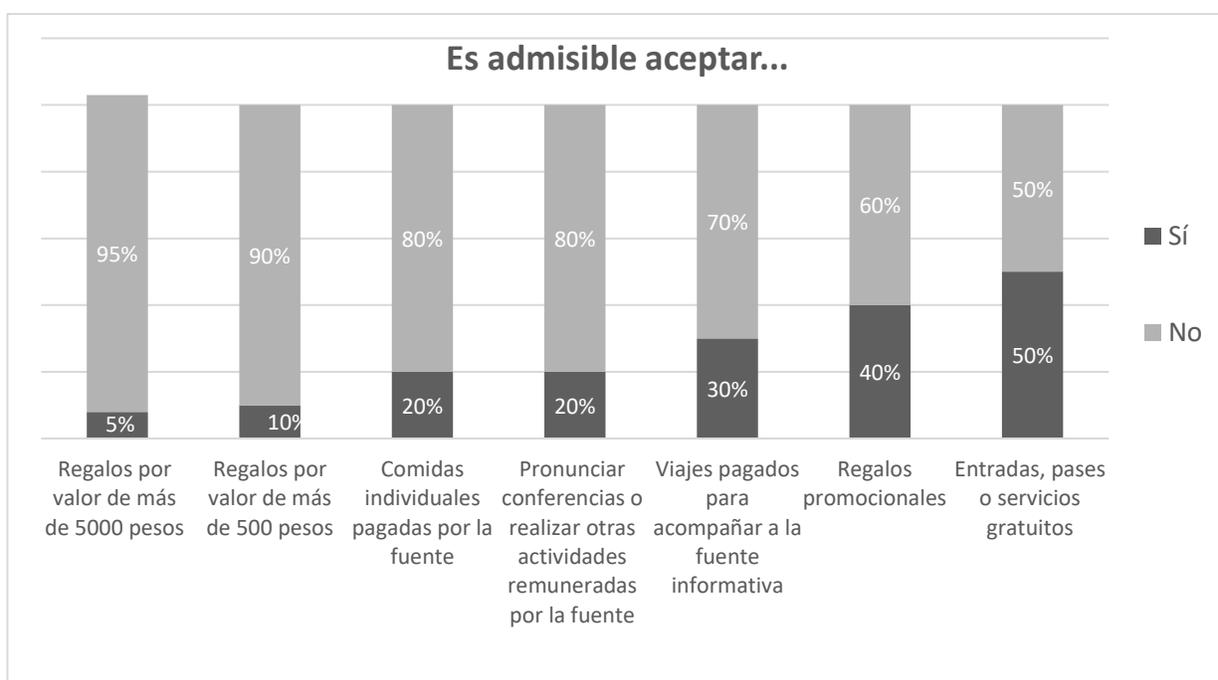


Fuente: elaboración propia.

La última cuestión en esta batería de preguntas indaga si es admisible recibir regalos y otros aspectos que forman parte de la relación del periodista con la fuente. Se establecen 7 categorías cuyo caso extremo cuestiona si se deben aceptar regalos con un valor mayor a \$5000.00 (cinco mil pesos). Frente a esta cuestión general, la independencia y la imparcialidad del periodista puede verse comprometida; existe también el riesgo de naturalizar esta práctica y tomarla como una rutina del cotidiano, lo cual contribuye a que los límites y criterio profesional del periodista se vuelvan difusos. Además, el rechazo o la aceptación de comidas pagadas, las entradas gratuitas a espectáculos, regalos promocionales y los viajes por acompañar a la fuente, están sujetos con mayor o menor rigidez a las políticas editoriales asumidas por una u otra empresa, las cuales se dictan desde niveles directivos para el seguimiento en las áreas operativas.

Sobre los resultados, la categoría más aceptada con un 50 % de los encuestados, es aceptar entradas y pases gratuitos, seguida de regalos promocionales con un 40 %, y los viajes pagados por acompañar a la fuente, que presenta el 30 % de aceptación; luego, con un 20 % aparece pronunciar conferencias o realizar otras actividades, así como aceptar comidas individuales pagadas por la fuente; el 10 % aceptaría regalos por valor de más de 500 pesos. Finalmente, el 5 % aceptaría regalos con valor de más de 5000 pesos.

Gráfico 6.1.6.3 La independencia y los regalos en la relación del periodista con la fuente

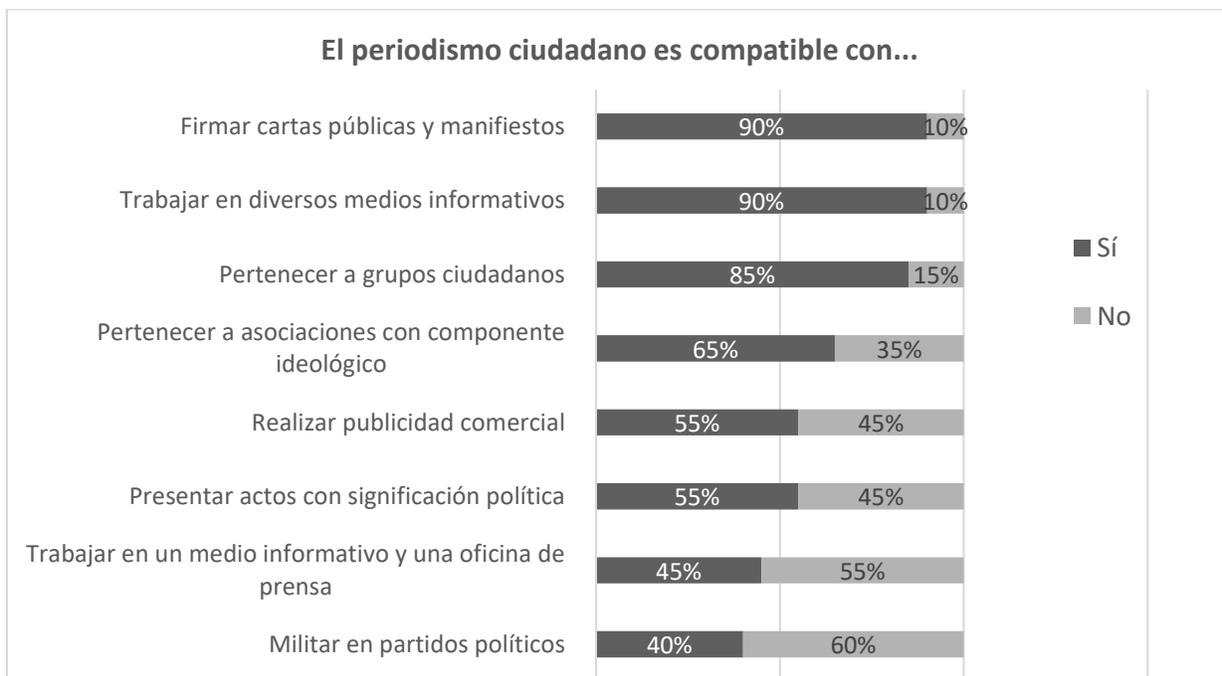


Fuente: elaboración propia.

Y al interior de las empresas periodísticas, la libertad del periodista suele estar marcada por la restricción para incursionar en distintos campos con el objetivo de mantener la imparcialidad y objetividad de la labor profesional. Algunos de estos territorios regulados están justificados, por la posibilidad de generar un conflicto de interés eventualmente impacte el rendimiento profesional del periodista al influir sobre su criterio. Ciertamente también que estas

restricciones protegen a la empresa y no la libertad individual o profesional del sujeto (Gráfico 6.1.6.4). En estos reactivos, la encuesta arroja desaprobación al militar en partidos políticos (60 %), y trabajar simultáneamente en un medio informativo y una oficina de comunicación (55 %). En el lado opuesto, el máximo grado de aprobación se encuentra en el apartado de firmar cartas públicas y manifiestos, junto a trabajar en diversos medios informativos (ambos al 90 %); seguido, se aprueba pertenecer a grupos ciudadanos (85 %). Con iguales porcentajes del 55 %, aparece el hecho de presentar actos con significación política y realizar publicidad comercial (este último punto sigue siendo el dilema por resolver el tema de la rentabilidad en lo que respecta al modelo económico no solo para el periodismo ciudadano sino también para la empresa de periodismo tradicional).

Gráfico 6.1.6.4 Independencia y compatibilidad del periodismo ciudadano con otras actividades



Fuente: elaboración propia.

6.1.7 La asunción de responsabilidad

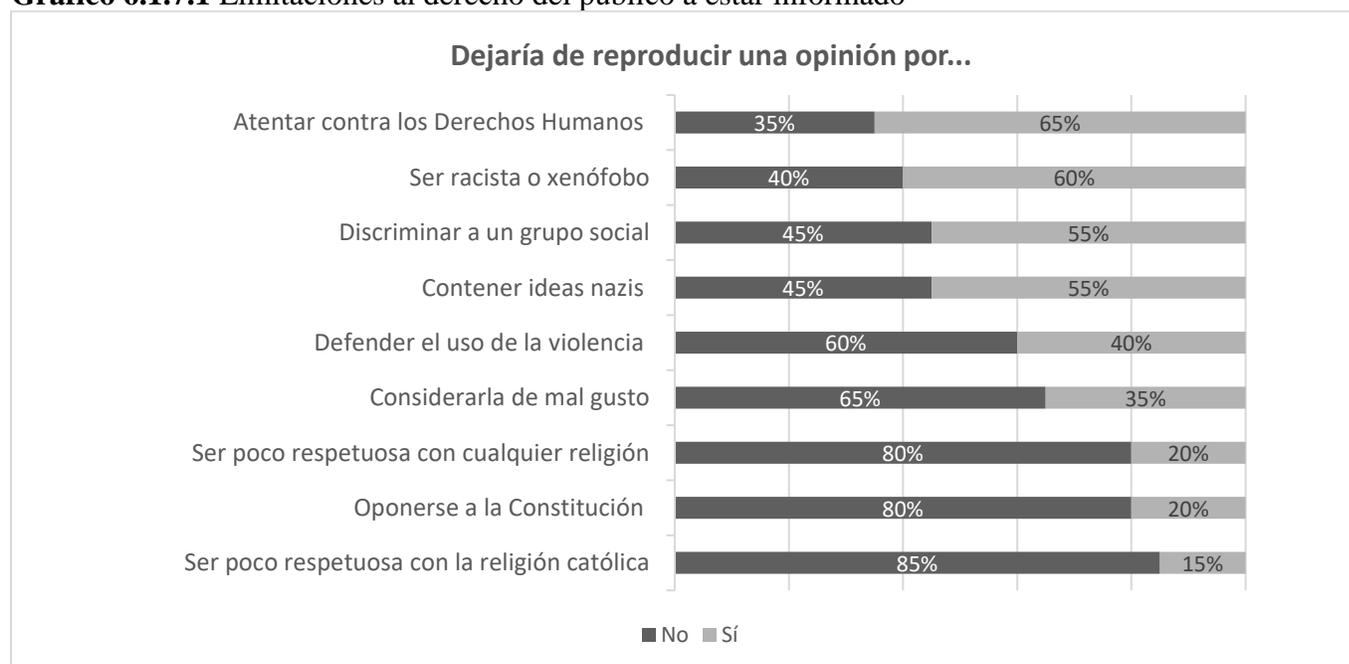
Relacionado con los límites que se establecen durante el ejercicio profesional, Martínez señala que la responsabilidad implica asumir las consecuencias de las decisiones tomadas en el ámbito periodístico; en ellas se debe anteponer “el beneficio social, la defensa y promoción de los principios democráticos” (Martínez, 2016:32). En la labor informativa es deseable que el profesional se desempeñe con respeto (considerando la dignidad humana de toda persona, el sistema jurídico y las instituciones); con sensibilidad en el procesamiento y difusión informativa (sentido de humanidad, compasión y piedad frente a los asuntos de interés público); tolerancia (sin apasionamiento ante ideologías, decisiones o actos del otro); humanidad (empatía con las necesidades ajenas y no infringir daño directa o indirectamente); ecuanimidad (dominio de la razón y las emociones); y espíritu de justicia (disposición a la búsqueda de lo veraz, lo correcto y lo justo) (Martínez, 2016:33-34).

Para establecer los límites de la información, Barber y Damas mencionan que no se debe comprometer la seguridad del sujeto, el derecho a la intimidad, el respeto a las creencias, y en otros casos, las cuestiones del mal gusto, entre ellas las expresiones vulgares, obscenas o blasfemas (Barber y Damas, 2010:33-34), así como también la promoción de comportamientos que alienten la violencia. Por encima de estos criterios, Martínez coloca el interés público, es decir, todo hecho que permita ejercer de mejor manera los derechos ciudadanos, cumplir con las obligaciones legales y promover el derecho del público a la información (Martínez, 2016:114).

El apartado de responsabilidad se resolvió con tres cuestionamientos: ¿bajo qué situación el periodista ciudadano dejaría de reproducir la opinión de un individuo o grupo de individuos?, ¿en qué casos queda limitado el derecho del público a obtener una información veraz? Y ¿en qué casos es lícito abordar a una persona para conseguir una declaración? El apartado del estudio de la responsabilidad profesional se resolvió con tres cuestionamientos: ¿bajo qué situación el

periodista ciudadano dejaría de reproducir la opinión de un individuo o grupo de individuos?, ¿en qué casos queda limitado el derecho del público a obtener una información veraz? Ciertamente que este ejercicio presenta variantes al igual que las percepciones individuales, ya que no existe una regla sino guías y consideraciones que actúan en conjunto, pues los códigos éticos se asumen de forma voluntaria, siempre y cuando no exista un mecanismo de control y regularización institucional al cual supeditarse. En los resultados, el 65 % señala que dejaría de reproducir una opinión cuando atenta contra los derechos humanos; el 60 % cuando es racista; el 55 % por discriminar a un grupo social o contener ideas nazis; y el 40 % por promover el uso de la violencia. Los contenidos de mal gusto tienen un rechazo de 35 %, las faltas de respeto a cualquier religión y el hecho de oponerse a la Constitución alcanzan cada una el 20 %. Al final de la lista, el 15 % de los periodistas ciudadanos encuestados no reproduciría una información por ser irrespetuosa con la religión católica.

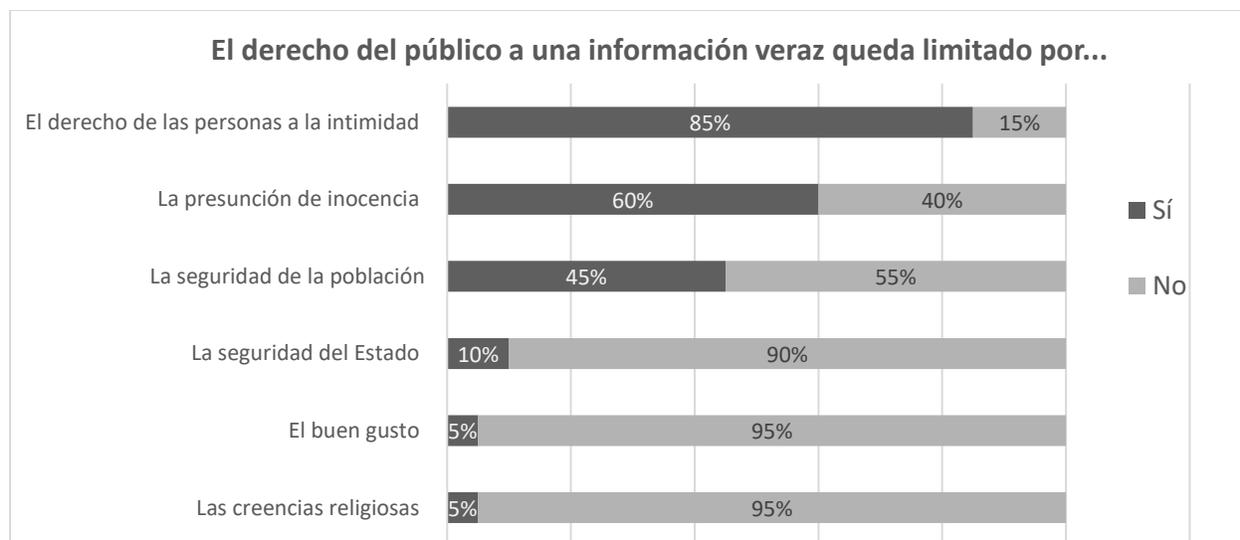
Gráfico 6.1.7.1 Limitaciones al derecho del público a estar informado



Fuente: elaboración propia.

En el mismo orden de ideas, los participantes en la encuesta señalaron bajo qué condiciones quedaría limitado el derecho público a una información veraz. El porcentaje mayor se registra en la categoría del derecho a la intimidad de las personas, con un 85 %, seguido por la presunción de inocencia con un 60 %. Estas primeras condiciones representan dos de las máximas éticas definitivas de acuerdo a las cuales se establece que el derecho a la información no debe pasar por encima de la privacidad del sujeto, ni de los derechos fundamentas. No obstante, un 15 % en el primer caso y un 40 % en el segundo, no establecen límite en las informaciones que se relacionan con estos casos. En los extremos, el 5 %, limitaría el derecho por cuestiones de buen gusto y creencias religiosas; y el 10 % por seguridad del Estado.

Gráfico 6.1.7.2 Límite profesional al derecho del público a la información



Fuente: elaboración propia.

6.1.8 El compromiso de integridad profesional

El principio de integridad profesional es considerado por Omar Martínez, como una “suma de valores tales como la honestidad, la rectitud, la honradez, el profesionalismo y la

probidad entre otros” (Martínez, 2016:111), con los que el periodista y el medio de comunicación responden de manera asertiva y ética a la realidad; también señala que “este conglomerado valórico cobra cuerpo en la medida que el periodista y el medio rechazan posturas interesadas en la cobertura informativa que pudieran comprometer su independencia o poner en riesgo la veracidad” (Martínez, 2016:34). Como conglomerado, el principio de integridad concentra unos rasgos propios muy concretos y otros que le son externos y que son resultado de la aplicación de los otros principios que hemos mencionado a lo largo de nuestro estudio: veracidad, independencia, responsabilidad y afán de servicio.

Entre las prácticas deseables en este valor, Martínez señala la distinción entre información y opinión, así como entre información y publicidad (2016). El primero de estos criterios se relaciona con la veracidad de la información, ante la cual el periodista debe evitar exponer su opinión y hacer conjeturas en textos informativos (se incluye la verificación y confrontación de la información). En el segundo, se prohíbe la realización de actividades publicitarias o de relaciones públicas ante dependencias; esta segunda característica lo vincula con el principio de independencia.

En el mismo sentido, la política editorial “no habrá de sujetarse a criterios de publicidad” y de acuerdo a Martínez, la información pagada tendrá que ser identificada con claridad (Martínez, 2016:116). Este tercer señalamiento implica la independencia del medio y añade el principio de veracidad (que evita engañar al lector al presentarle una inserción como si se tratara de información con el aval editorial de la empresa). En su análisis a los 37 códigos éticos públicos en México, dentro de la integridad profesional Martínez incluye también el rechazo al “amarillismo” en la información como la exageración de la noticia, el uso del morbo o la

alteración del sentido de una declaración, etcétera (2016), precepto que conecta la integridad profesional con el principio de responsabilidad.

Resumiendo, la integridad profesional está compuesta de aspectos de distinto orden así como también los códigos de ética han sido elaborados y desarrollados a través del tiempo y en condiciones sociales y culturales diversas, por la multiplicidad de acepciones que puedan ser ubicadas en diferentes documentos. Sin embargo esta diversidad no representa una señal distintiva de dispersión en los códigos éticos, pues el carácter de estos no es el de una ley punitiva o coercitiva, sino el de un conjunto de normas aceptadas voluntariamente en colectivo para regular la profesión y dotarla de solidez moral.

El rasgo más concreto que a nuestro criterio define la composición interna de la integridad, es su compromiso con la profesionalización constante como medio de afrontar el desarrollo personal, el cumplimiento con la empresa y la responsabilidad con la audiencia; de ahí que luego puede vincularse en el ejercicio periodístico con los otros principios éticos que atienden a campos de aplicación específica. Esta necesidad nuestra de establecer su naturaleza interna en relación a la conexión externa que mantiene, se debe a que la integridad profesional tiene una presencia multinivel que atraviesa tanto la forma tangible que cobra el producto noticioso, así como aspectos procedimentales en las salas de redacción y también a los valores éticos generales del periodismo. Dada la complejidad del concepto, metodológicamente esta distinción permite establecer sus límites e ilustrar su comportamiento en su intersección con los principios de veracidad, independencia, responsabilidad y afán de servicio.

Para medir la integridad profesional, se pidió al periodista ciudadano en Sonora responder cuál es el grado de utilidad que considera tienen los códigos de ética periodística, el 20 % les asigna el máximo grado de utilidad (10) mientras que el 10 % le asigna el mínimo (1). El resto

del porcentaje no muestra una tendencia determinante, aunque concentrado por grupos, el 70 % asigna un valor que fluctúa de media a óptima utilidad, y el 30 % considera que su utilidad varía de media a ninguna utilidad. Por rangos separados, la respuesta no arroja una tendencia clara, pues los encuestados manifiestan opiniones muy diversas. En una escala donde diez es utilidad óptima y uno, ninguna utilidad, los resultados se muestran en la Tabla 6.1.8.1.

Tabla 6.1.8.1 Grado de utilidad de códigos de ética según los periodistas ciudadanos

Ninguna	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Óptima
utilidad	10 %			10 %	10 %	15 %	20 %	15 %		20 %	utilidad

Fuente: elaboración propia.

En lo más concreto, en complemento a la valoración de la utilidad de los códigos éticos, se obtuvo una aproximación a los valores considerados más importantes para el periodista ciudadano. Sobre una lista de 10 valores previamente definida, los periodistas ciudadanos debieron ordenarlos por importancia del 1 al 10, donde uno representa el valor principal. Esta serie de principios éticos corresponde a los principales valores por frecuencia de aparición, del estudio “Fundamentos éticos de la prensa en América Latina” (Talavera, 1999:278), que compendia los principios comunes en códigos de ética periodística por región y país en América Latina. En los resultados, las posiciones a cada valor se asignaron por un promedio entre el puntaje recibido y el número de participantes en la encuesta. Aunque ningún escaño obtuvo la cifra absoluta de 1 o 10, de todas formas es un indicativo de lo cerca o lejos que cada principio ético se encuentra de los extremos “más importante” o “menos importante”.

De acuerdo a los resultados, la objetividad es el valor principal con un promedio de 3 %; le sigue la libertad de expresión, información y prensa (3.94 %), colocar el interés público sobre

el interés personal (5.11 %), la responsabilidad profesional (5.33 %), el respeto a la intimidad y vida privada (5.38 %), la identidad profesional (5.61 %), distinguir entre información y publicidad (6.22 %), derecho de réplica (6.25 %) e independencia profesional (6.5 %); en el extremo más lejano se ubica el secreto profesional con un (7.22 %). Este dato es consistente de alguna manera con el campo de trabajo, pues entre la serie de valores presentados, el secreto profesional (el derecho del periodista a proteger a su fuente de información) raras veces se discute en el ámbito local y regional, es decir, es poco conocido en comparación con los valores más populares como los que aparecen en la cima de la lista.

Gráfico 6.1.8.1 Valores éticos por orden de importancia donde 1 es el valor principal



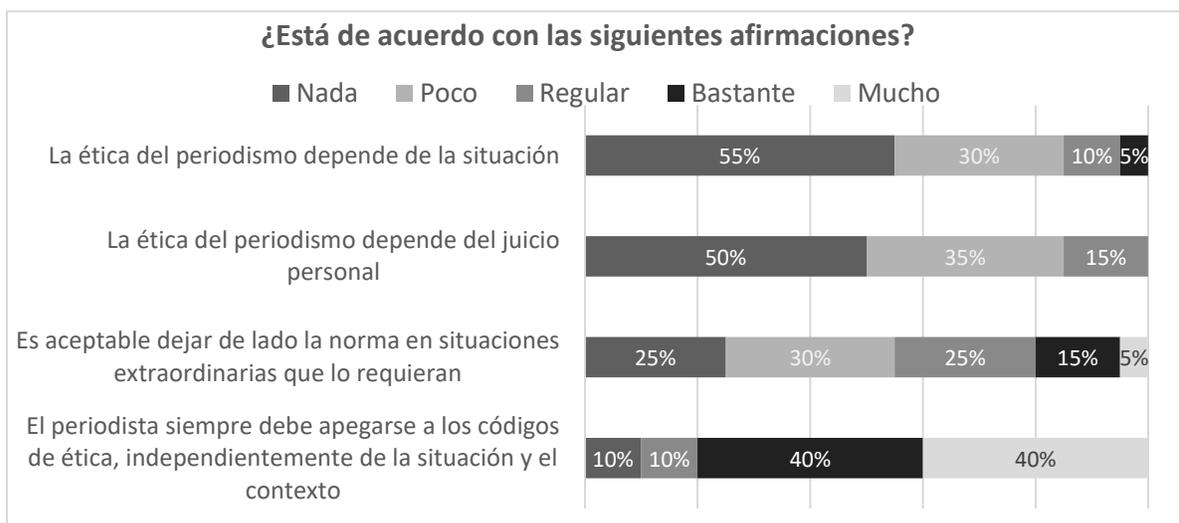
Fuente: elaboración propia.

Y bajo circunstancias especiales, ¿hasta dónde el código ético es una férrea línea para el periodista ciudadano? Entre la teoría de los libros y la práctica en las calles, los principios éticos tienen un cariz distinto; se trata de una decisión con impacto emocional en el sujeto y con un impacto real porque la decisión involucra el espacio público y se sujeta a su escrutinio público.

En este punto, el periodista ciudadano responde a la pregunta, ¿Está de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre el periodismo?

Las categorías de respuesta señalan si es admisible y en qué situaciones es admisible dejar de lado los principios éticos del periodismo. En un porcentaje combinado, el 80 % está de acuerdo en el hecho de que el periodista siempre se apegue al código de ética (suma del escaño “bastante” y “mucho”, repartidos en un 40 % cada uno). En el opuesto, 20 % afirma que es bastante y muy aceptable dejarlo de lado en casos extraordinarios. La tendencia apunta que los sujetos tienen una firme base ética, pues las categorías intermedias que proponen que la ética depende de la situación, así como del juicio personal, el 85 % está poco y nada de acuerdo con esas afirmaciones. De igual forma, en los dos casos solo el 15 % se manifiesta de acuerdo con la cuestión; el nivel oscila de “regular” a “bastante” (Gráfico 6.1.8.2).

Gráfico 6.1.8.2 Excepciones al código ético



Fuente: elaboración propia.

6.1.9 El afán de servicio a la comunidad

Omar Martínez señala que bajo el afán de servicio está la voluntad de ofrecer información de interés público para que el ciudadano comprenda el entorno y eleve su calidad de vida; se incluye la difusión de contenidos sobre derechos y obligaciones para beneficio del sujeto y su comunidad; sin la lealtad al bienestar común, agrega, el periodismo y la libertad de expresión, carecerían de sentido (Martínez, 2016). Este bien común se asocia a las condiciones sociales, institucionales, económicas, políticas, que el ciudadano necesita conocer para comprender el entorno y “para tomar fundadas decisiones personales y colectivas que nos posibiliten calidad de vida” (Martínez, 2016:36).

Para Barber y Damas el interés público enfrenta las presiones que los patrocinadores y del poder político ejercen para que el periodista actúe bajo sus conveniencias. Con estas presiones, la representatividad social en la información corre el riesgo de verse reducida a la agenda de ciertos grupos, mientras que “la independencia y la no manipulación de las noticias son una garantía para los derechos de los lectores” (Barber y Damas, 2010:143). Su objetivo debe ser facultar a sus lectores, oyentes o televidentes, para adoptar decisiones individuales (González Reigosa, en Barber y Damas, 2010:143).

Al igual que el principio de integridad profesional, el afán de servicio está implícito de forma indirecta como el motivo del ejercicio periodístico. Expresamente, el código ético de *El Debate* apunta que el periodista no debe marginar, ofender, subestimar o excluir por religión, cultura, raza, color, entre otras. *Porvenir* manifiesta que su misión es “apoyar las causas nobles de la sociedad”, y sus reporteros están obligados a atender las denuncias ciudadanas sobre carencia de servicios o abusos de autoridad; *El Imparcial*, asume la misión de contribuir con el crecimiento de su comunidad “a través de un periodismo de excelencia y con un alto desarrollo humano” (Martínez, 2016:155).

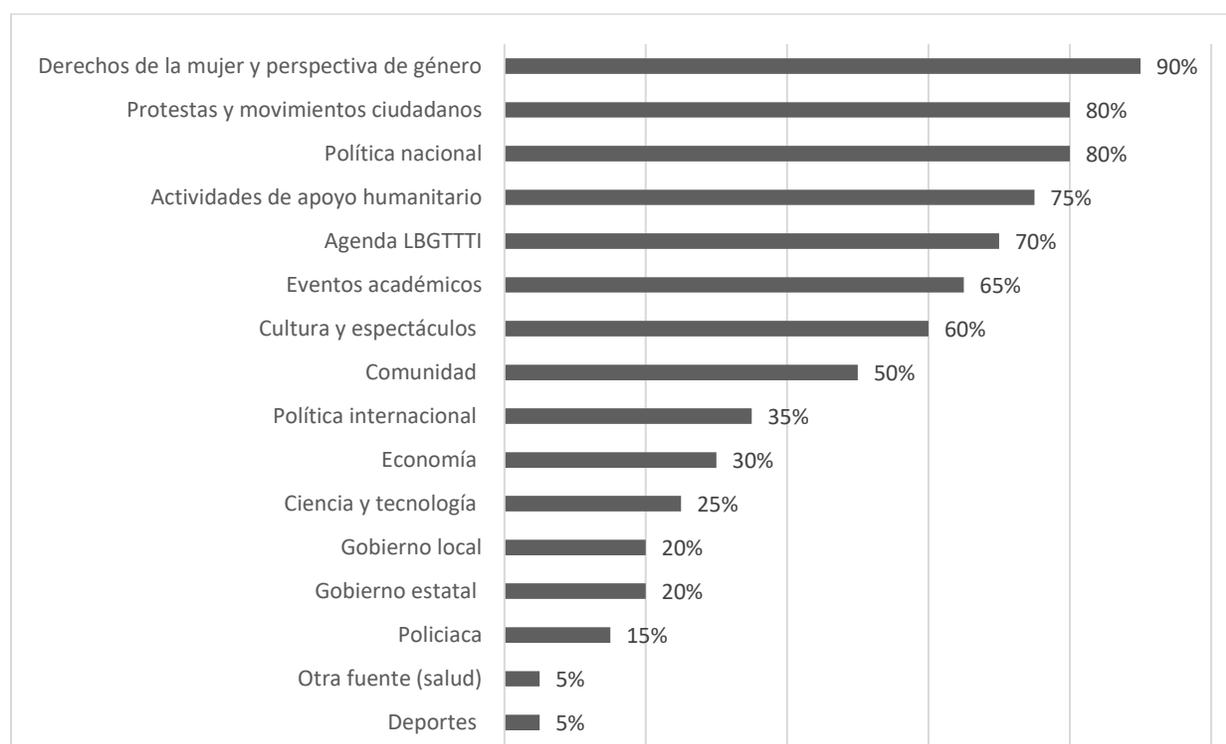
Este valor contempla cuatro criterios rectores: la no discriminación, el bien común y servicio a la comunidad, las vías de comunicación abiertas al público y la figura de defensor del público (Martínez, 2016:154). Para Martínez, está compuesto de la solidaridad (adhesión voluntaria a la causa de los demás); la cooperación (para satisfacer necesidades, la preservación o progreso de los miembros de un grupo social); perseverancia (al ofrecer con firmeza herramientas para la comprensión del acontecer público y el bienestar de la gente); y el amor (por medio del cual se aspira al entendimiento de los asuntos públicos para contribuir a la armonía social) (Martínez, 2016:36-37). Con lo anotado, el afán de servicio aparece como el discurso que da cohesión a la misión del periodismo fundamentada en la sujeción de la información al interés público. Como concepto, sus líneas atraviesan a los principios de veracidad, independencia, responsabilidad e integridad profesional.

Para abonar al entendimiento del afán de servicio en el periodismo ciudadano, el levantamiento de datos fue dirigido para descubrir elementos que forman parte de la rutina productiva del periodismo en su fase práctica y no ya en la esfera de los valores abstractos. Para ello, el estudio busca información sobre el tipo de eventos al que el periodista da cobertura, con la intención de separar básicamente en dos grupos: el comportamiento que corresponde a las coberturas oficiales (gobierno municipal, estatal y federal), y el que corresponde a los asuntos de participación e interés ciudadano, tales como protestas, servicios públicos, derechos de la mujer, entre otros. Un tercer perfil de eventos agrupa categorías de fuentes varias como deportes, espectáculos, ciencia y cultura, entre otras.

Como se muestra en el Gráfico 6.1.9.1, en orden descendiente, el 90 % de los periodistas da cobertura a temas sobre derechos de la mujer y perspectiva de género; esta categoría representa los valores más altos, seguida de la cobertura de protestas y movimientos ciudadanos

y política nacional (ambos con el 80 %), actividades de apoyo humanitario (70 %), agenda LBGTTTI (70 %), eventos académicos (65 %), cultura (60 %), cultura y espectáculos (60 %) y comunidad (50 %). Por abajo del umbral del 50 %, aparecen los temas de política internacional (35 %), economía (30 %), ciencia y tecnología (25 %), eventos y ruedas de prensa del gobierno local y estatal (20 % en ambos casos), policiaca (15 %) y deportes (5 %). Al final de la lista aparece la fuente de información sobre salud que originalmente no estaba anotada en la encuesta pero surgió bajo la modalidad de “otros eventos” (5 %).

Gráfico 6.1.9.1 Eventos principales en la cobertura del periodismo ciudadano

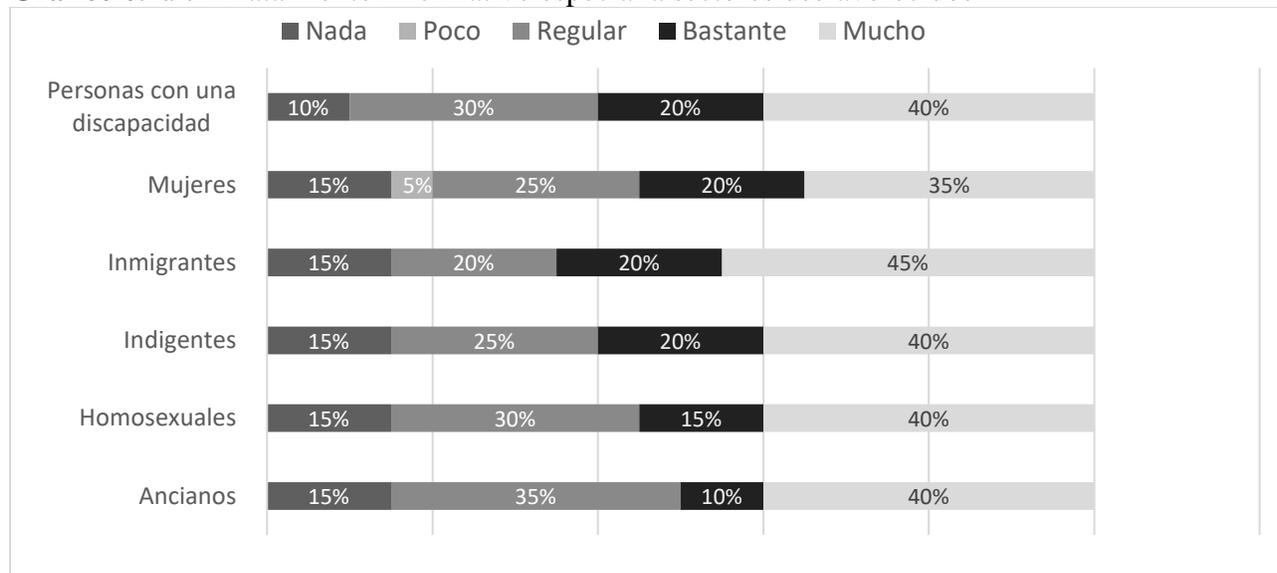


Fuente: elaboración propia.

Respecto al afán de servicio, desde la perspectiva del estudio el periodismo ciudadano muestra mayor empatía con los colectivos sociales y ciudadanos que enfrentan diferentes tipos de marginación, que la que éste tiene en comparación con las fuentes reconocidas por el Estado

tales como cámaras de comercio, asociaciones empresariales y las mismas dependencias gubernamentales. Durante la encuesta, los participantes en el estudio respondieron si se consideran partidarios de que los sectores vulnerables reciban un tratamiento informativo especial a causa de la situación que padecen (Gráfico 6.1.9.2).

Gráfico 6.1.9.2 Tratamiento informativo especial a sectores desfavorecidos



Fuente: elaboración propia.

En general, en las 6 categorías un porcentaje considerable manifiesta el máximo nivel de acuerdo (“Mucho”) en otorgar una cobertura especial a estos segmentos: personas con discapacidad, 40 %; mujeres, 35 %; inmigrantes, 45 %; indigentes, 40 %; homosexuales, 40 %; y ancianos, 40 %. En el extremo de las cifras menores, el 15 % no haría distinción en el trato informativo especial en categoría alguna, salvo en el citado sector de personas con discapacidad que registra un mínimo de 10 %. De acuerdo al código, estos porcentajes menores están alineados con el principio de imparcialidad, según el cual se otorga la misma atención a cualquier grupo o individuo.

Dentro de los criterios rectores que componen el afán de servicio, Martínez señala que el principio de no discriminación, ocupa el primer lugar por número de menciones dentro de los códigos éticos mexicanos. Sobre este principio, se anota que el periodista no debe marginar o excluir por motivos de religión, cultura, raza, color, entre otras, así como evitar el uso de términos despectivos o discriminatorios (Martínez, 2016:155). Este intento del que participa la prensa por mantener la dignidad de los sujetos en el tratamiento informativo también resulta delicado cuando, por el uso masificado de dispositivos móviles y tecnología digital, la producción y difusión de informaciones ha aumentado de gran manera. Haciendo un símil del texto con la imagen, en las aulas universitarias y talleres de fotografía, por ejemplo, los primeros ejercicios de los participantes con frecuencia involucran fotografiar la indigencia y escenarios de la pobreza. El fotoperiodismo hace lo propio cuando promueve la imagen del exotismo de las culturas indígenas. Esta falta de profundidad cuando no es mal intencionada, todavía puede fortalecer los prejuicios al ofrecer información fuera de contexto o insuficiente. Para Barber y Damas (2010), la no discriminación está contemplada dentro del principio de justicia, vía la ruta de la imparcialidad y el equilibrio informativo, pues el periodista es injusto cuando su cobertura informativa está desequilibrada, cuando imprime un sesgo a las noticias que “afectan a colectivos que se consideran desfavorecidos o cuando vulnera la presunción de inocencia de la persona” (Barber y Damas, 2010:104).

Al respecto, este apartado muestra el tratamiento que reciben 7 categorías que pueden acentuar una interpretación discriminatoria en la información (género, etnia, nacionalidad, orientación sexual, ideología y lengua). La escala propone diferenciar los criterios de frecuencia ante la pregunta de encuesta ¿cuándo está justificado exponer las características de los protagonistas de la noticia? En los resultados, la mayor parte de los porcentajes se concentran en

la opción de especificar las características cuando son relevantes para la información, esto desde un 75 % en lengua o idioma, el 90 % en creencias religiosas, el 95 % en género y etnia; y hasta el 100 % en el caso de la orientación sexual, nacionalidad e ideología. Diferenciando en los extremos, el 5 % nunca especificaría creencia religiosa o ideología; para etnias, el 5 % incluiría el dato solo si es relevante para el lector. En la columna que señala la opción de siempre especificar la información señalada, los porcentajes son variables como se muestra en la Tabla 6.1.9.1.

Tabla 6.1.9.1 Características específicas de la población y frecuencia de publicación

	Nunca	Si es relevante para la información	Si es interesante al receptor	Siempre, sin ningún problema
Género		95 %		5 %
Etnia		85 %	5 %	10 %
Nacionalidad		90 %		10 %
Orientación sexual		100 %		
Creencia religiosa	5 %	90 %		5 %
Ideología	5 %	95 %		
Lengua o idioma		75 %	20 %	5 %

Fuente: elaboración propia.

Al informar un conflicto entre dos partes, podemos analizar el punto desde la propiedad de las normas éticas o desde el ejercicio del ciudadano. Como se muestra más adelante en los resultados de la fase cualitativa, es frecuente la percepción de que el periodismo ciudadano es una herramienta para el cambio, para la denuncia y para buscar soluciones; también es considerado un medio para dar representatividad al ciudadano, dar voz y compensar a los

sectores desfavorecidos frente a aparentes situaciones de vulnerabilidad que enfrentan ante la situación social imperante. En esta pregunta, al cuestionar a los participantes sobre el tipo de cobertura que realizaría en un conflicto entre dos partes, el 65 % está de acuerdo en otorgar un igual protagonismo a los involucrados y un 10 % opina que la cobertura depende de la línea de cada medio; el restante 25 % considera que es legítimo dar protagonismo solo a una de las partes.

Gráfico 6.1.9.3 Imparcialidad en el tratamiento de las partes en conflicto.



Fuente: elaboración propia.

6.2 Resultados de la fase cualitativa

Para la aplicación de la fase cualitativa la guía de entrevista fue diseñada considerando que respondiera a los elementos de la pregunta principal de investigación así como a las preguntas secundarias. Además, esta fase debería aportar a la interpretación del periodismo ciudadano no exclusivamente desde los principios éticos sino con prioridad en los criterios de la teoría social incluidos en el modelo interdisciplinar de nuestro estudio para describir el comportamiento en el contexto de participación social.

La pregunta de investigación principal indaga cuáles son los valores éticos, perfil profesional y productividad del periodista ciudadano y a partir del cual se caracteriza su ejercicio periodístico.

Ya que la fase cuantitativa concentró datos del comportamiento del periodista ciudadano como colectivo, la etapa cualitativa ya no estuvo exclusivamente centrada en el comportamiento ético ya que están arraigados en el desempeño profesional. Complementariamente, las entrevistas fueron dirigidas para explorar la intersección entre ética periodística y valoraciones del periodista ciudadano en torno al ambiente social y sus actores. Entre ellos, la relación tanto con la sociedad civil como con el Estado. Eventualmente como se muestra más adelante, también la relación con el periodismo tradicional emergió como una tendencia de marcada intensidad.

Como preguntas secundarias, se establecieron las siguientes: (1) En un marco de crisis de credibilidad ¿cuáles son las percepciones del periodista ciudadano sobre el estado del periodismo? (2) En un marco de crisis de credibilidad ¿cuáles son las percepciones del periodista ciudadano sobre la relación del periodismo y las fuentes informativas, entre las que se incluyen organizaciones de la sociedad civil y del Estado? (3) ¿De qué forma se caracteriza el desempeño profesional del periodista ciudadano como forma de participación social?

La guía de entrevista contiene 30 preguntas en bloques que incluyen el perfil del sujeto, la rutina productiva, cada uno de los principios éticos anotados en el diseño metodológico, la relación con la sociedad, la relación con el Estado y la relación con el periodismo tradicional. Ya en la práctica, las respuestas de los entrevistados con frecuencia relacionan un punto con alguno de los otros. Para la aplicación del instrumento, 7 sujetos fueron elegidos en los municipios de Hermosillo y Nogales. Para justificar la idoneidad de esta selección, se tomó en cuenta la experiencia que tuvimos con ellos al momento de la aplicación del cuestionario en la fase cuantitativa, así como que cada uno aportara variabilidad al estudio en cuanto a su formación académica, tipo de experiencia, conocimientos, sexo, grupo de edad, campo de interés, etc. Las entrevistas fueron realizadas entre el 12 de agosto y el 6 de noviembre de 2017.

Tabla 6.2.1 Descripción de los participantes en la fase cualitativa del estudio

Participante	Perfil
Sujeto 1	Periodista independiente, sexo masculino. Edad: 53 años. Municipio: Nogales. 35 años de experiencia. Redactor para redes sociales. Estudios: preparatoria.
Sujeto 2	Periodista independiente, sexo: masculino. Edad: 44 años. Municipio: Hermosillo. 7 años de experiencia. Autodidacta. Productor y locutor de radio. Estudios: licenciatura en sociología.
Sujeto 3	Docente, sexo: femenino. Edad: 30 años. Municipio: Nogales. 1 año de experiencia, autodidacta. Estudios: posgrado. Productora de radio.
Sujeto 4	Periodista, sexo: femenino. Edad: 31 años. 8 años de experiencia. Editora y blogger. Estudios: licenciatura en ciencias de la comunicación.
Sujeto 5	Jubilado, sexo: masculino. Edad: 67 años. Municipio: Hermosillo. 2 años de experiencia, autodidacta. Productor de video para redes sociales. Estudios: preparatoria.
Sujeto 6	Periodista. Sexo: masculino. Edad: 44 años. Municipio: Hermosillo. 20 años de experiencia. Estudios: posgrado.
Sujeto 7	Radialista, fotógrafo y videógrafo independiente. Masculino. Edad: 37 años. Municipio; Hermosillo, 7 años de experiencia. Operador técnico. Estudios; licenciatura.

Fuente: elaboración propia.

Con la teoría fundamentada como estrategia de análisis, en esta fase se realizó un trabajo descriptivo, por medio del método de comparación constante, muestreo teórico y codificación (abierta, axial y selectiva). Las entrevistas fueron respaldadas en archivos de audio digital y transcritas; los datos fueron codificados artesanalmente. El proceso para la creación de las categorías fue mixto, pues se tomaron como punto de partida las categorías previamente definidas en el estudio cuantitativo, y posteriormente fueron reformuladas de acuerdo a las tendencias del dato emergente. Los códigos se fueron reducidos para llegar al punto de representación más concreta del fenómeno. Al llegar al máximo nivel de acercamiento, la relación entre la descripción y las categorías debió ser consistente pues son representaciones del fenómeno elaboradas a través de los datos.

Por pasos, el proceso de análisis de los datos cualitativos fue el siguiente:

1. La codificación abierta se inició con 3 categorías pre-establecidas (valores éticos, perfil profesional y productividad). En esta etapa se obtuvieron 655 códigos en total.
2. En la codificación axial, los 655 códigos fueron contrastados y agrupados por similitudes en 6 categorías emergentes: relación entre el periodismo tradicional y el Estado, percepción sobre el Estado, periodismo ciudadano como participación social, estructura general, perfil profesional, y valores éticos.
3. Para visualizar la posición que guarda la estructura respecto al proceso general, las categorías fueron organizadas a través del paradigma de condiciones, acciones/interacciones y consecuencias (Tabla 6.2.2). Esta herramienta es útil para ubicar el escenario o circunstancias en las que se desarrolla el fenómeno (estructura), y la respuesta o actitud que toman los involucrados ante el mismo fenómeno (proceso) (Strauss y Corbin, 2002:139). A partir del paradigma también se puede establecer un relato congruente elaborado desde las categorías que han emergido del dato.

Tabla 6.2.2 Paradigma de condiciones, acciones/interacciones y consecuencias

Condiciones	Acciones/interacciones	Consecuencias
Existe una crítica al estado del periodismo tradicional y la relación que éste mantiene con el Estado, con lo que la información adquiere un tono de propaganda.	El periodista ciudadano se identifica y establece una relación horizontal y de representación con el ciudadano y la sociedad.	En este escenario el periodismo ciudadano es una forma de participación que construye tejido social y busca opciones de construir un país. La información contribuye al empoderamiento ciudadano.

Fuente: elaboración propia (con base en Strauss y Corbin, 2002).

4. Como resultado del paradigma, se identificaron 3 categorías emergentes principales que relacionan el comportamiento general del fenómeno bajo estudio; y 3 categorías secundarias,

que aunque forman parte del problema y aparecen en los datos iterativos, no fueron estrictamente de primer orden para explicar el comportamiento del proceso (Tabla 6.2.3).

Tabla 6.2.3 Listado de categorías emergentes principales y secundarias

Categorías emergentes principales	Categorías emergentes secundarias
1. Relación entre el periodismo tradicional y el Estado	4. Estructura general
2. Percepción sobre el Estado	5. Perfil profesional
3. Periodismo ciudadano como participación	6. Valores éticos

Fuente: elaboración propia.

5. Para finalizar la codificación axial, las 6 categorías emergentes fueron redactadas como oraciones para describir la relación entre sus propiedades y dimensiones (Strauss y Corbin, 2002:112), quedando de la siguiente forma: 1) Existe una percepción crítica de la relación que el periodismo tradicional mantiene con el Estado, en la que predomina la sujeción de los medios informativos por medio de convenios publicitarios; mismos que tienen impacto en la relación que el periodismo mantiene con la audiencia así como en su desempeño profesional; 2) Existe una percepción crítica hacia el Estado y las instituciones, la cual marca una separación del periodismo ciudadano respecto al poder estatal, así como la interferencia de este último en el control de la información a través del otorgamiento de convenios publicitarios; 3) El periodismo ciudadano se asume como una forma de participación social a través de la cual se otorga representación a la sociedad civil en el terreno de los medios informativos, al mismo tiempo que se busca contribuir a la construcción democrática y al empoderamiento ciudadano; 4) En la agenda informativa del periodismo ciudadano destaca la cobertura que otorga a temas de género y la violencia contra la mujer, además de contemplar la integración de temas para el beneficio colectivo; 5) En la estructura general del periodismo ciudadano se destaca que dentro de la agenda de noticias, se da cobertura a temas

sociales, atiende temas de género y asume la representación de la mujer. En este apartado también se señala que el periodismo ciudadano se encuentra en construcción (crece la audiencia, el uso de tecnologías digitales y se perfeccionan los procedimientos); 6) En correspondencia con las anteriores, al establecerse una relación entre los grupos sociales y el periodismo ciudadano, la práctica ética muestra pragmatismo entre el desempeño profesional y las valoraciones hacia la ciudadanía, el contexto social y la crítica al Estado. En este pragmatismo, los principios y valores éticos son ajustados para atender las necesidades ciudadanas de información y representación.

6. En la fase de codificación selectiva, se elaboró la categoría central con el objetivo de integrar los datos principales en una explicación integrada del fenómeno. La categoría central, sostienen Strauss y Corbin, representa el tema principal de la investigación (2002). Al momento de refinar los resultados, la categoría central consiste en todos los productos del análisis, condensados para explicar de qué trata la investigación (Strauss y Corbin, 2002:160). En resumen, la evolución y síntesis de los datos en la codificación abierta, axial y selectiva, se presentan en la Tabla 6.2.4.

Tabla 6.2.4 Evolución de los datos durante la etapa de codificación

Codificación abierta	Codificación axial	Codificación selectiva
Total de códigos elaborados: 655	1. Identificación de las 3 categorías emergentes principales 2. Elaboración del paradigma de condiciones, acciones/interacciones y consecuencias.	Definición de la categoría central

Fuente: elaboración propia.

Como categoría central, la integración de los datos queda resumida en el siguiente enunciado: el periodismo ciudadano es ejercido como una herramienta de participación social

que contribuye al empoderamiento y construcción del tejido social. Como se mencionó en el apartado metodológico, la categoría central debe estar relacionada con las otras categorías principales, debe aparecer con frecuencia en los datos, desarrollar una explicación lógica, abarcar otras áreas sustantivas, contar con profundidad analítica y tener la capacidad de explicar las variaciones, el tema central y los casos contradictorios (Figura 6.2.1).

Categoría central	Categoría emergente	Descripción por códigos
El periodismo ciudadano es ejercido como herramienta para la participación social que contribuye al empoderamiento y construcción del tejido social	Periodismo ciudadano como participación	El patrón es la ciudadanía, es herramienta de la sociedad, alienta la democracia, es tejido social, es periodismo de izquierda, responde a la desigualdad social.
	Percepción sobre el Estado	El Estado no es nuestro patrón, dicta la agenda, controla, censura, vigila y coacciona, es vertical, es omiso, es responsable de la desigualdad, desinforma.
	Relación periodismo tradicional y Estado	La prensa es la voz del Estado, es cupular, se identifica con el Estado-Oligarquía, tiene un interés económico, está sujeto a compromisos, está sujeto al Estado.
	Estructura general	El objetivo no es el rating, da voz a grupos sin acceso, denuncia, debe ser crítico, facilita el análisis, forma audiencia crítica, cubre problemáticas sociales.
	Perfil profesional	Es profesional, es amateur, tiende a la profesionalización, está en construcción, es ciudadano, es un ciudadano en aprendizaje.
	Valores éticos	La verdad es subjetiva, la verdad periodística no existe, no es neutral, se construye en diálogo con la audiencia, contiene una ética social, implica una postura personal.

Figura 6.2.1 Categoría central por su relación con las categorías emergentes y códigos.

La relación de categorías emergentes principales se encuentra en el Anexo 3 y las categorías emergentes secundarias en el Anexo 4. La relación de códigos destacados que conforman cada categoría y subcategoría, se encuentra en el Anexo 5 (categorías emergentes principales) y Anexo 6 (categorías emergentes secundarias).

CAPÍTULO VII. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

7.1 Perfil, confianza y participación del periodista ciudadano en la esfera pública

En cuanto al perfil del periodista ciudadano en Sonora, México, la muestra se divide en un 45 % de mujeres y un 55 % de hombres. El grupo con rango de menor edad corresponde a los encuestados entre 21 y 30 años y representa el 20 %; los sujetos entre 31 y 40 años se ubican en un 20 %. La participación con mayor frecuencia se encuentra en el grupo entre los 41 y 50 años, el cual alcanza una cifra del 40 %; por partes iguales, el grupo entre 51 a 60 años, así como el que va de los 61 a 70 años, cada uno presenta un 10 % del total de la muestra encuestada. Respecto al nivel de estudios, el 5 % cuenta con estudios de preparatoria; el 65 % de licenciatura y el 30 % restante, nivel de posgrado. Al interior, el 20 % de los encuestados estudió una licenciatura en periodismo o comunicación. En relación al medio en el que trabajan, la plataforma predominante es el medio digital con el 45 % (redes sociales), seguido de radio en frecuencia modulada (20 %), radio por internet (15 %) y fanzine impreso (15 %). En lo relativo a aspectos económicos, el mayor porcentaje obtiene los menores ingresos (75 %). Sobre su ideario político, la tendencia a la izquierda política concentra al 90 % de los encuestados; el 5 % se ubica al centro-derecha y el 5 % restante se ubica en tendencias de derecha. Las funciones más frecuentes entre el total de los encuestados son: redacción de textos (70 %), redes sociales (45 %), producción (40 %), locución (30 %), y producción multimedia (30 %). Las funciones que aparecen con menor frecuencia son las que se refieren a la elaboración de infografías y diseño (15 %). Este dato es consistente con la categoría profesional, pues el 75 % se considera redactor. De este dato se deduce una estructura formal muy simple aunque la diversificación de los roles en una estructura más completa, puede permitir que el organigrama dirija el flujo de trabajo como una inducción a las labores.

En la fase cualitativa, bajo la subcategoría “Nivel de formación profesional-amateur-ciudadano”, se agrupan los códigos relacionados con el perfil profesional del periodista ciudadano. En ella se señala que existen equipos de trabajo mixtos que incluyen a profesionales con formación académica y a aquellos con experiencia acumulada a través de los años. Además, al esquema pro-am se añade el sujeto que incursiona en el periodismo ni como profesional ni como amateur, sino reafirmandose en una tercera opción: en su carácter de ciudadano. La identificación como ciudadano tiene tres lecturas: 1) la de aquellos que se distinguen del periodista por la profesión; 2) la de los que se distinguen en un nivel de habilidad técnica; y 3) la de los que se afirman primeramente como sujetos sociales.

Pues yo creo que soy ciudadana amateur pero antes ni siquiera me consideraba amateur porque no me contemplaba en ese espacio de periodismo. Como te digo nada más era un medio para hablar porque de hecho las primeras veces y todavía a veces es el nervio de estar frente al micrófono y te tiembla la voz y ahora es igual pero como cuando haces ejercicio y al principio no puedes levantar 10 kilos pero después ya es más fácil (Sujeto 3).

Es la misma pero ya hacia adentro me considero más ciudadano...Un ciudadano que quiere ir más allá de la herramienta que domina ahorita...alguien que está preocupado por dominar la técnica para plantear...Antes que periodista eres ciudadano (Sujeto 1).

Pues yo le tengo mucho respeto a los periodistas, yo creo que soy más ciudadano. Yo sí me considero profesional no por el hecho de ser profesionista; profesional para mí es hacerlo bien y no como un amateur que está tratando de hacer algo pero no tiene idea de cómo va a salir... yo no nada más hago radio, hago video y

fotografía a veces me cae gordo que no pueda definirme pero al mismo tiempo me enorgullezco porque sí resuelvo muchos problemas. Profesional yo creo que es resolver problemas y saber cómo va a salir algo (Sujeto 7).

Yo no he colaborado en ningún medio tradicional, soy completamente independiente pero sí he tenido participación en algunos cursos de capacitación relacionados con el periodismo en edición de programas de radio y televisión. Han sido capacitaciones que me han permitido ver también cuál es la labor del periodismo pero sin la presunción de sentirme yo periodista o comunicador. Hace aproximadamente unos 3 años viendo las deficiencias que hay en las comunicaciones tradicionales, quise participar documentando eventos, noticias, pero desde el punto de vista como yo quería verlas, no como me las estaban proyectando...Cómo periodista yo no me considero profesional, me considero más bien amateur...Me considero más bien ciudadano, más participativo, como ciudadano no tanto como periodista; más bien me considero ciudadano participativo (Sujeto 5).

Bajo este rubro se anota que la capacitación es una necesidad latente para un periodismo que tiende a la profesionalización. A la vez, esa afirmación se vincula con los códigos que muestran que el periodismo ciudadano se encuentra en proceso de construcción: es un tema muy nuevo, presenta precariedad laboral, está desorganizado, está en un punto de inflexión, en proceso de crecimiento, se encuentra en auge, hay crecimiento de herramientas digitales, la audiencia está creciendo, manual ético en proceso de elaboración, requiere mayor difusión, requiere rentabilidad, es un primer ejercicio de medios libres y evoluciona.

“Yo no tengo ningún itinerario, yo no tengo ningún horario ni ningún compromiso. Trabajo cuando yo quiero trabajar sin ninguna presión; es una de las ventajas: no hay el director editorial que te diga ‘oye vete a cubrir esto’ o ‘vete a cubrir esto otro’. No hay nada de eso, hay una libertad incluso para trabajar y si no quiero trabajar no voy a ningún lado y hay veces que yo mismo me veo presionado por mi conciencia social para estar en un lugar. Estas son de las ventajas de ser independientes, de no depender de un controlador que me esté presionando. Por ejemplo en los eventos del río yo me voy con mis propios recursos a entrevistar a las personas a las afectadas” (Sujeto 5).

“Tenemos reuniones de los programas de la radio para hablar del trecho que nos falta; y no en el sentido filosófico sino en la realidad tajante espantosa de que no estamos midiendo lo que nos planteamos desde el principio y no lo estamos haciendo de la manera correcta; tenemos que mejorar, cambiar hábitos, informarnos más, tener un grupo más sólido de apoyo, producir mejor, jalar mejor sonido, mejor sintaxis. Tenemos muchas reuniones formales e informales de rendimiento de cuentas entre nosotros para decirnos a dónde vamos” (Sujeto 2).

“Profesional, tengo el blog porque me gusta pero es mi profesión. Estudié comunicación y me dedico a esto...Me gustaría tener más tiempo, me gustaría hallar la manera de hacerlo rentable porque yo no soy publicista y me gustaría tener más gente que pueda aportar otras ideas; sí me gustaría también poder estar en otro tipo de medios; me siguen gustando los medios impresos y me sigue gustando la radio por internet, que sean complementos tal vez; ahorita como no

tengo mucho tiempo, mucho es de fuentes oficiales y me gustaría poder generar más contenido yo misma” (Sujeto 4).

“En el espacio que yo trato de construir yo creo que de alguna manera ha servido para continuar formándonos y no es igual a como lo hacíamos hace 2 años. Tenemos que haber mejorado y yo siento que sí hemos mejorado. Incluso hemos hablado entre otras compañeras para buscar crear un medio en otro espacio donde trate de mantenerse fiel en esos principios de continuar con la crítica y ofrecer una mirada si se puede, quién sabe si existe la objetividad, pero con sueños de objetividad” (Sujeto 3).

Es un punto gris para mí sí volteó a ver lo que hay en otros países podría ser muy profesional pero al menos en el plano local veo mucha inconsistencia y tienden hacia lo amateur o por lo general salvo excepciones que sí logran registrar denunciar, crear comunidad, al menos yo como lo percibo tienden a orientarse por el lado amateur (Sujeto 6).

Aunque no es definitivo, el hecho de que el grupo de edad con más frecuencia se encuentre entre los 41 y 50 años, permite inferir que el ejercicio del periodismo ciudadano mayormente es producido por ciudadanos en edad adulta ya incorporados a las actividades económicas y con experiencia en diferentes ámbitos, incluida la experiencia en el terreno de lo social. Este dato cuantitativo además se combina con el ideario político en el que predomina la tendencia de izquierda con un 90% del total de participantes en la encuesta. Sobre la esfera pública, el porcentaje más bajo de confianza lo obtuvieron los partidos políticos, el gobierno y las corporaciones policíacas; combinando los escaños de poca y nada fiabilidad, estos acumulan

porcentajes de 95 %, 85 % y 90 %, respectivamente. En el extremo opuesto, científicos, grupos ciudadanos y ONG's se encuentran bien posicionados; en los escaños que señalan bastante y mucha credibilidad, estas categorías obtienen porcentajes de 95 %, 70 % y 75 % respectivamente.

Al cruzar este resultado con la agenda de trabajo, la tendencia es consistente, pues al analizar la lista de eventos a los que el periodista ciudadano da cobertura, los eventos oficiales municipales y estatales, se encuentran entre los porcentajes más bajos en la lista (30 %), solo arriba de las fuentes policiaca (15 %), salud (5 %) y deportes (5 %), mientras que la atención otorgada a la agenda social que incluye a sectores y actividades ciudadanas es más alta: derechos de la mujer, 90 %; protestas ciudadanas (80 %); apoyo humanitario (75 %), agenda LGBT (70 %); y comunidad (50 %).

En el mismo orden de ideas, los reactivos que abonan a los dilemas éticos relacionados con la independencia profesional y a combinar el ejercicio con actividades políticas, profesionales y económicas, la encuesta arroja que el 60 % reprueba al hecho de militar en partidos políticos y el 55 % rechaza trabajar simultáneamente un medio informativo y una oficina de comunicación institucional. En el lado opuesto, los porcentajes más altos aparecen en las columnas de firmar cartas públicas (90 %), trabajar en más de un medio informativo (90 %) y pertenecer a grupos ciudadanos (85 %).

Respecto a la identificación con los grupos marginados y el afán de servicio a la comunidad, una interpretación de los resultados permite inferir el análisis bajo el argumento de que los periodistas ciudadanos tienden a manifestar su empatía con grupos y causas sociales populares. Mientras que la regla imperante es mantener la objetividad de la información y la imparcialidad como profesional, los periodistas ciudadanos se manifiestan a favor de brindar un

tratamiento informativo especial a los sectores sociales desfavorecidos (personas con discapacidad, indigentes, migrantes, ancianos, homosexuales y mujeres). Aunque el modelo clásico de periodismo establece la imparcialidad, el equilibrio informativo y la veracidad como guías, en las 6 categorías presentadas, un porcentaje que pasea entre 35 % y 45 % está muy de acuerdo en otorgar una cobertura especial a estos segmentos. Entre el 10 % y el 15 % se mantienen dentro del código y no están de acuerdo en otorgar trato preferencial a grupo alguno. En complemento, ya que las oficinas de comunicación son identificadas en representación del Estado, sólo el 35 % de los encuestados considera que los integrantes de estos equipos de trabajo deben ser considerados periodistas, mientras que el 65 % cree que no debe ser así.

Durante la etapa de codificación axial en la fase cualitativa, al organizar la clasificación de los códigos de acuerdo al paradigma de condiciones, acciones/interacciones y consecuencias (Strauss y Corbin, 2002), el patrón de organización mostró en primer lugar una postura crítica al periodismo, al Estado y a la relación existente entre estos dos sectores, como marco para el ejercicio del periodismo ciudadano que se configura en participación ciudadana.

Por separado, las categorías principales incluyen las siguientes características de acuerdo a los códigos que las integran:

1. La relación del periodismo tradicional con el Estado. La codificación anota una percepción negativa en torno a la prensa, su rutina productiva y las características que esta relación cobra vía la regulación a través del interés económico y los convenios de publicidad. Las características en esos tres campos incluyen motivos diversos como la cercanía y sujeción de la prensa hacia el Estado, la identificación con la oligarquía regional, la autocensura, desinformación, falta de confianza y credibilidad, separación de los intereses de los lectores, restricciones de independencia hacia los periodistas, que está rebasada por la tecnología y por

la sociedad, así como la promoción de una agenda patriarcal y sensacionalista, entre otros. En la relación que los medios de comunicación establecen con el gobierno en turno, la información adquiere un tono de propaganda. El periodismo oprime al ciudadano, ha dicho uno de los entrevistados (Sujeto 2). Otro, sostiene que además de recurrir al ocultamiento de información, distorsionan los hechos (Sujeto 5):

Ve nada más lo que está pasando en Loma de Bécum o con la contaminación de los pueblos del río; los medios de comunicación deben ser participativos con esas luchas, están obligados por una ética del periodismo pero fijate lo que pasa es completamente lo contrario: tratan de ocultar esa información tratan de ocultar lo que verdaderamente está pasando en Loma de Bécum, tratan de ocultar lo que pasa con los enfermos del río. Nadie habla de eso...por el contrario los medios de comunicación están diciendo: ¡Aquí no pasa nada! Entonces no solamente ocultan sino que distorsionan y tú sabes que hay periodistas que facturan también el silencio (Sujeto 5).

Es muy famoso el dicho en la prensa mexicana y en la práctica mexicana “no te pago para que me golpees” y te lo dicen y te lo repiten constantemente...Si el Estado te está pagando treinta mil pesos mensuales tú vas a evitar hablar mal porque eso te va a evitar contratar a cuatro reporteros. La información veraz o más bien la publicidad no tendría que cruzarse con la información noticiosa, pero este dicho implica que si me golpeas te dejo de pagar y si te corto la llave del agua pues a ver cómo te bañas (Sujeto 2).

Esa es la calidad del periodismo que tenemos. Imagínate...se dan los casos en que tú ves boletines en primera plana y te lo venden como un hecho como un

producto informativo. Se dan casos tan deleznable como que al boletín le dan una volteada y lo convierten en noticia ¡O sea un pinche boletín lo convierten en noticia! El periodismo es producto de la sociedad, no es producto del Estado más de pura madre. Y hemos estado con esa idea de que el periodismo es el que baja la voz del Estado, la voz del poder y siempre ha sido así. El periodismo siempre ha sido el que retransmite a la audiencia lo que el poder va a hacer y ha dejado de lado la capacidad de ser cívico, de ser de abajo (Sujeto 1).

Antes había la diferencia de que enviaban el boletín y lo pasabas a un reportero para que lo arreglara; ahora te mandan todo, te mandan el audio, el video, tablas frases para las entrevistas, te mandan una galería entera para que no tengas que pensar en cuestionar ni reeditar lo que ya está ahí. La injerencia es directa... Otra cosa es que ellos pueden pedir incluso cómo quieren que se vea la publicación y edición final... “Sabes qué mándame la portada en alta resolución para que la vea fulano y que la vea el grupo y valorar que ángulo debe llevar”. Y si la cabeza no les agrada te la editan hasta que le gusta al grupo. La injerencia es directa y está en un grado en el que está pulverizando lo último que queda de periodismo y de ética aquí en Sonora (Sujeto 6).

2. La percepción sobre el Estado. La segunda categoría señala su interferencia en el periodismo tradicional, el papel de las oficinas de prensa y la separación existente entre Estado y periodismo ciudadano. Los códigos anotan que el Estado teme y no entiende lo distinto, es vertical, excluye, agrede, tiene miedo, las instituciones están en crisis, la policía da miedo, es omiso, es responsable de la desigualdad, interfiere, censura, dicta la agenda, controla por medio de la publicidad, es incompatible con el periodismo ciudadano, la oficina de prensa es

la “vocería de la desinformación”, es deshonesta, propaganda y un filtro, “miente más bonito que el funcionario”, intenta controlar la información, etcétera. La relación que mantiene con el periodismo tradicional es ilustrada con una frase textual que expresa en sentido figurado la lógica estatal: “No pago para que me golpees” (Sujeto 2) En el mismo sentido, una cita textual resume la relación que el periodismo ciudadano mantiene con el poder estatal: “El Estado no es nuestro patrón” (Sujeto 2).

Lo institucional está en crisis así como se habla de la crisis de los medios de comunicación, tal vez también lo institucional está en crisis y a lo mejor viene el momento de hablar de lo ciudadano entonces lo ciudadano es una propuesta a toda esa crisis a toda esa corrupción. La gente ya no cree en las instituciones, ya no confías ni en los políticos ni en la policía (...) tal vez estos son los primeros pasos en los que el ciudadano se está haciendo responsable de su medio y no está esperando que otros se hagan responsables de la información a la que tiene acceso (Sujeto 3).

“Cuando yo empecé a trabajar (2008), a los meses pasó lo de la guardería (ABC) y muchas notas se sacaban y a los 10 minutos las borraban porque alguien marcaba por teléfono. Eso pasó muchas veces tal vez durante toda la cobertura de la guardería; muchas se publicaban y se borraban y muchas no salían; también por eso fue lo de hacer el blog. Y sigue pasando y en cosas tal vez que no son tan abiertamente un ataque contra una persona pero contra una política pública” (Sujeto 4).

Por Estado me refiero al Estado Mexicano, a los poderes fácticos dentro del gobierno federal por medio de operadores y contratos (que son los convenios

publicitarios que te restringen y regulan la función de publicación); y entonces tú cedas el papel como actor social y te conviertes en un propagador de publicidad oficial y propaganda. La injerencia es directa tanto financiera como con personal, como verbal y lo que es más grave...se creó la esfera local y ésta en particular crea una balanza donde la cercanía de compadrazgos y de negocios de la familia propietaria del periódico es enorme... provoca una completa distorsión de la función social del periódico en una máquina de propaganda...la esfera local y las relaciones familiares de negocio tienen el periódico en este papel como un perrito echado amarrado con un bozal. La injerencia más que financiera es moral, es política, es familiar (Sujeto 6).

3. El periodismo ciudadano como participación social. Esta categoría es una de las más nutridas; en ella se relaciona al periodismo ciudadano con valores sociales y de participación y se divide en las subcategorías: *Representatividad y acceso, Periodismo ciudadano y democracia, Identificación con el ciudadano, Periodismo ciudadano como participación social y La información empodera*. En conjunto, se identifican características tales como que “el patrón es la ciudadanía”, utiliza lenguaje común para el ciudadano, trata de entender al ciudadano, replica, da prioridad y amplifica la voz ciudadana, es vocero de la ciudadanía, es herramienta de la sociedad; tiene reconocimiento y legitimidad, es afín a la audiencia, se identifica con desprotegidos, tiene vinculación orgánica con la ciudadanía, es hablar entre pares, se asume como ciudadano, alienta la democracia, tiene interés por los asuntos públicos, es una utopía, construye, crea posibilidades y propone, es tejido social, busca el bien de la sociedad, contribuye al debate, promueve el cambio, es periodismo de izquierda, es parte del ámbito público, es lucha social, responde a la desigualdad social, va de la mano

del hartazgo, informa desde la crisis, es un medio para decir cosas, es casi un desahogo, es un modelo de derecho y responsabilidad, el ciudadano es el que está boca abajo. En este escenario el periodismo ciudadano es una forma de participación que busca opciones de construir un país (consecuencias). En los extremos de los códigos obtenidos, se considera que el uso de la información como herramienta es una forma utópica de participación (Sujeto 2) o un “sueño guajiro” (Sujeto 1) con el que se intenta democratizar. También es considerado “lucha social” (Sujeto 2) y “arma” (Sujeto 5).

Yo me acuerdo mucho que yo viví con mis abuelos en un ranchito y mi abuelita, yo aprendí de ella y yo voy siempre a votar porque ella siempre iba a votar. Yo me acuerdo que decía mi abuelito, ‘pues a nosotros no nos toca nada de eso, ganan y ganan y nosotros estamos jodidos’ y a mí no me hace nada que gane el PRI o el PAN o el PRD. Me acuerdo que él tenía mucha fe en el PRD. Decía, es el partido que sí nos va a hacer justicia a los pobres, decía mi abuelito. Yo me acuerdo que lo escuchaba y yo creía que sí podía haber como otra opción, entonces no ha ganado pero seguimos igual de jodidos. El nunca vio el cambio y entonces dices tú, ¿pues cuándo va a ser el cambio?’ (Sujeto 3).

Luego de la identificación de periodismo y ciudadano, en las consecuencias de la relación hay una representación del colectivo en el terreno de los medios de comunicación para hacer frente a las problemáticas que enfrenta, ofrecerle información de calidad para encontrar soluciones, construir una ciudadanía más participativa, y una sociedad más democrática y justa. La representatividad implica la apertura al ciudadano y el periodismo como un altavoz para exponer sus puntos de vista. Ya que hay una vinculación orgánica con la sociedad, el periodista considera que su labor debe contribuir al empoderamiento del sujeto y la sociedad.

Frente a la pregunta que busca responder cómo se reconocen los entrevistados con la opción de destacar el oficio como periodista, amateur o ciudadano, al separar la respuesta en códigos se encuentra una descripción en varios niveles: reconocimiento de la ciudadanía hacia el periodismo ciudadano, perfil profesional-amateur e identificación del periodista con la ciudadanía:

Yo creo que sería por mi trabajo periodístico porque a final de cuentas la ciudadanía nos ha reconocido como periodistas; porque cuando no estudias es algo que se gana, entonces como que somos una clase de altavoz ciudadano: el periodismo DEL ciudadano (en esta parte responde con énfasis). No sé... ¿cómo te defines más? Más bien no sé cómo desvincularlo. Si nos quitáramos lo ciudadano, dejaríamos de ser periodistas en este esquema de periodismo que hacemos (Sujeto 2).

La identificación del periodista con la ciudadanía es constante en las respuestas de las distintas entrevistas, y se añaden aspectos relacionados con la construcción social, el empoderamiento del ciudadano, la distinción respecto al periodismo tradicional y el pragmatismo con el que se aborda la ética periodística:

“El periodismo es eso: es ciudadanía, es construir, es empoderarte. Estamos abajo y mi condición de abajo yo no la pierdo. ¡Y puedes decirme que es periodismo militante pura madre, es apegarse a una puta realidad! Periodismo militante es lo que hacen esos cabrones de ponerte un boletín como nota de primera plana, eso es periodismo militante. Y ahí va implícito hasta pelearse con las reglas del bien escribir del periodismo” (Sujeto1).

“La ruta es muy sencilla: la lucha social, la ciudadanía, el ciudadano de a pie, qué necesita saber, dialogar, que se genere. Qué necesitamos hablar como sociedad para avanzar en el tejido social. Entonces a partir de ahí tenemos la agenda, la agenda es la que te marca” (Sujeto 2).

“Como ciudadanos tenemos responsabilidades y tenemos derechos y exigimos derechos pero poco hablamos de nuestras obligaciones y a lo mejor como ciudadano tengo la responsabilidad de involucrarme en mi medio, de hacerme partícipe de lo que está pasando. No nada más adentro de mi casa en mi ciudad en mi espacio en mi país. El ciudadano como parte de una sociedad en la que están pasando cosas, tiene que reaccionar de alguna manera y a lo mejor algunos van a querer crear medios libres o a lo mejor otro va tratando de ser candidato independiente. Yo lo veo más en ese sentido: es tejido social y cómo construir tejido social” (Sujeto 3).

“Periodismo ciudadano es la cobertura de medios que hacen cobertura de problemáticas sociales para tratar de buscarle una solución o combatir el problema que hay, de denuncia, etcétera. Es estar comprometido con una causa y buscar el bien de la sociedad en la que estás. Buscar la solución, hacer denuncias y expresión” (Sujeto 4).

“Yo estoy trabajando y poniendo mi granito de arena desde mi trinchera ciudadana para informar y hacer participar a la gente, estimular a la ciudadanía para que participe más” (Sujeto 5).

Además del carácter de identificación ciudadana y participación, bajo el apartado de empoderamiento a través de la información, se identifican rasgos de búsqueda de fortalecimiento ciudadano. Los códigos destacados que resultan incluyen que la comunicación horizontal, es mirarse, es fortalecer, la información es poder, da el poder para hablar, acceso al poder de hablar, el ciudadano está evolucionando, busca opciones de construirnos, lo ciudadano es una propuesta a la crisis, el ciudadano se hace responsable de su medio y es una manera de despertar del ciudadano, entre otros.

7.2 Valores éticos y el diagnóstico sobre el periodismo

Desde la perspectiva de los periodistas ciudadanos, en el diagnóstico cuantitativo sobre los problemas que el periodismo enfrenta, en orden de importancia se encuentran la precariedad laboral, el interés económico sobre el interés periodístico, la baja conciencia de la responsabilidad social del periodista y la veracidad de la información. Esta percepción coincide también con el comportamiento observado por el periodista ciudadano en los últimos 5 años, pues la tendencia anota que la ética periodística y la formación del periodista se encuentran muy debilitados; mientras que las redes sociales, el sensacionalismo en las noticias, la comunicación con la audiencia y el contenido generado por el usuario se han fortalecido. También la presión por obtener ganancias, la competencia y las consideraciones a la publicidad van en aumento desde las opiniones vertidas que señalan que estos factores han permanecido igual o que se han visto muy fortalecidos.

En relación a los valores éticos, un porcentaje menor (10 %) considera que la objetividad no existe mientras que el 50 % afirma que el periodista puede aproximarse a ella; y el 40 % sostiene que es una obligación del informador; la misma tendencia se percibe respecto al hecho de guardar la integridad de la imagen informativa pues el porcentaje más alto considera que es

apropiado usar el corte para mejorar la composición (75 %), una herramienta para enfatizar el color (70 %) o para ajustar brillo y contraste (75 %), en complemento, el porcentaje más bajo de los participantes en la encuesta cree que se puede añadir o agregar un elemento (10 %), reubicar objetos (10 %) o modificar la apariencia de los sujetos (15 %).

La asunción de responsabilidad refiere que el límite de la información está en no atentar contra la seguridad del sujeto, el derecho a la intimidad, el respeto a las creencias y las cuestiones del mal gusto, entre ellas las expresiones vulgares, obscenas o blasfemas (Barber y Damas, 2010:33-34), y las que alienten la violencia. Sobre esto, los periodistas ciudadanos encuestados limitarían la opinión los grupos que atentan contra los derechos humanos (65 %), contienen actitudes sexistas (60 %), discriminar a un grupo social (55 %) y promover el racismo (55 %). En lo referente a guardar la intimidad de las personas y la presunción de inocencia, el 85 % y el 60 %, protegerían dos de las máximas éticas definitivas, respectivamente.

Sobre la integridad profesional, el criterio más concreto que a juicio nuestro define su composición interna, en lo general es el compromiso con la profesionalización constante como medio de afrontar el desarrollo personal, el cumplimiento con la empresa y la responsabilidad con la audiencia; de ahí que luego se vincula en el ejercicio periodístico con los otros principios éticos que abonan a campos concretos de impacto. La presencia multinivel de la integridad profesional atraviesa la forma tangible del producto noticioso, así como también sus aspectos procedimentales en las salas de redacción y los valores éticos que el periodismo implica. Por esa razón, en este apartado y para medir la integridad profesional el estudio se basa en una serie de preguntas que exploran la forma en la que el periodista asume la percepción de la escala de valores éticos en lo general.

Al evaluar la utilidad de los códigos éticos, un 70 % les asigna un valor de media a óptima utilidad, y el 30 % considera que su utilidad va de media a ninguna. Relacionado, al pedirle a los encuestados organizar una serie de principios en orden de importancia del 1 al 10 (donde 1 es el valor principal), resulta que el valor más importante es la objetividad (3 %), la libertad de expresión, información y prensa (3.94 %), el interés público sobre el interés personal (5.11 %), la responsabilidad profesional (5.33 %), el respeto a la intimidad y vida privada (5.38 %), la identidad profesional (5.61 %), distinguir entre información y publicidad (6.22 %), derecho de réplica (6.25 %), la independencia profesional (6.5 %) y el secreto profesional con un (7.22 %). En complemento, también se les cuestionó señalar si es admisible y en qué casos es posible dejar de lado los principios éticos. Aquí, los porcentajes más altos (80 %) consideran que el periodista siempre debe apegarse al código de ética, mientras que en el otro extremo, el 85 % considera que la ética periodística depende de la situación y el 80 % que depende del juicio personal.

En la etapa cualitativa, de las 30 preguntas que formaron la guía de entrevista, el apartado ético en la fase cualitativa fue resuelto con cuestionamientos que abordan en conjunto los principios de veracidad, independencia, afán de servicio, responsabilidad e integridad profesional. El listado de preguntas aparece bajo el Anexo X

Sobre los resultados, en particular los principios de veracidad e integridad profesional son los que muestran más variaciones. El principio de veracidad se compone de tres posiciones distintas. Por una parte, está el grupo de periodistas ciudadanos que considera y argumenta que la verdad periodística es subjetiva en el sentido de que existen múltiples versiones de la verdad. En esta postura resalta el punto de vista ya observado que refiere el descrédito del periodismo en su faceta de construcción de la verdad como abono a la falta de credibilidad. En este sentido, la

postura cuestiona la neutralidad del periodismo y que la profesión se encuentre sujeta a la relación entre política y economía. En contraparte, la segunda postura señala que la verdad periodística se forma al ofrecer una perspectiva conjunta del hecho, al apearse al contexto y al ofrecer una versión amplia y no tendenciosa del hecho. Es decir, no se presenta en términos abstractos o filosóficos, sino concretos. En esta posición se deja entrever un entendimiento y comportamiento práctico del ciudadano que resuelve su propio código ético, el cual si bien no está alejado de la norma del periodismo tradicional, se relaciona más con el uso que con los mecanismos y los documentos de auto-regulación.

Yo creo que la verdad va en el sentido como entre más tú tengas la oportunidad de formarte tu propia opinión y punto de vista porque sabes cómo están los hechos en conjunto desde una mirada amplia. De esa forma es como se puede construir la verdad. Porque si hablamos de la verdad como un ente único, está ligado a las percepciones y subjetividades de cada quien y mi verdad puede distar mucho de la tuya porque también están involucradas otras cuestiones (de creencias); entonces yo creo que entre más tengas la posibilidad de ver una cosa desde varias perspectivas puedes tú formarte ese punto de vista, es como se puede construir una verdad. Y ni siquiera sé si existe una verdad...Yo creo que el periodismo no trata de encontrar una verdad sino de mostrar hechos y en ese sentido si tú presentas un hecho y si ese hecho le da a la persona la oportunidad de formarse un punto de vista, es como más acercarse a la verdad, porque no hay verdades, ninguna verdad es absoluta (Sujeto 3).

De acuerdo a la tercera posición, la verdad es pragmática y ocurre en la relación entre el periodista ciudadano y la sociedad: se construye en diálogo con la audiencia, contiene una ética

que responde al interés social, está motivada por la congruencia social, tiene un interés crítico, de izquierda, combativo y transformador; se sujeta a las simpatías propias e implica una postura personal.

No sé si compensar sea la palabra correcta pero que de alguna manera se haga justicia, creo que de alguna manera se haga justicia sobre...subió la luz ¿cuánto porcentaje de la población es pobre? No me sé el porcentaje pero, subió la luz ¿cómo le afecta a la gente que sube la luz, el agua? Sube todo pero no sube el salario, entonces nombrar esas cosas es importante; tal vez no es la preocupación principal ir a entrevistar a una señora que le cortaron la luz porque no tuvo para pagar, cuando al señor de la compañía “tal” le perdonaron los impuestos, ¿no? pero son hechos, también es parte de la realidad del país y necesita nombrarse (Sujeto 3).

De los principales roles es la difusión, un medio de comunicación para difundir algo: información, contenido, protesta social. Como medio ciudadano tenemos el compromiso no tanto de difundir la verdad (sí difundimos verdades y sí tratamos de hacer eso, todo mundo quiere decir la verdad), la palabra “verdad” creo que el significado es muy diverso pero nosotros tratamos de dar los porqué los cómo: cómo te afecta a ti que usas el camión, cómo te afecta a ti que vas caminando la inseguridad, porque muchos medios tapan eso y muchas veces hay ese sesgo en todos los medios de comunicación. Para nosotros si es bueno y si es malo, va esa información. Y no es información que me beneficia, es información para que tú sepas cómo están las cosas (Sujeto 7).

Hace muchísimos años se discute y creo que ya está superadísimo el discurso de si el periodismo es o no es objetivo. Pues no, no es objetivo, no nos hagamos. La gran pregunta es si debiera buscarse la objetividad o no. Pero partiendo de que no es objetivo, definitivamente aquellas cosas que te mueven son a las que vas a dar prioridad... Todos nos movemos por las filias y desafortunadamente también por las fobias. Lo más difícil no es dejarse llevar por las filias porque creemos que las filias nuestras las comparte un amplio sector de la sociedad, un sector que además necesita tener voz pública de estos eventos que están más escondidos, sean políticos, sociales, culturales, y deportivos. La verdad es un término bien raro porque cualquiera que haya estudiado filosofía sabemos que la verdad no existe. Las verdades son relativas y la única verdad que existe es dogmática y el dogma no nos interesa pero lo que sí podemos proveer es nuestra verdad, y si somos claros a fin de cuentas podemos trabajar con esa verdad en complicidad con la audiencia... Lo que uno intenta es exponer su verdad, hacerla rebotar con el público y dejar que se vaya procesando... En términos de objetividad, vamos a ser objetivos en la medida en que somos subjetivos, en la medida en que decimos: estamos trabajando con este territorio de verdad, con esto que a mí me interesa, con este periodismo crítico, hacia la izquierda probablemente, hacia lo combativo, hacia lo transformador, entonces a partir de ahí estoy dialogando contigo... Para poder ser objetivos creo que hay que saber exponerse subjetivos, o sea decir: estas son mis filias, estas son mis fobias, entonces usted radioescucha, usted lector, sepa que yo estoy hablando desde esta trinchera, si usted me quiere

cuestionar, cuestioneme sabiendo que estoy desde esta trinchera. Si nosotros pedimos periodismo crítico, necesitamos audiencia crítica (Sujeto 2).

Respecto a la integridad, la fase cualitativa señala la compatibilidad cívica del periodismo y su identificación con la ciudadanía. La lógica es esta pregunta es confrontar qué tan interiorizados se encuentran los valores éticos respecto a la postura que el sujeto ocupa como ciudadano y entonces observar hacia qué lado se inclinan las decisiones. Un dato extra como rasgo de la integridad, es que aunque existe libertad de acción (principio de independencia), también se marcan límites para la participación ciudadana y ésta le genera conflictos de interés al sujeto cuando debe decidir hasta qué grado se involucra de forma activa en movimientos sociales y ciudadanos. Con variantes, cuatro de las siete entrevistas señalan esta posición.

A mí me agarra el periodismo en un momento de mucha actividad política de mi parte... me invitan a tomar la voz en varios colectivos ciudadanos y yo voy como ciudadano a protestar y con todo gusto, y cuando voy como periodista me avientan el megáfono o el micrófono y les digo que no porque para empezar no puedes estar en dos lugares al mismo tiempo, o te grabas o haces, o eres protagonista o eres espectador. Y te tienes que poner bien la camiseta, a veces duele, o sea, me ha tocado, me tocó por ejemplo estar en medio de una serie de hechos que me importaban sobremanera en el Congreso del Estado y me tocó acceder a la Sala del Pleno mientras a la ciudadanía no la dejaban entrar...y ya estando ahí tú puedes tomar el micrófono y puedes golpear a un diputado si quieres o gritarle en su cara lo que sea, ahí no te toca, ahí lo que te toca es

cubrir, ¿por qué? porque estarías violentando la ética, porque tú entraste como periodista, no entraste como ciudadano y eso sería mentir ¿no? (Sujeto 2).

Yo creo que es compatible pero creo que si estás en un partido político no porque te estás aliando con el enemigo. Con un movimiento social puede parecer más justo pero también puedes estar igual comprometido a seguir con sus lineamientos y qué tal si hay algún problema con ese movimiento ¿entonces qué vas hacer? Sí te puedes sumar a causas como lo que quieras...pero creo que ya cuando institucionalizas ese compromiso ahí sí creo que no (Sujeto 4)

A veces te das cuenta de que fuiste sorprendido, que también fuiste dañado por gente donde creías tú que había una lucha ciudadana. Luego resulta que estás apoyando sin darte cuenta a personas que no traían buenas intenciones pero poco a poco se va uno dando cuenta (Sujeto 5).

Nosotros no tenemos ningún nexo y nuestra línea no está influenciada por empresarios ni está influenciada por políticos porque todos los medios de comunicación aquí son de que tengo un convenio con el gobierno del estado y un banner con tal y es todo parejo. A mí me da mucha risa ese episodio que vivimos en la primera etapa cuando los perredistas decían “Ah qué chingón duro con Peña Nieto”, cuando Andrés Manuel era del PRD. Pero luego sacábamos algo de Andrés Manuel y nos decían: “Ah pinche radio vendida” (Sujeto 7).

Respecto a los otros principios éticos (independencia, responsabilidad y afán de servicio), las participaciones durante las entrevistas aparecen con mayor uniformidad y acuerdo sobre la postura general. Para el principio de independencia, los resultados observados señalan hallazgos

en el mismo sentido del cuestionamiento en la relación entre la prensa y el poder estatal (influencia en la agenda de noticias, control, coerción, etcétera). Para el principio de responsabilidad, los límites profesionales son demarcados por el derecho a la intimidad, la presunción de inocencia y la integridad física del periodista. Para el principio de afán de servicio a la comunidad, los hallazgos se alinean con lo encontrado al referirnos anteriormente a la relación del periodista con la sociedad y el ciudadano: otorga acceso y representatividad, destaca el interés en ofrecer información de utilidad, se identifica con grupos marginados, contribuye a la justicia y cumple una responsabilidad social.

Como señala Strauss, la categoría central debe estar relacionada con las categorías principales, estar presente con frecuencia en los datos, explicarse con lógica y consistencia, así como incluir otras áreas relevantes (Strauss, 1987, en Strauss y Corbin, 2002:161). Con estas características presentes, en términos de una categoría central este estudio plantea que en el universo bajo estudio, el periodismo ciudadano es ejercido como una herramienta de participación social que contribuye al empoderamiento y construcción del tejido social. Dicho de otra forma, el periodismo ciudadano puede ser considerado una actividad o serie de actividades que se relacionan tanto con la ética periodística, con el estado del periodismo, con la sociedad civil y con la sociedad política.

Con una redacción más amplia, si representamos el periodismo ciudadano a través de la descripción de sus valores éticos y características de su productividad, la tendencia de los hallazgos muestra una intersección entre el desempeño profesional y la intención del periodismo ciudadano por promover el debate desde una percepción crítica de los asuntos de interés público, como instancia para regular la interacción que el sujeto mantiene con el Estado. En este ciclo, la postura asumida respecto al periodismo tradicional puede analizarse como si se tratara de una

extensión del control estatal, ya que asume una función instrumental para difundir informaciones afines al gobierno, mientras que ha dejado de cumplir su responsabilidad social, de acuerdo a los principios éticos de veracidad, independencia, responsabilidad, integridad profesional y afán de servicio. Los valores éticos son entendidos y asumidos desde distintas experiencias y perfiles de formación profesional (profesional, amateur y ciudadano), de manera que la aproximación al ejercicio periodístico presenta variaciones cualitativas respecto a la definición académica y profesional de los valores éticos. No obstante, incluso en el caso de los sujetos con mayor grado de formación académica o experiencia en el campo laboral, el periodismo ciudadano (a través de sus participantes) estructura una deontología propia que relaciona la función social con la articulación de una ética que debe responder al interés de la ciudadanía (con la cual se identifica de manera orgánica). Dicho interés se manifiesta en la estructura general, la cual opera para dar representación a la voz popular. En ese sentido, los temas que se abordan y las coberturas son elegidas para ofrecer información de utilidad y que represente la necesidad de los sectores populares. A partir de la agenda de trabajo, tanto la rutina productiva como los principios éticos, en el uso son adaptados en dos líneas principales: por un lado manifiestan el descontento por el desempeño del Estado y cuestionan el papel del periodismo tradicional que reproduce una versión de la información inconsistente con la “realidad” social, lo cual es cuestionable tanto desde el punto de vista profesional y desde la perspectiva ciudadana.

Por un lado recordar al que se considera periodista así a secas, que retome, reconsidere su oficio como de carácter público. Es decir que el periodismo es un bien público, por lo tanto su función es pública. ¿Cómo retomar ese camino? Pues en apariencia es sencillo: requiere pues de una estrecha colaboración con las comunidades o sectores vulnerables para de esta manera las historias o

noticias ayuden a fortalecer, diversificar, como una especie de nodo, los nexos entre las comunidades o sectores. Creo que retomar esta postura del periodista y/o periodismo como una responsabilidad pública dan origen a otro paso muy importante: al periodismo o periodista ciudadano en las comunidades o sectores. En sí eso es lo que espero: una toma de conciencia, de revalorización del oficio del periodismo para dar paso a un periodismo ciudadano desde abajo. Las actividades van desde la plática cerrada en corto con gentes en barrios, colonias, colectivos, periodistas (jóvenes, los viejos), hasta la actividades de simple de reporteo en campo, redacción, fotografía y a veces talleres con gentes de organizaciones en colonias. Lo que ha tardado en madurarse es en la elaboración de espacios de difusión. Ahorita es una especie de taller crítico del escucha o la audiencia en la recepción de la información; dotar de herramientas para conocer la importancia de valorizar los contextos de la información, pero eso es complicado, batallo muchos en que los participantes revaloren la contextualización. Tienes que reforzar la importancia de la memoria histórica, de su memoria histórica, y como ésta le da los elementos necesarios para contextualizar la información que recibe. En cuanto a los valores éticos lo que manda es la honestidad de uno mismo hacia uno mismo y hacia los otros: respeto y dignidad; siempre tomar una postura, decidir de qué lado estás, con quien estás y para qué estas. De esa postura pues se desprenden los valores, digamos tradicionales. Ahora en cuanto una deontología periodística pues no puedes aplicarla al periodista ciudadano, son otros los espacios. Para mí los valores del periodismo y/o periodista ciudadano son simples: posición de clase (Sujeto 1).

Pienso que los espacios ciudadanos se deben aprovechar para hablar las cosas "sin guiones" o tratar de decir las cosas como son. Pienso que son importantes para hablar de hechos que les importan a los ciudadanos, o hablar de información que pocas veces o raras veces se hablan en los medios de comunicación tradicionales. Mira, en el caso del programa de radio que tenemos, ha sido un aprender constante; primero, como sabes, no tenemos la preparación para hacer un programa de radio, pero si teníamos el interés. Sabíamos más o menos qué contenido queríamos abordar, para mí personalmente ha sido la oportunidad de decir cosas que pienso y cosas en las que creo, eso pienso que significa posicionarse en un punto y decir desde dónde estás hablando. Entre esas dos cosas, el resultado ha sido invitar a personas que saben un poco más de los temas que queremos hablar, entrevistarlas, debatir... (Sujeto 3).

Eventualmente esto va a tender a que se profesionalice. Entender estas dimensiones de las que hablábamos ahorita: no importa que tantas ganas tengas de contarlo no importa qué tantos seguidores tienes en Facebook...si tú tienes una información delicada que tiene potencial de incentivar la discusión de un problema público y de obligar a una autoridad para que rinda cuentas tú tienes que respetar dimensiones como la vida personal, la privacidad y la dignidad humana. Ese es otro reto muy interesante para el periodismo ciudadano. Esto implica tener balance, seguir un método y guiarse por valores fijos establecidos porque si no, se contaminaría, se trabajaría con valores tóxicos, se le estaría minimizando el impacto social y empezaría a compartir muchos de los defectos que tienen sepultada a la prensa comercial y con eso pones en riesgo la calidad

de esta trinchera que todavía nos queda como un faro de esperanza. Se debe apostar por el respeto a esas garantías individuales (Sujeto 6).

CAPÍTULO VIII. CONCLUSIONES

Como se anota en el modelo interdisciplinar del estudio, vistos a través de Raúl Omar Martínez, los valores éticos específicos desprenden de cinco principios primordiales: el apego a la veracidad; la búsqueda de independencia; la asunción de responsabilidad; el compromiso de integridad profesional, y el afán de servicio a la comunidad (Martínez, 2016:28). En la teoría de la acción comunicativa de Jürgen Habermas, pueden ubicarse 3 conceptos compatibles al interior de la pretensión de validez. En el sentido habermasiano, la acción comunicativa está orientada al entendimiento entre dos o más sujetos que buscan coordinar planes y acciones (Habermas, 1987a:124). A través del lenguaje, los sujetos intercambian definiciones compartidas sobre el mundo. Respecto a la integración con la ética, el hablante tiene que manifestar expresamente que su palabra dice verdad (verdad proposicional), que su enunciado es correcto en relación con la moral (rectitud normativa) y que el sujeto es veraz (veracidad subjetiva) (Habermas, 1987a:144-171), es decir, que la comunicación establecida es verdadera, es correcta socialmente y que tiene credibilidad.

Si un enunciado es verdadero, merece un asentimiento universal (Habermas, 1987a:89-90). Equiparada con la verdad periodística, en el terreno de la comunicación cotidiana entre los sujetos (campo social), la pretensión de validez funciona como engranaje para la formación del consenso, como una forma de ponerse de acuerdo sobre algo. Sin que estemos buscando una definición ideal sino solo las características aproximadas que resulten, en el periodismo ciudadano el sujeto actúa como periodista (ejerce la ética en una medida propia) y participa como ciudadano (expresa sus deseos, manifiesta su postura, afirma su compromiso social). Estas acciones de comunicación en el entorno digital cumplen la función de herramienta para representarse y representar al otro; como consecuencia, hay un empoderamiento del sujeto que consiste no sólo en el uso en tiempo presente de la tecnología digital sino también en el hecho de

que el individuo, el grupo social al que pertenece y la sociedad en un sentido más amplio, participan de procesos de formación profesional, generan corriente de opinión y contribuyen a la construcción y consolidación de espacios sociales, como lo son los mismos proyectos de periodismo ciudadano así como las dinámicas de discusión, planeación, producción y seguimiento en las que participan los equipos de trabajo alrededor de ellos. En general, como se plantea también en el modelo interdisciplinar (Rosen, 1999), el periodismo ciudadano somete a discusión el papel del periodista al interior y exterior de las salas de prensa, aporta a la vida pública, replantea la agenda y la rutina establecida, involucra una red de personas en movimiento para contribuir a la democracia y promueve el debate de los asuntos públicos.

Señalar este vínculo con la participación es importante para enfatizar el enfoque que el periodismo ciudadano ha recibido con frecuencia en la literatura académica, en la que se le caracteriza mayormente por el uso de herramientas digitales. Al periodismo ciudadano se le ha estudiado por lo que no es. Se le compara con el periodismo tradicional, se le mide en sujeción a las tecnologías, se generan nuevos conceptos técnicos y definiciones para estudiarlo y nombrarlo, etc. pero el factor común en estos procesos es que intervienen personas. Desde la perspectiva interdisciplinar, al representarlo por medio de las valoraciones que los sujetos tienen del entorno social y como una variante de su práctica del campo ya institucionalizado del periodismo, se facilita su reconocimiento de acuerdo a una amplia tradición teórica sociológica y comunicacional clásica ya desarrollada como marco de interpretación y estudio, y a la cual se incorporan las manifestaciones de la actualidad técnica.

De acuerdo a la hipótesis y pregunta de investigación planteada en el inicio de este estudio en su fase cuantitativa y cualitativa, el periodista ciudadano en Sonora, muestra un carácter dual en el que combina el ejercicio ético-profesional con su experiencia como

ciudadano. Esta tendencia puede observarse al interpretar datos cruzados de su ideario político de izquierda (en una región electoralmente dominada por partidos políticos de centro y derecha, aunque estos límites aparecen ya demasiado borrosos y parecería que se acercan con demasiada a la derecha neoliberal, con altos niveles de corrupción y pérdida del estado de derecho), su disposición a utilizar el periodismo como herramienta para reproducir una agenda independiente; y la crítica al periodismo tradicional que toma posición al lado del poder político y económico regional (por encima de la función social que debe cumplir el periodismo al administrar la información como bien público). Como ya señalamos, este comportamiento del periodista hacia lo ciudadano se ve reflejado en la empatía y solidaridad hacia grupos y organizaciones de la sociedad civil. También al analizar la confianza en las organizaciones que actúan como fuentes informativas, se encontró que las agencias de noticias, organizaciones no gubernamentales y grupos ciudadanos, gozan de buena de fiabilidad ante los periodistas. En el extremo opuesto, partidos políticos, empresarios y gobierno tienen los niveles más bajos de confianza. Incluso 7 de cada 10 encuestados, no piensan que los profesionales que laboran en oficinas de comunicación institucional deban ser considerados periodistas. Estas preocupaciones del periodista ciudadano están alineadas con su percepción de los problemas que la profesión enfrenta. En orden de importancia el periodismo enfrenta a la precariedad laboral, que el interés económico se encuentra sobre el interés periodístico, la baja conciencia de la responsabilidad social del periodista y la veracidad de la información. En conjunto, estos problemas le dan forma al panorama general en el que el periodismo ha estado perdiendo terreno gradualmente. Si el periodista ciudadano se identifica de tal forma con la sociedad como un ciudadano más, es desde estas percepciones de la crisis del periodismo y la credibilidad de las instituciones que el sujeto

considera que el fin justifica los medios y asume su propia representación en el terreno de la información.

Respecto a la forma en la que se configura el perfil ético-profesional, con una combinación de habilidades técnicas, académicas, vivenciales, civiles, etc., el periodismo ciudadano es perfectible en tanto se encuentra en proceso de construcción. Si en lo profesional tiene limitaciones, desde la ciudadanía se contribuye a alimentar el debate en múltiples esferas públicas. Dentro de ese rango, el compromiso de integridad profesional obliga a los sectores involucrados (periodistas, ciudadanía, organizaciones sociales y académicos) a participar en los procesos de formación necesarios, ya que los beneficios de la profesionalización rebasan el desempeño individual con miras a alcanzar una sociedad más saludable (incluido el fortalecimiento de las instituciones de la sociedad civil, la vigilancia de las instituciones del Estado y el fortalecimiento de una ciudadanía más cívica y preparada para el cumplimiento de sus derechos y responsabilidades).

Frente a la responsabilidad profesional de facilitar a la audiencia el acceso a una información sólida y veraz, el periodismo ciudadano tiene el reto de consolidar este ejercicio en diferentes áreas: integrar equipos de trabajo efectivos, desarrollar estructuras operativas funcionales, perfeccionar las rutinas de trabajo; conocer, utilizar y dominar las herramientas análogas y digitales; conocer y registrar sus propios procesos de trabajo; y sobre todo dar los pasos hacia la integración de un código ético interno que contribuya a la formalización del periodismo ciudadano como práctica emergente, en evolución y crecimiento, así como a su reconocimiento dentro del ciclo que debe completar en su relación con la audiencia, a la cual se debe todo el periodismo, y en relación con las instancias gubernamentales a las que aspira a vigilar. En suma, se trata de un proceso social, técnico y profesional en construcción, en el que la

audiencia (ahora también participante de la producción de información) debe incorporar las mejores prácticas para negociar su postura dual de ciudadanía y periodismo frente a los actores y actividades entre los que pretende incidir, ya sea que trate de regular la relación colectiva con el Estado o de ofrecerse como alternativa a la crisis de credibilidad en la que el periodismo se encuentra.

Referencias

- Arias, S. M. (2015). Periodismo ciudadano, en los límites de la profesión periodística. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21, 109-118. DOI: [10.5209/rev_ESMP.2015.v21.51132](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.51132)
- Ahva, L. (2010). *Making news with citizens. Public journalism and professional reflexivity in Finnish newspapers*. DOI: [10.1177/1464884912455895](https://doi.org/10.1177/1464884912455895)
- Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas (2010). Informe del Relator Especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión. Recuperado de:
<http://www.acnur.org/t3/fileadmin/Documentos/BDL/2011/7497.pdf?view=1>
- Aznar, H. (1997). El debate en torno a la utilidad de los códigos deontológicos del periodismo. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (20), 125-144. Recuperado de:
<http://dspace.ceu.es/handle/10637/6942>
- Aznar, H. (2010). Por una teoría normativa de la comunicación a la altura de los tiempos: ¿más derecho, más política, más ética? (A propósito de la publicación de La agonía del cuarto poder de Carlos Ruiz). *Dilemata*, (3). Recuperado de:
<http://dilemata.net/revista/index.php/dilemata/article/view/36/51>
- Barber, C.M. (2014). New challenges for an enduring code of journalistic ethics: the news media business model in the face of ethical standards and citizen participation. *Comunicação e Sociedade*, 25, 97-109. DOI: [10.17231/comsoc.25\(2014\).1862](https://doi.org/10.17231/comsoc.25(2014).1862)

- Barber, C., & Herrera, S. (2010). Ética y excelencia informativa: los conflictos y retos del quehacer periodístico desde la perspectiva de los profesionales de la Comunidad de Madrid. Recuperado de: <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/12595>
- Bardoel, J., & Deuze, M. (2001). 'Network journalism': converging competencies of old and new media professionals. *Australian journalism review*, 23(2), 91. Recuperado de: <https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3201/BardoelDeuze+NetworkJournalism+2001.pdf?sequence=1>
- Benaquisto, L. (2008). Selective coding. *The Sage encyclopedia of qualitative research methods*. Estados Unidos: Sage Publications.
- Bowman, S., & Willis, C. (2003). We media. How audiences are shaping the future of news and information. Recuperado de: http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf
- Carpenter, S. 2010. A study of content diversity in online citizen journalism and online newspaper articles. *New Media & Society*, 12(7), 1064-1084. DOI: [10.1177/1461444809348772](https://doi.org/10.1177/1461444809348772)
- Carpentier, N. (2009). Participation is not enough: The conditions of possibility of mediated participatory practices. *European Journal of Communication*, 24(4), 407-420. DOI: [10.1177/0267323109345682](https://doi.org/10.1177/0267323109345682)
- Chillón, J. M. (2010). Oportunidades y amenazas del periodismo ciudadano en la sociedad globalizada. *Eikasia Revista de Filosofía*, 31, 1-14. Recuperado de: <http://revistadefilosofia.com/31-16.pdf>
- Coffey, A., & Atkinson, P. (2003). *Encontrar el sentido a los datos cualitativos: estrategias complementarias de investigación*. Colombia: Editorial Universidad de Antioquia.

- González, M. (2016). Perfil de los periodistas digitales en Ecuador: estudio de seis diarios nacionales de información general en su versión digital. *Opción*, 32(7). Recuperado de: <http://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/21505>
- D'Ancona, M. A. C. (2004). Métodos de encuesta: teoría y práctica, errores y mejora. Síntesis Editorial. Recuperado de: <https://drive.google.com/file/d/0B00rfQ9umQ1AWHdMYXVjSmJtSXC/view>
- Deuze, M. (2003). The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New media & society*, 5(2), 203-230. DOI: [10.1177/1461444803005002004](https://doi.org/10.1177/1461444803005002004)
- Deuze, M. (2004). What is multimedia journalism? *Journalism studies*, 5(2), 139-152. DOI: [10.1080/1461670042000211131](https://doi.org/10.1080/1461670042000211131)
- Deuze, M. (2009). The future of citizen journalism. En: Stuart Allen, Einar Thorson (Eds.), *Citizen Journalism: Global Perspectives* (pp.255-264). New York: Peter Lang.
- Espiritusanto, O., & Rodríguez, P. G. (2011). Periodismo ciudadano: evolución positiva de la comunicación (Vol. 31). Fundación Telefónica. Recuperado de: <https://www.fundaciontelefonica.com/artecultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/125/>
- Espiritusanto, O. (2014). Periodismo Ciudadano: nuevas formas de comunicación información y acción social. *Revista de Estudios de Juventud*, (105), 9-23. Recuperado de: <http://www.injuve.es/observatorio/infotecnologia/n-105-periodismo-ciudadano>

- Flichy, P. (2002). The imaginary of Internet. *Lector invitado, 8 International Summer School of the European PhD on social representation and communication: The Net and the Internet*. Recuperado de: https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/flichy4.pdf
- García, X. L. (2007). Gestión de las vías de participación en el ciberperiodismo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 13*, 111-121. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/ESMP0707110111A/12080>
- García Pinacho, M. D. P. (2011). De Quevedo a Peucer: grandes anales de quince días y De Relationibus Novellis. *Acta poética, 32*(2), 145-175. DOI: [10.19130/iifl.ap.2011.2.373](https://doi.org/10.19130/iifl.ap.2011.2.373)
- Gillmor, D. (2004). We the media: Grassroots journalism by the people, for the people. O'Neill Media, Inc. Recuperado de: http://library.uniteddiversity.coop/Media_and_Free_Culture/We_the_Media.pdf
- Greene, J. C., Caracelli, V. J., & Graham, W. F. Toward a conceptual framework for mixed-method evaluation designs. *Educational Evaluation and Policy Analysis, 11*(1), 255-274. DOI: [0.3102/01623737011003255](https://doi.org/0.3102/01623737011003255)
- Habermas, J. (1987a). Teoría de la acción comunicativa. Tomo I: racionalidad de la acción y racionalización social. Madrid: Taurus.
- Habermas, J. (1987b). Teoría de la acción comunicativa. Tomo II: Crítica de la razón funcionalista. Madrid: Taurus.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1998). Metodología de la investigación. (6ª. ed.). México: Mcgraw-hill.

- Kaufhold, K., Valenzuela, S., & De Zúñiga, H. G. (2010). Citizen journalism and democracy: How user-generated news use relates to political knowledge and participation. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 87(3-4), 515-529. DOI: [10.1177/107769901008700305](https://doi.org/10.1177/107769901008700305)
- León-Duarte, G. (2015). Transformaciones en el campo de estudios de la Comunicación en América Latina. Perspectivas epistemológicas y éticas en torno a la generación, la apropiación y la divulgación del conocimiento. Conferencia Magistral. FELAFACS 2015. Medellín, Colombia, 7 de octubre de 2015. Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social-Universidad de Antioquia.
- López Talavera, M. D. M. (2003). *Fundamentos éticos de la prensa en América Latina* (Tesis doctoral). Recuperado de: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19972000/S/3/S3032201.pdf>
- Lorenzo, J. M. C. (2010). Oportunidades y amenazas del periodismo ciudadano en la sociedad globalizada. *Eikasía: revista de filosofía*, (31), 302-316. Recuperado de: <http://revistadefilosofia.com/31-16.pdf>
- Lugo-Ortiz, L. (2016). La academia, los medios y el profesional ideal: el periodista generalista multimedia. *Comunicación y sociedad. Communication & Society*, 29(4), 271-287. Recuperado de: https://www.academia.edu/29983766/La_academia_los_medios_y_el_profesional_ideal_el_periodista_generalista_multimedia
- Martínez, R. (2016). *Ética y autorregulación periodísticas en México. Conceptualización, historia, retos y documentos*. Recuperado de: <http://cdhdfbeta.cdhdf.org.mx/wp-content/uploads/2015/06/etica-y-autorregulacion.pdf>

- Martinrey, G. S., & Marín, V. S. (2011). Periodismo ciudadano y espacio público en la Sociedad de la Información. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (41), 69-85. Recuperado de: <http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/download/244644/327666>
- Masip, P., Díaz-Noci, J., Domingo, D., Micó-Sanz, J. L., & Salaverría, R. (2010). Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia. DOI: 10.3145/epi.2010.nov.02
- Merritt, D. (1997). Periodismo público: nuevas respuestas a preguntas clave. *Cuadernos de información*, (12), 5. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2939045>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Estados Unidos: Sage.
- MIT Press. (2018). *The Virtual Community, Revised Edition. Homesteading on the Electronic Frontier*. Estados Unidos: MIT. Recuperado de: <https://mitpress.mit.edu/books/virtual-community-revised-edition>
- Naudet, J. (2015). American Photo 1996: Is Photojournalism dead? Francia: *L'Oeil de la Photographie*. Recuperado de: <http://www.loeildelaphotographie.com/en/2015/08/31/in-the-archives-of/29535/american-photo-1996-is-photojournalism-dead/>
- Neiman, G., & Quaranta, G. (2006). Los estudios de caso en la investigación sociológica. *Estrategias de investigación cualitativa*, 1, 213-237. Recuperado de: <http://tsmetodologiainvestigaciondos.sociales.uba.ar/files/2014/03/U3A-NEIMAN-Y-QUARANTA-Los-estudios-de-caso-en-la-investigacin-sociologica.pdf>
- Newell, W. H., (2001). A theory of interdisciplinary studies. *Issues in Interdisciplinary Studies*, pp. 1-25. Recuperado de:

[https://our.oakland.edu/bitstream/handle/10323/4378/02_Vol_19_pp_1_25_A_Theory_of
Interdisciplinary_Studies_\(William_H._Newell\).pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://our.oakland.edu/bitstream/handle/10323/4378/02_Vol_19_pp_1_25_A_Theory_of_Interdisciplinary_Studies_(William_H._Newell).pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Orozco, J. D. P. (2010). Periodismo público-ciudadano: sobre el ejercicio del derecho a la comunicación e información en las organizaciones sociales. *Diálogos de la comunicación*, (82), 6. Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3728207.pdf>

Palacios, M., & Noci, J. D. (Eds.). (2007). Ciberperiodismo: métodos de investigación: una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada. Recuperado de: <https://web-argitalpena.adm.ehu.es/pdf/UWLGCI7246.pdf>

Payne, S. L. (1999). Interdisciplinarity: potentials and challenges. *Systemic Practice and Action Research*, 12(2), 173-182. Recuperado de:

<https://esge4995.files.wordpress.com/2014/02/interdisciplinariadad-potenciales-y-retos.pdf>

Peters, C., & Witschge, T. (2015). From grand narratives of democracy to small expectations of participation: Audiences, citizenship, and interactive tools in digital journalism. *Journalism Practice*, 9(1), 19-34. DOI: [10.1080/17512786.2014.928455](https://doi.org/10.1080/17512786.2014.928455)

Poblete, C. M. (2013). Métodos mixtos: una aproximación a sus ventajas y limitaciones en la investigación de sistemas y servicios de salud. *Revista Chilena de Salud Pública*, 17(3), p-218. Recuperado de:

<http://www.revistasaludpublica.uchile.cl/index.php/RCSP/article/view/28632>

Proyecto Antonio Nariño. (2013). *II encuesta nacional a periodistas sobre libertad de expresión y acceso a la información*. Recuperado de: <http://www.pan.org.co/node/276>

- Puente, S., & Grassau, D. (2011). Periodismo ciudadano: dos términos contradictorios. La experiencia chilena según sus protagonistas. 14(1), 137. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64920732009>
- Rehingold, H. (1999). *Community Development In The Cybersociety of the Future*. Recuperado de: <http://www.partnerships.org.uk/bol/howard.htm>
- Rodríguez, E. R., Hermoso, S. P., & Calvo, P. A. (2007). Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional: ¿somos todos periodistas? *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 13, 189-212. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/ESMP0707110189A/12099>
- Rodríguez, P. G. (2014). Periodismo Ciudadano: activismo y tecnología en favor del empoderamiento femenino. *Revista de Estudios de Juventud*, (105), 91-107. Recuperado de: <http://www.injuve.es/sites/default/files/2014/45/publicaciones/Revista105completa.pdf>
- Rodríguez Sabiote, C., Lorenzo Quiles, O., & Herrera Torres, L. (2005). Teoría y práctica del análisis de datos cualitativos. Proceso general y criterios de calidad. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, 15 (2). Recuperado de: <http://www.redalyc.org:9081/html/654/65415209/>
- Rosen, J. (1999). The action of the idea: Public Journalism in Built Form. En T. Glasser (Ed.), *The idea of public journalism* (pp. 21 – 48). Nueva York: Guilford Press.
- Rosen, J. (2005). *The weblog: An extremely democratic form in journalism*. Estados Unidos, Recuperado de: http://archive.prssthink.org/2004/03/08/weblog_demos.html

- Rosenberry, J., & St John, B. (Eds.). (2009). *Public journalism 2.0: The promise and reality of a citizen engaged press*. Estados Unidos: Routledge.
- Schettini, P., & Cortazzo, I. (2015). *Análisis de datos cualitativos en la investigación social*. Recuperado de:
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/49017/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Solana, Y. M. (2007). Luces y sombras del periodismo ciudadano: actitud frente a un fenómeno imparables. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 13, 145-155. Recuperado de:
<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/ESMP0707110145A/12089>
- Strauss, A. L., Corbin, J., & Zimmerman, E. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín, Colombia: Universidad de Antioquia.
- Suárez, J. C. (2013). La actitud ética de los periodistas andaluces ante cuestiones de especial sensibilidad social. *Revista Latina de Comunicación Social*, (68). Recuperado de:
<https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/16814>
- Szostak, R. (2012). The interdisciplinary research process. *Case studies in interdisciplinary research*, 3-19. DOI: [10.4135/9781483349541.n1](https://doi.org/10.4135/9781483349541.n1)
- Taufic, C. (2005). La autorregulación del periodismo. Manual de ética periodística comparada. *Santiago de Chile: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina*. Recuperado de: http://saladereleccion.com/revista/wp-content/uploads/2009/09/La_autorregulacion_periodismo.pdf

- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1987). Introducción a los métodos cualitativos de investigación (Vol. 1). Barcelona, España: Paidós.
- Ure, M., y Parselis, M. (2013). Una ética autorregulada para el periodismo ciudadano. *Global Media Journal México*, 7(13). Recuperado de:
https://journals.tdl.org/gmjei/index.php/GMJ_EI/article/view/89
- Valles, M. S. (2000). Técnicas cualitativas de investigación social. Madrid, España: Síntesis Editorial.
- Varela, J. (2004). Cambiar para sobrevivir. *Cuadernos de Periodistas*, 18-32. Recuperado de:
http://www.cuadernosdeperiodistas.com/pdf/Cuadernos_de_Periodistas_0.pdf
- Veiga, J. M. (2014). La muerte de la exclusiva: efectos de trasladar el periodismo a Internet. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(1), 195-210. Recuperado de:
<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/45227/42567>
- Vico, E. A. (2013). Las teorías profesionales y las 5 crisis del periodismo. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 18, 69. Recuperado de:
<http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/viewFile/41716/39754>
- Villanueva, E. (1996). Códigos europeos de ética periodística: un análisis comparativo. México: Fundación Manuel Buendía.
- Villegas, J. C. S. (2013). Ética periodística e identidad profesional. *Augusto Guzzo Revista Acadêmica*, (11), 11-25. DOI: [10.22287/ag.v1i11.148](https://doi.org/10.22287/ag.v1i11.148)
- Vujnovic, M., Singer, J. B., Paulussen, S., Heinonen, A., Reich, Z., Quandt, T., Hermida, A. y Domingo, D. (2010). Exploring the political-economic factors of participatory

journalism: Views of online journalists in 10 countries. *Journalism practice*, 4(3), 285-296. [DOI: 10.1080/17512781003640588](https://doi.org/10.1080/17512781003640588)

Anexos

Anexo 1. Diseño de la encuesta. “Periodismo, ciudadanía y herramientas digitales” (Barber y Damas, 2010; Proyecto Nariño, 2013).

Universidad de Sonora
División de Ciencias Sociales
Programa Integral en Ciencias Sociales
Perfil profesional y percepción del periodista ciudadano en Sonora

El presente cuestionario es parte de la investigación “*Perfil ético y profesional del periodismo ciudadano en Sonora*“. El objetivo del trabajo es conocer las percepciones de ciudadanos y periodistas independientes con relación al uso de herramientas digitales para la difusión de informaciones de interés público.

1. Edad

Edad:	
-------	--

2. Sexo

Hombre	
Mujer	

3. Municipio en el que trabaja

Municipio	
-----------	--

4. Nivel de estudios

Licenciatura en Periodismo / Ciencias de la Comunicación	
Licenciatura en Periodismo y otro título universitario	
Otra titulación universitaria (especifique)	
Preparatoria	
Estudios de posgrado	
Otro (especifique)	

4 Situación laboral actual como periodista

Asalariado/a		
Empresario/a		
Colaborador/a independiente con pago		
Colaborador sin sueldo		
Becario/a, prestador/a, o similar		
Integrante de un colectivo		
Jubilado		
Otras situaciones, especifique:		

7. Medio en que trabaja

Diario impreso	
Revista impresa	
Radio en AM/FM	
Televisión	
Medio digital (especifique)	
Área de comunicación institucional	
Despacho de comunicación	
Otro (especifique)	

7. ¿Cuál es la función que desarrolla en el medio en el que trabaja?

Redacción de textos	
Fotografía o cámara de TV	
Producción multimedia (texto e imagen integrados)	
Producción	
Infografía o diseño	
Redes sociales	
Locución	
Conductor de televisión	

8. Categoría profesional:

Redactor/a o equivalente	
Jefe/a de redacción, coordinador o equivalente	
Cargo directivo	
Otras categorías:	

9. Principales eventos a los que da cobertura (puede señalar varias)

Temas de política internacional	
Temas de política nacional	
Eventos y conferencias de prensa del gobierno estatal	
Eventos y conferencias de prensa del gobierno local	
Temas de economía	
Protestas y movimientos ciudadanos	
Actividades de apoyo humanitario	
Agenda LBGTTTI	
Actividades relacionadas con los derechos de la mujer y perspectiva de género	
Conferencias y eventos académicos	
Policiaca	
Comunidad y servicios públicos	
Ciencia y tecnología	
Cultura y espectáculos	
Deportes	
Eventos sociales	
Otra área:	

10. ¿Con cuál de estas afirmaciones está más de acuerdo?

La objetividad no existe, y por eso el informador es siempre subjetivo	
La objetividad no existe, pero el informador puede intentar aproximarse a ella	
Ser objetivo es posible y es una obligación por parte del informador	

11. ¿Qué importancia tienen los siguientes problemas que afectan supuestamente a la profesión?

	Ninguna	Poca	Regular	Bastante	Mucha
Veracidad de la información presentada					
Las noticias no incluyen a todos los sectores					
No hay seguimiento a temas relevantes para la comunidad					
Precariedad e inseguridad laboral					
Influencia de índices de audiencia en agenda de noticias					
El interés económico está sobre el interés periodístico					
La ideología del medio está sobre el interés periodístico					
Falta de ética profesional					
Intrusismo profesional (es ejercido por no profesionales)					
Falta de respeto a la autonomía de los profesionales					
Baja conciencia de la responsabilidad social del periodista					

12. Pertenencia a asociaciones profesionales (puede señalar más de una respuesta)

Colegio de periodistas	
Asociación profesional de periodistas	
Sindicato o central de periodistas	
Colectivos	
Organizaciones/grupos ciudadanos	
Otra (especifique)	
Ninguna	

13. Evalúe la fiabilidad que tienen para usted las siguientes fuentes de información:

	Nada	Poca	Regular	Bastante	Mucha
Las agencias de noticias					
Los partidos políticos					
Los científicos					
Los empresarios					
Los directivos del deporte					
Los sindicatos					
Los deportistas					
Los promotores culturales					
Las ONG					
Los grupos ciudadanos					

Las oficinas de comunicación social					
El gobierno					
Los departamentos de comunicación de las empresas					
Las corporaciones policíacas					
El ejército					
Los despachos externos de comunicación					

14. Al informar sobre un conflicto entre dos o más partes...

Debe ofrecerse similar protagonismo a las partes implicadas	
La cobertura informativa de cada parte debe estar en función de la línea del medio	
Es legítimo otorgar protagonismo sólo a una de las partes	

15. Responda sí o no, según corresponda en cada enunciado. En las fotografías informativas...

Puede realizarse algún corte para encuadrarlas mejor	
Puede utilizarse una aplicación de edición para eliminar o añadir algún elemento	
Puede utilizarse una aplicación para enfatizar algún elemento como el color	
Puede utilizarse una aplicación para ajustar contraste y brillo	
Puede utilizarse una aplicación para reubicar objetos y conseguir una mejor vista de la foto	
Puede utilizarse una aplicación para modificar la apariencia de los personajes	

16. Dejaría de reproducir o emitir la opinión de alguna persona o colectivo por...

	No	Sí
Oponerse a la Constitución		
Atentar contra los Derechos Humanos		
Contener ideas nazis		
Defender el uso de la violencia		
Ser racista o xenófobo		
Discriminar a un grupo social		
Ser poco respetuosa con la religión católica		
Ser poco respetuosa con cualquier religión		
Pertenecer a una organización terrorista		
Ser sexista		
Considerarla de mal gusto		

17. **Respecto a los siguientes colectivos ¿es partidario de que reciban un tratamiento informativo especial a causa de la situación supuestamente desfavorecida que padecen?**

	Nada	Poco	Regular	Bastante	Mucho
Mujeres					
Inmigrantes					
Indigentes					
Personas con una discapacidad					
Homosexuales					
Ancianos					

18. **Condiciones que usted aceptaría a las fuentes informativas si éstas se lo pidieran:**

	Nunca	A veces	Ocasionalmente	A menudo	Siempre
Vetar preguntas antes de la entrevista					
Revisar el texto antes de publicarse					
Escoger al entrevistador					
El <i>off the record</i>					
Exigir el anonimato de la fuente					
Pedir una compensación económica					

19. **El derecho del público a tener una información veraz y completa debe quedar limitado por...**

	No	Si
La seguridad de la población		
La seguridad del Estado		
El derecho de las personas a la intimidad		
Las creencias religiosas		
El buen gusto		
La presunción de inocencia		

20. **¿Cuándo está justificado explicitar las siguientes características de los protagonistas de la noticia?**

	Nunca	Cuando es relevante para entender la información	Cuando es interesante para el receptor	Siempre, sin ningún problema
Género				
Etnia				
Nacionalidad				
Orientación sexual				
Creencia religiosa				
Ideología				
Lengua o idioma				

21. ¿En qué casos cree usted que es lícito abordar por la calle a una persona famosa para conseguir declaraciones que ha dejado claro que no quiere realizar?

	No	Sí
Civiles involucrados en asuntos de interés		
Familiares de civiles involucrados en asuntos de interés		
Políticos en activo		
Personajes famosos que venden exclusivas		
Personajes famosos que no venden exclusivas		

22. Responda lo siguiente:

	No	Si
¿Los profesionales que trabajan en las oficinas de prensa proponiendo noticias para los medios de información deben ser considerados periodistas?		

23. Responda en cada enunciado, según sea el caso. Es admisible aceptar...

	No	Sí
Regalos promocionales		
Regalos por valor de más de 500 pesos		
Regalos por valor de más de 5000 pesos		
Entradas, pases o servicios gratuitos		
Comidas individuales pagadas por la fuente		
Viajes pagados para acompañar a la fuente informativa		
Pronunciar conferencias o realizar otras actividades remuneradas por la fuente		

24. Es compatible la tarea periodística con...

	No	Si
Militar en partidos políticos		
Pertenecer a asociaciones con un claro componente ideológico		
Trabajar simultáneamente en diversos medios informativos		
Trabajar simultáneamente en un medio informativo y en una oficina de comunicación		
Presentar actos con significación política		
Pertenecer a grupos ciudadanos de promoción de cualquier derecho		
Firmar cartas públicas y manifiestos		
Realizar publicidad comercial		

25. De 1 a 10, ¿qué grado de utilidad considera que tienen los códigos de ética periodística actuales?

Ninguna utilidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Óptima utilidad

26. ¿Deberían existir instrumentos coercitivos para hacer cumplir los códigos de ética periodística?

No	Sí

27. **Ordene con números del 1 al 10 en orden de importancia (donde 1 es el valor más importante)**

Verdad, objetividad, exactitud y precisión	
Derechos de réplica y de rectificación	
Respeto a la intimidad y vida privada	
Secreto profesional. No revelar fuentes	
Independencia profesional	
Distinguir información de publicidad	
Interés público sobre el interés personal/No buscar interés personal	
Defensa de la libertad de expresión, información y prensa	
Responsabilidad profesional	
Identidad profesional. No al soborno	

28. **Sobre su ideario político, ¿en qué categoría se identifica?**

Izquierda	1	2	3	4	5	6	7	Derecha

29. **¿Qué ingresos mensuales obtiene en su trabajo como periodista?**

0 MXN-1000 MXN	
1000 MXN-3000 MXN	
3000 MXN – 6000 MXN	
6000 MXN – 10000 MXN	
Más de 10000 MXN	

30. **Además de su actividad como periodista**

	Sí	No
¿tiene otra actividad pagada?		

31. **¿Con qué frecuencia participa en reuniones de planeación editorial?**

No participa	Casi nunca	A veces	Con frecuencia	Siempre

32. **¿Está de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre el periodismo?**

	Nada	Poco	Regular	Bastante	Mucho
El periodista siempre debe apegarse a los códigos de ética, independientemente de la situación y el contexto					
La ética del periodismo depende de la situación					
La ética del periodismo depende del juicio personal					
Es aceptable dejar de lado la norma en situaciones extraordinarias que lo requieran					

33. En los últimos 5 años, La importancia de estos factores se ha fortalecido o debilitado.

	Muy debilitado	Poco debilitado	No cambió	Poco fortalecido	Muy fortalecido
La formación de los periodistas					
La norma ética					
La competencia					
Consideraciones a la publicidad					
La presión de obtener ganancias					
Relaciones públicas					
Investigación de la audiencia					
Contenido producido por el usuario					
Redes sociales					
La comunicación con la audiencia					
El sensacionalismo en las noticias					

34. ¿Cuál es su filiación religiosa?

	No
Ninguna	
Protestante	
Cristiano ortodoxo	
Católico	
Otra (especifique)	

Anexo 2. Guía de las entrevistas en profundidad para periodistas ciudadanos.

1. ¿Qué experiencia tiene en periodismo?
2. Ya sea desde su interés personal o profesional ¿Cómo ocurrió su acercamiento a estas actividades? ¿Por qué?
3. ¿Ha llevado talleres o estudios en el área de periodismo o comunicación?
4. ¿Ha participado en colectivos, organizaciones o grupos ciudadanos?
5. ¿Considera que tienes un historial de participación?
6. ¿Actualmente a qué se dedica?
7. Además de las actividades informativas que realiza ¿Tiene otra actividad por la que percibe ingresos?
8. ¿Qué productos informativos genera? ¿Cómo los distribuye? ¿Con qué periodicidad?
9. ¿Cómo define el medio en el que participa?
10. ¿Cómo elije los eventos, temas o agenda por abordar?
11. Y en relación a eso ¿qué ventaja o desventaja ser su propio editor?
12. ¿Cómo se define? ¿Más hacia el periodismo o más hacia el ciudadano?
13. En la escala ciudadano, amateur, profesional, ¿dónde se ubica?
14. Para usted, ¿qué es el periodismo ciudadano?
15. En sus palabras ¿cuáles son los tres principales roles del periodismo ciudadano?
16. En una auto-evaluación respecto a esos fines, ¿cómo considera que es su desempeño al frente de las actividades que realiza? ¿Por qué?
17. En su opinión y de acuerdo a los roles ¿qué distingue al periodismo ciudadano respecto al periodismo tradicional?
18. ¿Qué relación mantiene el periodismo ciudadano con el Estado?
19. ¿Las oficinas de prensa contribuyen a una mejor información o la entorpecen? ¿Por qué?
20. En vistas de mayor efectividad, ¿qué aspectos modificaría o añadiría en su desempeño, rutina productiva o estructura de la empresa?
21. Sobre sus lectores, ¿considera que hay una audiencia específica para el periodismo ciudadano? ¿Qué características tiene esa audiencia? ¿Cómo se identifica con ella?
22. En términos de diálogo, comunicación, colaboración ¿interactúa con su audiencia, ya sea en redes o durante otras actividades directas? ¿Cómo?
23. ¿Cómo califica esa interacción?
24. ¿Qué es “decir la verdad”, en periodismo?
25. ¿Hasta qué punto cree que es admisible la influencia de los anunciantes en el contenido de las informaciones?
26. ¿El Estado interfiere como anunciante?
27. ¿Cree que grupos desfavorecidos deben ser compensados de alguna manera en los medios? ¿Por qué?
28. ¿Hasta dónde cree que debe llegar el derecho a la intimidad de las personas?
29. ¿Cree que el ejercicio del periodismo puede ser incompatible con otras actividades laborales, políticas o cívicas? ¿Por qué?
30. ¿Qué conflictos éticos se ha encontrado en su práctica profesional actual, y cómo los ha resuelto?

Anexo 3. Relación de categorías emergentes principales, subcategorías y frecuencia de códigos.

Categoría	Subcategoría	Códigos
Relación entre el periodismo tradicional y el Estado	Percepción sobre el periodismo tradicional	25
	Relación económica prensa-Estado	29
Percepción sobre el Estado	Características del Estado	16
	Relación con el periodismo tradicional	11
	Percepción sobre la oficina de prensa	15
	Separación periodismo ciudadano-Estado	20
Periodismo ciudadano como participación	Representatividad y acceso	30
	Identificación con el ciudadano	25
	Periodismo ciudadano y democracia	25
	Periodismo ciudadano como participación social	56
	La información empodera	21

Fuente: elaboración propia.

Anexo 4. Relación de categorías emergentes secundarias, subcategorías y frecuencia de códigos.

Categoría	Subcategoría	Códigos
Estructura general	Agenda	23
	Funciones	47
	Estructura	39
	Uso de tecnología digital	19
	Relación con la audiencia	39
Perfil profesional	Formación profesional-amateur-ciudadano	17
	El periodismo ciudadano está en construcción	25
Valores éticos	Apego a la veracidad:	
	1. La verdad es subjetiva	14
	2. La verdad se apega al contexto	14
	3. La verdad es pragmática	11
	Responsabilidad	11
	Integridad profesional:	
	1. Compatibilidad cívica	11
	2. Relación con el Estado	5
	3. Conflicto de interés	3
	Independencia:	
	1. Independencia	6
	2. Dependencia del modelo económico	13
	3. Relación Estado-Prensa	15
	4. Control	19
	Afán de servicio:	
	1. Acceso	8
2. Contribuye a la Justicia	8	
3. Cumple una responsabilidad con los colectivos	9	

Fuente: elaboración propia.

Anexo 5. Relación de categorías principales y subcategorías por descripción de códigos significativos identificados.

Categoría	Subcategoría	Códigos significativos
Relación entre el periodismo tradicional y el Estado	Percepción sobre el periodismo tradicional	Desinforma, es patriarcal, victimiza, es sensacionalista, manipula, coarta la libertad profesional, autocensura, es propaganda, no es periodismo, mal forma al personal, actúa separado de la audiencia, rebasado por la tecnología, sufre un conflicto ético orgánico, está en crisis.
	Relación económica prensa-Estado	La prensa es la voz del Estado, es cupular, se identifica con el Estado-Oligarquía, conflicto entre información y publicidad, el boletín es publicidad, tiene interés económico, recibe pagos del Estado, está sujeto a compromisos, está sujeto al Estado.
Percepción sobre el Estado	Características del Estado	El Estado tiene miedo, teme a la crítica, no entiende lo distinto, es vertical, es omiso, es responsable de la desigualdad, crisis de las instituciones, la policía provoca miedo, desinforma,
	Relación con el periodismo tradicional	Dicta la agenda, “No pago para que me golpees”, controla, censura, vigila y coerciona a la prensa, es vertical, el control se perfecciona, es el anunciante principal.
	Percepción sobre la oficina de prensa	Es un filtro, son intermediarios, es deshonesto, es propaganda, entorpece el desempeño, “mienten más bonito que el funcionario”, excluye al PC, es la vocería de la desinformación, son útiles.
	Separación periodismo ciudadano-Estado	El Estado no es nuestro patrón, es incompatible con la verticalidad, el Estado aísla al periodista ciudadano, el periodismo es la piedra en el zapato, el Estado agrede, el periodismo es un foco rojo, el periodismo es una amenaza.
Periodismo ciudadano como participación	Representatividad y acceso	El patrón es la ciudadanía, lenguaje común para el ciudadano, servicio a la colectividad, trata de entender al ciudadano, replica, da prioridad y amplifica la voz ciudadana, información para la toma de decisiones, es vocero de la ciudadanía, es herramienta de la sociedad.
	Identificación con el ciudadano	Tiene reconocimiento y legitimidad, es afín a la audiencia, identificación con desprotegidos, vinculación orgánica con la ciudadanía, extracción popular, es hablar entre pares, se asume como ciudadano, es parte de la ciudadanía.
	Periodismo ciudadano y democracia	Alienta la democracia, la comunicación es un acto democrático, interés por los asuntos públicos, es una utopía, construye, crea posibilidades y propone, es tejido social, busca el bien de la sociedad, contribuye al debate, promueve el cambio.
	Periodismo ciudadano como participación social	Es periodismo de izquierda, es un proceso social, es parte del ámbito público, es lucha social, responde a la desigualdad social, va de la mano del hartazgo, informa desde la crisis, es un medio para decir cosas, es casi un desahogo, es un modelo de derecho y responsabilidad, el ciudadano es el que está boca abajo.
	La información empodera	Comunicación horizontal, es mirarse, es fortalecer, la información es poder, da el poder para hablar, el ciudadano está evolucionando, busca opciones de construirnos, lo ciudadano es una propuesta a la crisis, el ciudadano se hace responsable de su medio, es una manera de despertar del ciudadano.

Fuente: elaboración propia.

Anexo 6. Relación de categorías secundarias y subcategoría por descripción de códigos significativos identificados.

Categoría	Subcategoría	Muestra de códigos significativos
Estructura general	Agenda	Representa a la mujer, visibiliza, combate la violencia de género, temas de acoso y género, cubre problemáticas sociales, agenda coyuntural e incluyente, información alternativa, información profunda, muestra la realidad.
	Funciones	El objetivo no es el rating, dar voz a grupos sin acceso, denuncia, debe ser crítico, la labor es ayudar, facilita el análisis, forma audiencia crítica, documenta los abusos, educa.
	Estructura	Equipos de trabajo, combina plataformas, contenido propio, falta estructura, recursos limitados, reuniones de evaluación, colaboradores externos, es aburrido, es subjetivo.
	Uso de tecnología digital	Blog como vía alterna, la tecnología digital facilita el trabajo, la tecnología favorece al periodismo ciudadano, la tecnología favorece el empoderamiento, útil para burlar la censura.
	Relación con la audiencia	Clase media con acceso a bienes (universitario, adulto joven, ciudadanía crítica, goza de nivel económico), audiencia universitaria, popular, tendencia de izquierda, entre 20 y 35 años, quien sufre injusticia, el ciudadano que se cuestiona las cosas, el nivel académico es indistinto, la audiencia es limitada.
Perfil profesional	Formación profesional-amateur-ciudadano	Es profesional, es amateur, tiende a la profesionalización, la formación es por experiencia, es un ciudadano en aprendizaje, falta capacitación, profesional con estudios de licenciatura, profesional no es ser profesionista, es ciudadano.
	El periodismo ciudadano está en construcción	Es un tema muy nuevo, está desorganizado, está en un punto de inflexión, en proceso de crecimiento, es un primer ejercicio de medios libres, evoluciona, se encuentra en auge, crecimiento de herramientas digitales, la audiencia está creciendo, manual ético en proceso de elaboración, requiere mayor difusión, requiere rentabilidad, requiere más capacitación.
Valores éticos	Apego a la veracidad	La verdad es subjetiva (hay muchas verdades, la verdad periodística no existe, es un constructo, no es absoluta, la búsqueda de la verdad no es neutral, se sujeta a la relación entre política y economía). La verdad se apega al contexto (la verdad se forma al ofrecer una perspectiva conjunta del hecho, presenta una versión amplia del hecho, no tendenciosa, es un faro de luz, es el último rincón del periodismo, el periodismo ofrece hechos no verdades, ofrecer una versión integral del hecho construye verdad). La verdad es pragmática (la verdad se construye en diálogo con la audiencia, contiene una ética social, está motivada por la congruencia social, tiene un interés crítico, de izquierda, combativo y transformador, se sujeta a filias y fobias, implica una postura personal, no es dogmática, parte de la responsabilidad social del periodismo).
	Integridad profesional	Compatibilidad cívica (el periodismo es cívico, es participación ciudadana, es independencia, se identifica con la ciudadanía, hay libertad, regula la interacción sociedad-Estado). Relación con el Estado (es una vía alterna al control estatal, opera en entorno de controles). Genera conflicto de interés (límites de la participación

ciudadana).

Independencia	Independencia (la publicidad no determina la agenda, distingue entre información y publicidad, la participación causa conflicto de interés, compatible con el ejercicio cívico, hay límites para la participación ciudadana). Dependencia del modelo económico (descomposición del sistema ético, disfunción estructural, uso instrumental del periodismo, uso político del periodismo, se contraponen con la función social, el modelo financiero sustituye a la ética, el boletín es publicidad, el Estado es el anunciante, interés sobre función social). Relación Estado-Prensa (el periodismo está bajo la nómina estatal, se vuelve propaganda, se identifica con el Estado y la oligarquía, está al servicio del Estado, la publicidad es censura directa). Control (se ejerce control oficial sobre el periodismo, coerción financiera, el control se perfecciona y endurece, control por publicidad, hay injerencia directa del Estado, se restringe acceso de la sociedad a la información, el Estado regula la información, se distorsión de la realidad, el Estado dicta la agenda)
Responsabilidad	El límite a la información es la integridad física, el derecho a la intimidad y la presunción de inocencia.
Afán de servicio	Acceso (los colectivos tienen derecho al acceso, compensa con acceso al espacio, apertura, representatividad). Interés en ofrecer información de utilidad, representa a colectivos, identificación con grupos marginados. Contribuye a la Justicia (nombrar la desigualdad es importante, es necesario nombrar los hechos, facilita el cambio de las condiciones sociales, atiende a colectivos desfavorecidos). Responsabilidad social (cumple una responsabilidad social, su función es dar voz, tiene posibilidad de generar impacto, la representación social requiere congruencia, reduce la discriminación, toma postura).

Fuente: elaboración propia.

Anexo 7. Listado de preguntas para el apartado ético en la guía de entrevista

Principio ético	Pregunta
Veracidad	¿Qué es “decir la verdad”, en periodismo?
Independencia	¿Hasta qué punto cree que es admisible la influencia de los anunciantes en el contenido de las informaciones? ¿El Estado interfiere como anunciante?
Afán de servicio	¿Cree que grupos desfavorecidos deben ser compensados de alguna manera en los medios noticiosos? ¿Por qué?
Responsabilidad	¿Hasta dónde cree que debe llegar el derecho a la intimidad de las personas?
Integridad profesional	¿Cree que el ejercicio del periodismo informativo puede ser compatible con otras actividades laborales, políticas o cívicas? ¿Por qué?
Auto-regulación	¿Qué conflictos éticos se ha encontrado en su práctica profesional, y cómo los ha resuelto?

Fuente elaboración propia, con base en Martínez (2016) y Barber y Damas (2010).