

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES**

**SEDE ECUADOR**

**PROGRAMA DE COMUNICACIÓN**

**MAESTRÍA ANDINA EN COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD CON MENCIÓN EN  
POLÍTICAS PÚBLICAS PARA INTERNET**

**TÍTULO: LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LOS PERIÓDICOS  
VIRTUALES NACIONALES**

**AUTORA: MARÍA AUGUSTA SALAS MONTALVO**

**DIRECTOR DE TESIS: José Antonio Figueroa**

**QUITO, NOVIEMBRE 2004**

## **Agradecimientos**

Este trabajo tiene muchas cosas que agradecer a personas que de una u otra manera han estado en el camino apoyando o contribuyendo para realizarlo.

A mis amigos: Dany por apoyarme, entenderme y fortalecerme aun a la distancia, a Manito por estar y ser tan generoso. A mis padres y familia por el ejemplo de lucha. A los 'compas' por todo lo compartido. A mis amigos de elcomercio.com. A José Figueroa por su valiosa ayuda y dirección. A la gente de eluniverso.com y del diario hoy.com.ec por colaborarme. A varios ciudadanos ecuatorianos, entre ellos algunos que viven fuera del país, por colaborar con sus opiniones como lectores. A FLACSO con todos sus profesores que generosamente nos han dado luces. Al IDRC. A mi Yumi por mimarme siempre. A la Niña lobo. A mi mexiquito por la hospitalidad de siempre.

## ÍNDICE

Síntesis del contenido	2
Introducción	4
I. Hipótesis, presupuestos e interrogantes, objetivos	6
1.1. Justificación	7
II. Marco teórico:	
2.1. Abordaje metodológico.-	12
2.2. Conceptos y categorías de análisis.-	15
III. ¿Existe o no una política editorial que considere la gestión de la información en los periódicos virtuales nacionales?	37
3.1. elcomercio.com	37
3.2. eluniverso.com	51
3.3. hoy.com.ec	59
IV. ¿Unidireccionalidad de la comunicación en los periódicos virtuales nacionales?	67
4.1. elcomercio.com	69
4.2. eluniverso.com	76
4.3. hoy.com.ec	82
4.4. Visiones de algunos lectores sobre los periódicos virtuales nacionales.	88
V. Conclusiones	92
Bibliografía	98

## SÍNTESIS DEL CONTENIDO

El presente trabajo de investigación es un acercamiento sobre cómo se gestiona la información dentro de los periódicos virtuales nacionales. Las muestras consideradas a analizar son de los periódicos: *elcomercio.com*, *eluniverso.com* y *hoy.com.ec*. De inicio, se plantea una problemática sobre la similitud con que operan y producen los contenidos los periódicos virtuales y los periódicos impresos, aun cuando el escenario es diferente. Internet es un medio nuevo frente a la prensa escrita, con características particulares, las que deben ser contempladas para delinear las prácticas periodísticas dentro de los periódicos virtuales, las que hemos tratado de describir desde un soporte teórico para contrastarlo con la práctica.

En este panorama, surgen varios cuestionamientos sobre las políticas editoriales y conceptos que los periódicos manejan dentro del nuevo medio, por ello, se ha tratado de recoger la mirada de quienes producen los contenidos dentro de los periódicos, y de sus lectores. Además, a través de un seguimiento de observación participante dentro de los tres sitios web correspondientes a los periódicos muestra, se ha buscado establecer comparaciones entre su versión virtual e impresa; asimismo, entre los contenidos que circularon dentro de la sección política en el periodo de tiempo del seguimiento, con el propósito de vislumbrar acerca de sus dinámicas y puesta en escena de propuestas como periódico para sus lectores. Además, reparar sobre cómo conciben los periódicos la relación entre el medio y sus lectores, y viceversa; ver en qué medida han sido aprovechadas las potencialidades del medio, Internet, por sus productores de contenido para propiciar la participación de los lectores usuarios en la construcción del periódico. Paralelamente, se ha tomado una temática específica dentro del periodo de seguimiento con el propósito de identificar cuán inclusivos han sido los periódicos virtuales al visibilizar diferentes voces dentro de temas coyunturales y de interés colectivo. Todo este trabajo pretende dejar puertas abiertas para la reflexión y análisis de quienes ejercen el papel de comunicadores y actores dentro de los periódicos virtuales para la tarea de

gestionar la información de manera comprometida y responsable con los ciudadanos.

## INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación nacionales han incursionado dentro de la Internet con versiones digitales de ellos, concretamente, la prensa escrita tiene ya sus portales en red: [elcomercio.com](http://elcomercio.com), [eluniverso.com](http://eluniverso.com), [hoy.com.ec](http://hoy.com.ec) —estos son los casos a analizar dentro de la investigación- los mismos que configuran dinámicas sociales entre sus lectores y usuarios a partir del novedoso medio, Internet. Dentro de este nuevo escenario, considero pertinente reparar acerca de las relaciones que se establecen entre el medio de comunicación y la sociedad, debido a las implicaciones que indudablemente han tenido los medios, y, específicamente, el quehacer periodístico dentro de las sociedades.

¿La forma en que se concibe al ejercicio periodístico ha cambiado o puede cambiar en la red?, ¿Quiénes son los públicos hacia los cuáles se dirige?, ¿Surgen nuevos actores dentro de este proceso de comunicación?, ¿Es necesario replantear nuevos conceptos dentro del ejercicio periodístico, como por ejemplo: derechos y obligaciones de quienes producen los contenidos y acerca de los lectores usuarios, la opinión pública, ciudadanía, entre otros, que indudablemente advienen con las prácticas de los periódicos virtuales?

Esta investigación es una propuesta que surge de un interés personal. Hace pocos años trabajé como redactora de uno de estos periódicos virtuales nacionales, en donde la experiencia dejó expectativas en torno a la praxis en un contexto local, en el que nos hemos aventurado a ejercer el papel de comunicadores y legitimadores de la información que hemos puesto en circulación a través de Internet; sin antes detenernos a entender el por qué y el para qué, y mucho menos, el cómo lo hacemos. La era de las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTIC), se impone globalizante, y parece un requisito impostergable el acceder a ellas, de cualquier forma, aun cuando en nuestro país, todavía, el acceso a ellas es limitado, y más alarmante, sus apropiaciones y usos dentro del marco legal de las telecomunicaciones no son advertidos en términos específicos que apunten al resguardo de los derechos a la información, opinión, comunicación, libertad de expresión, rectificación y respuesta para las personas, básicamente. Aparece

casi de forma inconsciente la necesidad de tener un sitio en la red, sin cuestionarse acerca de las nuevas prácticas sociales que con ella advienen, y más aun cuando un medio de comunicación es quien lo está propiciando.

Varios son los elementos que inciden en el ejercicio periodístico que se realiza a través de un periódico virtual, para la gestión de la información, la opinión pública y el conocimiento. Primeramente, tenemos al medio, Internet, con sus características que pueden ser advertidas para potenciar el ejercicio de la democracia desde la red o a la inversa; por otro lado, tenemos a los actores que intervienen en la producción de contenidos; y los que hacen uso y/o apropiación de dichos contenidos; las fuentes con las que se trabajan los contenidos; el tiempo o inmediatez como principio para la entrega de contenidos con que se trabaja en la red; entre otros.

En medio de este panorama, se vislumbran problemáticas sobre las cuales creo debemos reparar para entender con responsabilidad acerca de nuestro papel como comunicadores o periodistas, editores, productores de contenidos en los medios virtuales, y los llamados líderes de opinión.

De ahí, que esta investigación apunta a servir de base para que la problemática planteada en la tesis sea visibilizada y enfrentada, advertir acerca de las iniciativas que se pueden emprender tanto de acciones o estudios teóricos que son pertinentes y urgentes en las agendas de las telecomunicaciones y políticas por parte del gobierno nacional, medios de comunicación e instituciones relacionadas directamente con el tratamiento del tema.

## **Hipótesis, supuestos e interrogantes, objetivos**

**Tema:** La gestión de la información en los periódicos virtuales nacionales

### **Hipótesis:**

El diseño editorial de los periódicos virtuales pretende mantener la unidireccionalidad de la comunicación propuesta en los diarios impresos, sin aprovechar las potencialidades de Internet para los lectores usuarios.

### **Presupuestos e interrogantes:**

- Conocer si existe o no una política editorial en los periódicos virtuales nacionales ([www.elcomercio.com](http://www.elcomercio.com), [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com), [www.hoy.com.ec](http://www.hoy.com.ec)) que considere la gestión de la información en ellos.
- En el Ecuador, los periódicos virtuales no tienen una política editorial que permita, ni propicie la participación democrática de los ciudadanos.
- Identificar la unidireccionalidad de la comunicación.

### **Objetivos:**

- Conocer si existe o no una política editorial que considere la gestión de la información en los periódicos virtuales.
- Comprobar que no se aprovechan las potencialidades del medio Internet en los periódicos virtuales nacionales ([www.elcomercio.com](http://www.elcomercio.com), [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com), [www.hoy.com.ec](http://www.hoy.com.ec)).

## 1.1. Justificación

Es necesario retomar varios principios teóricos sobre los cuales se ha definido la función de la prensa y, por otro lado, la circulación del conocimiento y de la información a través de la tecnología.

La idea del uso de la imprenta se difunde en el siglo XV como un avance tecnológico para hacer una reproducción del conocimiento que circulaba en impresos. Desde entonces ya se advierte acerca del poder de manipulación y difusión del conocimiento y la información a través de las nuevas tecnologías, y de su trascendencia para la política y economía de las sociedades.

Sin embargo, la tecnología no es un determinante autónomo de la información puesto que con ella se requiere que quienes la usan o manipulan interpreten un cambio, también, dentro de sus capacidades intelectuales para usarla y apropiarse de ella.

El periódico nace como un producto impreso que, indudablemente, ha acumulado varios papeles a lo largo de la historia, pero siempre se ha adherido a la vida de sus lectores, logrando orientar sus roles dentro del contexto en el que estén, ante los otros e incluso ante ellos mismos. Es innegable que el poder del texto ha sido canalizado dentro de las sociedades, porque es en éste que se condensa y selecciona la información.

Ha sido al periodismo al que se le encomendó y encomienda la elaboración y reproducción de la información, sobre la base de "representar al público", fungiendo casi como una autoridad instituida, neutra y moralizante. No es tampoco ajeno para nosotros, si revisamos a través de la historia, que el periodismo conjuntamente con la tecnología nueva, que viene a ser el medio de comunicación, al advertir sobre su poder dentro de las sociedades, ha sido transformado en industria para ejercer control y poder. La apropiación del medio, aludiendo a un sistema de propiedad, muchas veces ha deslegitimado la circulación de la información y del conocimiento democrático cuando en él se

sesgan los intereses de los dueños, de determinados grupos que pueden responder a poderes empresariales, económicos y políticos. Ello estaría reduciendo el espacio para la participación y puesta en circulación de la voz ciudadana. Contraponiéndonos a esta última idea, diremos que hay casos en que no necesariamente sucede ésto, pues todo depende de cómo se aprovechan y operativizan los espacios de participación que un periódico puede ofrecer a sus lectores ciudadanos.

“En los sistemas de información controlada por la computadora, la soberanía sobre el texto se traslada desde el proveedor de la información al controlador de la tecnología.”<sup>1</sup>

El reto permanente es recuperar el protagonismo de los sujetos sociales a través de su puesta en escena en los medios de comunicación. Dentro de este esquema, el papel del periodismo debe ser repensado, y retomar su razón de ser, es decir, abrir los espacios para que se manifieste la opinión pública, gestionar la información y el conocimiento de manera responsable y comprometida con los ciudadanos. El mayor peso de un periódico está en sus contenidos, en la medida en que éstos puedan servir a las sociedades, a sus ciudadanos para ejercer sus derechos políticos —en un sentido Habermasiano<sup>2</sup>— y también a ejercer sus responsabilidades. En este sentido, reparo sobre la idea de Jürgen Habermas, quien en su libro *Facticidad y Validez*, publicado en 1992, explica que es en los medios donde también se constituye el espacio de la política, y a su vez en éste se producen transformaciones sociales.

El presente trabajo para facilitar la lectura, comprensión y uso del corpus teórico propuesto ha sido desarrollado con base en los aportes que hace J. Habermas mediante un análisis sucinto sobre conceptos claves como son opinión pública y espacio público, asimismo conceptualizaciones como la de comunidad imaginada, según la teorización de Benedict Anderson, y sobre otras modalidades constructivas que resultan imprescindibles para la

---

<sup>1</sup> SMITH, Anthony, *Goodbye Gutenberg –La revolución del periodismo electrónico*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1983.

<sup>2</sup> Propone el modelo de política deliberativa para superar las debilidades de las democracias actuales. HABERMAS, 1992.

comprensión del rol de la Internet y sus características (interactividad, inmediatez, horizontalidad, hipertexto), en relación a las posibilidades del ejercicio democrático, según la teorización de Manuel Castells, los que son relevantes para comprender el uso que los periódicos digitales, en este caso, hacen de ellos y cómo están permitiendo o no un real acceso de la palabra y la acción por parte de los ciudadanos.

Acerca de Internet podemos decir que, en principio, proporciona un canal de comunicación horizontal, lo que en los demás medios ha sido finalmente desde uno a muchos- como norma política-, y en Internet es posible de uno a uno, de uno a varios y de varios a uno, su cualidad de red permite la interacción. Aprovechar esta característica debe ser un factor a tomar en cuenta por quienes elaboran los periódicos digitales, pues se potenciaría el espacio de interacción entre los ciudadanos, el medio, y el estado. La interacción permite a los ciudadanos solicitar información, expresar su opinión, así como pedir respuestas personalizadas. Internet no escapa a la realidad de los demás medios, en tanto que cada vez es más utilizada como agente político, de ahí su relevancia para la participación ciudadana. Ejemplo de ello son los movimientos sociales en la red, que permiten la diversidad como la posibilidad de ejercer debates que podrán continuarse, dependiendo de los objetivos de quienes intervienen, pues son factibles las conexiones múltiples, traspasando lo local para actuar sobre grupos de poder tanto internos como externos al contexto que lo afectan. Y definitivamente, propiciando el ejercicio y derecho ciudadano de participar políticamente.

Es así que este trabajo inicia con varias inquietudes sobre el tratamiento que la prensa escrita nacional le ha dado a su versión de periódico digital. Los interrogantes que guían el trabajo son: a) Conocer si existe una política editorial en los periódicos virtuales que constituyen el universo de estudio del presente trabajo, y b) Comprobar si, en los diarios virtuales estudiados, se aprovechan las potencialidades del medio (Internet). El cuestionamiento primordial de los supuestos de esta investigación es si ¿Quiénes trabajan en los periódicos virtuales están conscientes de su función de gestores de información, antes que de la de proveedores de ella?

La caracterización del trabajo trata sobre un estudio comparativo basado, primeramente, en el análisis del tratamiento informativo, tanto de los periódicos impresos como en sus versiones digitales, del tema '*Tráfico de armas entre Ecuador y las fuerzas armadas irregulares de Colombia*', asunto que fuera denunciado por el presidente colombiano, Álvaro Uribe, en octubre del 2003.

En segundo lugar, se han analizado las expresiones de editores, periodistas, diseñadores y lectores de los diarios virtuales de la muestra, en torno a la gestión y el uso de la información publicada en los mismos.

Las técnicas de recolección de información que incorpora la presente investigación son: el análisis de contenido, la entrevista abierta, seguimiento longitudinal a distintos lectores mediante correspondencia vía e-mail -con algunos- y también a través de conversaciones. Todas ellas servirán para realizar una triangulación entre la información recabada en cada una de las técnicas.

La investigación planteada ha sido articulada de la siguiente manera para facilitar a los lectores el entendimiento sobre el tema de investigación:

- El marco teórico donde se explicitan la metodología y el abordaje teórico, que incluye varias categorías de análisis y conceptualizaciones a usar, y, cuyo propósito es ayudar y orientar el desarrollo de la investigación empírica, la misma que viene a constituir la segunda parte de este trabajo. De inicio se realiza una discusión acerca de las diferencias entre *objeto empírico* y *objeto teórico*, distinción que resulta de enorme importancia para caracterizar el fenómeno comunicacional que pretende estudiarse. Todo esto se basa en el desarrollo que realiza Pierre Bourdieu de las conceptualizaciones hechas por Bachelard al respecto.

Asimismo, se trabajan otras aproximaciones conceptuales provenientes de varios autores como: Jürgen Habermas, Benedict

Anderson, Manuel Castells y Alejandro Piscitelli, las que resultan pertinentes para explicar especificidades de la Internet en relación con los periódicos virtuales.

- Dentro de la parte empírica se trabajan varios presupuestos e interrogantes, mencionados al inicio de este trabajo, sin dejar de lado los objetivos planteados en la investigación, que sirven de guía para el desarrollo de éste trabajo.

- Finalmente, se incorporan conclusiones, reflexiones y sugerencias alrededor del tema propuesto. Todo ello en pos de realizar aportes con el presente trabajo, desde la aproximación de la teoría a un fenómeno comunicativo relativamente nuevo en nuestro medio, hasta entender la óptica de los gestores de la información y la de los lectores usuarios de la misma.

## MARCO TEÓRICO

### 2.1. Abordaje metodológico.-

Nuestro objeto de estudio, es decir, la gestión de la información en los periódicos virtuales, corresponde a una parte de la realidad a ser analizada y cuyas manifestaciones están sujetas a cambios constantes. En este contexto, el trabajo a realizar por parte del investigador se centra en abordar teórica y metodológicamente este fragmento de la realidad.

La concepción teórica propuesta por Pierre Bourdieu (2001) para el desarrollo y producción de la investigación trata de encaminar este trabajo, y es la siguiente:

“ No existe ningún análisis científico “objetivo” de la vida cultural o bien de los “fenómenos sociales”, que fuese independiente de unas perspectivas especiales y “parciales” que de forma expresa o tácita, consciente o inconsciente, las eligiese, analizase y articulase plásticamente. La razón se debe al carácter particular del fin del conocimiento de todo trabajo de las ciencias sociales que quiere ir más allá de un estudio meramente formal de las normas – legales o convencionales- de la convivencia social.”<sup>3</sup>

En este sentido, Bourdieu señala acerca de la relación entre los aspectos teóricos y metodológicos que el investigador debe utilizar para la investigación social. De inicio es importante elegir la o las teoría(s) a usar, porque en ella(s) se irá definiendo la metodología con la que voy a estudiar mi objeto de la investigación, y éste en sí mismo. Haciendo una distinción entre el objeto real y el objeto teórico, como bien lo señala en su texto, “El oficio del sociólogo”.

El objeto teórico, vendrá a constituirse a través de las teorías con las cuáles voy a analizarlo, el punto de vista con el que produzco mi propio objeto teórico, el mismo que no existía antes que la teoría lo establezca. Los objetos teóricos

---

<sup>3</sup> BOURDIEU, Pierre, CHAMBOREDON, Jean-Claude, PASSERON, Jean-Claude, El oficio del sociólogo, La construcción del objeto, p. 209, Siglo XXI de España Editores, Madrid, 2001.

de teorías distintas son distintos aunque hablen de la misma realidad, de ahí que la elección de teorías en la investigación es fundamental. Las teorías se eligen como un valor explicativo, y su técnica no es neutra, exógena a la teoría, de ahí que Bourdieu plantea hacer una reflexión conceptual sobre la técnica antes de usarla. Estas elecciones de las teorías son las que conforman el marco teórico, que irá ordenando todos los pasos de la investigación.

Dentro de este esquema, los periódicos virtuales se inscriben dentro de los procesos comunicativos – la comunicación como objeto de análisis- los que evidencian un auge creciente de lo mediático impuesto desde los hechos reales. Consecuentemente, se diría que este objeto es real, parecido a otros objetos sociales. Empero, este objeto real al ser abordado desde las teorías que he elegido, con las cuales lo analizo, producirá un propio objeto teórico.

De hecho para explicar esta idea, Bourdieu refiere a Emilio Durkheim, quien manifiesta el por qué hay que tratar a los hechos sociales como cosas:

“ La primera regla y la más fundamental es *considerar los hechos sociales como cosas*. (...)

Y sin embargo, los fenómenos sociales son cosas y deben ser tratados como cosas. Para demostrar esta proposición, no es preciso filosofar acerca de su naturaleza ni discutir las analogías que presentan con los fenómenos de reinos inferiores. Es suficiente comprobar que son el único *datum* que se le ofrece al sociólogo. Efectivamente, es cosa todo lo que está dado, todo lo que se ofrece o, más bien, se impone a la observación. Tratar los fenómenos sociales como cosas, es tratarlos en calidad de *data*, que constituyen el punto de partida de la ciencia. Los fenómenos sociales presentan indiscutiblemente este carácter. (...)

En efecto, no decimos que los hechos sociales sean cosas materiales, sino que son cosas, tanto como lo son las cosas materiales, aunque de otra manera.

En efecto: ¿qué es una cosa? La cosa se opone a la idea como lo que se conoce desde afuera a lo que se conoce desde adentro. Es aprensible por la inteligencia, todo aquello de lo que no podemos tener una noción adecuada por un simple procedimiento de análisis mental, todo lo que el espíritu sólo puede llegar a comprender a condición de salir de sí mismo a través de observaciones y experimentaciones, pasando progresivamente desde los

caracteres más exteriores e inmediatamente accesibles hasta los menos visibles y más profundos. Tratar como cosas a los hechos de un cierto orden, no significa clasificarlos en cierta categoría de la realidad, sino enfrentarlos con cierta actitud mental. Es abordar su estudio tomando por principio que se las ignora absolutamente y que tanto sus propiedades características como las causas desconocidas de las que dependen, no podrían ser descubiertas aun por la más atenta introspección.”<sup>4</sup>

El abordaje metodológico propuesto por Bourdieu y Durkheim tiene una matriz común, en el sentido de que los hechos sociales al ser investigados son ordenados por la actitud mental con la que los asume el investigador, aunque entre ambos autores sus opiniones metodológicas son divergentes.

---

<sup>4</sup> BOURDIEU, Pierre, CHAMBOREDON, Jean-Claude, PASSERON, Jean-Claude, El oficio del sociólogo, La construcción del objeto, p. 217, 219-220, Siglo XXI de España Editores, Madrid, 2001.

## 2.2. Conceptos y categorías de análisis.-

### Opinión pública en relación con espacio público, según J. Habermas y Bourdieu

Estas nociones son relativas a las realidades sociales, por lo que se podría pensar en cómo los medios de comunicación –los periódicos virtuales– conciben y manejan éstas. Ambos supuestos teóricos constituyen ejes de la investigación pues en ellos se instala la sinergia que practican y proponen los periódicos virtuales.

“El espacio de la opinión pública, como mejor puede describirse es como una red para la comunicación de contenidos y tomas de postura, es decir, de *opiniones*, y en él los flujos de comunicación quedan filtrados y sintetizados de tal suerte que se condensan en opiniones públicas agavilladas en torno a temas específicos.”<sup>5</sup>

“Por espacio público entendemos un ámbito de nuestra vida social, en el que se puede construir algo así como opinión pública. La entrada está fundamentalmente abierta a todos los ciudadanos. En cada conversación en la que los individuos privados se reúnen como público se constituye una porción de espacio público. [...] Los ciudadanos se comportan como público, cuando se reúnen y conciertan libremente, sin presiones y con la garantía de poder manifestar y publicar libremente su opinión, sobre las oportunidades de actuar según intereses generales. En los casos de un público amplio, esta comunicación requiere medios precisos de transferencia e influencia: periódicos y revistas, radio y televisión son hoy tales medios del espacio público.”<sup>6</sup>

Vemos la importancia de la constitución de lo público, y la generación de opinión en diferentes ámbitos, pero que finalmente congregan intereses comunes, este espacio es ciudadano y de evidente relevancia política, aunque no solamente de ella. La opinión pública mantiene estrecha relación con la dinámica del poder y de los procesos políticos, pues tiene que ver con las

<sup>5</sup> HABERMAS, Jürgen, *Facticidad y validez*, Madrid: Trotta, 1998, p. 440.

<sup>6</sup> HABERMAS, Jürgen, *Öffentlichkeit (ein Lexikonartikel)* Traducido: *El Espacio Público*, 1964, reed. en *Kultur und Kritik*. Francfort a.M.: Suhrkamp, 1973, p. 61.

tareas de crítica y control que el público de los ciudadanos de un estado ejerce de manera informal o formal frente al quehacer estatal y sus instituciones. (Habermas, 1986)<sup>7</sup>

Para Habermas el espacio del libre juego de la opinión pública es el motor de la política democrática en un sentido real empírico y en un sentido normativo. El conocimiento de sus características y posibilidades permite replantear aspectos procedimentales. Propone el modelo de política deliberativa para superar las debilidades de las democracias actuales. En este modelo, la soberanía popular (entendida a partir de la libre formación de opinión y voluntad común) ocupa un lugar central en los requisitos procedimentales que deben exigirse para la legitimación de las prácticas y las decisiones políticas, advierte.

La cuestión de la *opinión pública* como pieza clave de la política deliberativa para superar los déficits democráticos de las políticas contemporáneas, a pesar de que ésta puede ser manipulada, o deformada, constituye un eje de la cohesión social. El ejercicio de la libertad y la igualdad consiste entonces en el ejercicio de la discusión – deliberación.

“La esfera pública se constituye por el discurso y la acción, no es algo estático sino que requiere el incesante flujo de actualizaciones (en sentido aristotélico) y, por ello mismo, sus límites y su existencia son extraordinariamente cambiantes.”<sup>8</sup>

Para Habermas el concepto

“<<Opinión pública>> significa cosas distintas según se contemple como una instancia crítica en relación a la notoriedad pública normativamente lícitada del ejercicio del poder político y social, o como una instancia <<representativa>> o manipulativamente divulgada, de

---

<sup>7</sup> Véase sobre el concepto de opinión pública en: HABERMAS, Jürgen, Historia y crítica de la opinión pública, Cap.7, p.261-274, Ediciones G. Gili, S.A. de C.V., México, 1986.

<sup>8</sup> BOLADERAS Cucurella, Margarita, Análisis de la Opinión Pública en Habermas, p.26, 2001, en: <http://www.bib.uab.es/pub/analisi/02112175n26p51.pdf>.

personas e instituciones, de bienes de consumo y de programas.”<sup>9</sup>

En esta línea Bourdieu explica que son los discursos de los usuarios un medio de acceso a la opinión pública, pues son parte de lo que puede denominarse como tal. La opinión pública es un sistema de fuerzas y tensiones que carece de unanimidad (Bourdieu, 1990)<sup>10</sup>; además, advierte acerca de la conformación de la “opinión pública”, donde no todos los individuos tienen la misma posibilidad de acceso real a la palabra, y que el valor que a ésta se le otorga también difiere según quien la enuncia y los marcos institucionales desde donde se formula.

Estos enunciados teóricos nos llevan a pensar en si estos espacios públicos - donde se construye un ámbito común de información, necesario para “hacer sentido” en los sujetos acerca de su pertenencia a un mundo compartido de datos, significaciones<sup>11</sup>- tienen una permanencia efímera en los medios de comunicación, específicamente, en los periódicos virtuales; imposibilitando el tratamiento frecuente y/o continuo de problemas colectivos, sean de carácter urgente o no en las agendas de gobierno; así como también, en la formulación, gestión y desarrollo de políticas públicas sobre cualquier tema.

Para Habermas es importante distinguir entre poder comunicativo y poder político; nos interesa explicar a qué se refiere el primero. Éste tiene que ver con la posibilidad de producir discursivamente motivaciones y convicciones compartidas, que se concretan en una voluntad común; los discursos no dominan por sí mismos, sino que es su fuerza comunicativa la que influye y permite determinados tipos de legitimación; este poder de la comunicación no puede ser suplantado por acciones instrumentales, señala.

---

<sup>9</sup> HABERMAS, Jürgen, Historia y crítica de la opinión pública, Cap.7, p.261, Ediciones G. Gili, S.A. de C.V., México, 1986.

<sup>10</sup> BOURDIEU, Pierre, La opinión pública no existe, en Sociología y Cultura, México, Grijalbo, 1990.

<sup>11</sup> Definida como una Ciudadanía informativa por BRUNNER, José, véase en: Brunner, José Joaquín, Ciudadanía y participación: notas para la discusión, 1997, en: [http://geocities.com/brunner\\_cl/paldef.html](http://geocities.com/brunner_cl/paldef.html)

Esta instrumentalización de la comunicación se evidencia en los contenidos informativos que circulan en los medios de comunicación masivos, especialmente, atravesados por la lógica neoliberal donde el consumo y la mercancía atraviesan los usos de la comunicación, ejemplificados en la transformación paulatina de los medios de comunicación en instrumentos de entretenimiento y dominación de las masas.

En la medida en que los medios de comunicación se han privatizado, su papel en la vida social ha respondido a intereses particulares y frecuentemente al de grupos elites de poder tanto político como económico, pues la larga historia desde que comienza el ejercicio del periodismo (siglo XVII) es objeto consciente del poder de su labor. Han sido y son los medios quienes coaccionan para colocar agendas públicas, ejercer presión al estado, y reafirmar su postura de acuerdo al juego en el que estén. Sin embargo, el reto de los medios está en reconocer su capacidad de contribuir a una política de participación ciudadana en el debate público, como un actor de la democratización de las sociedades (Robert Dhal, 1987).

Retomando a (Habermas, 1998)<sup>12</sup>, la idea que respaldaría la acotación de Dhal, refiere a que los ciudadanos son “portadores del espacio público” y en él expresan problemas de los distintos ámbitos de su vida privada. El medio propio es la interacción comunicativa, es decir, la práctica comunicativa cotidiana. Este intercambio comunicativo produce argumentos, influencias y opiniones.<sup>13</sup> De ahí que los medios de comunicación deben reconocer la voz de los ciudadanos.

Cuando la opinión pública es objeto de manipulación y/o instrumentalización -como advierte Margarita Boladeras en su texto citando a Habermas- cosa que ocurre casi naturalmente en los medios, se estaría perdiendo de vista la realidad propia de los individuos, el sentido de sus vidas y su interdependencia dentro de un mundo simbólico compartido.

---

<sup>12</sup> HABERMAS, Jürgen, *Facticidad y validez*, Madrid: Trotta, 1998.

<sup>13</sup> BOLADERAS Cucurella, Margarita, *Análisis de la Opinión Pública en Habermas*, p. 66, 2001, en: <http://www.bib.uab.es/pub/analisi/02112175n26p51.pdf>.

“Cuando el espacio de juego no permite la sinceridad en las expresiones y las críticas abiertas, se pierde la capacidad de interacción entre los agentes sociales y la articulación necesaria entre ellos (integración social); la coacción reprime y enmascara, pero no elimina las contradicciones, sino que las incrementa”.<sup>14</sup>

La calidad del espacio público es una condición principal para la adquisición de la ciudadanía, en una dimensión de permanente conquista de derechos donde los sujetos ciudadanos se redefinen en un mundo globalizado (Jordi Borja)<sup>15</sup>.

En el espacio de la opinión pública se forma influencia y en él se lucha por ejercer influencia, pues los ciudadanos se agrupan como público, tejen lazos sociales, como tramas asociativas, redes, generando

“interpretaciones públicas para sus intereses sociales y para sus experiencias, ejerciendo así influencia sobre la formación institucionalizada de la opinión y la voluntad políticas”.<sup>16</sup>

La participación de los ciudadanos a través de una interacción discursiva posibilita la cooperación, y a la vez expresa el ejercicio de sus derechos políticos como una práctica en todos los ámbitos humanos. (Ramírez y Campuzano, 2001)<sup>17</sup>. Con ello hablamos de un fortalecimiento de la capacidad institucional de las organizaciones de la sociedad civil para incidir en las arenas de la política, donde los ciudadanos sean vistos como miembros plenos de la comunidad política.

---

<sup>14</sup> BOLADERAS Cucurella, Margarita, Análisis de la Opinión Pública en Habermas, p. 66-67, 2001, en: <http://www.bib.uab.es/pub/analisi/02112175n26p51.pdf>.

<sup>15</sup> BORJA, Jordi, Ciudad y nueva ciudadanía, en: <http://www.lafactoriaweb.com/articulos/borja17.htm>

<sup>16</sup> HABERMAS, Jürgen, Facticidad y validez, Madrid: Trotta, 1998, p. 447.

<sup>17</sup> RAMÍREZ, Franklin, CAMPUZANO, Álvaro, Gobernabilidad democrática, esferas públicas y culturas políticas: las bases institucionales de la gestión participativa para el desarrollo local en el Ecuador de los noventa, Ciudad – Fondo de Sistematización de Experiencias de Desarrollo Local, 2001, en: [www.desarrollolocal.org](http://www.desarrollolocal.org)

Con base en estos aportes conceptuales acerca del <<espacio de la opinión pública>>, su constitución, su dinámica, sus lazos con el poder político, y su relación con el poder comunicativo, el alcance explicativo de Habermas y demás autores citados es clave para acercarnos a la investigación de los periódicos virtuales nacionales y analizar cómo operan estas categorías, y cuestionar acerca de si los periódicos como tales están apadrinando una ciudadanía pasiva, privada o más bien una activa y pública.

### **Las comunidades imaginadas un aporte desde Benedict Anderson**

La propuesta de Anderson dentro de la investigación es útil para vislumbrar acerca de cómo los periódicos virtuales están construyendo e imaginando sus públicos, sus comunidades de lectores en un espacio virtual, en torno a la idea de periódicos nacionales, lo que presenta ambigüedades al momento de definirlo como un espacio local, nacional y que a su vez es global.

La noción de nación ha sido tomada por Anderson como elemento cohesionador de las comunidades, y en sí mismo como un factor que las construye. A través del tiempo el nacionalismo, la nación, y la nacionalidad han sido artefactos culturales utilizados por una clase en particular, generalmente, con intenciones políticas. Sus significados han ido cambiando con el tiempo, actualmente tienen una legitimidad emocional muy profunda (Anderson, 1993, p.21).

La definición operativa de Nación, que señala Anderson es:

“(…) Una comunidad política imaginada como inherentemente limitada y soberana. Es imaginada porque aun los miembros de la nación más pequeña no conocerán jamás a la mayoría de sus compatriotas, no los verán ni oirán siquiera hablar de ellos, pero en la mente de cada uno vive la imagen, de su comunión. De ahí, la importancia del estilo con que son imaginadas.

La nación se imagina limitada porque incluso la mayor de ellas, que alberga talvez a millones de seres humanos vivos, tiene fronteras finitas, aunque elásticas. (…)

Se imagina como comunidad porque, independientemente de la desigualdad y la explotación que en efecto puedan prevalecer en cada caso, la nación se concibe siempre como un compañerismo profundo, horizontal. En última instancia es esta fraternidad la que ha permitido, durante los últimos siglos, que tantos millones de personas maten y sobre todo, estén dispuestas a morir por imaginaciones tan limitadas.”<sup>18</sup>

Basados en estas premisas, es útil pensar acerca de desde dónde y con qué propósitos se están produciendo estos imaginarios colectivos, que interfieren en la representación simbólica que cada persona realiza. Los usos de la identidad como recurso que arraiga a un espacio territorial, a grupos sociales definidos.

En ese mismo sentido, la lengua es otro recurso para ello, para generar pertinencias (la lengua es inclusiva), las lenguas impresas sientan bases para la “conciencia nacional”. En este último recurso, Anderson repara acerca del uso de la imprenta y más tarde el uso del periódico, que adviene con ella, donde la escritura y los manuscritos tienen la capacidad de reproducción y diseminación de estos imaginarios nacionalistas, de importancia ideológica y política fundamental.<sup>19</sup> El periódico como una producción cultural, cuyos contenidos son arbitrariamente seleccionados por parte de quienes los producen.

Las conexiones que los periódicos pueden propiciar entre distintas comunidades es otro factor interesante para analizar, pues son instrumentos para la representación de las comunidades, del tiempo y el espacio donde ellas se imaginan, e incluso se piensa en que se legitiman. Además, gozan de una concepción *per se* de confiabilidad por parte de sus lectores, consumidores, en

---

<sup>18</sup> ANDERSON, Benedict, Comunidades Imaginadas, Fondo de Cultura Económica, México, 1993, p.23, 24, 25.

<sup>19</sup> El capitalismo impreso creo lenguajes de poder de una clase diferente al de las antiguas lenguas. Las posiciones subordinadas irrumpiendo firmemente en la prensa y la radio. ANDERSON, Benedict, Comunidades Imaginadas, Fondo de Cultura Económica, México, 1993, p.73-p.74.

cuanto, que es en ellos donde se confirmaría el continuo que el mundo imaginario está visiblemente arraigado en la vida diaria.<sup>20</sup>

La tecnología de las comunicaciones haciendo imaginables a las comunidades, creando campos unificados de intercambios comunicacionales.

### **Categorías conceptuales más utilizadas con Internet**

En el espacio virtual de Internet, se han instalado varios periódicos nacionales, acerca de los que a simple mirada, nacen varios cuestionamientos como por ejemplo: ¿Han reparado en estudiar acerca de sus dinámicas, sus alcances?, ¿Cuáles son sus relaciones con los mismos periódicos nacionales impresos que operan fuera del espacio virtual?, entre otros. Los periódicos virtuales son nuevos actores en la Internet, sobre los que considero pertinente proponer un acercamiento desde la mirada de Castells (2001)<sup>21</sup> para analizar varios conceptos en referencia a la temática.

A propósito de advertir a la red (Internet) como un fenómeno mediático de la última década, que contiene además a otras instancias que han sido entendidas, también desde esta perspectiva –como es el caso de los periódicos-, se podría empezar por hacer esta lectura: un medio dentro de otro medio de comunicación. En este sentido es posible vislumbrar acerca de categorías conceptuales a utilizar para sustentar y explicar el por qué y para qué de este proyecto de investigación.

---

<sup>20</sup> ANDERSON, Benedict, Comunidades Imaginadas, Fondo de Cultura Económica, México, 1993, p.61.

<sup>21</sup> CASTELLS Manuel, La galaxia Internet, La red es el mensaje, Plaza & Janés Editores S.A., p.15-22, Barcelona, 2001.

## **El medio Internet y sus características.-**

Internet es una red, producto de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, la misma que tiene la capacidad de distribuir el poder de la información pero con características propias y que la hacen única en su concepción como medio.

“Una red es un conjunto de nodos interconectados. Las redes son formas muy antiguas de la actividad humana, pero actualmente dichas redes han cobrado nueva vida, al convertirse en redes de información, impulsadas por Internet. Las redes tienen extraordinarias ventajas como herramientas organizativas debido a su flexibilidad y adaptabilidad, características fundamentales para sobrevivir y prosperar en un entorno que cambia a toda velocidad.”<sup>22</sup>

Sin embargo, paradójicamente a pesar de su flexibilidad la red tiene dificultades para coordinar sus funciones en objetivos concretos, pues en sí misma representa una complejidad debido a las dimensiones que va alcanzando, y de otro lado, también permiten la coordinación de tareas y la gestión de la complejidad, lo que Castells(2001)<sup>23</sup> postula como una combinación sin precedentes de flexibilidad y eficacia en la realización de tareas, la toma de decisiones coordinada y ejecución descentralizada, de expresión individualizada y comunicación global y horizontal. Lo que permite el desarrollo de una forma organizativa superior de la actividad humana. Convirtiéndose Internet en una nueva forma de sociedad: la sociedad red.

El uso de Internet como sistema de comunicaciones y como forma organizativa, se muestra en su capacidad de estructurar las principales actividades económicas, sociales, políticas y culturales de todo el mundo, pues “es un medio de comunicación que permite, por primera vez, la comunicación de muchos a muchos en tiempo escogido y a una escala global.”<sup>24</sup> Empero, su influencia trasciende al número de usuarios, pues lo que importa es la calidad

---

<sup>22</sup> CASTELLS, Manuel, La galaxia Internet, Plaza & Janés Editores S.A., p.15, Barcelona, 2001.

<sup>23</sup> CASTELLS, Manuel, La galaxia Internet, 2001, p.16.

<sup>24</sup> Idem.

de sus usos. En principio, "Internet proporciona un canal de comunicación horizontal, no controlado y relativamente económico."<sup>25</sup>

Internet como tecnología y como práctica social (Castells, 2001), transforma el modo de comunicarnos, ya que "es una tecnología particularmente maleable, susceptible de sufrir modificaciones profundas debido a su uso"<sup>26</sup>, produciendo fenómenos sociales variados que alertan acerca de las diferencias, las desigualdades, la inseguridad y exclusión social que advienen también con esta nueva tecnología, si no logramos comprender su código comunicacional y realizar una apropiación responsable al intentar transformar, a través de ella, nuestras realidades.

Consecuentemente, Castells aboca hacia la importancia de "analizar las implicaciones políticas de Internet, básicamente, estudiando las nuevas formas de participación ciudadana"<sup>27</sup>, los conflictos entre derechos humanos relacionados con la interactividad propuesta por el medio. En vista de que la auto evolución de Internet permitió que los usuarios se convirtieran en productores de tecnología y en configuradores de la red, dentro de las características de Internet, se apunta hacia una cierta autonomía de los nodos de la red, explicando así la diferencia que habría "entre los *productores/usuarios de la red*, que serían aquellos cuyo uso de Internet retroalimenta al sistema tecnológico; y, los *consumidores/usuarios*, que serían aquellos receptores de aplicaciones y sistemas que no interactúan directamente con el desarrollo de Internet (aunque sus usos sin duda tienen un efecto agregado en la evolución del sistema, ya que la adaptan a sus propios usos y valores)".<sup>28</sup>

En torno a lo mencionado, circulan otras dos nociones planteadas por Castells: ***cultura comunitaria virtual*** y ***comunidades virtuales***. Las mismas con las que los periódicos virtuales estarían en constante relación.

---

<sup>25</sup> CASTELLS, Manuel, La galaxia Internet, 2001, p.16.

<sup>26</sup> Ídem, p.18.

<sup>27</sup> Ídem, p.22.

<sup>28</sup> Ídem. p.51.

“Empíricamente, no se puede hablar de la existencia de una cultura comunal de Internet unificada. Casi todos los analistas hacen hincapié sobre la enorme diversidad de las comunidades virtuales. Es más: sus características sociales tienden a especificar su cultura virtual. (...)

El ámbito social de Internet es tan diverso y contradictorio como la propia sociedad. (...) Sin embargo, estas comunidades se basan en dos características culturales compartidas de gran importancia. La primera es el valor de la comunicación horizontal y libre. La actividad de las comunidades virtuales encarna la práctica de la libertad de expresión a nivel global, en una era dominada por grandes grupos mediáticos y censuradoras burocracias gubernamentales. Según John Gilmore: << La red interpreta la censura como un obstáculo técnico y lo sorte. >> (Citado por Rheingold, 1993:7.) Esta libertad de expresión de muchos a muchos es algo que los usuarios de la red han defendido desde las primeras etapas de la comunicación on line y se ha convertido en uno de los valores generales de Internet. El segundo valor compartido, surgido de las comunidades virtuales es lo que yo llamo conectividad autodirigida, o sea, la capacidad de cualquier persona para encontrar su propio destino en la red y, si no lo encuentra, para crear y publicar su propia información, suscitando así la creación de una nueva red. Desde los primitivos BBS (Bulletin Boards Systems)<sup>29</sup> de los años ochenta a los más sofisticados sistemas interactivos de este principio de siglo, la publicación, organización y conexión de redes propias constituyen un modelo de comportamiento que se extiende a todos los usos de Internet y que se difunde desde Internet a todo el espacio social. Así, aunque la fuente comunitaria de la cultura Internet es muy diversa en su contenido, esta permite que Internet sea un medio tecnológico para la comunicación horizontal y una nueva manifestación de la libertad de expresión. Además, sienta las bases para la conexión en red autodirigida como instrumento para la organización social, la acción colectiva y la construcción de sentido.”<sup>30</sup>

En consecuencia “la cultura comunitaria virtual añade una dimensión social a la cooperación tecnológica, al hacer de Internet un medio de interacción social

---

<sup>29</sup> Tablones de anuncios electrónicos.

<sup>30</sup> CASTELLS, Manuel, La galaxia Internet, La cultura de Internet Cap. 2, Plaza & Janés Editores S.A., p.70-71, Barcelona, 2001.

selectiva y de pertenencia simbólica”<sup>31</sup> -reunión de la gente en torno a una serie de valores e intereses compartidos-, los que entonces aparecen como nuevos modelos o patrones de interacción social. (Castells, 2001)<sup>32</sup>

Potenciar y mantener el compromiso social por parte de estas comunidades virtuales con el uso de Internet sería punto meritorio de atención. “Las redes sustituyen a los lugares como sostén para sociabilidad, tanto en zonas periféricas como en las ciudades”<sup>33</sup> lo mismo estaría sucediendo en la Internet, puesto que la red propicia el apareamiento incluso de comunidades personalizadas cuyo lugar o espacio, por más efímero que sea, posibilita una sociabilidad de intereses cambiantes como expresión de una organización social. (Castells, 2001, p.148)<sup>34</sup>

En contraparte a lo que explica Castells, podemos advertir que el uso de la red como medio de comunicación puede funcionar políticamente a la inversa, es decir, cuando es mecanismo de control y vigilancia por parte de los gobiernos o de elites de poder, el acceso a la información es restringido y se torna la libertad de la red en una apariencia.

### **Interactividad.-**

La interactividad como característica de Internet permite a los ciudadanos expresar su opinión, solicitar información, pedir respuestas personalizadas al emisor o productor de información y/o contenidos en Internet; facilita el proceso de comunicación de doble vía –emisor-receptor, receptor-emisor-; y además un proceso de comunicación multidireccional, todo esto posibilita un “debate continuado”. (Castells, 2001, p.177)<sup>35</sup>

---

<sup>31</sup> CASTELLS, Manuel, La galaxia Internet, La cultura de Internet Cap. 2., Plaza & Janés Editores S.A., p.52., Barcelona, 2001.

<sup>32</sup> Véase para explicar mejor la relación entre las comunidades, redes y la transformación de la sociabilidad en el análisis elaborado por Castells en: ¿Comunidades virtuales o sociedad red? Cap.4, p.137-p.154. (CASTELLS, Manuel, 2001).

<sup>33</sup> CASTELLS Manuel, La galaxia Internet, Comunidades, redes y la transformación de la sociabilidad, Plaza & Janés Editores S.A., p.147, Barcelona, 2001.

<sup>34</sup> Ídem, p.148.

<sup>35</sup> CASTELLS, Manuel; La galaxia Internet; Internet, democracia y política informacional; Plaza & Janés Editores S.A.; p.177; Barcelona; 2001.

El sentido de interactividad propuesto por Castells apunta hacia aquella que se produce en red a través de Internet, y da cuenta de acciones colectivas, manifiesta las nuevas dinámicas de los movimientos sociales produciendo movilizaciones en red y desde ella abriendo nuevas vías para el cambio social, es decir, en un sentido más político. (Castells, 2001) <sup>36</sup>

Para los periódicos virtuales, este principio de *interactividad* es sobre el que se concibe casi como la razón de ser del periódico, sobre el que se instauran las dinámicas de gestión de la información, por ello es importante analizar cómo se está entendiendo y llevando a la práctica este concepto, entre otros, que han sido tomados como columna vertebral para la construcción de los periódicos virtuales.

### **Política informacional.-**

Concretamente, Castells se refiere acerca del “uso de la información como herramienta política privilegiada en la era de Internet”<sup>37</sup>, a través de la cual es posible actuar, informar, organizar, reclutar, dominar y contra dominar inclusive dentro del ciberespacio. Frente a esta categorización hecha por Castells podemos revisar acerca de cómo van configurando los periódicos virtuales nacionales el uso de la información como herramienta política.

“...Internet sí cumple un papel fundamental en la nueva dinámica política, caracterizada por lo que he denominado “política informacional” (Castells, 1997). La comunicación con el Gobierno en nuestras sociedades está basada principalmente en la política de medios de comunicación y en sistemas de información que provocan apoyo o rechazo en la mente de las personas, influyendo con ello en su comportamiento electoral”.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Idem.

<sup>37</sup> Idem, p.180.

<sup>38</sup> CASTELLS Manuel, La galaxia Internet, La política de Internet (1) Redes informáticas, sociedad civil y Estado, Cap.5., p.179, Plaza & Janés Editores S.A., Barcelona, 2001.

## Noopolitik.-

Este concepto estaría en auge según explica Castells:

“Remite a las cuestiones políticas que se derivan de la formación de una *noosfera* o entorno global de información, que incluye al ciberespacio y a todos los demás sistemas de información – como los medios de comunicación, por ejemplo-. (...) En un mundo que se caracteriza por la interdependencia global, configurado por la información y la tecnología, la capacidad para responder a los flujos de información y a los mensajes transmitidos por los medios se convierte en herramienta esencial para fomentar una determinada agenda política. De hecho, los movimientos sociales y las ONG han adquirido una enorme capacidad de influencia en las mentes de la gente de todo el mundo interviniendo en la noosfera, o sea, en el sistema de comunicación y representación donde se forman las categorías y donde se constituyen los modelos de comportamiento. (...) Este concepto es distinto de la propaganda o las relaciones públicas: consiste en la capacidad real de intervenir en el proceso de representación mental subyacente a la opinión pública y al comportamiento político colectivo.”<sup>39</sup>

“En la coevolución paralela de Internet y la sociedad, la dimensión política de nuestras vidas está siendo profundamente transformada. El poder se ejerce principalmente desde la producción y difusión de códigos culturales y contenidos de información. El control de las redes de comunicación permite la transformación de los diversos intereses y valores en normas orientadoras del comportamiento humano.”<sup>40</sup>

Una vez más, reparar acerca de los usos de Internet es el puntal sobre el que advierte Castells, pues el medio en sí mismo no es el problema. Comprendiendo a la política dentro del espacio virtual cuya herramienta básica es el uso creciente de la información como algo privilegiado, el reto es potenciar las prácticas que no deslegitimen a la política, sino más bien reforzarla propiciando y potenciando la participación ciudadana, que ejerza sus derechos y obligaciones reforzando la democracia.

---

<sup>39</sup> Ídem, p.183.

<sup>40</sup> Ídem, p.187.

## **Participación ciudadana en la red y desde la red.-**

Este concepto tiene relevancia para vincular las prácticas que se dan entre los periódicos virtuales y sus lectores usuarios, quienes finalmente son ciudadanos que hacen uso de la información proporcionada por el medio y mediante el cuál, también, pueden ejercer sus derechos y obligaciones como ciudadanos a través de la participación, sea ésta expresada de diferentes maneras. Es así que el sentido de participación en la red y desde la red tiene diversos alcances en el medio virtual y fuera de él, así como lo explica Castells.

Las comunidades locales y sus instituciones, organizaciones, movimientos, agrupaciones, etc. pueden conectarse con el mundo a través de redes ciudadanas, en pos de constituirse más cooperativas y organizadas, e incluso gestar movilizaciones; ésta idea de red tiene relevancia cuando se explicita, de una u otra manera, la participación ciudadana aprovechando la interactividad que propicia el medio. Internet se postula como un espacio que permite la diversidad, donde pueden darse asociaciones ciudadanas que traspasan de lo local a lo global; donde se coordinan movimientos, que se reconfiguran en sus nodos, creando una propia red de afinidades y objetivos, capaces de conexiones múltiples; pues el tema o los objetivos son los que definen a los participantes de las comunidades en la red. (Castells, 2001)<sup>41</sup>

“Comunidades que al conectarse globalmente podrían reforzar su autonomía y representatividad en sus contextos locales (...) Es más las instituciones locales podrían conectarse con el mundo a través de sus redes ciudadanas, implicándose así en la cooperación organizativa y en la creación de una imagen pública.”<sup>42</sup>

En este sentido, la idea de participación ciudadana propiciada por los periódicos virtuales nacionales dentro de sus lectores usuarios, puede consolidar esta idea de Castells:

---

<sup>41</sup> Véase para ampliar la idea del alcance de los movimientos sociales en red y redes ciudadanas en: CASTELLS, Manuel, La galaxia Internet, La política de Internet (1) Redes informáticas, sociedad civil y Estado, Cap.5., Plaza & Janés Editores S.A., Barcelona, 2001.

<sup>42</sup> CASTELLS, Manuel, La galaxia Internet, La política de Internet (1) Redes informáticas, sociedad civil y Estado, Cap.5., p.177, Plaza & Janés Editores S.A., Barcelona, 2001.

“Formación de una red ciudadana que proporcionase una plataforma abierta de expresión cultural y debate a nivel comunitario sobre cuestiones públicas a través de un nuevo medio de comunicación.”<sup>43</sup>

Las temáticas e intereses planteados en los periódicos virtuales por sus lectores usuarios, no solamente por los productores de contenido del medio, serían entonces parte de evidenciar la participación como un derecho político; desde cuyo ejercicio se propongan puntos de vista alternativos en el debate político tradicional, en el que los lectores usuarios realmente sean actores.

### **Periódicos virtuales – política editorial.-**

El modelo de comunicación de los medios de comunicación tradicionales continúa siendo unidireccional, es decir, de uno a muchos, como norma política. Evidentemente, la cotidianidad nos demuestra que son los medios quienes asumen el papel de intermediarios necesarios en el espacio de la política. (Castells, 2001, p.178)

En el caso de la prensa escrita, que ha trasladado su versión a la Internet -al igual que otros medios- plantea una reestructuración de la comunicación, de los procesos comunicativos a realizar, pues Internet tiene otras características como medio. Concretamente, quienes producen y elaboran los periódicos virtuales deberían repensar su diseño editorial y con ello nuevas formas de realizar el ejercicio periodístico contemplando la participación interactiva de sus lectores, usuarios, a los que no se los puede considerar como simples receptores. Todo esto enlazado con la apropiación social de los contenidos y con el ejercicio de los derechos políticos, principalmente, de los ciudadanos a través de la red. Castells lo advierte como el reto político más importante planteado por Internet. (Castells, 2001, p.188)

---

<sup>43</sup> Ídem, p.171.

La gestión de la información y del conocimiento por parte de los periódicos virtuales no puede perder de vista que la red en principio es un canal de comunicación horizontal, que puede ser aprovechado para incidir en el fortalecimiento de la ciudadanía, de la democracia, de la refundación de la política, ligada a una praxis responsable y comprometida con la función social depositada y atribuida a los medios.

La elaboración de los periódicos virtuales, así como el ejercicio periodístico tienen directa relación con las políticas editoriales del medio, pues, indiscutiblemente, son éstas las que estructuran su funcionamiento. En ellas se dan los lineamientos para el accionar, los principios con los cuáles se ejerce la comunicación en el contexto local.

Las políticas editoriales estructuran el desarrollo del medio y, consecuentemente, inciden directamente en el desarrollo social hacia el cual se deben y se dirigen. Es importante analizar si, efectivamente, estas políticas editoriales corresponden con la realidad en la cual operan y si hay una visión compartida entre quienes las promueven y quienes las ejercen dentro del medio.

### **Tiempo Internet.-**

La velocidad como imperativo que adviene con la Internet, constituye una nueva noción del tiempo. La instantaneidad, la simultaneidad son conceptos que se anteponen en los usos y los procesos comunicativos de la red, porque en principio son posibles y marcan así una fascinación por estas condiciones que la tecnología hace factible. En este panorama, los periódicos virtuales también se acoplan y actúan. Si las prácticas del ejercicio periodístico se evidencian en los medios tradicionales: la inmediatez, “el tiempo real”, “el vivir los hechos noticiosos”, la cantidad de información dada en menor tiempo como sinónimo del “buen periodismo”; y con todo esto, la certeza de que el tiempo es dinero; las prácticas de los medios en el espacio virtual, en el mismo sentido, se potencian. Internet cumple entonces con las consignas entendidas desde el

periodismo para sus prácticas, trabajando en el procesamiento continuo de la información, en “tiempo Internet”.

“Dada la velocidad de difusión de las noticias, los medios de comunicación deben estar alerta y saber reaccionar ante estos rumores, evaluarlos y decidir cómo informar sobre ellos, puesto que ya no pueden seguir obviándolos. El límite entre los rumores, la fantasía y la información política útil está cada vez más desdibujado, complicando crecientemente el uso de la información como herramienta política privilegiada en la era Internet.

Así, por ahora, en lugar de reforzar la democracia a base de fomentar la información a los ciudadanos y su participación, los usos de Internet tienden más bien a profundizar la crisis de la legitimidad política, proporcionando una plataforma más amplia a la política del escándalo. El problema, naturalmente, no es Internet, sino la clase de política que están generando nuestras sociedades. Una política que, en último término, configura el poder del Estado en un momento en que los estados se están enfrentando a una transformación de su entorno de seguridad.”<sup>44</sup>

### **E-bussiness y la nueva economía.-**

La globalización es el contexto en el cual vivimos, ésta marca la forma de relacionarnos y operar en la cotidianidad, su proyecto económico se inscribe en la liberalización del mercado, como promesa para el desarrollo social. El neoliberalismo engendra este proyecto, que delega al mercado las regulaciones que el estado no ha podido plantear, ejecutar y aplicar en beneficio de sus ciudadanos. Sin embargo, las asimetrías en lo social cada vez son mayores, aun cuando el modelo de la nueva economía pensó tener la fórmula para erradicar las brechas sociales, las llamadas “nuevas democracias del mercado”, las transformaciones de la administración pública, especialmente, son delegadas a las empresas privadas. No es exógeno entonces, que Internet y sus usos se adhieran a esta lógica del mercado. De hecho, la nueva forma de ejercer las prácticas empresariales están siendo reinventadas y adaptadas en la red. Las empresas puntocom representan una

---

<sup>44</sup> CASTELLS, Manuel, La galaxia Internet, La política de Internet (1) Redes informáticas, sociedad civil y Estado, Cap.5., p.180 Plaza & Janés Editores S.A., Barcelona, 2001.

vanguardia empresarial, trayendo a colación el concepto del e-business como un modelo organizativo de empresa en red.

“Más allá del torbellino de las empresas puntocom, lo que surgió de la interacción entre Internet y el mundo empresarial fue un nuevo panorama económico, con el e-business como elemento central. Por e-business entiendo la actividad cuyas operaciones clave de gestión, financiación, innovación, producción, distribución, ventas y relaciones entre los empleados y con los clientes tienen lugar sobre todo por/en Internet o en otras redes de redes informáticas, sin prejuzgar el grado de conexión entre las dimensiones virtual y física de la empresa.”<sup>45</sup>

Los periódicos virtuales han sido concebidos dentro de esta perspectiva. Por ello, su análisis es relevante en la medida que se den luces acerca de cómo influye en las dinámicas del medio, como afecta y/o modifica en los procesos comunicativos. Confrontar las producciones y efectos causados por esta lógica marcada en el ejercicio periodístico desde la red para los lectores, ciudadanos, usuarios y para el medio en sí mismo.

Las condiciones de la red, presentan el acceso a los contenidos de manera gratuita, generalmente, debido a la gran cantidad de información que ella contiene; el reto de las nuevas empresas puntocom es encontrar el valor agregado que pueden ofrecer, por lo regular con un costo que el usuario esté dispuesto a pagar. Sin embargo, en el caso de los periódicos virtuales el panorama según (Castells, 2001)<sup>46</sup>, para operar bajo las reglas del costo-beneficio, resulta casi un fracaso de acuerdo a varios ejemplos analizados y citados. Pues la noción de pensar que el funcionamiento de una empresa virtual es igual que una empresa que opera en el espacio “real”, o trasladar esta última al espacio virtual ha sido una concepción engañosa, produciendo pérdidas económicas para las empresas; pero más allá de esto, lo importante es advertir cómo la comercialización de Internet ejerce una presión creciente

---

<sup>45</sup> CASTELLS, Manuel, La galaxia Internet, E- business y la nueva economía Cap. 3, p.83, Plaza & Janés Editores S.A., Barcelona 2001.

<sup>46</sup> Véase el desarrollo de los conceptos de e-business y la nueva economía en: CASTELLS Manuel, La galaxia Internet, E- business y la nueva economía Cap. 3, p.81-131, Plaza & Janés Editores S.A., Barcelona 2001.

sobre las actividades editoriales y con ello los aportes que se hacen o no en la sociedad que está acogiendo y usando las producciones editoriales.

### **Hipertexto.-**

Con el advenimiento de las nuevas tecnologías de información y comunicación, los procesos de escritura y narración dentro del formato multimedia han experimentado variaciones, pues su soporte es distinto al del papel y con ello sus modos de acceso a ella también son diferentes.

La escritura hecha en los textos o libros tiene la idea de una presentación secuencial, pues en ellos el autor o escritor pretende una estructuración y organización de ideas en este sentido. Lo que a su vez plantea una guía y ordenamiento para los lectores. Sin embargo, hay varias narraciones de libros que no necesariamente corresponden con la linealidad de la escritura, y cuyas propuestas apuntan a romper con ella, y donde innegablemente es el lector quien decide hacer o no una lectura lineal, esto sería un preámbulo para quienes visionariamente fueron desentrañando al hipertexto como una conceptualización intrínseca con el desarrollo del texto dentro de distintos formatos y/o tecnologías. Cuando el texto es digitalizado se advierten nuevas formas de liberar al texto de la necesidad de organizar secuencialmente la información, según lo explica Alejandro Piscitelli en su libro *Ciberculturas 2*, publicado en el 2002. Hemos tomado algunos argumentos referentes a cómo nace el hipertexto y sobre cuáles serían sus implicaciones y alcances dentro de la Internet y concretamente entorno a la gestión de la información en este nuevo medio. Piscitelli refiere al hipertexto como

“parte de nuevas formas narrativas, sistemas de referencia, posicionamientos en el eje autor/lector, y afecta de forma irreversible la organización de la lectura y producción de sentido (Bolter, 1991; Joyce, 1995; Shirky, 1995; J. Murria, 1997).”<sup>47</sup>

Considerando todas las posibilidades que ofrece la tecnología para el almacenamiento de la información, asimismo hay una multiplicidad de pistas

---

<sup>47</sup> PISCITELLI, Alejandro, *Ciberculturas 2.0 en la era de las máquinas inteligentes, Los Hipermedios y el placer del texto electrónico*, Cap. 5 p.125, Editorial Paidós, Buenos Aires, 2002.

asociativas o guías para acceder ella, de acuerdo con los puntos de vista particulares de cada lector. Éste no tendrá que, necesariamente, hacer una lectura secuencial, puede hacer saltos y probar distintos caminos hasta encontrar lo que más le interesa. Todas estas ideas fueron concebidas desde la década de los años cuarenta, según cita Piscitelli en su libro, y las que a continuación acogemos como datos históricos explicativos sobre el hipertexto:

“(…) el hipertexto fue concebido en 1945, nació en los años sesenta, y fue creciendo lentamente en los años setenta, hasta finalmente hacer su ingreso en el mundo real en los ochenta, con un crecimiento especialmente rápido después de 1985, hasta convertirse en un campo establecido en 1989. (Nielsen, 1990).”<sup>48</sup>

El hipertexto es un tipo de escritura no secuencial, según el desarrollo teórico que hace Piscitelli sobre esta conceptualización, por lo que éste descarta un orden de lectura preestablecido, y cuyas distintas formas de escritura son muy útiles para generar otras descripciones de la realidad. Desde el punto de vista de espacio narrativo es posible abrirse a una gran cantidad de lecturas posibles, donde el autor planea espacios alternativos a recorrer y el lector decide finalmente cuál o cuáles transitar. Razón por la que los hipertextos permiten romper en múltiples planos con la estructura cerrada del libro, fomentando estilos inéditos de narrar y de referir. Todas las posibilidades que conectan con la información de interés del lector vendrían a ser los hoy llamados *links*, *browsing*, *nodos*, etcétera (Piscitelli, 2002).

“Los modelos “manuales” del hipertexto han sido siempre el producto de letrados. No en vano el hipertexto es una topografía de la construcción social. Se trata de una entidad lingüística a ser transformada mediante la yuxtaposición de actos originales a combinar con los que llevan a cabo los usuarios –relacionando distintos nodos, estableciendo nuevas formas de sentido, resignificando y activando otras conexiones- transformando el sentido original”.<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> [dem, p.127.

<sup>49</sup> PISCITELLI, Alejandro, *Ciberculturas 2.0 en la era de las máquinas inteligentes*, Los Hipermedios y el placer del texto electrónico, Cap. 5 p.128, Editorial Paidós, Buenos Aires, 2002.

De otro lado, también Castells analiza el alcance del hipertexto en su texto que lo citamos a continuación:

“(…) El hipertexto está dentro de nosotros mismos. O, más bien, está en nuestra habilidad interna para recombinar y asimilar en nuestras mentes todos los componentes del hipertexto, que están distribuidos en diversos ámbitos de la expresión cultural. Internet nos permite hacer exactamente eso. No los multimedia, sino la interoperatividad basada en Internet, que nos permite el acceso y la recombinación de toda clase de textos, imágenes, sonidos, silencios y vacíos, incluido todo el ámbito de la expresión simbólica contenido en el sistema multimedia. Así pues, el hipertexto no es producido por el sistema multimedia, utilizando Internet como medio de llegar a todos nosotros; más bien es algo que nosotros mismos producimos al utilizar Internet para absorber la expresión cultural en el mundo multimedia y más allá.”<sup>50</sup>

Este concepto es trascendental para entender cómo vamos apropiándonos de los contenidos e información que circulan en la red Internet, específicamente, en los periódicos virtuales, y sobre su importancia para la construcción social de significado. Concretamente, ver en qué forma el uso del hipertexto es percibido por quienes producen los periódicos virtuales y por sus lectores mediante la información recabada con el estudio de la empiria.

---

<sup>50</sup> CASTELLS, Manuel, La galaxia Internet, Multimedia e Internet: El Hipertexto más allá de la convergencia, Cap. 7 p.230, Plaza & Janés Editores S.A., Barcelona 2001.