

Hacia una nueva epistemología del periodismo político: periodismo político en las redes sociales

Towards a new epistemology of political journalism: political
journalism in social networks

Johan Espinoza Rojas

Estudiante de Ciencias de la Comunicación Colectiva (Universidad
de Costa Rica) y de Sociología (Universidad Nacional de Costa
Rica)

Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva
johanbarva@gmail.com

Simposio:

**Comunicación digital, educación virtual
y gestión del conocimiento**

**Hacia una nueva epistemología del periodismo político:
periodismo político en las redes sociales**

Resumen: esta ponencia pretende analizar los cambios epistemológicos que el periodismo político ha empezado a sufrir, precisamente desde la popularización de las redes sociales y el uso que los movimientos sociales le han dado a dichas plataformas digitales.

Palabras claves: epistemología, periodismo político, redes sociales, medios digitales, sociedad civil.

Towards a new epistemology of political journalism: political journalism in social networks

Abstract: This paper aims to analyze the epistemological changes that political journalism has begun to suffer, precisely since the popularization of social networks and the use that social movements have given to these digital platforms.

Key words: epistemology, political journalism, social network, digital media, civil society.

Introducción

La comunicación como disciplina ha puesto a su servicio los avances tecnológicos que permiten la rápida diseminación de sus mensajes, esto con el fin de abarcar la mayor cantidad de personas y cumplir así su necesidad de informar a pesar de las fronteras espacio-temporales que el mundo actual posee.

El periodismo es un claro ejemplo de lo anterior. En su búsqueda inexorable de informar y transmitir parte de la realidad social, ha hecho de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) una de sus mayores aliadas, tanto para transmitir la noticia como para investigar y construir la misma.

Una de estas herramientas tecnológicas que surgieron en las últimas décadas, fueron las redes sociales, las cuales han venido a transformar la manera en que se hace periodismo en general.

En este breve análisis se desea mostrar algunas hipótesis y un primer acercamiento sobre el cambio paulatino que el periodismo político ha empezado a sufrir en su base epistémica, a partir del uso de las redes sociales como uno de los medios que le permite llevar a cabo su función en la sociedad.

Partiendo de este análisis se sientan las bases para una próxima indagación que pueda comprender y explicar más a fondo el problema que se trata.

Se delimita esta exploración al periodismo político, ya que considero que el cambio epistemológico del que hablo, se empieza a gestar desde que muchos grupos sociales en búsqueda del reconocimiento de sus derechos, comenzaron a apropiarse de los espacios virtuales que brindan las redes sociales, esto último relacionado por el hecho de que dichos espacios se han convertido, me atrevo a decir, en agregados de los espacios políticos físicos que existen en la sociedad como tal.

En cuanto al periodismo político, este no es aquel que solamente se encapsula en cubrir los temas electorales y de la maquinaria estatal, sino aquel que se preocupa por los movimientos sociales y el empoderamiento de los diferentes actores que son parte de la sociedad civil, es decir, el periodismo preocupado por el análisis de las relaciones de poder que se entretajan en nuestros sistemas sociales.

Esta definición se acerca más a la propuesta por Buendía (2011), quien dice que este tipo de periodismo se puede incluso encontrar en

la nota roja que expresa, que da a conocer, que avisa o advierte sobre síntomas de degeneración social como pueden ser la violencia, el crimen, la impunidad. Y son también hechos políticos hasta esas páginas llamadas “de sociales”, porque en ellas se expresan las desigualdades y los procesos de corrupción o desequilibrio, que eventualmente tienen traducciones en conflictos, que llegan a sacudir profundamente la precaria estabilidad. (párr.7)

Huelga decir que de por sí el periodismo en cualquiera de sus facetas es político, ya que se construyen una serie de intereses de poder a partir de la función que tiene el profesional en esta área.

Miranda Duke (2007) apunta en cuanto a esto último, que

en la actualidad, los medios de comunicación mantienen un doble rol. Por un lado, actúan y apelan a ser defensores de los intereses de la sociedad frente al poder, especialmente el político. Por otro, mantienen una relación de beneficio mutuo precisamente con ese poder. (p.462).

Esto es lo que ocurre en Costa Rica, por ejemplo, el periódico más importante, *La Nación*, ha logrado traer a colación una serie de temas que nunca se pensó que se iban a convertir en parte de su agenda noticiosa.

Siendo de corte liberal y también conservador, pareciera que esta última característica ha empezado a cambiar, ya que se han cubierto temas importantes de movilización social como las luchas que dirigen los grupos de diversidad sexual, un claro ejemplo es el movimiento de *Incurables*, el cual surgió como oposición a la declaración de interés público que hizo el Gobierno sobre el V Congreso Centroamericano de Bioética 2013, en este el Dr. Jokin de Irala pretendía ofrecer una charla sobre cómo *curar* la homosexualidad.

Este movimiento, como muchos otros, ha logrado salir de las redes sociales y traslaparse a la agenda de los grandes medios tradicionales. Esto ha empezado a ocurrir por la importancia que los profesionales de la información le han empezado a dar a las redes sociales como elemento constructivo de la realidad social y de todos sus componentes.

Lo que no cambia de este medio de comunicación es que sigue teniendo arraigados lazos de intereses políticos y económicos, así lo precisan Robles Rivera y Voorend (2012) quienes dicen que “(...) el Grupo Nación aglutina a buena parte de los grupos de poder económico más

importantes en Costa Rica” (p.154), además de que también “(...) se ha caracterizado por sus vínculos con los partidos políticos y en específico con gobiernos (...)” (p.157).

Dejando de lado un poco los intereses de los grandes medios de comunicación, pero comprendiendo que el periodismo político se mueve entre esta situación, se analiza en el siguiente apartado la relación que ha construido este periodismo con las redes sociales.

Periodismo político y su relación con las redes sociales: comienzos de la ruptura epistémica

Rodrigo Alsina (1993) citando a Fernad Terrou, habla de tres grandes periodos de la evolución de los medios de comunicación:

1. Desde sus orígenes hasta 1815: las primeras edades de la prensa: el acceso a la información era un privilegio de las clases más poderosas, económica y políticamente. Se daba una comunicación vertical que no impregnaba a todos los sectores de la sociedad.
2. De 1815 a 1914: impulso y apogeo de la prensa: los medios se convierten en los principales transmisores de la información.
La prensa toma un papel más activo en escena social.
3. De 1914 hasta nuestros días: la información moderna: los medios multiplican la visibilidad de los acontecimientos, debido al carácter de la inmediatez. Por otro lado, también las personas contribuyen más en la construcción de la noticia.

A estos tres momentos es necesario agregar un nuevo periodo que se relaciona con el surgimiento de los llamados *nuevos medios*, o sea, aquellos que se basan en la utilización de plataformas digitales.

Es el momento de la aparición y popularización de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Las cuales han permitido que los mensajes de los medios masivos se

diseminan de forma más rápida y lleguen a cualquier lugar del mundo. Permitiendo, pues, que las personas se informen de lo que pasa de una manera más rápida en comparación con el pasado.

Todo esto ha reformulado a los medios de comunicación como tales, de tal forma que se “(...) plantea una reconfiguración en la esencia propia del medio, permitiendo al usuario la profundización en los temas y el acceso aleatorio a los contenidos. En definitiva, la interactividad y la especialización en el proceso de comunicación” (Jódar Marín, 2010, p.5).

Una de estas TIC que llegan a posicionarse en la sociedad actual de la información, son las ya muy conocidas redes sociales. Aquellas plataformas digitales que permiten la conexión entre personas sin importar las barreras físicas y temporales.

Las redes sociales se empiezan a afianzar de manera paulatina en nuestras sociedades. No es si no hasta después del 2009, según López Parra (2010), cuando las redes sociales toman fuerza y se empiezan a asentar en las sociedades modernas.

Estas redes emulan de forma virtual la sociedad de la que se es parte. Por lo que las relaciones sociales y de poder están presentes de igual forma (Mattelart, 2002). De aquí que el periodista político deba interesarse por lo que está ocurriendo en estos espacios digitales.

El hecho de que estemos en un espacio no físico, no significa que las distintas formas de dominación, estructuración social, identificación, etc., no se vayan a hacer presentes. Lo hacen, pero de una forma distinta.

Los seres humanos hemos colonizado los sitios que ofrece el internet para de igual manera *evangelizarlos* con nuestras patologías, estructuras y sistemas sociales.

Sin embargo, pese a todo esto, los individuos han empezado dar un paso muy lento, que consiste en ir desatando las amarras que los medios tradicionales y el poder político y económico les imponían para lograr dar a conocer sus puntos de vista acerca de lo que ocurre en nuestra realidad social. Esto ocurre debido a que “las relaciones a través de la red, por Internet, introducen nuevas

formas de comunicación, una economía y cultura que prioriza nuevos valores y formas de intercambio directas, segmentadas, personalizadas, colaborativas, comunitarias e interactivas”. (Campos Freire, 2008, p. 279).

De aquí que los *medios sociales* (concepto que engloba también al objeto central de este análisis, las redes sociales) se consideren popularizadores, ya que tienen la capacidad

para introducir nuevos actores y nuevos contenidos en el proceso de organización social, con relativa independencia de los centros de poder, [esto] se incrementó a lo largo del tiempo con el cambio tecnológico y más concretamente con la evolución de las tecnología de la comunicación. (Castells, 2009, p.48)

Es claro entonces que cada vez más los diferentes grupos sociales, que en el pasado eran desvinculados del debate público, toman dichas redes para comunicar y dar a conocer sus puntos de vista sobre su ideología. Acá que el periodista político deba tomar sumamente en serio estos espacios para su análisis informativo, además de que tiene la responsabilidad ética de llevar a cabo hechos inclusivos que abarquen y visibilicen a toda la población.

Un claro ejemplo de cómo ciertos grupos han tomado las redes, es lo que se conoce como *ciberactivismo*. Una nueva manera de movilización social que se da en los espacios virtuales y que algunas veces logra llevar sus luchas a la *calle*, donde es posible que otras personas que no pasan parte de su tiempo en el internet se unan.

Considero que desde que lo político toma las redes sociales se empieza a gestar el cambio epistemológico del que hablo, ya que en parte estas redes le proponen al periodista una serie de nuevas formas de acercarse, construir y diseminar la noticia.

Es necesario reiterar este último punto de vista. Creo que las TIC por sí solas han accionado el cambio epistemológico en el periodismo como tal, sin embargo, el uso que las personas le han dado –específicamente a las redes sociales- ha ayudado a acrecentar la ruptura epistémica, de tal forma que se ha llegado a instalar el llamado periodismo ciudadano, en el cual se “(...) promueve la generación y difusión de contenido informativo por parte del público, de manera independiente

a la labor de los profesionales de la información (...)”. (Algarra, Torregrosa y Serrano, 2010, p.8).

A todo esto, es claro entonces que las redes sociales se han convertido en un espacio político, en un tipo de ágora, en donde convergen diversidad de grupos sociales, los cuales dejan claro –o pretenden- su manera de pensar y sus peticiones sobre su cosmovisión de la sociedad que desean.

El periodismo político debe reconocer que desde estos espacios también se está construyendo la realidad social que lo circunscribe, de acá que exista una convergencia entre lo físico y lo virtual.

Por estas razones es que se puede reflexionar que en los últimos años el periodismo político y las redes sociales han tejido una relación casi dialéctica, mas no de interdependencia, en la que ambas se nutren, ya que el periodista político puede encontrar el sustento de sus noticias en un espacio donde se va instalando la discusión y reflexión de la materia que ocupa a este profesional. También encuentra la posibilidad de transmitir su trabajo más rápidamente y recibir el *feedback* necesario para mejorarlo.

Alejado de las barreras ideológicas que imponen los grandes medios de comunicación, todo este proceso va fomentando cada vez más la inclusión de otros grupos sociales que han sido desfavorecidos por el sistema. En cuanto a las redes sociales, estas se nutren de la información que los medios les proporcionan por medio de ellas, fomentando la participación de los usuarios en sus espacios.

Posibles transformaciones en la producción, diseminación y recepción de la noticia política

Como se ha visto someramente, esta relación que se ha construido entre las redes sociales -y en general las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)- y el periodismo político, ha llevado a esta disciplina a sufrir una serie de cambios con el pasar del tiempo. Esto a tal grado de que ya varios autores han hablado de un replanteamiento de la base epistémica que la sostiene, entre ellas Haber Guerra (2005), ya citada en este trabajo, quien argumenta que

la objetividad periodística hace fisura, los fundamentos epistemológicos del periodismo se desdibujan y urge actualizar este estado de la cuestión y revisar el estatuto del periodismo, lo que supone, en primer lugar, **la modificación del estatuto de la representación del hecho noticioso, y con éste, del sujeto noticiable, del protagonista de la noticia.** [El subrayado es mío] (Haber Guerra, 2005, p.48).

Es necesario agregar a esta reflexión, además, que se podría hablar entonces de una construcción colectiva de lo que es noticia, esto porque los espacios digitales lo permiten.

Esto último viene a agregarse en que es claro que los medios de comunicación ayudan fuertemente a construir parte de la realidad social. Con la popularización de las TIC, estos tienen más presencia en nuestra vida cotidiana, por ende en dicha realidad.

Si los periodistas políticos le suman más importancia a los *medios sociales*, se podría decir que las personas estarían tomando más espacio para la construcción de lo que se disemina a través de ellos, o sea, de la noticia.

Esto se vincula con que al periodista se le ha relacionado por mucho tiempo como aquella persona que da voz a quienes no la tienen, sin embargo, “lo que posibilita [la] utilización de la nueva tecnología es dar voz directamente a los que no la tienen (...)”. (Ulanovsky, 1991, p.43), por ende, sin intermediarios. Lo que ocurre es que aún es necesario que los acontecimientos pasen por los medios tradicionales, para que se vuelvan importantes socialmente hablando.

Entonces sigue siendo el trabajo ético del profesional de la información, darle los mecanismos necesarios a las personas invisibilizadas para que así se hagan ver, como se ha dicho anteriormente. Aquí recae un poco de lo se dijo en cuanto a la construcción colectiva de la noticia, ya que el periodista al informar sobre estos grupos, lo hace a través de ellos y de la manera en que conciben su realidad inmediata, o al menos lo hacen parcialmente.

Para este fin, los periodistas políticos pueden incursionar más en las redes sociales, donde, empero, más grupos marginados están presentes para darse a conocer.

Lo que ha ocurrido es que

históricamente el acceso privilegiado a la agenda de noticias ha sido disfrutado por fuentes oficiales. Otras fuentes –los movimientos sociales y el ciudadano en general- que están en la periferia de la estructura de poder casi siempre sufren una exclusión sistemática del debate público articulado por el periodismo. (Pereira Júnior, Cardoso de Siqueira, Borges Mesquita y Lima da Rocha, 2011, pp. 36-37).

Pero, como se ha visto, esto ha empezado a cambiar, ya que cada vez más las agendas de los grupos que conforman los movimientos sociales se cuelan en la de los medios tradicionales. Como en el ejemplo que se dio del movimiento *Incurables*.

Otro caso en Costa Rica fue el denominado *Carretera Sí, Concesión No*, que se opuso a la construcción de la nueva carretera a San Ramón. Este movimiento logró posicionarse en los medios tradicionales, por lo que más cantidad de personas pudieron conocer su malestar y sumárseles a sus filas.

Muchas de las agendas de los movimientos sociales no entran en la de los medios tradicionales debido a que, entre algunas razones, no comparten los intereses de cada grupo de comunicación. Esto también se debe a que

la selección de la información es realizada por una serie de actores que dejan circular con fluidez alguna información y evitan que se filtren información indeseada, se les llama *gatekeepers* o *porteros*. En cada una de las etapas los *gatekeepers* deciden sobre lo que debe ser y no debe ser noticia. (Urrea Cuéllar, 2003, p. 557)

Sin embargo, con el aumento de cada vez más número de personas en las redes sociales y la importancia que estas están han tomado para la movilización social, surge la duda de que si el papel del *gatekeeper* pueda estar siendo sustituido por los ciudadanos comunes, ya que estos al convertirse en interés público en las plataformas digitales, obligan de alguna manera a los medios tradicionales a incluirlos con mayor frecuencia.

Esto se debe a que "(...) las redes sociales han hecho que los profesionales de la información recurran, cada vez más, a este tipo de plataformas digitales para buscar informaciones, testimonios o datos con los que poder construir sus noticias". (Herrero Curiel, 2012, p. 1116).

Para Canavilhas e Ivars Nicolás (2012), la importancia de utilizar fuentes que provienen de la web reside en que un grupo de personas pertenecientes a las comunidades digitales, van complementando poco a poco la información hasta que llega a tener un valor periodístico esencial.

Este uso creciente de las redes sociales ha diversificado las cuestiones de noticiabilidad en el campo del periodismo político; hechos que no se consideraban noticia, ahora sí lo son. Tal y como los casos que se han visto de movilización social en Costa Rica.

Y es que también las redes sociales han permitido que un simple acontecimiento se puede ahora convertir en evento público de manera muchísimo más fácil. Las razones están un poco ligadas con la espectacularización y la redefinición de lo público y lo privado.

Para Alsina (1993) "el establecimiento de un acontecimiento público depende principalmente de tres factores: los promotores de noticias (las fuentes), los recolectores de noticias (periodistas) y los consumidores de noticias (la audiencia)". (p.113). Como se ha podido analizar, se ha empezado a dar una redefinición desde la redes sociales en quiénes son estos tres actores en el tipo de periodismo que se trata en esta exploración, las fuentes ahora no sólo son oficiales, sino que se han estado incluyendo cada vez más a diferentes actores de la sociedad civil, por su lado, los periodistas han utilizado con más anuencia las diferentes herramientas que ofrecen las plataformas digitales, por último, los consumidores han aumentado su participación en la construcción de los hechos periodísticos a partir de sus colaboraciones e implicaciones en la red.

Por último, a partir de los *nuevos* medios y este aumento en la participación de las personas en los espacios digitales, las noticias se han llegado a diseminar de una forma más rápida en

comparación a como lo hacen los medios tradicionales, además de que los consumidores tienen más opciones para informarse, lo que les permite no quedarse con un solo punto de vista ideológico.

Todo esto fomenta que el periodismo político aumente su rango de incidencia, a tal grado que pueda convertir al pueblo en un pueblo informado y con las capacidades necesarias para saber qué rumbo debería tomar el sistema social del que es parte.

Conclusión

El futuro del periodismo político a partir de estos posibles cambios

Con la popularización de las redes sociales y el uso que cada vez más le dan los movimientos sociales a estas, ha iniciado una revolución en el quehacer diario de los periodistas políticos.

El auge de estas plataformas digitales ha hecho que el profesional de la información, deba acercarse a ellas y dar a conocer los hechos que allí ocurren, comprendiendo que en estos espacios también se construye parte de la realidad social.

Los cambios que se han analizado no ponen en peligro al periodismo político, sino que más bien, le abren una serie de oportunidades para la inclusión de más grupos en la escena sociopolítica del mundo actual.

Con esto, este tipo de periodista tiene el reto y compromiso ético de la correcta utilización de las redes sociales, para beneficiar a los diferentes grupos sociales que han sido marginados desde hace mucho tiempo por las clases hegemónicas y hasta por los medios de comunicación a quienes los periodistas representan.

Aun con estos espacios, sigue siendo necesario que el profesional en esta disciplina siga saliendo a la calle para conocer de mejor forma la dinámica de poder que se entreteje diariamente.

Referencias Bibliográficas:

- Algarra, M., Torregrosa, M. y Serrano, J. (2010). *Un periodismo sin periodos: actualidad y tiempo en la era digital*. Recuperado el 25 de mayo de 2013, de http://academia.edu/461369/Un_periodismo_sin_periodos_actualidad_y_tiempo_en_la_era_digital
- Alsina, M. (1993). *La construcción de la noticia*. (2da. Ed.) Barcelona: Paidós.
- Buendía, M. (2011). *Periodismo político*. Recuperado el 20 de mayo de 2013, de <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/04/08/periodismo-politico/>
- Campos Freire, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 277-286.
- Canavilhas, J. e Ivars Nicolás, B. (2012). Uso y credibilidad de fuentes periodísticas 2.0 en Portugal y España. *El profesional de la información*, 21(1), 63-69.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial S.A.
- Haber Guerra, Y. (2005). El Texto periodístico en la era digital. Hacia un nuevo estatuto epistemológico del periodismo. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 11, 45-52.
- Herrero Curiel, E. (2012). El periodismo en el siglo de las redes sociales. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 14, 1113-1128.
- Jódar Marín, J. (2010). *La Era Digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales*. Recuperado el 17 de mayo de 2013, de http://www.razonypalabra.orgwww.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf
- López Parra, R. (2010). Una nueva forma de atraer lectores. Periodismo y redes sociales. *Revista Mexicana de Comunicación*, 22(120), 42-46.

- Mattelart, A. (2002). *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós.
- Miranda Duke, A. (2007). Periodismo político. Algo más que periodistas de política. *Revista Realidad*, 113, 461-489.
- Pereira Júnior, A., Cardoso de Siqueira, F., Borges Mesquita, G. y Lima da Rocha, H. (2011). El periodismo y los “mediadores públicos”. La co-producción de noticias. *Admira*, 3, 27-43.
- Robles Rivera, F. y Voorend, K. (2012). Los dueños de la palabra en Costa Rica en un contexto de reforma neoliberal. *Revista Rupturas*, 1(2), 144-161.
- Ulanovsky, D. (1991). *Por una cultura del periodismo*. Bogota: Tercer Mundo Editores.
- Urrea Cuéllar, J. (2003). La producción de noticias en medios escritos y televisivos de El Salvador. *Realidad*, 94, 555-587.