

“EL PROSUMER Y EL SURGIMIENTO DE ESPACIOS ALTERNATIVOS DE COMUNICACIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS NOTICIOSOS”

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial
del 3 de abril de 1981



“EL *PROSUMER* Y EL SURGIMIENTO DE ESPACIOS ALTERNATIVOS DE
COMUNICACIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS NOTICIOSOS”

TESIS

Que para obtener el grado de

MAESTRA EN COMUNICACIÓN

Presenta

MARTHA LIZBETH PALACIOS DOMÍNGUEZ

Directora de tesis

MTRA. ESTELA MARGARITA TORRES ALMANZA

Lectores

DRA. MARICELA PORTILLO SÁNCHEZ

MTRO. EDWIN CULP MORANDO

Índice

Introducción	5
1. Planteamiento del problema	7
Hipótesis.....	10
Objetivos	10
Metodología.....	11
2. Características y posibilidades en la Web 2.0 para la producción y distribución de contenidos	
Web 2.0 y la figura del <i>prosumer</i>	19
Web 3.0. La evolución de Internet.....	26
La participación en la red	27
Otras formas de nombrar a los <i>prosumers</i>	29
Reflexión previa.....	33
3. Medios y poder en México	35
Radio y televisión	35
Prensa escrita	42
4. Los espacios de comunicación en la web: ¿cumplen con las funciones del periodismo? .	47
Verdad/ Veracidad.....	48
Lealtad a los ciudadanos/ responsabilidad social	48
Disciplina de verificación	49
Independencia.....	50
Monitor independiente del poder/vigías.....	51
Foro para la crítica y comentarios públicos/ Interacción con los ciudadanos.....	52
Compromiso y relevancia	53
Mantienen las noticias comprensivas y proporcionales/ pluralidad.....	53
Deben permitirse ejercitar su conciencia personal.....	54
Derechos y responsabilidades de los ciudadanos	54
Reflexión previa.....	56
5. Espacios alternativos de comunicación generados en la web.	
Surgimiento de espacios noticiosos en la web	59
Selección de los sitios a revisar	60
Pateando Piedras y Vivir México: una primera aproximación	
Vivir México.....	61
Pateando Piedras.....	65

Anotaciones sobre los sitios.....	67
6. Prácticas de producción de contenidos de los colaboradores de Pateando Piedras y Vivir México	69
¿Quiénes son los colaboradores de estos sitios?.....	70
Cómo definen a los sitios en los que colaboran.....	72
Cómo definen su labor	74
Selección de temas	77
Fuentes	81
Cómo es el proceso de construcción de sus <i>posts</i>	83
Lineamientos del sitio.....	86
Lineamientos establecidos por los propios colaboradores para su práctica	88
Reflexión previa.....	89
7. Reflexiones finales. Principios del periodismo aplicados a la práctica de generación de contenidos de los prosumers.	91
8. Fuentes bibliográficas.....	101
9. Anexos	
Colaboradores de <i>Vivir México</i> y <i>Pateando Piedras</i>	111
Entrevistas a los colaboradores de <i>Vivir México</i> y <i>Pateando Piedras</i>	115
Marco Antonio Gómez Lovera.....	115
Álvaro López	125
José Flores.....	135
Katya Albiter.....	157
Hugo Torres	171
Ileana Fernández	177
Alberto Escorcía	185
Oriol Malló	205

Introducción

La función del periodismo es proveer de información a la sociedad, y en consecuencia se convierte en un instrumento que ayuda a la sociedad a ejercer su derecho de información. Idealmente los periodistas tendrían que ser vigías del poder y así estar al servicio de los ciudadanos. Y también garantizar una pluralidad de voces en la que puedan verse representados los distintos sectores de la sociedad, abrir espacios para el debate público, proveer información que sirva a los ciudadanos para tomar decisiones sobre sus vidas.

Ante este contexto ideal, la presente investigación busca responder ¿qué tipos de espacios noticiosos están construyendo los *prosumers*, y a qué necesidades responden?, y ¿qué características de la Web han posibilitado la construcción de espacios noticiosos creados por *prosumers* en Internet?.

Para responder estas interrogantes se seleccionaron dos sitios en donde los ciudadanos producen información noticiosa: Vivir México y Pateando Piedras. En el primer capítulo se planteó una metodología de investigación de corte cualitativo que permitiera comprender las prácticas de trabajo que se desarrollan en estos espacios informativos.

El segundo capítulo tiene dos objetivos principales. El primero, hacer una revisión de la evolución de internet y los cambios tecnológicos que han permitido la generación de plataformas de acción y aplicaciones que permiten mayor interacción y cooperación entre los usuarios. Estas tecnologías han facilitado que el usuario común pueda participar en la red como generador de contenidos y le permita trascender de su papel de consumidor.

El segundo objetivo es hacer una aproximación y descripción del prosumer, aquel consumidor que se vuelve también productor. En este capítulo se hace una breve revisión de los distintos términos que se han identificado para describirlo, y se muestra una panorámica de cuáles son las cualidades que se observa deben tener para considerarlos como tal.

En el tercer capítulo se describen las relaciones entre los medios electrónicos y la prensa con el poder en México. Éstas se han desarrollado de manera compleja, en ciertos momentos los medios han estado al servicio del Estado, y en otros los medios han doblegado su poder.

En este contexto es desde donde se hace periodismo en nuestro país, en donde el ciudadano no tiene un papel central en los intereses de las empresas mediáticas. Y es también en este contexto donde surgen alternativas ciudadanas de producción de contenidos noticiosos en Internet, por tanto de los objetos de estudio de esta investigación.

En el cuarto capítulo se discute el papel de estos espacios informativos desde los elementos del periodismo que proponen Bill Kovach y Rom Rosenstiel. Estas categorías fueron planteadas por dichos autores a partir de los resultados obtenidos de una gran investigación realizada por los autores, que contó con la participación de aproximadamente dos mil periodistas a través de foros de discusión, encuestas y entrevistas en donde se cuestionaba qué papel cumple el periodismo en la sociedad.

Kovach y Rosenstiel plantean los roles ideales que esta profesión debe cumplir para que el ciudadano ejerza sus derechos de libertad de expresión y de acceso a la información, con el objetivo de construir de una sociedad democrática, libre y participativa.

Los capítulos restantes se centran exclusivamente a la revisión de los sitios -cómo surgen, la manera en que están estructurados, de dónde obtienen ingresos para su funcionamiento- y las prácticas de los *prosumers* en la generación de contenidos.

Los principales hallazgos que se encontraron son que estos espacios ciudadanos cuentan con el potencial de proponer nuevas temáticas, de ser vigías del poder. De esto ya se ha dado cuenta a través de la revisión de casos que han sido ejemplares, sin embargo, en el día a día su relevancia reside en ser espacios con voces plurales, el ser espacios en donde se puede dar el diálogo entre los *prosumers* y lectores de manera horizontal.

En esta investigación, el propósito no es mirar el éxito de estos portales, sino conocer las motivaciones e intereses de quienes los han generado y colaboran para que existan, a la luz de los principios periodísticos de Kovach y Ronsenstiel. Y es que si bien éstos llaman a la profesión, apelan a la calidad de información que requiere la ciudadanía para poder ejercer su derecho.

Planteamiento del problema

El periodismo sirve para construir comunidad, ciudadanía, democracia; el empoderamiento de la sociedad generado por el libre flujo de información tiene injerencia en “creación de un nuevo gobierno, y nuevas reglas para la vida política, social y económica”, (Kovach y Rosenstiel, 2001:16).

Además, como señala Xabier Etxebería, la información orienta la participación de los ciudadanos en instancias sociales, políticas, económicas, culturales; y los medios de comunicación cumplen con un papel importante para el debate colectivo (Etxeberría 1995; Kovach y Rosenstiel, 2001). Los medios de comunicación también pueden ser una institución para regular conflictos y resolver problemas colectivos como un “«cuarto poder», con institucionalización más informal que los otros” (1995: 15) cuyo deber será aportar información y espacios para el debate.

Pero al mismo tiempo, la información está ligada al valor mercantil, y adquiere su valor “en medida que no todos la poseen” (Etxeberría 1995:14). Puede ser vendida y se devalúa con el tiempo y al difundirse; y “como todo objeto comercial, tenderá a ser monopolizado por todos aquellos que pueden hacerlo y a ser utilizado para su servicio” (Etxeberría:15). Los *mass media* –como también se denomina a los medios de comunicación- han llegado a conformarse como una «mediocracia», término que emplea Manuel Castells para referirse a la hegemonía de los medios, con la confianza en que “la evolución tecnológica la mitigará” (Etxeberría, 1995:18).

Raúl Trejo Delarbre afirma que, en el caso mexicano, los medios de comunicación sí han logrado consolidar una «mediocracia», que el autor define como la “capacidad (de los medios de comunicación) para imponer y manejar la agenda pública, así como la prevalencia de sus intereses y el sometimiento a ella del resto de los actores políticos” (2004:16), en donde los ciudadanos han sido “reducidos a espectadores” (2004:203). No obstante, Trejo señala que la televisión pública puede cumplir un papel de democratizadora cultural por que “su sola existencia supone que el espectador tiene más posibilidades al

elegir la televisión que contemplará” (2004:158) y señala que el Internet, al igual que la televisión pública, es también una alternativa a la televisión privada, de contenidos homogéneos.

Por otra parte, el crecimiento en número de espacios y de usuarios creados por los *prosumers*¹ está dándoles más visibilidad hacia el exterior de Internet, alimentando a los medios de comunicación de temáticas y discusiones. Por lo tanto, la responsabilidad de las personas al consumir información en estos espacios debe de agudizarse para discriminar aquellos contenidos que no aporten elementos que los ayuden a autogobernarse, a poder ejercer su ciudadanía con libertad, como refieren Bill Kovach y Tom Rosenstiel (2007)

En el momento en que los ciudadanos son quienes crean estos espacios, al convertirse también en productores de información, adquieren nuevas responsabilidades para tener mejores medios de comunicación, cuyos contenidos ayuden a construir comunidad, ciudadanía, democracia, para alcanzar los objetivos de libertad y emancipación o soberanía para construir la vida que cada persona desea.

La presencia de expertos en la blogosfera va a permitir la diversidad de opiniones, que ya no van a estar restringidas a los “privilegiados” denominan Bowman y Willis a quienes tienen la posibilidad de emitir sus opiniones desde los *mass media* (2003:48), y esta multiplicidad de espacios para los expertos puede apoyar la tarea de vigías de la veracidad de información que se distribuye tanto en los mass media, como en los espacios en la red, “acaba por proporcionar a medio-largo plazo un efecto de filtro de las mentiras” (Cervera, 2007:17).

Entre los diversos tipos de sitios en Internet dedicados a la difusión de información noticiosa, hay portales creados para hacer periodismo digital, hay espacios creados por periodistas, lo cual les ha permitido producir textos fuera de los medios tradicionales. En los últimos años en México se ha visto el surgimiento de diversos sitios de noticias creados y/o

¹ Este concepto se define y discute en el capítulo 2 de este trabajo, pero básicamente se refiere al consumidor que es al mismo tiempo productor, en esta caso me refiero a productores de información noticiosa.

² Estos portales de noticias creados por periodistas surgieron en los años 2010, 2012, 8

dirigidos desde el campo del periodismo, como *Animal político*², *Sin embargo*³, *La silla rota*⁴, *Eje Central*⁵, *Aristegui Noticias*⁶, entre otros. Sin embargo, también podemos encontrar en la red otras publicaciones con contenidos noticiosos que no surgen como espacios alternativos donde los periodistas pueden difundir su labor, sino que son los propios ciudadanos, quienes los han creado para difundir información que consideran valiosa, y cubrir sus necesidades informativas que no han sido atendidas en otros medios.

Ante esta realidad, en México son pocos los espacios que se han dedicado a la reflexión sobre prácticas de producción de noticias⁷, y específicamente sobre las prácticas de producción de noticias en la red. Menos aún se han estudiado los sitios generados por ciudadanos que no son periodistas. Son un terreno aún sin explorar de manera rigurosa.

Los investigadores que se han ocupado de revisar el periodismo en la red se han interesado principalmente en el proceso de introducción y adaptación de los diarios tradicionales en Internet. Como ejemplo de este tipo de investigaciones está el libro *Periodismo digital en México* (2006), en donde el llamado “periodismo ciudadano” o *blogging* apenas se menciona. Otra investigación relevante es *Periodismo convergente* (2011), de María Elena Meneses, quien se ha dedicado a investigar las características de la sociedad de la información, el impacto de Internet en los medios, en la política, y la sociedad en general. Pero a pesar de la importancia de estos análisis, muy poco se ha hecho para analizar lo que hacen los *prosumers*.

En las reflexiones que se han realizado en otros países, principalmente desde Estados Unidos (Thorsen y Allan 2009) (Papacharissi, 2009), se ha abordado abundantemente las formas en que el periodismo ciudadano, una manera de nombrar a ese trabajo de informar que realizan los ciudadanos, ha superado al periodismo. Éste se ha caracterizado por realizar una cobertura más abierta y democrática de las noticias e

² Estos portales de noticias creados por periodistas surgieron en los años 2010, 2012, <http://www.animalpolitico.com/>

³ <http://www.sinembargo.mx/>

⁴ <http://lasillarota.com/>

⁵ <http://www.ejecentral.com.mx/>

⁶ <http://aristeguinoicias.com/>

⁷ Como da cuenta Claudia Mellado (2010) en su texto “Análisis estructural de la investigación empírica sobre el periodista latinoamericano”.

informar de sucesos que los medios de comunicación hegemónicos o tradicionales no abordan, sobre todo en países represivos o en situaciones adversas como desastres naturales (Jurrat, 2011).

También se han revisado estos casos a partir de una confrontación con los ideales que debería cumplir el periodismo desde la perspectiva liberal, buscando definir a los productores de noticias que difunden sus contenidos en la red como periodistas profesionales o no (Deuze, 2005). Sin embargo, más allá del estudio de casos excepcionales de éxito de este tipo de productos y productores, poco se han revisado las prácticas cotidianas de los *prosumers*, de sitios y productores que probablemente no pasarán a convertirse en figuras míticas por su alto impacto en la cobertura de hechos extraordinarios, sino de aquellos sitios que informan de los temas de actualidad, y que de igual forma son ya parte del ecosistema mediático actual, y están informando a los ciudadanos. Sobre todo porque poco conocemos desde una perspectiva académica mexicana el panorama de estos sitios y de las práctica de sus productores.

Por lo tanto, es imperativo cuestionar y analizar ¿qué tipos de espacios noticiosos están construyendo los *prosumers*, y a qué necesidades responden?. Y para ello es necesario conocer ¿qué características de la Web han posibilitado la construcción de espacios noticiosos creados por *prosumers* en Internet?

Hipótesis

El *prosumer* se involucra en la producción y distribución de contenidos noticiosos a través Internet como expresión de los vacíos de información sobre ciertos temas que están dejando los medios de comunicación hegemónicos.

Objetivos

Analizar las características sociotécnicas de la Web que posibilitan a los ciudadanos convertirse en productores de espacios noticiosos independientes	Describir las características de los espacios de comunicación alternativos generados por los <i>prosumers</i> en la Web 2.0, a partir de la revisión de sitios que se especializan en la difusión de contenidos noticiosos.
Estudiar los modos de participación de los <i>prosumers</i> en la generación de contenidos	Explorar los modos de participación de los <i>prosumers</i> en la generación de contenidos

en Internet frente a los “ideales” del periodismo en términos generales.

y sitios noticiosos independientes.

Comparar las prácticas comunicativas de los *prosumers* con los principios ideales del periodismo que plantean Bill Kovach y Tom Rosenstiel (2007).

Metodología

En esta investigación, se analizarán prácticas de trabajo en aquellos espacios informativos que han sido creados por ciudadanos, dado que se están volviendo una fuente importante por medio de la cual se generan contenidos de interés y que son seguidos por diversos públicos.

Por tanto, en primer lugar se tiene que delimitar a los sitios y a sus productores bajo criterios que permitan identificar a los espacios de comunicación alternativos generados por *prosumers* que se especializan en la difusión de contenidos noticiosos:

- Hay que ubicar los sitios que difundan información noticiosa, generada por productores independientes cuya actividad laboral no esté ligada al periodismo profesional.
- El tipo de noticias que deben predominar en las páginas revisadas debe ser información política (que no solamente sobre políticos), derechos humanos, equidad y ecología.
- Deben ser sitios mexicanos, dado que esta investigación busca explorar las condiciones de producción en el contexto nacional y además posibilita tener encuentros cara a cara con los *prosumers*.
- Los espacios seleccionados deben de contar con publicaciones periódicas, ya que eso será un indicio del compromiso con los ciudadanos que acceden a sus contenidos.
- Los sitios deben contar con la participación de más de un colaborador, esto denotará una intención de constituirse de forma similar a un medio de comunicación

y por lo tanto es posible que en algún nivel se conformen jerarquías dentro de los participantes (directores, editores, redactores).

Diversos sitios se confrontaron con los criterios de selección y se fueron descartando hasta que finalmente se identificaron tres sitios que cumplen con los requisitos señalados: *Vivir México*⁸, *Crítica Pura*⁹ y *Pateando Piedras*¹⁰.

Nombre del sitio	¿El sitio difunde información noticiosa?	Productores independientes ¹¹	Información que cubren	Sitios mexicanos	¿Publicaciones periódicas?	¿Tienen más de un colaborador?
Crítica pura	✓	✓	Política nacional, política internacional, capital social, derechos humanos	✓	✓	✓ 6 colaboradores
Pateando piedras	✓	✓	Política, movimientos sociales, tecnología, etc.	✓	✓	✓ Número de colaboradores no definido
Vivir México	✓	✓	Cultura, derechos humanos, política, tecnología, ciencia, ecología, equidad de género, elecciones, educación, etc.	✓	✓	✓ 9 colaboradores

⁸ <http://vivirmexico.com/>

⁹ <http://criticapura.com/>

Se intentó contactar en distintas ocasiones a través de Twitter y correo electrónico a Antonio Martínez, fundador, coordinador y principal colaborador de este sitio, sin embargo nunca se obtuvo una respuesta. Al mismo tiempo Crítica Pura dejó de publicar contenidos y por estos motivos ya no fue considerado para el análisis.

¹⁰ <http://www.pateandopiedras.net/>

¹¹ Para revisar el perfil de cada uno de los colaboradores ver la tabla “Colaboradores de *Vivir México* y *Pateando Piedras*” en los Anexos.

Para cumplir con los objetivos de esta investigación, se partirá desde un enfoque cualitativo de investigación, dado que permitirá el abordaje del objeto de estudio “desde una perspectiva de *insider*, de captar el *significado particular* que a cada hecho atribuye su protagonista, y de contemplar estos elementos como *piezas de un conjunto sistemático*” (Ruiz, 1996:17). Esto permitirá el análisis detallado de las prácticas sin extraerlas del contexto más amplio en donde se insertan.

En la primera fase de la investigación se realizará en una descripción básica de los sitios, así se identificará a los colaboradores de cada espacio y su perfil, el promedio de publicaciones diarias de la página, tráfico, *trackbacks*, posicionamiento del sitio¹², perfiles en redes sociales y una descripción general de su actividad en ellas (qué información publican en sus líneas de tiempo, si intercambian comentarios con otros usuarios de las redes, responden las preguntas que se les formulan).

La segunda fase consistirá en una revisión de los contenidos que sean posteados (publicados) en el transcurso de una semana para conocer qué temas abordan, quiénes son sus fuentes, qué elementos conforman las entradas¹³ (imágenes, videos, links, gráficas, etc.), si los textos se pueden clasificar en algún género periodístico. Dicha información se complementará con la siguiente información que se les solicitará a los entrevistados.

Ficha de información:
Historia del sitio: <ul style="list-style-type: none">• Cuando comenzó el proyecto
Número de visitas por mes
Lugares desde los cuales se visita

Finalmente, para identificar las prácticas de los *prosumers* en la producción de contenidos, se realizarán entrevistas a profundidad semiestructuradas a los colaboradores seleccionados como informantes clave. Se ha elegido esta técnica de investigación porque permite elaborar una descripción realizada por los propios los sujetos sobre los procesos y prácticas que siguen en sus rutinas de producción noticiosa “recuperando lo que es

¹² El sitio <http://www.alex.org/> analiza distintas variables de los sitios web que permitirán determinar estos indicadores.

¹³ Unidad de publicación de los blogs o sitios web, también llamado *post*.

importante y significativo en la mente de los informantes, sus significados, perspectivas e interpretaciones” (Ruiz, 1996:166). Emplear entrevistas semiestructuradas permitirá comparar los hallazgos producto de éstas al tener una guía base de preguntas idénticas para todos los informantes, pero deja abierta la posibilidad de que el entrevistador profundice en los tópicos o cambie el orden programado de las mismas con la finalidad de que la narración no se interrumpa. (Taylor y Bogdan, 1998).

Contexto de los colaboradores
<ol style="list-style-type: none"> 1. Edad 2. Escolaridad 3. Actividad laboral 4. ¿Cuándo comenzó a utilizar Internet? 5. ¿Cómo comenzó a utilizarlo? 6. ¿Desde qué lugar accedía a Internet? 7. ¿Para qué usabas el Internet?

Se ha planteado el siguiente instrumento para aplicar a los informantes:

Preguntas para los colaboradores
<p>Contexto del colaborador</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuántos años tienes?; ¿cuál es tu nivel máximo de estudios?; cuéntame sobre tu ejercicio profesional, ¿cuentas con un trabajo fijo?, ¿Qué actividades realizas además de colaborar en el sitio? 2. ¿Cómo fue tu acercamiento con las computadoras?; ¿recuerdas cómo/cuando comenzaste a utilizar Internet?; ¿cómo aprendiste a usarlo?, ¿se te dificulta el manejo de las computadoras? ¿de Internet? 3. ¿Cómo te surge la “cosquillita” de comenzar a escribir?; ¿cómo fue que decidiste escribir para un sitio en la web?; ¿podrás relatarme cómo fue que te acercaste a colaborar en <u>Nombre del sitio</u>?; ¿y por qué decidiste colaborar en un sitio colectivo? <p>Rutinas y prácticas de trabajo</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. ¿Cómo definirías o cómo caracterizarías al sitio en el que colaboras y a la información que difunde? ¿Cuál es su objetivo? 5. ¿Se realiza trabajo en equipo con el resto de los colaboradores?; ¿cómo se reúnen?; ¿qué discuten en esas interacciones? 6. ¿Cómo eliges el contenido de cada post que escribes? ¿Cuáles son los criterios que tomas en cuenta para seleccionar qué vas a postear? ¿De dónde retomas los temas? ¿De los medios, de las redes sociales, de acontecimientos que presencias? 7. ¿Podrías explicarme qué proceso sigues en la elaboración de un post desde que te

surge la idea hasta que lo publicas? (recopilación de información, verificación de información, redacción, revisión)

Reflexiones sobre su práctica

8. ¿Tienes criterios/ códigos que guíen tu práctica? ¿Son autoimpuestos, los propone el sitio en el que colaboras?

9. ¿Te has planteado un objetivo a cumplir con tus publicaciones?

10. ¿Qué relevancia crees que tiene la información que se produce en el blog que colaboras? / ¿Qué impacto crees que tiene la información que produces?

11. ¿Qué papel consideras que tienen tus post en los ciudadanos que te leen?

12. ¿Cómo calificarías los textos que escribes, neutrales, que dejan ver abiertamente tu ideología? ¿Por qué hacerlo de esa forma?

13. De acuerdo con tu experiencia como colaborador del sitio Nombre del sitio, ¿se da alguna interacción con quienes leen tus textos?; ¿de qué forma se da?; ¿existe un debate de ideas, propuestas, sugerencias?; ¿en tu opinión qué importancia tiene?

14. ¿Cómo definirías tu trabajo como colaborador del sitio?

Preguntas específicas para los fundadores de los sitios

1. ¿Cómo surge la idea de crear Nombre del sitio?; ¿Cuál era el objetivo de crear el sitio?, ¿por qué eran necesario para los lectores contar con un sitio como Nombre del sitio?

2. ¿Quién o quiénes comenzaron a desarrollar el proyecto?

3. Cómo se integraron los colaboradores al sitio: ¿Cómo se conformó el equipo de colaboradores?, ¿con qué criterios se aceptan las colaboraciones?

4. ¿El sitio cuenta con ingresos?

- ¿Cómo se obtienen? ¿Desde cuándo cuentan con ellos?

¿Los colab

oradores cuentan con un salario o pago por los textos?

Una técnica utilizada en investigaciones sobre las prácticas y rutinas de los periodistas y los mecanismos que regulan la organización de las noticias es la observación en los centros de trabajo, ya sea participante u objetiva (De Miguel, 2005:287), y en este caso servirían de apoyo para complementar la información elaborada a través de las entrevistas. Sin embargo, aquí nos enfrentamos con el hecho de que los colaboradores de los sitios no cuentan con un espacio físico común en que desarrollan sus labores como en las organizaciones mediáticas tradicionales; incluso es posible que no existan reuniones entre los distintos colaboradores.

En algunos casos concretos en donde los *prosumers* que serán informantes de esta investigación sí sostengan reuniones ¹⁴, se realizará una observación selectiva no participante, la cual es una técnica no intrusiva en la que el observador registra los fenómenos sociales de su interés que ha planeado previamente, y donde el investigador “mantiene la libertad de movimiento, así como la distancia del fenómeno y personas observadas” (Cornejo, 2007:199) al permitirnos contemplar las prácticas lugares y personas.

Las categorías que guiarán el análisis de los datos recabados, para revisar las prácticas de producción de los *prosumers*, se establecerán con base en los principios ideales que el periodismo debe cumplir para “proveer a la gente de la información que necesitan para ser libres y autogobernarse” (2007: 12) que plantean Bill Kovach y Tom Rosenstiel en *The elements of journalism* (2007), que son los siguientes:

1) *Verdad*

Los periodistas deben decir la verdad, “obtener los datos correctos” (2001:37) la principal cualidad de las noticias es ser útil y confiable.

2) *Lealtad a los ciudadanos*

Los ciudadanos deberían tener confianza en las organizaciones de noticias debido a la independencia periodística. Por lo tanto, los periodistas, no deberían tomar en cuenta los intereses financieros de los dueños o de terceros.

3) *Disciplina de verificación*

La disciplina de la verificación está fundada en conceptos nucleares como evitar publicar cosas que no pasaron; no engañar usando técnicas narrativas que modifiquen los sucesos como fueron percibidos por los testigos; siendo transparentes para permitir a la audiencia juzgar la validez de la información, los procesos, los motivos y las predisposiciones del

¹⁴ Ya sean cara a cara, por medio de algún servicio de mensajería o Voz por IP, o por medio de las redes sociales y los informantes permitan el acceso a estos espacios.

periodista para proveer las noticias; ejercitar la humildad ante las habilidades propias, el periodista debe ser siempre escéptico ante lo que presencia.

4) *Independencia de aquéllos a quienes cubre*

Lo que se busca en el periodismo no es precisamente neutralidad, sino independencia, se puede ser leal a una causa y ser un periodista honesto, señala la periodista Maggie Gallagher (Kovach y Rosenstiel, 2007: 121).

5) *Monitor independiente del poder*

Los periodistas ven el rol de vigías (*watchdog*) como central en su quehacer, este papel consiste en transparentar los manejos del poder, hacer del conocimiento y entendimiento de los ciudadanos los efectos del poder.

6) *Proveen un foro para la crítica y comentarios públicos*

Los foros para la crítica pueden posibilitar la construcción de democracia, siempre y cuando éstos den cabida a diferentes tipos de opiniones que reflejen a una sociedad plural. El foro público debe incluir amplias áreas de acuerdo donde se exprese la mayor parte de los ciudadanos y de esta forma se puedan encontrar soluciones a los problemas de la sociedad; un debate que se ubique en los extremos de los argumentos deja a muchos ciudadanos fuera.

7) *Compromiso y relevancia*

El periodismo es una narración cuyo propósito es informar a los ciudadanos para que puedan comprender el mundo. El reto del periodista es encontrar qué información necesita, y hacerla significativa, relevante y atractiva para sus lectores. Kovach y Rosenstiel plantean que se presenta una dicotomía al discutir cómo hacer que la audiencia se involucre con las noticias y que éstas sean relevantes para ellos, y que las dos cosas pueden ser posibles simultáneamente al utilizar estilos narrativos diferentes o aprovechando las posibilidades de la red para conectar a las audiencias con sus historias, para hacerlas más personales para sus lectores o que incentiven la interacción con ellos.

8) Mantienen las noticias comprensivas y proporcionales

Pensando al periodismo como cartografía, este debe de cubrir todas las comunidades y no sólo aquellas que parecen atractivas o atraen a los anunciantes, y deben de mantenerse en proporción para no deformar el mapa.

9) Deben permitirse ejercitar su conciencia personal

Cada periodista debe tener un sentido de ética y responsabilidad, debe plantearse como objetivos señalar las inequidades del sistema, conectar a la gente y crear comunidad.

10) Derechos y responsabilidades de los ciudadanos

Kovach y Rosenstiel (2007) plantean “Los derechos y responsabilidades de los ciudadanos”:

Los ciudadanos tienen derecho a esperar información veraz, que haya sido pensada en ellos y con base a los intereses de los actores del sistema político y económico, dado que la información que reciben debe servir a los intereses de los ciudadanos.

Tienen a derecho a que el periodismo monitoree los centros de poder como el gobierno, instituciones e individuos que ejercen poderes económicos, sociales, morales, coercitivos y persuasivos que pueden igualar o exceder a los del gobierno, y que utilicen el acceso que tienen a eventos e información para que la información se presente contextualizada para que los ciudadanos puedan tomar decisiones informadas.

Las organizaciones periodísticas deberán de crear los canales necesarios para que los ciudadanos puedan interactuar con ellas, y además puedan producir contenidos para ser distribuidos en sus medios.

Pero los ciudadanos también contraen obligaciones, como el acercarse a las noticias sin esperar que éstas refuercen la opinión propia, sino que deben aproximarse con la mente abierta para aceptar nuevos hechos y examinar los puntos de vista que se presentan.

Los elementos del periodismo señalados en este apartado son la base para el desarrollo de esta investigación, y se profundizará en ellos en el capítulo cuatro.

Características y posibilidades en la Web 2.0 para la producción y distribución de contenidos

Web 2.0 y la figura del prosumer

Al comprender el tipo de pensamiento y sociedad a la que pertenecen las tecnologías “es posible observar los *efectos* de las tecnologías en el hombre, en la medida que éste crea *hábitos de acción* y apropiación” (Elizondo, 2009:15). Desde esta perspectiva se identifican tres transiciones tecnológicas en la historia de la humanidad, la primera el paso de la oralidad a la alfabetividad, la segunda de la industrialización mecánica y finalmente la transición contemporánea de las tecnologías digitales, lo que dio paso a lo que Manuel Castells llama la era de la sociedad en red.

En esta era el hombre se vuelve nómada, en referencia a una búsqueda constante de información para relacionarse. De acuerdo con McLuhan, esta condición “permite a todos los usuarios de la tecnología convertirse en artistas, creadores, productores y editores de ideas, textos e imágenes” (Elizondo, 2009:20). Esto corresponde con las características que se han asociado al *prosumer*, que es el acrónimo de productor (*producer*) y consumidor (*consumer*) de información.

Piscitelli (en Islas, 2009) ha señalado que la descripción de la *sociedad en red* que hace Marshall McLuhan corresponde más a las características de Internet actuales que a la época de la televisión a la que él refiere, y que el concepto de aldea global puede aplicarse mejor a la sociedad contemporánea, la cual está conectada y comunicada a través de Internet. Pero a pesar de esta distinción, es importante observar que la evolución de los procesos de información se entienden de manera gradual conforme también al desarrollo de las propias tecnologías de difusión de información.

Castells (1999) identifica a la última transición tecnológica, en la cual se centra la presente investigación, como el *Paradigma de la Tecnología de la Información*. De acuerdo con el autor, puede comprenderse a través de cinco características: 1) las tecnologías de este paradigma actúan sobre la información; 2) los efectos de las nuevas tecnologías

moldean todos los procesos de la existencia individual y colectiva, aunque de acuerdo con la ecología mediática esto es propio de todas las transiciones tecnológicas ; 3) “la lógica de interconexión de todo sistema o conjunto de relaciones que utilizan estas nuevas tecnologías de la información” (Castells, 2009:88); 4) se basa en la flexibilidad, donde los procesos son reversibles y las organizaciones e instituciones tienen la capacidad de modificarse; 5) la convergencia de tecnologías en un sistema altamente integrado.

Clay Shirky (2009) señala que se pueden identificar tres grandes cambios producidos por Internet en contraste con los otros medios de comunicación; el primer cambio es que el Internet comprende un modelo que soporta conversaciones “de muchos a muchos”, lo que Castells llama la autocomunicación de masas (2009), mientras que la televisión, radio, revistas, libros se basan en un modelo de uno a muchos, estos modelos se ilustran en la imagen 1 y 2, y el mapa de Internet muestra los patrones de conexión de nodos en Internet, en la imagen 3.

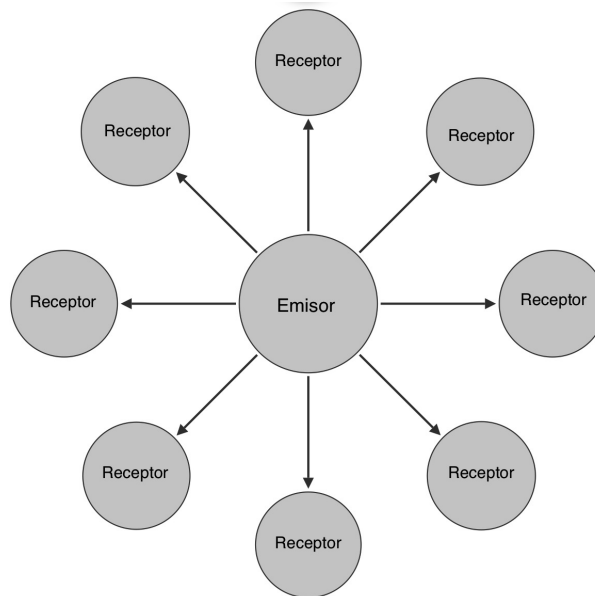


Imagen 1. Modelo de uno a muchos, elaborado por Clay Shirky (2009)

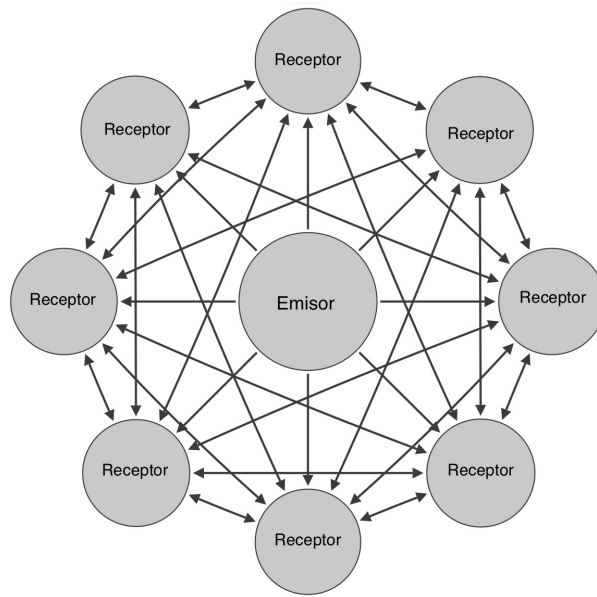


Imagen 2. Modelo de muchos a muchos, elaborado por Clay Shirky (2009)

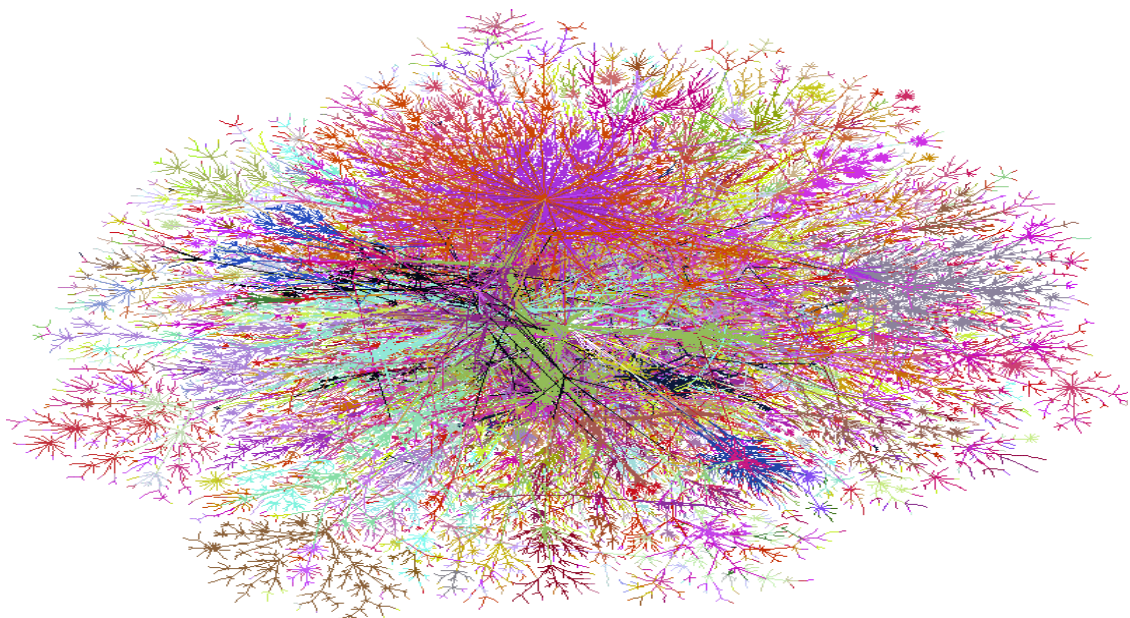


Imagen 3. Mapa de los patrones de los nodos de Internet realizado por Bill Cheswick a partir de 1998, como resultado del "The Internet Mapping Project"¹⁵

¹⁵ Tomado de <http://www.cheswick.com/ches/map/>

El otro cambio es que Internet se ha vuelto un medio de transmisión para todos los demás medios. Esto lo señala Castells al establecer que es en Internet donde se integran las modalidades escrita, oral y audiovisual en un mismo sistema “interactuando desde puntos múltiples, en un tiempo elegido (real o demorado) a lo largo de una red global, con un acceso abierto y asequible” (2009:360).

Y el tercer cambio “es que los miembros de la antigua audiencia, como los llama Dan Gillmore, ahora también pueden ser productores y no consumidores” (Shirky, 2009), porque están conectados unos con otros en la medida en que los medios se vuelven más sociales. Esta característica de “volverse más sociales” se explica a partir de la evolución de la red a su versión 2.0, la cual a través del surgimiento de aplicaciones, tecnologías y servicios que configuran a la Web en su segunda versión permite a los usuarios generar y distribuir contenidos a través de Internet sin la necesidad de tener un conocimiento amplio en programación y diseño, generando espacios alternativos a los medios de comunicación masivos.

Esta nueva versión de la Web se construye a partir de diversos elementos que comprenden cuestiones de diseño, programación, propiedad intelectual, sociedad de la información, entre otros. El nombre de Web 2.0 fue acuñado en el 2004 por Dale Dougherty de O'Reilly Media en conjunto con Craig Cline de MediaLive con motivo de la organización de una conferencia que se realizó en octubre del 2004 bajo el nombre Web 2.0 Conference (O'Reilly, 2005)¹⁶.

Se trata entonces de un movimiento alojado en Internet desde hace algunos años y que a pesar de que fue nombrado hace poco tiempo, ha sido analizado como un fenómeno antropológico y sujeto de múltiples discusiones¹⁷.

En este evento se propusieron ejemplos en lugar de definiciones para explicar lo que ocurría en la red, los cuales se muestran en la siguiente tabla:

¹⁶ La Web 1.0 es aquella en la que sólo había contenidos generados por empresas especializadas que tenían, de alguna manera, el monopolio de la producción.

¹⁷ Al respecto se puede observar un video en YouTube.com puesto en circulación por el departamento de Mediated Cultures de la Universidad del Estado de Kansas; en este video se explica la *Web 2.0* “en tan sólo 5 minutos”, titulado *Web 2.0 The Machine is Us/ing Us*. Disponible en línea en http://www.youtube.com/watch?v=NLIgopyXT_g, revisado en mayo de 2011.

Web 1.0	Web 2.0	Uso
DoubleClick	Google AdSense	Servicios de publicidad
Ofoto	Flickr	Comunidades fotográficas
Akamai	BitTorrent	Distribución de contenidos
Mp3.com	Napster	Descargas de música
Britannica Online	Wikipedia	Enciclopedias en línea
Páginas personales	<i>Blog</i>	Sitios personales
Especulación con dominios	Optimización en motores de búsqueda	Búsqueda
Publicación	Participación	
CMS's	Wikis	Manejo de contenidos
Categorías/Directorios	<i>Tagging</i> (folksonomía)	Compartir contenido
Notas	Sindicación	Acceso a páginas
<i>Streaming*</i>	<i>Podcasting</i>	<u><i>Transmisión de audio por Internet</i></u>

* Esta categoría fue añadida por Ayala et. al. en nuestro trabajo final de investigación de la Licenciatura en Comunicación Social, debido a que en una primera instancia no se tomaba en cuenta el podcasting pues aún no se desarrollaba esa tecnología (estamos hablando del año 2004, un año antes de que se conociera la misma).

Como se puede observar, el uso de Internet se plantea como plataforma de acción. “La Web 2.0 es la transición que se ha dado de aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones que funcionan a través del web enfocadas al usuario final. Se trata de aplicaciones que generen colaboración y de servicios que reemplacen las aplicaciones de escritorio” (Van Der: 2005). Esto supera entonces un proceso elitista de producción de contenidos para ampliar las posibilidades, aunque el conocimiento tecnológico y de comprensión del funcionamiento de la Web siguen siendo indispensables, esto es lo que algunos llaman alfabetización mediática.

La principal diferencia podemos señalar con respecto a la “Web 1.0” es la participación y retroalimentación que se tiene con el usuario/consumidor, la web 2.0 ha proporcionado herramientas y servicios que propician un mayor involucramiento, permitiéndoles trascender de su papel de consumidores logrando involucrarse en la generación de contenidos. Las modalidades de participación y de interconexión que se

posibilitan con la Web 2.0 han dado origen a fenómenos como la creación de redes sociales, la inteligencia colectiva, el modelo mercadotécnico del *long tail (larga cola)*¹⁸, la web colaborativa, entre otros (Palacios y Rodríguez, 2010: 213).

Claudia Grinnell señala, al igual que McLuhan y Shirky, que “la Web 2.0 muestra que los consumidores muy bien podrían ser también productores” (2009:597), es decir *prosumers*¹⁹, aquellos usuarios que participan activamente en el proceso de producción de información. Aparecen nuevos recursos que permiten a gente conocerse, compartir ideas y colaborar mediante las redes sociales²⁰, blogs²¹, wikis²², podcast²³ (Grinnell, 2009).

Prosumer no es una palabra que se haya acuñado recientemente para designar a este nuevo tipo de usuario en la red. En los 80's, Alvin Toffler en su libro titulado *La tercera Ola*, argumentó que el *consumidor* es un fenómeno de la era industrial, y mientras la sociedad se mueve hacia una época postindustrial los consumidores son reemplazados por los *prosumers*, que son aquellos individuos que se producen sus propios bienes y servicios (Klotles, 1986) y que se involucran más en los procesos informativos.

George Ritzer (2009) realiza una revisión histórica de los conceptos *productor*, *consumidor* y *prosumidor*²⁴ y argumenta que el *prosumer* es ubicuo, y ésta ubicuidad se ha incrementado con la Web 2.0, que se define por sitios cuyos contenidos son producidos por el consumidor. El autor señala también dos tipos de participación, la de los productores que crean sus propios espacios, como los blogs, y aquellos en que los productores proporcionan una estructura y el contenido es generado por los consumidores (Ritzer da como ejemplo al Facebook) y aún cuando en este caso hay una distinción entre productor y consumidor, Ritzer afirma que el paradigma del *prosumer* es el dominante.

Algunos ejemplos en los que se ve reflejado el papel del *prosumer* son los artículos generados y editados en la plataforma Wikipedia, donde cualquier usuario que se da de alta

¹⁸ Que surge como respuesta de modelo de negocios, el cual busca su mercado en los pequeños nichos que son ignorados en los modelos masivos, y les ofrece productos “a la medida”.

¹⁹ Acrónimo de producir y consumer

²⁰ Donde se permite la interacción entre usuarios.

²¹ Donde se publican contenidos de elaboración propia.

²² Donde se escriben textos de forma colaborativa (Inteligencia colectiva)

²³ Donde se distribuyen productos audiovisuales de elaboración propia.

²⁴ La palabra *prosumer* ha sido castellanizada como *prosumidor* por algunos autores.

puede editar y corregir errores; o los sitios donde se puede agregar la localización de lugares en los mapas *on line*, agregar fotos tomadas en determinados sitios, incluir reseñas de sitios que se han visitado, etc.

Los usuarios activos son aquellos que crean cuentas perfiles en diferentes comunidades para intercambiar materiales como videos, fotografías o aquellos que diseñan personajes en comunidades virtuales como *Second Life*. Incluso aquellos que constituyen el mercado de eBay, o quienes escriben reseñas de productos en estos sitios o en otros portales como Amazon se integran en esta categoría.

Los sitios web generados por este usuarios que tienen una actitud distinta ante los contenidos y participan en su generación han propiciado el surgimientos de espacios de comunicación, los cuales han sido utilizados con diversas finalidades²⁵, y que reflejan la diversidad de intereses y puntos de vista de sus autores. Aquí podemos encontrar, por ejemplo, páginas en las que se realiza difusión, diseminación y divulgación de un capital cultural específico²⁶ que responden a las inquietudes de los propios productores.

Es a partir de las inquietudes personales de los usuarios activos que se han generado espacios de comunicación sobre temáticas que regularmente no encuentran lugar en los medios masivos de comunicación porque, dada la especificidad de éstas, su abordaje no se

²⁵ En Palacios y Rodríguez (2010) identificamos de forma general distintos usos y aplicaciones que se le dan a los blogs y podcast que de forma sintética corresponden a los siguientes:

- Algunos medios de comunicación utilizan estos espacios para retransmitir sus contenidos y de esta manera llegar un público más amplio.
- El campo de la cinematografía los ha empleado como canales alternativos de distribución de sus producciones.
- En el campo académico han sido utilizados para retransmitir conferencias, seminarios, cátedras y demás tipo de eventos.
- Tutoriales producidos para su distribución en estos espacios.
- Espacios personales en los que sus productores comparten sus experiencias, opiniones, anécdotas o sentimientos.
- Productos para la difusión, diseminación y divulgación de un capital cultural específico.

²⁶ Concepto planteado por Pierre Bourdieu que refiere al conjunto de factores eficientes, de bienes, de propiedades que permiten a sus poseedores ejercer un poder en alguna área específica de las prácticas culturales. Estas pueden ser en el conocimiento, el lenguaje y, en general, *en los modos de apropiación de los objetos culturales legítimos con que cuenta una sociedad y que pueden considerarse como distintas variantes del capital cultural que dan lugar a específicos campos de competencia* cultural como el campo artístico, el campo científico, el campo lingüístico, etc. (Andión, 2005)

llega a considerar rentable por tratarse de contenidos específicos, hechos ‘a la medida’ como plantea el modelo *long tail*.

Web 3.0. La evolución de Internet

Hasta este punto hemos revisado las transformaciones que ha sufrido la web hasta su versión llamada Web 2.0; sin embargo, ya se comienza a discutir sobre lo que caracterizará a la Web 3.0 o web semántica como también es nombrada.

La principal tendencia que se pronostica es la computación ubicua: permaneceremos siempre conectados. No sólo accederemos a la red desde computadoras y equipos portátiles, sino que múltiples dispositivos de uso común estarán en permanente conexión con la red como autos, equipos médicos, ropa, empaques, electrodomésticos y demás, los cuales estarán conectados a grandes bases de datos con las cuales intercambiarán información para proveer servicios a los usuarios (Di Bari, 2007).

Uno de los principales objetivos que Tim Bernes-Lee, padre de la web,²⁷ plantea alcanzar es precisamente “convertir a la Web en una inmensa base de datos, donde podamos realizar consultas complicadas y complejas” (Silva et. al., 2008), lo que nombró Web Semántica. Para que esto sea posible se requiere también que exista en siempre una conexión a Internet disponible y una mayor velocidad de conexión.

Si bien este propósito puede variar dependiendo de la conectividad en cada país, por lo pronto podemos observar cómo cada vez más objetos se conectan a Internet para proporcionar un mejor servicio. El alcance de las tecnologías de la información nos permiten observar cómo va cambiando la red y vislumbrar hacia dónde se dirige.

²⁷ Tim Bernes-Lee , junto con su equipo de trabajo, fue quien propuso los principios de la World Wide Web, como el lenguaje HTML (HyperText Markup Language), el protocolo http (HyperText Transfer Protocol) y el sistema para localizar los objetos en la red URL (Uniform Resource Locator).

La participación en la red

La transición tecnológica de la sociedad red en la que nos encontramos inmersos ha cambiado la forma en cómo nos relacionamos con los medios de comunicación a partir de que de la evolución de Internet ha surgido *el prosumer*. En un entorno en donde Internet se ha vuelto más social, surgen fenómenos a partir de la **posibilidad** de diálogo, cooperación y comunicación entre los usuarios que han dejado de cumplir con un rol pasivo en el proceso de comunicación.

Por lo anterior, es importante conocer cómo se ha ido expandiendo el fenómeno al adentrarse cada vez más a la sociedad y cómo continúa modificando las acciones, los hábitos y las creencias de los usuarios. Aquí apenas hemos tratado de comprender el fenómeno del *prosumer* en su fase inicial, cuando se identifican nuevos roles en el usuario de Internet: el usuario ya no es sólo consumidor, sino también productor de contenidos.

Las personas buscan darle sentido a la información que consumen, y los blogs, foros, redes sociales se han convertido en lugares en donde pueden hacerlo. Los participantes “juegan un papel de editores de ‘medios ligeros’, que suministran sin mayor costo noticias, información, y consejos que normalmente no se encuentran en los medios tradicionales” (Bowman y Willis, 2003:40). En Internet, cada individuo puede ser un experto en algún tema, convertirse en fuente de información poco usual, e incluso emitir comentarios que en medios tradicionales podrían ser muy controversiales. De acuerdo con Bowman y Willis, “les da la oportunidad para posicionarse como autoridades en un tema” (2003:40).

Los usuarios participan en la red para entretener y ser entretenidos, buscan “satisfacer su curiosidad, para debatir, para estar en desacuerdo, para reírse de sí mismos, para comparar visiones, para aprender, para crear nuevo arte, nuevo conocimiento” (Bowman y Willis, 2003:40), buscan crear contenido para informar a otros, expresar sus sentimientos, opiniones y mostrar a los demás lo que cada individuo considera importante.

Shirky plantea que estamos inmersos en un mundo en “donde los medios son globales, sociales, omnipresentes y baratos”, donde ya no se piensa en construir un solo mensaje, sino se busca incluir a un grupo. y ya no es una elección operar o no en ese ambiente mediático, sino cuestionarnos “¿cómo podemos hacer mejor uso de estos medios?” (Shirky, 2009).

Después de habernos preguntado sobre dónde estamos, y qué transformaciones se han producido en el ambiente mediático a partir de los nuevos roles de los usuarios, se tendrán que plantear rutas que guíen la reflexión sobre las posibilidades que se han activado con la evolución de Internet y su potencial.

Las nuevas formas de participación en la web como los foros, grupos de noticias, salas de chat, weblogs grupales y sistemas de edición/publicación se encuentran entre la participación grupal y la individual, e incluso estas participaciones se encuentran en tensión en casos como los *smart mobs*, grupos formados dinámicamente que se juntan brevemente para alcanzar metas a través de dispositivos móviles conectados a Internet (Bowman y Willis:42)²⁸.

Howard Rheingold, es uno de los investigadores del tema con mayor reconocimiento por haber acuñado el término “comunidad virtual” explorar su desarrollo y evolución debido a los avances tecnológicos. A partir de sus reflexiones, ha trabajado, el potencial de las redes sociales, y las diferentes formas de expresión social que nacen y se estructuran a través de las nuevas tecnologías de la información, como lo son la cooperación y la acción colectiva que se ven cada vez con más frecuencia.

Manuel Castells ha explicado las relaciones entre comunicación y poder que se han modificado a partir del desarrollo de la Web, y como gran ejemplo habla de la campaña de Barack Obama en 2008. En ésta, la organización de los ciudadanos a través de la Internet logró articular una red que funcionó como un punto de encuentro para la organización de eventos y para la recaudación de fondos para la campaña del entonces candidato a la presidencia de Estados Unidos.

Desde el periodismo se han analizado las nuevas formas de producción del periodismo para adaptarse a Internet, pero también se han explorado a nuevos productores de noticias que surgen en la red, o que aprovechan estos nuevos espacios al no encontrar lugar en los medios de comunicación tradicionales. Entre los casos míticos se encuentran la

²⁸ Los *smart mobs* también se han llamado inteligencia colectiva. Consisten en la acción espontánea de un grupo determinado de personas que se ponen de acuerdo a través del uso de las redes sociales como Twitter, Facebook o espacio de comentarios de Youtube, entre otros.

cobertura de la Invasión a Irak en el año 2003, caso que impulsa el boom del *blogging*²⁹, hasta la cobertura de la “Primavera árabe” donde *Twitter* es señalado como un actor fundamental en el intercambio de información entre los ciudadanos durante las protestas ante el silencio de los medios tradicionales, y como fuente de información sobre los acontecimientos en tiempo real hacia el resto del mundo³⁰.

Estos son algunos de los acontecimientos que han marcado un antes y un después en las prácticas de los *prosumers*. Si bien se basan en un mismo principio en donde el usuario es a la vez consumidor y productor, de éste se desprenden fenómenos diversos en cuanto a sus objetivos, alcances, prácticas, como la inteligencia colectiva, comunidades virtuales, el modelo *long tail*, el llamado periodismo ciudadano, la web colaborativa, el ciberactivismo, entre otros conceptos que se utilizan para explicar este fenómeno creciente. Sin embargo, es importante señalar que lo que se ha mencionado en este apartado son simplemente ejemplos que reflejan una serie de posibilidades y potencialidades de la web y las herramientas que aloja, y que éstos sigue siendo casos que se distinguen de entre las prácticas del usuario común, aunque día a día se suman experiencias de acciones de este tipo.

Otras formas de nombrar a los prosumers

El término *prosumer* es una de las tantas nomenclaturas que se le han dado a los nuevos usuarios que se han generado debido a las posibilidades de la red. La academia ha revisado esta forma de consumo y producción de contenidos. En este apartado se mencionan algunos términos y una definición muy breve de algunos de ellos.

Manuel Guerrero y Mónica Luengas (2012) plantean que debido a la tecnología, a los espacios desregulados y la preeminencia de la iniciativa privada las personas se

²⁹ Los blogs posibilitaron una mayor difusión de información sobre la guerra, sin pasar por el filtro de los medios, ya sea por cuestiones ideológicas o por las limitaciones de espacios de los medios de comunicación. Estas bitácoras personales que comenzaron a publicar crónicas y fotos sobre la invasión por parte de Estados Unidos a Irak han sido llamados *warblogs*.

³⁰ No obstante la relevancia de la comunicación horizontal en Web, Témoris Grecko (2012) señala que si bien Internet cumplió un papel importante, finalmente lo que hizo que los distintos movimientos se consolidaran fue que la gente saliera a las calles, es decir, la acción en el espacio público.

involucran cada vez más en el proceso de producción de contenidos, y asignan el nombre de *prodientes* a aquellos quienes no sólo reciben información, “sino la recogen, informan, interactúan, discuten, redefinen, rediseñan, crean y difunden información tanto de los medios de comunicación fuera de las principales organizaciones y dentro de los nuevos espacios (por ejemplo, blogs, microblogs y redes sociales)” (Guerrero y Luengas, 2012: 53).

Jean Cloutier plantea el modelo comunicativo *EMIREC* (EMIisor y RECeptor)³¹ que se realiza en el entorno de una sociedad de la información del siglo XXI, en donde se pasa de una comunicación de masas a una comunicación individual. El *EMIREC* participa como emisor y como receptor de manera simultánea y constituye el centro de la comunicación. Este proceso de comunicación “se da en una interacción en donde ni la direccionalidad, ni el sentido, ni la jerarquía de la comunicación se ubican en un solo lugar. Se conforman más bien redes de comunicación” (Rebeil et al :110)

Desde los estudios sobre periodismo se ha reflexionado sobre nuevos tipos de productores de noticias que han utilizado las distintas plataformas disponibles en Internet para difundir sus contenidos, a través de espacios como *blogs* y redes sociales. En otros casos, dentro de los propios medios tradicionales se fomenta la participación de los ciudadanos mediante la creación de secciones en sus sitios Web donde se publica específicamente materiales generados por sus audiencias.

Deuze (2005) apunta que la literatura sobre el periodismo en un entorno de nuevos medios, sugiere que las nuevas tecnologías de los medios desafían a una de las ‘verdades’ fundamentales del periodismo: el periodista profesional es quien determina lo que el público ve, escucha y lee acerca del mundo. La combinación de recopilación de noticias y el dominio de las técnicas narrativas en todos los formatos mediáticos, y la integración de las tecnologías digitales de la red, junto con un replanteamiento de la relación productor-consumidor de noticias es uno de los retos más grandes que enfrentan los estudios y la educación sobre periodismo en el siglo XXI.

Por su parte, Jane Singer afirma que los blogs retoman varios aspectos de las funciones y prácticas periodísticas, por lo que se puede esperar “que diferentes respuestas

³¹ En Francés, el idioma original EME-REC (Emetteur-Recepteur).

a los problemas periodísticos están surgiendo en el entorno en línea” (2005:180). En este caso la autora se refiere más bien a problemas que se presentan al interior de los medios de comunicación como el poder publicar textos fuera de los espacios tradicionales que se basan en una comunicación unilateral. Sin embargo, estos espacios también representan una opción para aquellos ciudadanos que no se encuentran representados en los medios, que no tienen un lugar desde donde hablar.

Sobre el periodismo tradicional, se ha discutido ampliamente el concepto *ser profesional* tratando de establecer parámetros que definan su quehacer. Ante la inserción de los medios de comunicación en Internet, algunos diarios modificaron sus formatos, temporalidades, estructuras al interior de las redacciones y formas de comunicarse con sus lectores (Pavlik, 2011), planteando nuevas prácticas y saberes profesionales que los periodistas deben poseer, al ser ahora quienes también tienen que publicar sus materiales adecuándolos para su distribución en el entorno *on line*.

La academia insiste en utilizar esos mismos parámetros para definir los nuevos estándares de la profesión. Para algunos autores se olvida que con los cambios tecnológicos “cualquiera puede desempeñar las funciones tradicionales del periodismo de reunir y diseminar información online” y el incremento de blogs “desdibuja cualquier línea real o imaginaria entre lo profesional y lo no profesional” (Singer, 2003:147). Para Jane Singer, esto genera el reto de definir quién es considerado periodista bajo estos nuevos paradigmas. Esta misma autora (2003) señala que la discusión no debe basarse únicamente en las habilidades periodísticas específicas, tareas o valores de los periodistas, sino que tiene que ver con lo que “un periodista es y hace cómo un profesional entendido, ético y autónomo” (2003:147), lo que obliga a pensar en una disciplina profesional.

En el marco de esta discusión, sobre quiénes son periodistas, a los contenidos generados por *bloggers*, *prosumers*, “entusiastas del *blogging*” los han denominado como un “nuevo género de periodismo”, “periodismo amateur”, “periodismo popular” (*folk journalism*) de acuerdo con Wilson y Latta (2008:186); “periodismo ciudadano” o “periodismo *crowdsourcing*” (a veces traducido como periodismo comunitario o colaborativo), “periodismo 3.0”, “periodismo de guerrilla”, “*networked journalism*”, “periodismo de la calle” o “periodismo *open source*” añade Jurrat (2011:7). Y a éstas se

suman otras nomenclaturas que se les asignan desde fuera de la academia como *e-journalism*, *j-blogging*, por retomar algunas.

Sin importar desde cuál de estos conceptos se aborde el tema, estas nomenclaturas coinciden en una definición en donde las noticias son producidas por “personas normales que tienen algo que decir y mostrar” (Gillmor, 2006:XX). O, retomando una definición más amplia propuesta por Bowman y Willis, esta actividad se entiende como “el acto de un ciudadano, o de un grupo de ciudadanos, desempeñando un papel activo en el proceso de recolectar, reportar, analizar y difundir noticias e información” (2003:9).

Para realizar esta actividad los productores hacen uso de diferentes soportes y formatos: fotos, videos, podcast, artículos, post publicados en blogs o en Twitter; y la información la retoman de sus propias vivencias. De acuerdo con algunas definiciones estos personajes son testigos de los hechos, y en muchas ocasiones se convierten en activistas que cubren los sucesos de sus propias causas.

Ante este fenómeno, Carlos Maciá Barber se cuestiona si cualquier ciudadano puede convertirse en periodista. Y él mismo afirma que esto es posible “pero no de un día para otro; sí, tras un sustancioso periodo de aprendizaje teórico y práctico; sí, pero no todos ni cada uno de los ciudadanos lo lograrán” (Maciá, 2007: 139).

Por otro lado, se ha utilizado el término *User Generated Content* (UGC) o *User Created Content* (UCC), para nombrar ya no a los productores de contenido sino a los contenidos mismos que son creados y publicados en Internet. De acuerdo con la OCDE (2007) para que un contenido sea llamado de esta forma deben mostrar un esfuerzo creativo y no ser meras copias³² de otros contenidos; y deben ser “creados fuera de rutinas y prácticas profesionales” (p. 8), por lo que se producen con fines comerciales, sino de expresarse, conectarse, obtener reconocimiento o prestigio. Los UGC comprenden diferentes tipos de contenidos y formatos como textos, fotos, imágenes, videos, software, entornos virtuales, etc., y son difundidos a través de diversas plataformas en la red.

³² Aunque no necesariamente tiene que ser contenido original como en el caso de memes, fan fictions, parodias. De acuerdo con Anna Maria Jönsson y Henrik Örnebring (2011) los contenidos que producen son contenidos de cultura popular, contenidos de la vida diaria y de forma menos común contenidos orientados a noticias/información.

Reflexión previa

En este trabajo no se busca encajar al *prosumer* dentro de la definición de periodista ciudadano en cualquiera de sus matices, sino reflexionar sobre las prácticas que desarrollan como productores y mediadores de información y conocimiento a través de los distintos espacios de Internet.

Sin embargo, sí se toma en cuenta esta discusión para seleccionar la metodología mediante la cual se abordará el tema propuesto. Se retoman las discusiones sobre el papel que tienen este tipo de espacios como fuentes de información de la ciudadanía y se rescata la discusión sobre los ideales y prácticas del periodismo como categorías para analizar las prácticas de los *prosumers*.

Sus creaciones son vistas como espacios desde donde los ciudadanos pueden ejercer su derecho de libertad de expresión y de acceso a la información, en miras de una construcción de comunidad, ciudadanía y democracia. Esto porque los contenidos elaborados por los *prosumers* pueden verse “como una forma complementaria de ‘medios participativos’ que, si se hace bien, puede mejorar las condiciones entre los periodistas y las comunidades a las que sirve” (Singer, 2005:173-174).

Si bien lo descrito hasta aquí representa también lo que está ocurriendo en el ecosistema mediático mexicano, es importante analizar cómo ha sido el desarrollo de la generación de contenidos en el país. Esto nos permitirá comprender el entorno desde donde surgen espacios ciudadanos de generación de contenidos, y su relación con la producción tradicional de los medios de comunicación. Así, en el siguiente capítulo se describe el desarrollo de los medios tradicionales de información: prensa escrita, radio y televisión, y su relación con el poder.

Relación medios y poder en México

Si bien en los años recientes en México se han generado nuevos medios, desde el surgimiento del primer diario industrializado en el siglo XIX, la prensa mexicana nace con una dependencia del poder político para su financiamiento, de igual forma la televisión surge de forma subordinada al poder político (Carreño, 2000), los concesionarios de la radio y la televisión eran “meros comparsas del presidente en turno” (López, 2009:299). Esto generó una doble vía, por un lado el presidente no era criticado, y por el otro éste no impulsaba políticas antimonopolios que generaran competencia en el sector. “En lo político —lo prioritario para el régimen— la regla era la colaboración; en lo económico —lo prioritario para la clase mediática—, su relativa autonomía en un régimen de pluralismo limitado y el esquema de intercambio corporativo que le permitió gran capacidad de maniobra para negociar sus intereses” (Guerrero, 2010:290-291)

En la década de los 70 a la de los 90 existía una relación de colusión de intereses entre medios y poder. Fue en los últimos años del siglo pasado que se consolidó un periodo de equilibrio en la relación en donde los medios fortalecieron su papel de vigilantes del poder, aunque posteriormente pasaron “a una relación que dio toda la vuelta, en la que aparentemente el poder público está subordinado a los medios” (Carreño, 2005:36), o la consolidación de la mediocracia que señala Raúl Trejo.

En este capítulo, en primer lugar, revisaremos brevemente la relación entre los medios electrónicos y el poder. Después se pasará al caso de la prensa escrita, el cual interesa principalmente al ser ésta la que, idealmente, concentra su labor en la tarea de informar a la sociedad, sin tener que detenerse con contenidos de entretenimiento como sí ocurre con la televisión.

Radio y televisión

En México, la radio inició transmisiones en los años 20. Surgió bajo un modelo de propiedad privada, mediante la expedición de contratos con la Secretaría de Comunicaciones. Al igual que otras industrias, las empresas mediáticas recibieron el apoyo del Estado mexicano con

el objetivo de industrializar y modernizar al país, “la relación que se estableció supuso un intercambio de beneficios técnicos y económicos para desarrollar negocios rentables, a cambio de apoyo político, sobre todo mediante la promoción de una imagen positiva del régimen en los noticiarios” (Guerrero, 2010:241).

En 1942 se formó la Cámara de la Industria de la Radiodifusión (CIR), presidida por Emilio Azcárraga Vidaurreta, concesionario de la XEW y la XEQ, y en 1945 se conformó la empresa Radio Programas de México S.A. de C.V., que integró varias concesionarias.

En 1947 se formó una comisión, encabezada por Salvador Novo y Guillermo González Camarena con la tarea de analizar los sistemas de televisión predominantes de la época, el estadounidense, de carácter comercial-privado, y el británico, que consistía en un monopolio estatal. Ambos responsables debían entregar un informe al entonces presidente Miguel Alemán, con los cuáles deberían decidir cuál de las formas de operar la televisión era más viable para México. Un año después, al entregar sus informes, Novo se decantó por la propuesta de la BBC, mientras que González Camarena recomendó el modelo estadounidense porque sus especificaciones técnicas permitirían un desarrollo más rápido de la televisión Mexicana.

Siguiendo el segundo modelo, en 1949 se otorgó la primera concesión, del canal 4, a Rómulo O’Farril, dueño de *Novedades*, y en ese mismo año se conformó una comisión para la creación de un reglamento para la televisión, a partir de la petición de empresarios de la radio. Éste se publicó en el Diario Oficial de la Federación en febrero de 1950 (Mejía, 1985). Un año después iniciaron las transmisiones regulares de la televisión mexicana. En mayo de 1951 comenzó el canal 2 concesionado a Emilio Azcárraga Vidaurreta. En agosto de 1954 comenzaron las transmisiones de canal 5, concesionado a Guillermo González Camarena. Años más tarde, en 1973, será su hijo Emilio Azcárraga Milmo, quien se haga cargo de la Presidencia de Telesistema Mexicano. Su papel al frente de la empresa consolidó Televisa, y el poder hegemónico de la empresa, que públicamente asumió su cercanía al poder y la generación de contenidos de baja calidad³³.

³³ Entre estas evidencias están las frases pronunciadas por Azcárraga Milmo en distintos momentos: “Yo y Televisa somos soldados del PRI”, esto durante la campaña de Carlos Salinas de Gortari; y “Yo hago televisión para jodidos, porque México es un país de jodidos”.

En 1955 los concesionarios de la televisión constituyeron la empresa Telesistema Mexicano, S.A. para administrar y operar las emisoras. Sin embargo, ésta “no se convierte en concesionaria, con lo cual salva *legalmente* lo establecido en el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en el sentido de no permitir las prácticas monopólicas” (Mejía, 1985:25)³⁴

En 1960, fue promulgada la Ley para la radio y la televisión en México, alrededor de cuarenta años después del inicio de transmisiones de la radio y a diez del de la televisión aunque es hasta 1973 cuando se expidió su Reglamento. Esta regulación de la radio y televisión fue producto de las negociaciones entre los mismos empresarios y el gobierno.

De esta forma se fue consolidando el modelo de la radio y televisión privada en México. Bajo el “amparo del gobierno que no calibraron la importancia que habría que tener este medio de comunicación (la televisión)³⁵, y cobijada, también, en normas jurídicas insuficientemente claras” (Trejo, 1985: 183), se priorizaron las relaciones de conveniencia sobre el papel de los medios en la moderna sociedad que se prometía.

Trejo Delarbre señala que durante sus primeros 20 años de vida, Televisa producía contenidos con el objetivo de obtener ganancias rápidamente. Los sesenta se consolidaron como “la época de despegue económico y organizativo” (1985:184), y es entonces cuando comienza a producir noticieros, entre ellos *24 horas*, “que pronto gana una indudable influencia política. Los personajes públicos, gobernantes inclusive, prefieren llamar a “Jacobo”³⁶ en lugar de aparecer en los medios de comunicación oficiales” (Trejo, 1985:184).

Hasta 1993, Televisa había funcionado sin una competencia real, hasta que en ese año el gobierno anunció que privatizaría la televisora estatal Imevisión, conformada por los canales 7, 13 y 22. El gobierno sometió a los canales 7 y 13 a un proceso de licitación, dejando al Canal 22 en manos del CONACULTA

su creación fue la respuesta a la solicitud de más de 1,200 integrantes de la comunidad cultural y artística de México para que el gobierno del país impulsara la existencia de una televisora cuyos contenidos procuraran la difusión de las principales manifestaciones del arte y la cultura

³⁴ Las cursivas son de Mejía Barquera.

³⁵ Nota de la autora.

³⁶ Jacobo Zabłudovsky fue el titular del noticiero casi 30 años, hasta que Emilio Azcárraga Jean, heredero de Emilio Azcárraga Milmo y nieto de Azcárraga Vidaurreta, decidió renovar al personal de la televisora.

y que, al mismo tiempo, permitieran el desarrollo de un nuevo lenguaje audiovisual en la producción televisiva mexicana (Canal 22: 2011:s/p).

El proceso de licitación fue ganado por Ricardo Salinas Pliego, superando por 150 millones la oferta de su competidor más cercano, y a partir de julio de 1993 comenzó a operar Televisión Azteca. Así comenzó el duopolio televisivo mexicano³⁷.

Manuel Alejandro Guerrero (2010) plantea que la relación entre medios y el Estado había cambiado en el sexenio de Ernesto Zedillo, pero es con la salida del PRI de la presidencia en el año 2000, con la elección de Vicente Fox como Presidente de la República cuando “la vieja relación de intercambios corporativos entre los medios y el gobierno quedó definitivamente en el pasado” (p. 273). A partir de entonces se dio una “real autonomía de los medios masivos de comunicación” (López, 2009:308), se diluyó la intervención del gobierno en el manejo de contenidos. No obstante, no se buscó que hubiera más pluralidad mediática, sino que el poder se concentró en manos de unas pocas empresas³⁸.

La clase política fue seducida por la televisión a tal punto que facilitó que el duopolio televisivo creciera y se consolidara, no sólo a través de “implacables campañas de desprestigio y arreglos con la clase política” (López, 2009:310) sino también ocupando

³⁷ Uno de los casos señalados como ejemplo del poder fáctico de esta televisora es el llamado “Chiquihuitazo”. El 27 de diciembre de 2002 un comando armado ingresó a las instalaciones de CNI-Canal 40 en el Cerro del Chiquihuite, una vez tomadas las instalaciones ingresó otro grupo de personas que ocuparon la televisora y comenzaron a transmitir la señal de Tv Azteca. El asalto de Tv Azteca se realizó sin orden judicial alguna, justificando sus acciones por el incumplimiento por parte de CNI de un acuerdo firmado entre ambas empresas. Las autoridades guardaron silencio ante tales acciones hasta que al cuestionarle al entonces presidente Vicente Fox sobre las circunstancias de la toma de la televisora contestó con una frase que se volvería histórica “¿Y yo por qué?”, “Vicente Fox mostró un franco e intencionado desdén por la ley en beneficio de TV Azteca y en perjuicio de CNI Canal 40. El contubernio ha sido tan claro como la exacta coincidencia de los discursos, las acciones y las reales o aparentes vacilaciones del gobierno con los planteamientos y los intereses de la televisora del Ajusco” (Levario, 2003: s/p)

Finalmente la señal de CNI-Canal 40 regresó al aire un mes después gracias a una resolución judicial. En 2005 Tv Azteca absorbe al Canal 40, declarado en banca rota y en medio de una huelga de sus trabajadores, quienes reclamaban que en meses no habían recibido sus salarios.

³⁸ Hasta el 2011 en México el 94% de la televisión comercial se concentra en dos compañías, Televisa y TvAzteca, mientras que en la radio el 70% de las estaciones concesionadas están en manos de 10 empresas (Calleja, 2011)

puestos políticos³⁹, los cuales aprovecharon para impulsar reformas legales, emitir decretos, entre otras acciones de conveniencia para ambas partes (empresas y Estado).

Raúl Trejo Delarbre (2005) afirma México vive en una mediocracia la cual ha sido generada por la concentración mediática, principalmente en el caso de la televisión, la debilidad del Estado y debido a una clase política volcada hacia los medios, “por la ausencia de marcos institucionales y contrapesos más eficaces” (Delarbre, 2005:22). Para el autor, esta hegemonía de los medios de comunicación sobrepasa al Estado y a la sociedad misma. Dicha “preponderancia de los medios sobre los organismos y los espacios institucionales del quehacer político, que privilegia los poderes corporativos y mercantiles — pero también específicamente políticos— de las grandes compañías de masas” (Trejo, 2005: 22), ha dañado profundamente el desarrollo de un sistema de medios que sirva a la democratización del país.

En octubre de 2002 se publicó en el Diario Oficial de la Federación un decreto en donde se eliminaba la obligación de los concesionarios de la radio y de la televisión de ceder al gobierno el 12.5% (alrededor de tres horas diarias) del tiempo publicitario como pago fiscal⁴⁰, a sólo 18 minutos diarios para la televisión y 35 para la radio. Esto se hizo con el argumento de que ahora se podrían utilizar estos “tiempos fiscales” en horarios con mayor *rating* y por tanto “el gobierno federal se ahorraría muchos recursos que antes se utilizaban en garantizar la transmisión de sus contenidos en horarios con elevadas audiencias” (Guerrero, 2010: 276).

El 5 de diciembre de 2005 la Cámara de Diputados aprobó una serie de reformas a la Ley Federal de Radio y Televisión y a la Ley Federal de Telecomunicaciones, estas

³⁹ Popularmente se le ha dado el nombre de “telebancada” a los legisladores que representan los intereses de las televisoras, “legisladores incondicionales, ‘a modo’, especialmente a través del Partido Verde Ecologista de México que, obviamente, en el futuro crearían las iniciativas de leyes *ad hoc* para proteger los intereses de la radiotelevisión monopólica y no de los ciudadanos” (Esteinou, 2010:s/p).

⁴⁰ Uno de los beneficios que Gustavo Díaz Ordaz, en 1969, otorgó a los concesionarios de la radio y la televisión es un acuerdo en el que autoriza que el pago de impuestos que debían realizar se reduzca de un 25% a un 12.5%, el cuál será pagado en especie, este pago en tiempo aire es conocido como *Tiempo fiscal*.

reformas fueron conocidas popularmente como “Ley Televisa”⁴¹ -por los beneficios que le generaría. Consistió en la modificación de dos artículos y se adicionaron tres a la Ley de Telecomunicaciones, mientras que a la Ley Federal de Radio y Televisión se adicionaron 15 artículos y se reformaron trece.

Con esta versión se mantiene lo estipulado desde 1960 en materia de contenidos, las reformas efectuadas se centraron en los artículos referentes la otorgación de concesiones, las cuales se asignarán al mejor postor mediante un proceso de licitación, por lo que se deja de lado el carácter de servicio público de la radiodifusión, y prevalecen los intereses de mercado; en el proceso de convergencia digital se otorgaron a los concesionarios de radio y televisión las frecuencias liberadas sin que tuvieran que realizar un nuevo proceso de licitación ni realizaran pago alguno por los servicios agregados de telecomunicaciones.

Ante los reclamos de diversos sectores de la sociedad civil, el Senado organizó mesas de trabajo con académicos, expertos, representantes de medios públicos, privados y de organizaciones no gubernamentales para discutir el paquete de reformas, sin embargo, el 31 de marzo de 2006 se aprobaron las reformas sin “modificar ni una coma” a pesar del amplio debate. De esta forma el poder mediático logró consolidar su supremacía sobre el Estado, de la negociación de sus intereses con el gobierno “los conglomerados multimedia han pasado a la acción política, no sólo boicotean leyes, sino que las crean” (Fernández, 2009:227).

El 4 de mayo de 2006 se presentó ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación una acción de inconstitucionalidad contra de las reformas a la Ley Federal de Telecomunicaciones y a la Ley Federal de Radio y Televisión, la cual fue resuelta el 3 de mayo de 2007. El fallo declaró inconstitucionales seis artículos (parcialmente y completamente) en los que se regulaba el refrendo automático y de forma perpetua de las concesiones de radio y televisión sin el pago de contraprestaciones, el plazo fijo de veinte años para las concesiones, la licitación a través de subasta pública como criterio para

⁴¹ Para un análisis exhaustivo sobre esta reforma se puede consultar a Esteinou Madrid, Javier y Alva de la Selva, Alma Rosa (Coords.), 2009, *La “Ley Televisa” y la lucha por el poder en México*, Universidad Autónoma Metropolitana, México.

otorgar concesiones, y prestación de servicios de telecomunicaciones adicionales sin someterse a procesos de licitación, o al pago de contraprestaciones.

Esta decisión de la Suprema Corte fue celebrada por los sectores que desde el inicio se habían opuesto a la *Ley Televisa*, pero también fue significativo el que “por fin, un poder constitucional se atrevió a poder un alto, al contradecir a los concesionarios, a limitar la acción política de Televisa” (Fernández, 2009:223), provocando el descontento no sólo de Televisa, sino también de TV Azteca. Y éste aumentaría cuando los Senadores del PRI, PAN, PRD y PT de la LX Legislatura presentaron una propuesta de reforma en materia electoral en agosto 2007.

En ella se destaca primordialmente que el Instituto Federal Electoral (IFE) sea quien administre el tiempo mediático de los partidos, por lo que se prohíbe a los partidos políticos, y a terceros con intenciones de influir en las preferencias electorales ya sea a favor o en contra de un político o partido, contratar tiempo en radiodifusión. Los tiempos que administraría el IFE serán los tiempos oficiales que los medios están obligados a proporcionar de manera gratuita además de que será el propio IFE el que determinará los horarios de transmisión, los cuáles se establecen entre las 06 y las 24 hrs., con lo cual aseguran que los tiempos se utilicen en los horarios con mayor *rating* y por ende los más caros.

El 11 de septiembre de 2007 se realizó una audiencia pública en el Senado de la República entre las Comisiones Unidas de Estudios Legislativos, de Gobernación y Puntos Constitucionales y la de Radiodifusión del Senado y los representantes de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión, operadores de los medios y comunicadores, en donde “intentaron descalificar primero a los promotores de la acción de inconstitucionalidad y, más tarde, cualquier aspecto de la posterior reforma que pusiera en riesgo, no tanto esa libertad, sino la permanencia de sus negocios y espacios de influencia. Y lo hicieron sin poder ocultar sus verdaderas intenciones, por lo que cambiaron constantemente los argumentos de su propia defensa libertaria” (Guerrero, 2010: 290). Finalmente la reforma fue aprobada en septiembre del 2007 y publicada en el Diario Oficial de la Federación el 13 de noviembre del mismo año.

Si bien esta descripción no agota de ninguna manera el desarrollo de la relación entre medios electrónicos y poder político en México, hasta aquí se ha buscado presentar

muestras representativas de esta realidad. Por su parte, los medios impresos, igualmente en esa estrecha relación, han tenido una evolución distinta.

Prensa escrita

La prensa mexicana moderna mexicana tiene sus inicios en la época posrevolucionaria, y desde sus inicios se encontró bajo el control gubernamental ya sea de forma voluntaria o involuntaria. Miguel Ángel Granados Chapa habla de que no existía un censura abierta hacia la prensa si no que “más que un control gubernamental sobre la prensa, la verdad es que se trata de un autocontrol, una especie de ‘censura ambiental’” (Granados, 1981:9), dado que los medios han sabido hasta donde pueden y quieren llegar, y de esta forma los mecanismos de control se vuelven innecesarios.

Los dueños y editores mantenían una estrecha relación con los grupos políticos, en donde se otorgaban favores de manera mutua. Muchos medios surgen en momentos de coyuntura política al servicio de un grupo político, y de la misma forma desaparecen con ellos. En los años 80, el diagnóstico de Fátima Fernández era contundente: “podemos decir que en México existe una prensa de facciones; si no está respaldada por un consorcio económico o por un grupo político, cualquier publicación termina por sucumbir ante el asecho de ambos” (Fernández, 1982:73)

Jacinto Rodríguez Munguía plantea que la mayoría de los medios, de sus dueños y de los periodistas optaron “por el silencio, por lo conveniente antes que lo ético” (2010:22) ante el poder y sus acciones, ante sus mecanismos de control, ante la pérdida de su influencia. También señala que “en muchos casos no fue necesaria la cooptación, la presión (...), en muchos casos los dueños de los medios y los periodistas mismos simplemente asumieron las decisiones del poder como suyas” (Rodríguez, 2010:23) y que muchas veces el proyecto de Estado coincidía con el de los dueños de los medios y de los propios periodistas.

La publicidad gubernamental ha sido, históricamente, una importante fuente de ingresos para los diarios. Con este medio de control, el económico, los gobiernos quienes contrataban publicidad incluso en diarios con escasos lectores y de poca presencia. Diversos estudiosos del tema han intentado calcular el gasto que el gobierno realizaba en este rubro, pero han estimado que el ingreso de los diarios era tres veces más que el de publicidad comercial (Guerrero, 2010), (Bohmann, 1994). A pesar de este gasto, los diarios

también vendían espacios en los cuales se publicaba información pagada por políticos y funcionarios como si fuera una nota del mismo diario. (Trejo, 1998).

Durante el sexenio de Lázaro Cárdenas se fundó el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad quien se encargaba de centralizar la información del Estado. Posteriormente con Ávila Camacho se crea la Dirección General de Información y Miguel Alemán creó los Departamentos de Prensa de cada Secretaría, los cuales posteriormente serían las Oficinas de Comunicación Social a partir de López Portillo. De esta forma la única información de Estado que salía de forma oficial a la prensa estaba controlada, y periodistas y medios se acostumbraron a que así fuera.

La Productora e Importadora de Papel, S.A. (PIPSA) fue creada en 1935 mediante un decreto presidencial, en donde el Estado monopolizaba la producción e importación del papel para imprenta. PIPSA se creó a partir de que diversos diarios solicitaran apoyo al entonces presidente Lázaro Cárdenas ante el incremento de precios del papel, y ejemplifica claramente la relación que existía entre la prensa y el Estado, dado que a pesar de que el monopolio del papel constituía un mecanismo de control final sobre los diarios. En 1965 los propios diarios solicitaron una extensión de 30 años más de existencia de PIPSA, debido al ahorro en los costos del papel. El gobierno manejaba las líneas de crédito para la compra de papel de los diarios, las cuales muchas veces no se cobraban. Este sistema de financiamiento permitió que incluso publicaciones que no contaban con lectores subsistieran, y así, cuando una publicación comenzaba a ser incómoda, el Estado enviaba las facturas de consumo de papel e incluso llegó a retirar la distribución. Es hasta 1990 cuando se libera la producción de papel (Guerrero, 2010), (Arredondo y Sánchez, 1987).

Otro mecanismo de control sobre la prensa escrita es la distribución. En 1944 surge la Unión de Voceadores y Expendedores de Periódicos en México, la distribuía la mayoría de diarios y revistas en el país, la cual incluso tiene la propiedad de los quioscos de periódicos. Esta organización era un “mecanismo para impedir la distribución de alguna publicación que resultara incómoda a ojos de algún alto funcionario” (Guerrero, 2010:240). Cuando esto sucedía la Unión utilizaba distintas estrategias (Rodríguez, 2010:242-243), entre ellas:

1. Los despachadores no entregaban el pedido completo a los expendedores, y éstos no las exhibían argumentando que “no eran amigas del trabajador”.

2. Disminuían gradualmente la distribución de la publicación y argumentaban ante la editorial o la dirección del medio que dicho periódico o revista no eran del gusto del público y que no distribuirían la publicación a menos de que llegaran a un nuevo acuerdo que coincidiera con los intereses de la Unión.

En 1994 el periódico *Reforma* estableció un modelo de distribución que no incluía a la Unión a partir de un conflicto entre el diario y Unión cuando el 31 de octubre fue difícil localizar el diario en los puestos de periódico y el 1 de noviembre ya no estuvo a la venta en la calle. El 2 de noviembre el diario publicó en primera plana que el “monopolio” de voceadores había boicoteado su distribución, el día 3 de noviembre los dueños del *Reforma*, directivos, columnistas y periodistas salieron a las calle a vender el diario. En respuesta a esto la Unión colocó avisos en los puestos de periódico anunciando que el periódico *Reforma* ya no había entregado sus ejemplares para su distribución desde el 1 de noviembre. Hasta la fecha el periódico *Reforma* se distribuye de manera independiente (Aguilar y Terrazas, 1996).

Aunado a la publicidad, el control del papel y la distribución, la labor informativa también se vio influenciada las prebendas a reporteros y periodistas por parte de dependencias gubernamentales. A esta práctica se le conoce como “embute”, “chayote” o “sobre”. Para Carlos Monsiváis

el embute no siempre ha estado con nosotros. El que conocemos deriva del principio del desarrollismo y lo determina no la venalidad periodística ni la docilidad de los órganos informativos, sino la opulencia administrativa, la institucionalización de los procedimientos de compra y asimilación y, sobre todo, el reconocimiento de existencia del “cuarto poder”. Te compro porque publicas, no porque tengas influencias” (Monsiváis, 1976: s/p).

El “chayote” quedó institucionalizado durante el gobierno de Miguel Alemán (Guerrero, 2010:241) en donde la labor de las oficinas de prensa consistía precisamente entregar dichas dotes a los periodistas; estas se otorgaban a manera salarios o de complementos a éstos, y las cantidades variaban dependiendo del medio al que perteneciera. Tan

institucionalizada estaba esta práctica que Luis Echeverría declaró en 1976 su famosa frase “no pago para que me peguen” antes del *golpe del Excélsior*⁴².

Manuel Guerrero (2010) indica que la transmisión de contenidos más abiertos y críticos no se dio de manera contundente debido a que la oposición era débil y mal organizada, y por la inexistencia de vías institucionales en donde pudieran manifestarse; sin embargo, una serie de factores éticos, como el que algunos periodistas tanto en el DF como en diferentes estados cuestionaran los controles informativos que se daban –y se siguen dando- en los tres niveles de gobierno; factores comerciales, como el control del papel y la distribución de las publicaciones periódicas; y la exigencia ciudadana de contar con contenidos más críticos y plurales, ayudaron a que la transformación se generara con mayor solidez en la prensa escrita. Marco Levario Turcott señala que es a partir de 1988⁴³ cuando comienza a cambiar la relación entre la prensa y la sociedad de manera más contundente. Cuando los medios dejaron de “ceñirse a la versión oficial y recogían las noticias relacionadas con los demás actores de la política en el país” (2010:s/p) creando un espacio “de reflexión, información, denuncia, crónica y creación de espíritu ciudadano” (Trejo, 2010:s/p).

Y si bien actualmente la prensa mexicana ha superado la censura y prebendas del Estado, a la fecha “no está a salvo de las coacciones que resultan de los intereses empresariales y políticos de sus propietarios y operadores. Hoy en día, la principal fuente de censura en la prensa mexicana es la que ejercen sus dueños y directivos. En cada periódico hay temas que está prohibido abordar” (Trejo, 2010: s/p).

Aunque la empresa escrita ha logrado más espacios de independencia, sigue siendo un espacio limitado por las condiciones laborales, económicas y sociales que permiten –o no- que se siga haciendo periodismo. Estas limitantes han sido reconocidas por la ciudadanía, que en distintos momentos ha manifestado su descontento con la calidad de las coberturas. Ejemplo de esto es el “¡No somos 1, no somos 100, prensa vendida cuéntanos

⁴² Así se conoce popularmente a los hechos que llevaron a la expulsión de Julio Scherer de la dirección de Excélsior junto con su consejo directivo y colaboradores allegados el 8 de julio de 1976. Este *golpe* se da en respuesta a la postura crítica de Scherer ante el régimen de Echeverría, al incitar a un grupo de trabajadores del diario para tomar el control de la cooperativa.

⁴³

bien!” que se gritaba en las movilizaciones sociales de los 60, los 70 y los 80, y que se repitió en las previas a las elecciones federales de julio 2012.

Este capítulo se ha centrado en describir la consolidación de una relación compleja, a veces sumisa, a veces manipuladora, entre las empresas informativas y el poder político. Ha sido en Radio y Televisión donde se han establecido más mecanismos de control en doble vía, pero la prensa escrita tradicional (en su versión impresa y ahora digital) también entra en la estructura. Y esta realidad, la percepción es que el mayor perdedor es el ciudadano, que ve vulnerado su derecho a la información.

El periodismo, se establece, debe cumplir primero a la sociedad, pero los mecanismos de control sobre los medios lo afectan profundamente, y es en este marco en el que se desarrollan los medios generados por ciudadanos que dejan de creer en las grandes empresas informativas, y aprovechan la tecnología a su alcance. En el siguiente capítulo se discutirá precisamente el papel de estos espacios informativos digitales.

Los espacios de comunicación en la web: ¿cumplen con las funciones del periodismo?

En el análisis del periodismo, Kovach y Rosenstiel (2001), plantean que “necesitamos a las noticias para vivir nuestras vidas, protegernos nosotros mismos, establecer lazos con los otros, identificar amigos y enemigos” (2001:10) y establecen una serie de principios que el periodismo debe de seguir para cumplir con su propósito final que es “proveer a la gente de la información que necesita para ser libre y autogobernarse” (2001:12).

Por su parte, Jane Singer afirma que los *blogs* retoman varios aspectos de las funciones y prácticas periodísticas, por lo que se puede esperar “que diferentes respuestas a los problemas periodísticos están surgiendo en el entorno en línea” (2005:180). En este caso la autora se refiere más bien a problemas que se presentan al interior de los medios de comunicación, como el poder publicar textos fuera de los espacios tradicionales que se basan en una comunicación unilateral. Sin embargo, estos espacios también representan una opción para aquellos ciudadanos que no se encuentran representados en los medios, que no tienen un lugar desde donde hablar.

Es por ello que propongo como categorías de análisis los indicadores del papel del periodismo que Kovach y Rosenstiel abordan en *Los elementos de periodismo* (2007). En la primera edición de este libro publicada en 2001, los autores presentan los resultados de una gran investigación que involucró la participación de mil doscientos de periodistas, más de 300 personas que participaron en los foros, cientos que respondieron las encuestas y otro ciento que fue entrevistado.

A estos participantes se les preguntó ¿para qué sirve el periodismo?, y a partir de las respuestas que obtuvieron hacen el planteamiento de nueve elementos del periodismo. En la edición de 2007 actualizan esta investigación para incorporar los cambios observados a partir de la inclusión de los blogs en el ecosistema mediático en donde se observa “una nueva atmósfera competitiva, pero también se debe entender y ajustar la novedosa amplificación de la voz de los ciudadanos” (2007: XIII).

Los elementos del periodismo que plantean Kovach y Rosenstiel plantean los roles ideales que esta profesión debe cumplir para alcanzar un bien mayor que es el ejercicio pleno, por parte de los ciudadanos, de los derechos de libertad de expresión y de acceso a la información, en miras de la construcción de una sociedad democrática. Bajo esta línea, no se debe olvidar que este derecho a la información es el fin último que los *prosumers* buscan alcanzar mediante la creación de espacios propios.

A continuación se presentan las categorías y la forma en que pueden guiar la reflexión para analizar los espacios en Internet que producen y distribuyen contenidos.

Verdad/ Veracidad

Los periodistas deben decir la verdad, “obtener los datos correctos” (Kovach y Rosenstiel, 2001, 37). La veracidad debe servir para que el ciudadano pueda empoderarse, dado que las noticias son las herramientas para aprender y pensar el mundo, y sus principales cualidades deben ser la utilidad y la confiabilidad.

Sin embargo, “la verdad es difícil de lograr, es escurridiza y la propia realidad puede ser contemplada desde diferentes perspectivas” (Sánchez, 2010), por lo que es difícil que exista de manera absoluta y objetiva, “es un principio deseable, pero no siempre posible” afirma Ernesto Villanueva (2008, *apud* Martínez, 2010, 150), pero lo que debe perseguir el periodismo es una forma práctica y funcional de la verdad, apuntan Kovach y Rosenstiel (2007). En la medida en que el periodismo se acerque a un principio de veracidad podrá aspirar a ganar la confianza y la credibilidad por parte de los ciudadanos.

Los espacios en la *web*, al poder consolidarse como espacios de intercambio de información y conocimiento, también deben cumplir con este principio para servir al derecho a la información. En este sentido, la integración de información de los *prosumers*, así como las conversaciones entre ellos y los usuarios, permiten –en ciertos casos– identificar y hacer públicas las situaciones en donde la información divulgada en los medios masivos y en los medios generados en la *web* no se apegan al principio de veracidad.

Lealtad a los ciudadanos/ responsabilidad social

El ideal de independencia periodística busca que desde el periodismo se publique la información que sirve a los ciudadanos sin tomar en cuenta los intereses financieros de los

propios medios o de terceros, o por cierta búsqueda de control. De hecho, en la investigación desarrollada por Kovach y Rosenstiel se observa que la mayoría de los periodistas señalan como un principio central de su labor informativa “hacer de los lectores/escuchas/audiencia tu primera obligación” (2001, 52). No obstante, en la realidad ésta sigue siendo una situación compleja.

En México, los medios de comunicación, como se ha señalado ya en el capítulo anterior, se conforman principalmente por empresas privadas las cuales tienen también otras actividades económicas. Sin embargo, la información no debería ser sólo una mercancía y sus audiencias sólo los consumidores de sus productos, “su esencia va más allá de la transmisión de datos, reside en la expresión de ideas que de manera más o menos libre se comparten a través del espacio público” (Castillo, 2012) y a pesar de las presiones que reciben por parte de los dueños de los medios, de los anunciantes o de las relaciones públicas que se tejen en su institución, los periodistas deberían mantener su compromiso con los lectores.

La aparición de espacios en la *web* se puede asociar con la inquietud de los productores por crear un espacio libre para la expresión de su información, conocimiento, opiniones, investigaciones, etcétera; además, empresas, instituciones educativas y asociaciones civiles atraen a expertos en un determinado tema para producir contenidos y, desde luego, encontrar diferentes salidas a éstos. Como audiencia y consumidores de información en la *web*, es necesario preguntarse, al visitar cada uno de los espacios, si los *prosumers* tienen un compromiso con la sociedad o únicamente buscan obtener beneficios económicos por medio de sus sitios.

Disciplina de verificación

La disciplina de la verificación está fundada en algunos conceptos nucleares, como evitar publicar cosas que no pasaron; no engañar usando técnicas narrativas que modifiquen los sucesos como fueron percibidos por los testigos; ser transparentes para permitir a la audiencia juzgar la validez de la información, los procesos, los motivos y las predisposiciones del periodista al proveer las noticias; ejercitar la humildad ante las habilidades propias; el periodista debe ser siempre escéptico ante lo que presencia. Esto “es lo que separa al periodismo del entretenimiento, propaganda, ficción, o arte” (Kovach y

Rosenstiel, 2001, 71).

Tanto en el periodismo como en los espacios como *blogs* y *podcasts* podemos encontrar que la disciplina de verificación va a depender del *habitus* o los esquemas de acción⁴⁴ que hayan incorporado los productores. Existe mayor probabilidad de que aquellos *prosumers* que se inscriben en campos periodísticos reflejen la disciplina de verificación en los espacios que producen para su distribución en la *web*; sin embargo, será importante en el futuro determinar si los productores de información han adoptado esta práctica, en qué medida se realiza a manera de disciplina para generar información de calidad y cómo las audiencias de estos contenidos exigen también esa verificación.

Independencia

Lo que se busca no es precisamente neutralidad, sino independencia, señala la periodista Maggie Gallagher y agrega que “es posible ser un periodista honesto y ser leal a una causa. No es realmente posible ser un periodista honesto y ser leal a una persona, partido político o facción” (citada en Kovach y Rosenstiel, 2001, p. 96). La diferencia entre el periodista y el propagandista consiste en que el primero no busca convencer a la audiencia, sino informarla.

En la práctica, los periodistas se enfrentan cotidianamente a presiones de tipo internas y externas de acuerdo con Javier Darío Restrepo. Como ejemplo de presiones

⁴⁴ Eduardo Andión explica el concepto de *habitus* como un conjunto de disposiciones, las cuales son creadas a partir de estructuras establecidas, socialmente e institucionalmente, que estructuran las disposiciones personales. Según Pierre Bourdieu es un “sistema de disposiciones durables, transferibles, estructuradas, predispuestos a funcionar como estructuras estructurantes; esto es, como el principio de generación y de estructuración de prácticas, así como de representaciones que pueden ser objetivamente reglamentadas y regulares, sin ser en absoluto el producto de la obediencia de reglas; y que es adaptada objetivamente a su meta sin presuponer la visión con consiente de los fines y de destreza explícita de las operaciones necesarias para lograrlas” (Andión, 1999, pp. 45-46). El *habitus* es una manera de entender el mundo y de armar dispositivos de acción sobre el mundo que está siendo entendido. Es un conocimiento que permite anticipar el curso del mundo porque no necesita pensarlo, forma un cuerpo con él. Es pues un conocimiento por inmediatez, sin necesidad de pensamiento reflexivo ni voluntad que empuja al individuo a hacer o acciones que se tienen que hacer sin deliberación ni cálculo, en una relación implícita entre el cuerpo social y el cuerpo socializado. Es un saber-hacer (Lizarazo, 2004). Al referir las disposiciones de la actividad del *blogging* y del *podcasting*, entendemos la incorporación de estructuras para poder percibir, actuar y valorar las prácticas de los agentes.

externas se señala la persecución o intimidación a través de las leyes; las presiones económicas generadas por la restricción de la publicidad oficial, o de los sobornos; o, uno de los más frecuentes en los últimos años, poner en riesgo la integridad física. Restrepo indica como presiones internas a las actitudes del periodista al servicio de políticos o empresarios evitando que se les critique, y con ello recibir su gratitud (Martínez, 2010).

Los *prosumers* son individuos que por decisión propia se dedican a producir contenidos con la intención de divulgar la información que han recolectado de sus fuentes y expresar sus puntos de vista⁴⁵. Sin embargo, aquí hay que ser cuidadosos para determinar cuál es el objetivo que buscan con sus publicaciones, si es solamente informar, aun cuando hagan explícitas sus opiniones sobre una causa o persona, o si sus productos tienen un fin propagandístico sin señalarlo de manera transparente.

Monitor independiente del poder/vigías

Los periodistas ven el rol de vigías (*watchdog*) como parte central en su quehacer, afirman Bill Kovach y Tom Rosenstiel (2007), este papel consiste en transparentar los manejos del poder, dar a conocer y entender los efectos de esos poderes a la sociedad; no obstante, los medios de comunicación en nuestro país han conformado una mediocracia que ha sobrepasado a los poderes del Estado (Trejo, 2004).

Los espacios en la red han apoyado el trabajo de los *mass media* como vigías del poder pero no han pasado por alto su empoderamiento y también se han vuelto sus vigías. “Los medios son vigilados, ya no son ellos los guardianes de la información, y el público, los únicos *watchdogs*, pero como ha dicho Bill Kovach, presidente del *Committee of Concerned Journalist* (CCJ), los *blogs* obligan a ‘desarrollar una nueva relación con nuestra audiencia y una conducta más transparente (El País, febrero 2005)” (Varela, 2007, p. 85), a pesar de

⁴⁵ Aunque concuerdo, debemos poner atención al lugar desde el que se están emitiendo sus argumentos, regresando a la reflexión sobre las categorías de productores señaladas anteriormente, principalmente aquellos que colaboran en los espacios de comunicación de empresas, instituciones, las ONG, aunque no se debe perder de vista a los productores independientes, quienes tienen como objetivo de sus espacios la autopromoción (Ayala, Correa, Palacios y Alviso, 2007).

que esta declaración la emite Bill Kovach en 2005, la función de vigías por parte de los *prosumers* y de la sociedad en general se ha acentuado con el uso de las redes sociales, principalmente en Twitter.

Foro para la crítica y comentarios públicos/ Interacción con los ciudadanos

Los foros para la crítica pueden posibilitar la construcción de democracia, afirman Kovach y Rosenstiel (2007) siempre y cuando éstos den cabida a diferentes tipos de opiniones que reflejen a una sociedad plural. El foro público debe incluir amplias áreas de acuerdo donde se expresen la mayor parte de los ciudadanos y de esta forma puedan encontrar soluciones a los problemas de la sociedad.

Con la inserción de los medios de comunicación en Internet los espacios para el diálogo se han multiplicado, vuelto más inmediatos y en algunos casos más visibles (como en las redes sociales) y más participativos al crear secciones que se construyen con las noticias, denuncias y demás contenidos que sus audiencias envían a la redacción. A través de un proceso de autorevisión y aprendizaje de los propios medios, estos sitios de conversación viven un proceso de transformación de la comunicación vertical a esquemas horizontales.

Los espacios de comunicación creados por los *prosumers* parten de un principio de horizontalidad por parte de todos los actores involucrados en el proceso comunicativo; el intercambio de comentarios a través de diversas vías es crucial, ya que a partir de la comunicación entre los usuarios amplían la información, plantean nuevas temáticas y corrigen datos erróneos.

Por otra parte, esta interacción con los usuarios también cumple un papel fundamental para la distribución de estos contenidos, una de las principales estrategias que emplean los *prosumers* es la transmisión viral, es decir las recomendaciones que los usuarios hacen “de boca en boca”, ya sea mediante el uso de cadenas de correo electrónico, al compartir y recomendar contenidos a través de las diversas redes sociales o de sus propios espacios (Ayala, Correa, Palacios y Alviso, 2007; y Cerezo, 2007).

Compromiso y relevancia

El periodismo es una narración cuyo propósito es informar a los ciudadanos para que puedan comprender el mundo. El reto del periodista es encontrar qué información necesita y hacerla significativa, relevante y atractiva para sus lectores. Kovach y Rosenstiel plantean que se presenta una dicotomía al discutir cómo hacer que la audiencia se involucre con las noticias y que éstas sean relevantes para ellos, y que ambas son posibles simultáneamente al utilizar estilos narrativos diferentes o aprovechando las posibilidades de la red para conectar a las audiencias con sus historias, para hacerlas más personales para sus lectores o que incentiven la interacción con ellos.

En ocasiones se ha ido más allá de estas sugerencias, logrando la participación de la ciudadanía en la construcción de contenidos a partir de temáticas que han sido planteadas desde los medios y que los *prosumers* deciden profundizar, debatir o rebatir en sus espacios; sin embargo, también surgen historias desde dichos espacios provocando una gran discusión y participación en Internet, de modo que se hacen visibles hacia el exterior y es cuando los medios de comunicación las incluyen en sus agendas.⁴⁶

Mantienen las noticias comprensivas y proporcionales/ pluralidad

Pensando al periodismo como una cartografía⁴⁷, éste debe cubrir a todas las comunidades y no sólo a aquellas que parecen atractivas o interesan a los anunciantes, por tanto, tienen que mantenerse en proporción para no deformar el mapa. La pluralidad de actores, culturas, puntos de vista, opiniones, van a permitir reconocer desde diversos lugares a la sociedad

⁴⁶ Un caso reciente que lo ejemplifica es el de los indígenas de la Sierra Tarahumara, donde la difusión de un video que denunciaba el suicidio de 50 rarámuris captó la atención de usuarios de las redes sociales quienes comenzaron a hablar sobre el tema, producir información sobre la situación de estos indígenas y a organizar colectas para apoyarlos; esto llamó la atención de los medios de comunicación e incluyeron en su agenda el tema, ampliando la discusión, incluyendo a nuevos actores (principalmente a políticos emitiendo declaraciones) (Artículo 19, 2012).

⁴⁷ Para Kovach y Rosenstiel, el periodismo es una especie de cartografía moderna, la cual crea un mapa para que los ciudadanos naveguen en sociedad. Los cartógrafos, en este caso, los periodistas, tienen la responsabilidad de mencionar distancias, crear proporciones adecuadas y ser responsables con sus lectores, es decir, no pueden inventar ciudades o peligros en dónde no los hay, o sobredimensionar situaciones.

multicultural y globalizada en la que estamos inmersos.

Dado que los contenidos publicados en los espacios creados por los *prosumer* se construyen primordialmente a partir sus intereses particulares, se pueden encontrar en la *web* sitios especializados en temas que son dejados fuera de la agenda de los medios de comunicación debido a la especificidad de su público, porque no coinciden con los intereses particulares de las empresas mediáticas, porque se trata de noticias sobre lugares que se encuentran fuera del imaginario de los medios. La característica primordial de Internet es conectarnos globalmente. Esto posibilita que los contenidos que se distribuyen a través de esta vía puedan ser consultados desde cualquier lugar del mundo, podemos consumir información que nos ayude a construir este mapa de forma más completa. De este modo no dependemos únicamente de la mirada que nos ofrezcan los medios de comunicación masivos.

Deben permitirse ejercitar su conciencia personal

Cada periodista debe tener un sentido de ética y responsabilidad, debe plantearse como objetivos señalar las inequidades del sistema, conectar a la gente, y crear comunidad. En algunos la dimensión moral es fuerte porque cuando se interesaron en la labor periodística se sintieron atraídos por los ideales de la profesión (Kovach y Rosenstiel, 2001, p. 184).

En el caso de los espacios de comunicación en Internet, los *prosumers* crean lugares para dar voz a aquellos que no tienen cabida en los medios, ya sea para hablar sobre nuevos temas, puntos de vista diferentes, difundir información, ser vigías del poder; pero al igual que en el caso de los periodistas, no implica necesariamente que los *prosumers* tengan un compromiso moral con la sociedad.

Derechos y responsabilidades de los ciudadanos

Kovach y Rosenstiel plantean en *Los elementos del periodismo* (2007) una serie de derechos y responsabilidades de los ciudadanos que les permitiría ejercer su derecho de acceso a la información y libertad de expresión, estos derechos y obligaciones están relacionados con las funciones que los autores atribuyen a los periodistas.

Los ciudadanos tiene derecho a esperar información, pero de esta forma se adquiere la obligación acercarse a las noticias sin esperar que éstas refuercen su opinión. De

debería confiar en que las noticias han sido realizadas pensando en los ciudadanos, “historias que deberían responder a nuestras necesidades” (Kovach y Rosenstiel, 2007, p. 249), y no sólo a los intereses de los actores del sistema político o económico. Una forma de ejercer este derecho es denunciando cuando esto no se cumpla, pero también se deberían aprovechar los espacios alternos para obtener y/o difundir información que los *mass media* no han incluido en sus agendas.

Las opiniones de los diversos actores de la sociedad sirvan a los intereses ciudadanos y no a una facción. Se podría esperar que los periodistas monitoreen los centros de poder como el gobierno, instituciones e individuos que ejercen poderes económicos, sociales, morales, coercitivos y persuasivos que pueden igualar o exceder a los del gobierno; el cumplir el papel de vigía demostraría el interés público de las organizaciones de noticias. Con la aparición de espacios de comunicación en la red creados por los ciudadanos, surge también la responsabilidad de éstos de participar en esta tarea de vigilar a los poderes, incluyendo a los mediáticos.

Las organizaciones periodísticas y mediáticas deben crear diversos canales a través de los cuales los ciudadanos puedan ejercer su derecho a interactuar con ellos. Tendrían que contar con la posibilidad poder producir contenidos para ser distribuidos en sus medios. Este derecho se ha podido construir con el empoderamiento de los ciudadanos, principalmente gracias a Internet y a las nuevas tecnologías, el cual se ha ampliado ahora que la posibilidad de participar en los *mass media* ha sido sobrepasada, porque ahora también se pueden producir espacios propios.

Frente a este derecho corresponde la obligación de los ciudadanos de aproximarse a las noticias con la mente abierta, es decir dejar a un lado los prejuicios, estar dispuesto a analizar nuevos hechos y examinar los puntos de vista que se presentan y de mantener comunicación a través de los diferentes espacios y mecanismos de los que dispongan los medios de comunicación y los que construyan los *prosumers*.

Los periodistas deberían estar consientes del dilema de falta de tiempo para profundizar en los temas importantes para la comunidad, porque esta limitante obliga a enfocarse sólo en los más cruciales. Los periodistas deberían utilizar su acceso a eventos e información para contextualizar los hechos y llamar la atención sobre los hechos en la “proporción en que son verdaderamente significativos para nuestras vidas” (Kovach y

Rosenstiel, 2007, p. 252), de esta forma poder tomar decisiones informadas acerca de los temas que tienen que ver con las vidas de los ciudadanos y sus comunidades.

En el caso de los espacios generados en la *web*, se puede ver cómo los ciudadanos están ejerciendo, en cierta medida, estos derechos y responsabilidades, exigiéndolos a través de estas vías, pero no esperando una respuesta de los medios solamente, sino reclamando su derecho a la información y expresión mediante la creación y consumo de espacios que satisfagan las necesidades que no han sido tomadas en cuenta por los medios de comunicación tradicionales, y aprovechando el acceso a la información que tienen como ciudadanos para compartirla y hacerla pública.

Reflexión previa

La calidad, veracidad y pertinencia de la información que se distribuye en los espacios de comunicación independientes y en los comerciales, que circulan en la red, dependerán del interés y las capacidades de los *prosumers* para incorporar un *habitus* que permita mejorar la calidad de los contenidos que construyen. Si bien estos ideales no son fáciles de seguir en el periodismo, en medios independientes se agudiza debido a que no pertenecen a una institución que pueda proponer las prácticas y códigos éticos con los cuales se puedan guiar durante el proceso de producción y difusión de la información.

Sin embargo, un contrapeso de la falta de códigos y lineamientos puede ser la propia conciencia de los *prosumers*, ya que su involucramiento con la producción/distribución de información se da por sus ideales de denunciar las inequidades del sistema y crear comunidades en la sociedad, como en el caso que plantean Kovach y Rosenstiel sobre la forma en que los periodistas se acercan a las noticias; los *prosumers* crean espacios de comunicación con la intención de divulgar, diseminar y/o difundir la información y los conocimientos que han adquirido, muchas veces como respuesta a la falta de espacios de expresión de la ciudadanía en los medios de comunicación de masas.

Frente esta intención se puede ver la apertura de espacios de diferente naturaleza, espacios personales para distribuir sus productos –obras literarias, video, fotografía, música, etcétera–, para manifestar puntos de vista y para compartir conocimientos, cuya principal aportación es incluir nuevos temas que van dirigidos a públicos específicos y no son tomados en cuenta en los *mass media* al no ser rentables en sus modelos de

distribución. Sin embargo, como ya se ha abordado en el capítulo 2, en la Web surgen nuevos modelos de negocio que ofrece productos dirigidos a pequeños nichos de mercado.

Hemos visto que estos espacios se construyen con base en el intercambio de comentarios entre productores y usuarios, e incluso entre los productores mismos; buscan intervenir con papel de vigías de poder, incluyendo al poder mediático. Y además de cubrir nuevos temas, modifican la agenda de los ciudadanos y la mediática, al cubrir y dar seguimiento a acontecimientos que no encuentran eco en los medios de comunicación, o cuando la información sobre éstos no satisface las necesidades de los *prosumers*⁴⁸.

Con la presencia de expertos en los diferentes espacios de la *web* –como *blogs*, redes sociales, foros de discusión, sitios de difusión de noticias– se hace posible el flujo e intercambio de una diversidad de opiniones, que ya no van a estar restringidas a los “privilegiados”, como denominan Bowman y Willis (2003, 48) a quienes tienen la posibilidad de emitir sus opiniones desde los medios de comunicación; esta multiplicidad de sitios

⁴⁸ Un caso que ejemplifica esta situación es la negociación del Acuerdo Comercial Anti-falsificación (ACTA, por sus siglas en inglés), mediante el cual se trata de controlar Internet y criminalizar a los usuarios que violen los derechos de propiedad intelectual (Juárez y Martínez, 2011), dicha negociación se realizaba en un ambiente de secrecía y falta de transparencia. Este tema apenas ha sido cubierto por parte de la prensa mexicana –entre el 23 de octubre de 2007 (cuando se anuncia la participación de México en ACTA) y diciembre de 2009 sólo se mencionó el tema en tres espacios, esto a partir de una revisión por parte de la autora de los diarios *La Jornada*, *Reforma*, *Milenio Diario*, *El Universal* y *La Crónica de hoy*, que abarcó el periodo señalado– y fue en las redes sociales desde donde se logró dar seguimiento a la discusión buscando y generando los espacios para informarse y debatir; y dieron un paso más allá, desde las redes sociales se implementaron acciones de protesta para exigir a las autoridades que se diera a conocer el contenido de ACTA. Los activistas aprovecharon la séptima ronda de negociaciones que se llevó a cabo en nuestro país, en la ciudad de Guadalajara del 25 al 29 de enero de 2010, para realizar una serie de protestas que consiguió llevar la discusión al Senado de la República, donde finalmente, el 5 de octubre de 2010, se firma un punto de acuerdo para pedir al Gobierno Federal que suspenda la negociación de ACTA y propone constituir un grupo plural de trabajo para dar seguimiento al proceso de negociaciones del acuerdo, para coadyuvar en la transparencia de las negociaciones multilaterales y garantizar que las disposiciones respeten las garantías y derechos contenidos en la Constitución. También se propone la realización de foros y consultas públicas con funcionarios, académicos, expertos y público interesado, para construir una posición al respecto y, en su caso, constituir una agenda y una ruta alterna al ACTA. La revisión de los diarios mencionados reveló que, durante el periodo comprendido entre enero y octubre de 2010, sólo se publicaron en ellos 34 textos, los cuales escasamente explicaban las implicaciones de este acuerdo para la sociedad y más bien se limitaban a cubrir la protesta de los activistas en Guadalajara y a difundir declaraciones de los senadores. Revisando la forma en que los ciudadanos aprovecharon las posibilidades para la comunicación que les ofrece la *web* en el caso de ACTA, Juárez y Martínez afirman que estos “espacios en los cuales surgen la información, la acción y el debate, son (una) prueba contundente de las posibilidades que la red ofrece para el ejercicio de nuevas expresiones políticas basadas en el conocimiento y no en el poder” (2011, p. 152).

desde donde los expertos pueden desempeñar y hacer visible su tarea como vigías de la veracidad de la información, que se distribuye tanto en los *mass media* como en los espacios de comunicación generados en la red “acaba por proporcionar a medio-largo plazo un efecto de filtro de las mentiras” (Cervera, 2007, 17).

Hasta este punto se han revisado las funciones y prácticas periodísticas propuestas por Bill Kovach y Tom Rosenstiel para revisar espacios en Internet que producen contenidos, retomando para ello ejemplos generales y que sobresalen del quehacer diario de estos sitios. A partir del siguiente capítulo se centrará el análisis en los objetos de estudio planteados para esta investigación: los sitios web Vivir México y Pateando Piedras.

Espacios alternativos de comunicación generados en la web.

Surgimiento de espacios noticiosos en la web

Aunque en México la penetración de Internet en la población es del 40%⁴⁹, los principales diarios mexicanos han creado su versión *on line*, a pesar de que aún no han encontrado un modelo de negocios que sea redituable.

Pese al cambio de plataforma, el periodismo no cambió sustancialmente de su versión impresa, “la prensa en línea es fundamentalmente espejo de las versiones en tinta y papel” (Trejo, 2012:s/p), por lo que la mayoría de los contenidos no aprovechan los recursos que ofrece la red (como hipervínculos, recursos multimedia, comunicación con los lectores, etc.). Además el tipo de periodismo que se realiza no ha cambiado, sigue siendo escaso el periodismo de investigación, y siguen predominando las prácticas de cubrir instituciones y de utilizar las declaraciones de funcionarios como fuente primaria.

Entre los diversos tipos de sitios en Internet dedicados a la difusión de información noticiosa encontramos espacios conformados por periodistas, lo cual les ha permitido producir textos fuera de los medios tradicionales. Reporte Índigo⁵⁰ inició en 2006, y fue uno de los medios de comunicación pioneros que surge en Internet como una búsqueda que hacen los periodistas “de espacios en línea para reemplazar, o complementar, los que dejaron de ocupar en el periodismo industrial” (Trejo, 2012:s/p).

Posteriormente han surgido diversos sitios como *Eje Central*, dirigido por Raymundo Riva Palacio; *Sin embargo*, *La silla rota*, *Aristegui Noticias*, y *Animal político*. Todos estos

⁴⁹ De acuerdo con los datos publicados por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) en hasta diciembre de 2012 había 45.1 millones de usuarios de Internet en México, lo cual representa un 40.1% de la población.

⁵⁰ Su primer número salió el 5 de mayo de 2006, Ramón Alberto Garza, periodista mexicano es Presidente y Director General. Curiosamente el 23 de abril de 2012, lanza su primer número en edición impresa Reporte índigo Cinco Días, el cual se publica sólo de lunes a viernes y se distribuye en el Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey, y buscan que en la siguiente etapa llegue a siete ciudades más.

de corte “nacional” ya que están ubicados en la Ciudad de México. En los estados comienzan a verse ejemplos pero son más escasos, uno de éstos es *Lado B*, de Puebla⁵¹.

Además, en la red se pueden encontrar otras publicaciones con contenidos noticiosos que no surgen como espacios alternativos donde los periodistas pueden difundir su labor, sino que han sido creados por los propios ciudadanos, quienes dedican tiempo, conocimiento y recursos para cubrir necesidades informativas que no han sido atendidas en otros sitios, o no con la profundidad y/o continuidad que quisieran.

Selección de los sitios a revisar

A partir de los criterios establecidos para la investigación, se revisaron diversos sitios para identificar los espacios de comunicación alternativos generados por *prosumers* que se especializan en la difusión de contenidos noticiosos. Los criterios de selección son los siguientes:

- Ubicar los sitios que difundan información noticiosa, generada por productores independientes cuya actividad laboral no esté ligada al periodismo profesional.
- El tipo de noticias que deben predominar en las páginas revisadas debe ser información política (que no solamente sobre políticos), derechos humanos, equidad y ecología.
- Deben ser sitios mexicanos, dado que esta investigación busca explorar las condiciones de producción en el contexto nacional y además posibilita tener encuentros cara a cara con los *prosumers*.
- Los espacios seleccionados deben de contar con publicaciones periódicas, ya que eso será un indicio del compromiso con los ciudadanos que acceden a sus contenidos.
- Los sitios deben contar con la participación de más de un colaborador, esto denotará una intención de constituirse de forma similar a un medio de comunicación y por lo tanto es posible que en algún nivel se conformen jerarquías dentro de los participantes (directores, editores, redactores).

⁵¹ <http://ladobe.com.mx/>

Se seleccionaron tres sitios: Pateando Piedras (PP), Crítica Pura (CP) y Vivir México (VM). Se contactó con los colaboradores de cada espacio para solicitar su participación en el desarrollo de la investigación. PP y VM accedieron a formar parte de esta investigación. En el caso de CP se intentó contactar en distintas ocasiones a través de diversas vías de comunicación a Antonio Martínez, fundador, coordinador y principal colaborador del sitio; sin embargo no se obtuvo una respuesta de su parte. Al mismo tiempo Crítica Pura dejó de publicar contenidos. Por estos motivos CP dejó de ser considerado para este trabajo

Los sitios que resultaron de dicho filtrado y accedieron a colaborar, son dos espacios que surgen en condiciones económicas y organizativas diferentes: Vivir México⁵² es una iniciativa que se insertó en una empresa colectiva de blogs y que hoy en día está en varios países de habla hispana; y Pateando Piedras⁵³ que nace del proyecto individual de una persona, un *prosumer*.

Estos sitios se monitorearon constantemente durante el 2012, para observar la frecuencia de las publicaciones, el tipo de información que se publicaba, las fuentes que retomaban los colaboradores de los sitios y quienes eran los colaboradores en ese periodo.

Vivir México y Pateando Piedras: una primera aproximación

Vivir México

Vivir México surge en mayo de 2006 como un blog dedicado al acontecer de la Ciudad de México, en donde se planteaba la publicación de contenidos sobre “estilos de vida”. Buscaban cubrir “lo más relevante, lo que los medios a veces no toman en consideración, lugares interesantes como restaurantes, bares, cafés, sitios dónde sentarte y conversar con tus amigos, lugares para divertirse de verdad, te mostrarán sitios poco conocidos dónde

⁵² <http://vivirmexico.com/>

⁵³ <http://pateandopiedras.net/>

hacer turismo; estarás informado de los últimos eventos en la ciudad” (Hipertextual, 2006: s/p).

En marzo de 2008 *Vivir México* anuncia oficialmente que comenzará a publicar información de todo el país “con temas más generalizados e interesantes, con una audiencia mucho mayor y con una misión de relevancia bastante grande” (Hipertextual, 2008a:s/p). Es a partir de esta etapa cuando pasa de ser un blog de estilos de vida a discutir información noticiosa.

Desde su arranque, VM ha formado parte de la red de blogs *Hipertextual*, una empresa creada en 2005 en México por Eduardo Arcos, quien posteriormente se trasladó a España, país desde el cual sigue dirigiéndose, con la intención de aprovechar las posibilidades de emprendimiento en Internet. Hasta enero de 2013, esta red se conformaba por 13 blogs especializados en distintas temáticas. Y se señala la temporalidad porque es importante considerar que a lo largo de la existencia de Hipertextual diversos blogs se han creado y también han desaparecido⁵⁴.

De acuerdo con datos de la propia empresa, en septiembre de 2012 contaba con alrededor de diez u once millones de usuarios al mes (Nieto, 2012:s/p). No proporcionaron los datos precisos del tráfico de VM, dado que *Hipertextual* considera estas cifras como confidenciales; sin embargo, José Flores, Editor de *Vivir México* comentó en entrevista que el sitio cuenta con alrededor de 80 mil visitas a la semana (Flores, 2012)

Hipertextual es una compañía centrada en el uso y desarrollo de weblogs, donde además de la administración de los blogs que conforman su red, brinda consultoría para medios y empresas sobre blogging, como una manera de obtener ingresos económicos, además de comerciar espacios publicitarios dentro de sus sitios. En 2008 *Hipertextual* lanzó su propia red publicitaria denominada Q, a través de la cual venden espacios publicitarios dentro de un conjunto de sitios seleccionados por la influencia que tienen en Internet (Hipertextual, 2008b:s/p).

⁵⁴ Para junio de 2013 se registraron 14 blogs.

Estructura de la empresa

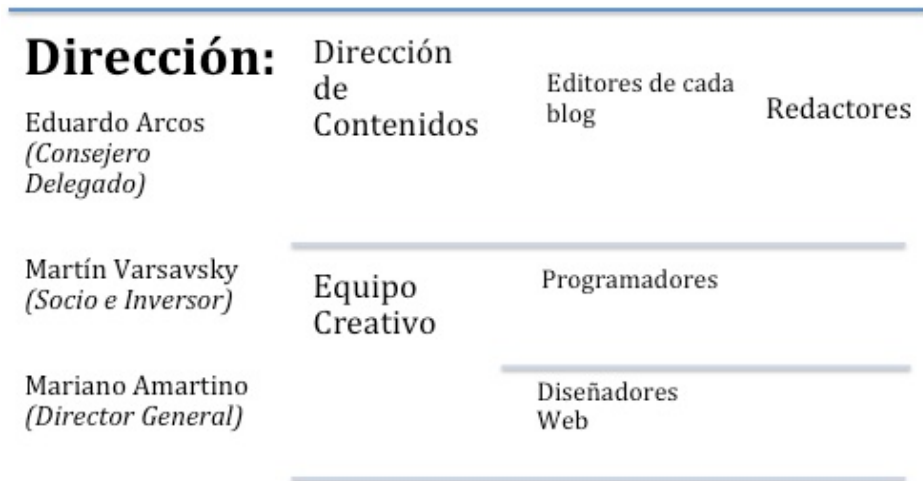
Hipertextual cuenta con equipo directivo conformado por un **Director General**, Mariano Amartino, quien se encarga del área de negocios, de la creación de nuevos blogs, la evaluación de los sitios que ya conforman a la red; cuenta con un Consejero Delegado y Fundador, Eduardo Arcos, quien se encarga de la publicidad, la imagen y desarrollo de los blogs que conforman la red; como parte de la dirección también incluye a Martín Varsavsky, socio, inversor y consejero de *Hipertextual*.

Cuenta también con una **Dirección de Contenidos**, la cual se está encargada de la administración editorial general de los blogs y de la coordina al equipo de editores que está frente a cada blog; todos los espacios de *Hipertextual* cuentan con un editor y un grupo de redactores (alrededor de 70 en toda la red), el editor es quien observa que los redactores cumplan con los lineamientos de estilo señalados por la empresa⁵⁵, que las publicaciones correspondan con la línea temática del blog, revisa estadísticas y permanece en diálogo con el Director General; los redactores solamente se encargan de la producción de contenidos (Hipertextual, s/f y 2009).

Los redactores tienen asignados horarios fijos para la publicación de sus entradas y tienen que cumplir con una cuota mínima de cinco entradas a la semana (una diaria de lunes a viernes), y deben publicar alguna otra en fines de semana. Esta red de blogs también cuenta con un **Equipo Creativo**, el cual está conformado por un equipo de diseñadores web y programadores que están a cargo de desarrollar los sitios y las aplicaciones que *Hipertextual* ha lanzado para acceder a los contenidos que produce desde distintas plataformas. Todo el personal es remunerado por las labores que realiza.

⁵⁵ Las únicas reglas de *Hipertextual* sobre el contenido de las publicaciones es que no se salga de la temática del blog en que se publica. Para lo que sí tienen lineamientos es para que los redactores sigan una serie de pautas de estilo (como tamaño de letra, uso de imágenes, uso de negritas) para que exista una homogeneidad visual en todos los sitios; y por otra parte se indica en los lineamientos el uso de etiquetas, hipervínculos al interior del texto y al final del texto, etc., con la finalidad de que las publicaciones puedan indexarse con mayor eficiencia.

Organigrama de Hipertextual



*Equipo de Vivir México*⁵⁶

Durante el 2012 se contabilizaron 10 colaboradores en *Vivir México*, los cuales no publicaban contenidos al mismo tiempo, de los cuales normalmente participaban al entre 5 y 7 mismo tiempo. En este periodo hubo dos editores del sitio, Ismael Flores de febrero de 2011 a el 6 enero de 2012; a su salida VM se quedó sin editor hasta que José Flores reingresa a VM en agosto y permanece hasta diciembre de 2012. Los editores además de publicar en el sitio tienen la labor de coordinar a los redactores que participan en VM.

Los redactores tienen que escribir al menos una entrada diaria y publicarla a la misma hora todos los días; estos horarios son acordados para que se distribuyan las publicaciones a lo largo del día. A estos se les paga por cada entrada que escriben, y dependiendo de la longitud y tipo de texto que desarrollen se les retribuye entre 2 y 5 dólares. Los editores de cada sitio, además de cobrar los *posts* que escriben, cuentan con un pago fijo como retribución por su cargo.

Para ser colaborador en *Vivir México* es necesario realizar un ejercicio de escribir entradas que pudieran ser publicadas en el sitio, llenar un formulario con sus datos

⁵⁶ Para complementar la información sobre los colaboradores consultar el Anexo: Colaboradores de *Vivir México* y *Pateando Piedras*.

personales y adjuntar una semblanza personal. En el proceso de selección de colaboradores no participa ni el editor en turno ni el resto de los colaboradores, sino que es realizado por la directiva de *Hipertextual*.

Esta invitación está siempre disponible en el sitio⁵⁷ desde la página principal de *Hipertextual*, sin embargo ha habido momentos en que se publica una entrada desde VM convocando a participar en el sitio.

Pateando Piedras

El sitio de ***Pateando Piedras*** es un sitio creado en 2008 por Alberto Escorcía como una plataforma para difundir su documental *Pateando Piedras: política y juventud*⁵⁸. Los contenidos se comenzaron a generar cuando Escorcía consideró que “una manera de mantener vivo el documental es que escriba yo notas, así como yo descubrí el potencial de Internet, pues que *Pateando Piedras* sea un blog para relatar, (...) por qué no uso *Pateando Piedras* para relatar cómo Internet afecta la vida de todos y cómo puede mejorar muchas cosas, y si puede nos puede ayudar, como a mí, si querían apoyos” (Escorcía, 2012).

Estructura de la empresa

Pateando Piedras comenzó como un blog individual que se servía de Google AdSense⁵⁹ para recabar recursos, y al tiempo que el blog empezó a crecer y a sumar colaboradores, por lo que se hizo necesario buscar un nuevo modelo de negocios que permitiera a sus colaboradores dedicar mayor tiempo a la producción de contenidos para el sitio. Además de los ingresos que se obtenían mediante los anuncios de Google, también se iniciaron en el negocio de las consultorías.

Como parte de la labor de consultorías, Epigmenio Ibarra, documentalista y productor, les ofreció diseñar y coordinar *Pulso Ciudadano*, un sitio web de noticias que comenzó a

⁵⁷ <http://hipertextual.com/bloggers/>

⁵⁸ Documental Juventud y política en México: <http://youtu.be/QaCuTu9twlQ>

⁵⁹ Es un servicio de Google mediante el cual permite colocar anuncios en los sitios web, los cuales son administrados directamente por Google, quien a través de una serie de algoritmos que con base en el contenido de los sitios, tráfico, ubicación geográfica, etc., determinan los anuncios que pueden resultar relevantes a los usuarios de los sitios.

generar contenidos propios en noviembre de 2011. De acuerdo con Escorcía “es digamos *Pateando Piedras* pero con recursos y con la calma de hacerlo bien, porque antes PP le metíamos el tiempo que podíamos y aparte chambeábamos en los proyectos de nuestros clientes para poder hacerlo y ahora ya nos dedicamos de lleno a *Pulso Ciudadano*”⁶⁰ (Escorcía, 2012).

Sobre la transición a Pulso Ciudadano

El 8 de agosto de 2011 *Argos Televisión* estrenó la serie televisiva *El octavo mandamiento*, cuya historia se centra en el drama de una familia de periodistas. La historia, además de plantear la labor del trabajo periodístico, retoma temas de actualidad del país haciendo una crítica del narcotráfico y la corrupción de la clase política.

En noviembre de 2011 se puso en marcha la propuesta transmediática de *El Octavo mandamiento*, y fue cuando se desarrolló el sitio *pulsociudadano.com*, y también desde ahí, la trama de la serie se construye con elementos de la realidad, se discuten “las noticias” en el mundo de ficción, en el escenario de la labor diaria de la sala de redacción del periódico *Tiempo*. Y la ficción se lleva al mundo real, las editoriales del *Pulso Ciudadano* están firmadas por Julián Sanmillán, personaje de *El Octavo Mandamiento* (en realidad no se ha revelado quien es el autor de dicha editorial), creador en la ficción de este espacio (Franco, s/f).

El proyecto de *Pulso Ciudadano* fue desarrollado por el productor de *Argos* Epigmenio Ibarra, bajo el concepto de realizar periodismo ciudadano, y diseñado y coordinado por Alberto Escorcía y Oriol Malló.

Este equipo de trabajo con el que contaba *Pulso ciudadano* estaba encabezado por un Director General y un Coordinador de contenidos y un equipo de colaboradores. Sus labores se remuneraban con un salario fijo por sus servicios, aunque algunos colaboradores realizaron un intercambio de trabajo por cursos sobre producción de contenidos para Internet.

⁶⁰ <http://revoluciontrespuntocero.com/pulsociudadano/>

Aunque la serie termina en febrero de 2012; hasta diciembre de 2012 el sitio Pulso Ciudadano continuó produciendo contenido con el equipo de *Pateando Piedras* (Alberto Escorcía y Oriol Malló) al frente del proyecto.

Equipo de Pateando Piedras

Alberto Escorcía, al ser el fundador de PP, es a la vez el Coordinador General, y en diversos momentos ha sido el único colaborador del sitio. Los colaboradores con los que ha contado PP lo han hecho de manera gratuita o han obtenido ingreso al realizar de forma conjunta las consultorías, dado que el sitio no proporciona pago alguno por las colaboraciones.

En el momento en que se conversó con los colaboradores del sitio, quienes estaban al frente del proyecto eran Alberto Escorcía y Oriol Malló, y contaban con la colaboración esporádica de Altea Gómez.

Anotaciones sobre los sitios

Para esta investigación, durante 2012 se mantuvo un monitoreo periódico de los sitios seleccionados⁶¹. Hasta mediados de diciembre de 2012 VM era un sitio en el que, tal y como dicta la política de *Hipertextual*, contaba con diversas publicaciones diarias. Mientras que *Pateando Piedras* no contaba con una periodicidad en sus publicaciones, aunque sí se generaban contenidos de manera más o menos frecuente.

Esto es así porque los redactores de VM cuentan con un cronograma establecido para publicar los contenidos que producen y, como no ocurre con todos *Pateando Piedras*, hay una remuneración económica. Por el otro lado, en *Pateando Piedras* las publicaciones dependen de la disponibilidad de tiempo de sus colaboradores, o del momento en el que surja una noticia que consideren es importante cubrir, y esto queda evidenciado en la periodicidad poco uniforme.

⁶¹ Se realizó una revisión contenidos de los sitios exhaustivamente durante dos semanas en periodos diferentes, sin embargo se realizó una observación del sitio desde el momento en que se plantea este tema de investigación hasta la fecha de entrega de este trabajo para observar sucesos extraordinarios de los sitios, en caso de que los hubiera.

En 2012 ambos sitios se encontraron con circunstancias que frenaron las publicaciones. En octubre de 2012, el sitio de PP estaba en proceso de rediseño, proceso durante el cual hubo algún tipo de error técnico provocando que no se pudiera cargar el respaldo de entradas en la nueva versión del sitio, por lo que quedó sin contenido hasta diciembre de 2012 cuando finalmente se pudo recuperar el archivo histórico.

Todo este proceso fue realizado por el propio Alberto Escorcía, dado que es él mismo quien diseña el sitio, da mantenimiento, además de conseguir financiamiento, coordinar el proyecto y escribir entradas. Vía redes sociales, Alberto Escorcía estuvo solicitando ayuda para resolver el problema del sitio, finalmente el problema fue resuelto gracias a la labor de un tercero, quien solucionó el problema al enterarse del suceso vía redes sociales.

Al tiempo de la salida de José Flores de VM a mediados de diciembre comenzaron a disminuir las entradas publicadas, los colaboradores dejaron de mantener el ritmo de sus publicaciones; al finalizar diciembre se contabilizaron 78 publicaciones, frente a 127 del mes anterior.

Prácticas de producción de contenidos de los colaboradores de *Pateando Piedras* y *Vivir México*

En este apartado se revisarán las prácticas de producción de contenidos de los colaboradores de los sitios que son tomados como objeto de estudio para esta investigación, para ello se parte por revisar el perfil de los colaboradores de ambos sitios para conocer un poco más a los *prosumers* que construyen estos espacios.

Posteriormente se revisarán dos categorías que permitirán conocer cómo definen a los sitios en los que colaboran y cómo definen su labor. Las siguientes tres categorías se enfocan en conocer sus prácticas: los tipos de temas que se abordan en los sitios, las fuentes a las que recurren, y la descripción de su proceso de construcción de sus entradas. Finalmente se hará una revisión de los lineamientos establecidos por los sitios y los que han sido establecidos por los propios colaboradores para guiar su práctica.

Como ya se ha puntualizado, los sitios fueron observados constantemente durante el año 2012, a partir de esta observación se identificaron a los autores que participan en los blogs y se revisó el perfil de cada uno de ellos. Durante este periodo participaron doce autores de *Vivir México* y cuatro de *Pateando Piedras*; de ellos se entrevistaron a seis del primer sitio y a dos del segundo. Esta diferencia entre el número de entrevistados en cada sitio se debe a que la mayoría de ellos sólo producen contenidos para *Pateando Piedras* de manera ocasional, por lo que se realizaron las entrevistas a los dos principales colaboradores del sitio⁶².

Seis de las ocho entrevistas se realizaron cara a cara, mientras que las tres restantes se hicieron vía Internet debido a que los entrevistados no residen en el Distrito Federal y tampoco hubo la posibilidad de concertar una reunión física.

⁶² En el anexo se encuentra información detallada sobre el perfil de los entrevistados.

Este análisis de las prácticas de los colaboradores de VM y PP se realizó con base en la información obtenida a través de las entrevistas, desde la visión de los productores, y no desde el análisis de contenido de sus publicaciones.

¿Quiénes son los colaboradores de estos sitios?

Vivir México

A partir de una observación sobre las características de los entrevistados, podemos encontrar que se trata de jóvenes entre los 23 y 33 años de edad, con formación universitaria, y cuya principal actividad laboral, y la que provee la mayoría de sus ingresos está relacionada con las carreras que estudiaron, ya sea autoempleo o como empleados de alguna institución o empresa.

Como se mencionó anteriormente, uno de los criterios establecidos en la metodología de este trabajo plantea que los colaboradores no tendrían que ser periodistas profesionales, pero al momento de realizar las entrevistas se encontraron excepciones. Por un lado tenemos el caso de Katya Albiter, quien ha trabajado como periodista de manera profesional, sin embargo actualmente se dedica al trabajo editorial.

Por otro lado, Álvaro López colabora semanalmente en el *Diario de Colima*, como columnista de temas políticos, aunque su principal actividad profesional está desarrollada en ámbito de la mercadotecnia.

En el caso de José Flores, quien es Licenciado en Ciencias de la Comunicación, ha participado en medios universitarios, además de colaborar en distintos espacios en Internet (varios de la familia *Hipertextual*, en *Yahoo* y en el *Huffington Post*). Ha sido parte de varios proyectos de sitios *on line* en los que igualmente buscaban difundir contenido noticioso, y también se dedica al trabajo editorial.

Marco Antonio Gómez Lovera, economista, al momento de ser entrevistado laboraba en INEGI en el área de investigación, sin embargo tres meses después de haber realizado

la entrevista comenzó a trabajar en el periódico *Excelsior*, como editor en *Dinero en Imagen*⁶³ y como colaborador en *Bits en Imagen*⁶⁴.

Finalmente observamos que quienes no tienen o habían tenido una actividad profesional relacionada con el periodismo eran Hugo Torres e Ileana Fernández; y el caso de José Flores que no ha colaborado en medios impresos comerciales, pero sí se cuenta con una amplia experiencia como colaborador y editor de medios universitarios y en sitios en Internet.

Todos los entrevistados son personas que crecieron con una computadora en sus hogares o tuvieron un acercamiento con ellas en su adolescencia, pudieron disfrutar de los servicios de Internet en su casa una vez que fueron más accesibles los servicios de conexión para los hogares. Esto ocurrió alrededor del año 2000, aunque ya con anterioridad se habían conectado desde lugares públicos como universidades y los café Internet.

La mayoría señaló una inquietud por escribir desde hace algunos años. Todos ellos cuentan o contaron en algún momento con un blog personal, colaboraron en espacios estudiantiles, algunos otros se plantearon como objetivo ejercitar su escritura. En este caso, todos los entrevistados fueron alguna vez lectores del sitio, y que se incorporaron al mismo respondiendo a la convocatoria que se éste lanzó para integrar a más colaboradores.

Pateando Piedras

PP se alimenta de contenidos realizados principalmente por Alberto Escorcía, y por Oriol Malló, y por este motivo se entrevistó solamente a ellos dos. En el caso de Alberto Escorcía, quien tiene 33 años de edad y cuenta con estudios en diseño gráfico, también ha sido una persona que creció con acceso a una computadora, y su acercamiento con Internet lo ubica en el año de 1997, cuando se conectaba desde la universidad. A diferencia de los colaboradores de VM, señala como su principal actividad profesional su labor en PP, aunque para financiar este proyecto ofrece servicios de consultoría en *social media*.

⁶³ <http://www.dineroenimagen.com/>

⁶⁴ <http://www.bitsenimagen.com>

Por otro lado, Oriol Malló, de 46 años de edad y de origen Español, estudió la licenciatura en Ciencias de la Comunicación e inició su carrera como periodista, que fue reconocida con dos premios importantes⁶⁵. Además de haber colaborado en diversos diarios españoles, ha publicado diez libros de investigación periodística, actualmente continúa su labor como periodista profesional de manera independiente. Es evidente que su perfil destaca entre los demás entrevistados, tanto por edad como por su experiencia en el campo periodístico. La información sobre su perfil no fue conocida hasta el momento en que se realizaron las entrevistas.

Cómo definen a los sitios en los que colaboran

Los colaboradores de *Vivir México*, en general concuerdan en definir a este espacio como un blog en el que se abordan las principales noticias del país:

Es un sitio en el que se comparten las principales noticias que tienen que ver con México y que además se da un valor agregado al dar tu propia opinión, o sea no nada más es noticioso, sino también tu opinión y a través de los comentarios generar un diálogo con los lectores (Marco Gómez).

Vivir México es un blog de noticias y esto es muy curioso porque no es un proceso, no es un periódico, no es una publicación en forma, es un blog y eso es algo que muchas veces ni siquiera los lectores entienden. Porque un blog, por definición, tú vas ahí y dices lo que se te ocurre, el blog es muy flexible en cuanto a contenidos (Katya Albiter).

De acuerdo con José Flores niega que VV sea un blog de noticias, sino lo concibe como:

un blog de actualidad sobre temas de interés público en el país, creo que decir que es un blog de noticias está mal, creo que es hasta contradictorio, y este interés público se da no sólo por la agenda de los medios, sino por la agenda que los mismos editores quieren proyectar (José Flores, 2012).

Pese a esta diferencia en la concepción del tipo de información que aborda este sitio, señalan que, a diferencia de los medios de comunicación tradicionales, VM es un

⁶⁵ En 1989 fue reconocido con el premio Laia Gonzalez para jóvenes reporteros del diario en catalán Avui, y en 1992 se le otorgó el Premio Nacional de Periodismo de la Generalitat de Catalunya.

espacio en que se pueden abordar otro tipo de noticias, profundizar en temas, darles seguimiento, etc.

Los colaboradores señalan la importancia de que se trata de un espacio en donde los temas son abordados desde el punto de vista particular de cada colaborador, donde tienen la posibilidad de expresar su opinión sobre los acontecimientos que abordan en sus artículos:

Eso es *Vivir México*, es un blog de noticias que te tiene que dar el plus del blog que es la opinión y el plus de seleccionar la noticia que no sea de un medio tradicional, que encuentre otras vertientes de la noticia o que encuentre otro tipo de noticias (Katya Albiter, 2012).

Los autores sí señalan que uno de los objetivos del sitio es plantear alternativas a sus lectores frente a los medios tradicionales. Promueven formas diversas de abordar la información, a partir de profundizar y dar seguimiento a los temas; retomar temas que sobre los que no se habla mucho desde los medios y que, de acuerdo a su criterio, son de interés para la sociedad. Y añaden, porque en ocasiones pueden llegar a influir en la agenda mediática.

Sería encontrar alternativas a los medios tradicionales, sobre todo en México que tanto televisoras como radiodifusoras o periódicos pueden tener una línea editorial marcada y... sí a veces tendiendo a favorecer a ciertos grupos, el ser pues ciudadanos como que te da esa ventaja de sí tener sesgos personales, pero las voces son tan diversas y está abierto a que te debatan que es un poco más pues participativo, pues más ciudadano (Marco Gómez, 2012).

El que dentro del sitio convivan una diversidad de opiniones, puntos de vista, preferencias políticas, es un aspecto que los colaboradores consideran fundamental y distintivo de *Vivir México*.

Pateando Piedras

Alberto Escorcia señala que el sitio surge como “un blog para relatar cómo Internet afecta la vida de todos y cómo puede mejorar muchas cosas”, y se distingue de los medios de comunicación tradicionales dado que son espacios colaborativos en donde la gente participa, comenta, intercambia información, y establece vínculos. “Son comunidades,

plataformas en la que la gente no solamente se informa, también participa, también reporta, también se conecta entre sí, entonces es diferente a un medio de comunicación tradicional”. Y agrega que Pateando Piedras es “un testigo colectivo de cómo la tecnología está transformando el mundo, un testigo que sí abiertamente participa, relata y produce” (Alberto Escorcía, 2012).

Oriol Malló se refiere a los medios digitales como espacios horizontales, colaborativos, donde convergen diferentes puntos de vista, se realizan análisis y se contextualiza la información que se publica para que el lector pueda comprenderla mejor.

Cómo definen su labor

Vivir México

No todos le dan un nombre a la actividad que realizan, sino que recurren a describir su labor o a compararla principalmente con las labores del periodista; quienes sí definen su actividad se llaman a sí mismo *bloggers*.

Los colaboradores señalan que en este espacio se valora que los autores emitan su opinión sobre los temas que manejan, porque la importancia de los contenidos que producen presentan diversos puntos de vista.

Para ellos es importante presentar la información de manera contextualizada, de tal forma que el lector pueda comprender la situación general de la cuál se está informando, y en el mejor de los escenarios pueda plantearse una postura crítica.

Sí yo sé que hay un montón de sitios de noticias y creo que están saliendo más *blogs* de noticias. A mí me parece muy bien porque esos son foros, finalmente es eso es un foro de expresión, es un foro de expresión informado. Entonces que bueno que haya muchos foros de expresión informados y que hablen con conocimiento de causa porque eso es lo que necesitamos, decir las cosas que están pasando pero no replicando el discurso oficial, sino cuestionando y ahí es donde entramos nosotros (Katya Albiter, 2012).

Mencionan que como *bloggers* los contenidos que producen son personales, para ellos es importante que su voz no sea anónima porque a través de su participación en estos

espacios buscan tener un reconocimiento por sus opiniones, que sean reconocidos por “ser expertos” en los temas que abordan frecuentemente, o como activistas de una causa:

el mayor beneficio (...) (es) empezar a dejar tu nombre en un sitio que por ejemplo para... si tu siguiente empleador te busca en Internet que lo primero que aparezca no sean tus redes sociales sino que aparezca que estás haciendo otro tipo de cosas (Marco Gómez, 2012).

Los colaboradores de VM señalan que los textos que producen son más parecidos a las columnas de opinión y a la crónica, que a la nota informativa. En concreto, para ellos lo importante es que sus textos expresen su opinión sobre el tema que abordan, no hay una búsqueda de ser “neutral” u “objetivo”.

De acuerdo con su propia descripción, la narrativa es distinta a la del periodismo. No sólo cambia la forma en que se abordan los temas, también disponen de otros recursos que los apoyen en ilustrar sus textos, a explicarlos o a ampliar la información que presentan en la entrada a través de distintos recursos digitales como fotografías, gráficos, videos, hipervínculos, etc.

te da otras herramientas que incluso derivan en la literatura, en cómo manejes. Hice varias crónicas, casi, casi ensayo. Entonces yo lo veo como *mash up*, como un *collage* de muchos estilos. Que sí son unos periodísticos, otros son literarios, que solamente el blog te permite, o sea ningún otro espacio te puede dar eso que no sea el blog porque no puedes hacer eso en una columna, no puedes hacer eso en una nota normal de un medio. Solamente eso se puede hacer en un blog (Ileana Fernández, 2012).

Estos espacios también se caracterizan por el hecho de que pueden hablar de los temas que conocen y/o que les gustan, mientras que el periodista no tiene esa posibilidad de elegir los temas sobre los cuales quiere escribir.

A pesar de la satisfacción de generar información con este enfoque descrito, el aspecto negativo que ven en esta labor es que difícilmente puede convertirse en un trabajo de tiempo completo. El salario que reciben por sus colaboraciones en Vivir México no son suficientes para que los colaboradores puedan vivir de los ingresos que generan por esta actividad, y producir los contenidos para este sitio les lleva una cantidad de tiempo importante en su jornada. De acuerdo con su experiencia es una actividad difícil de

equilibrar con empleos muy demandantes, o cuando cuentan con múltiples empleos de tiempo parcial para que puedan cubrir sus gastos.

Pateando Piedras

Alberto Escorcia define su labor como la de:

un testigo colectivo de cómo la tecnología está transformando el mundo, un testigo que sí abiertamente participa, relata y produce (...) nosotros somos unos producers, o prosumers pues, o sea somos productores y consumidores de información, o sea yo como blogger y mis demás compañeros no dejamos de consultar otros blogs, o sea no dejamos de leer otros blogs y también producimos el nuestro. Entonces somos testigos, somos prosumers, y somos pues participantes de una revolución, que es como lo podría definir, y que a parte podamos vivir de hacerlo, que es lo que más nos gusta”.

Y resalta la idea de que no sólo son generadores de información sino que tienen un poder de injerencia en la realidad: “ya somos actores que podemos transformar la sociedad, a ese nivel” (Alberto Escorcia, 2012).

Esta labor del *prosumer* la considera como un proceso colaborativo de producción de información. En un entorno en donde los consumidores pueden ser a la vez productores, se convierten en una red por medio de la cual se mueve la información, “somos nodos que participamos en algún momento en el proceso informativo”. Bajo esta concepción es que surge la decisión de que los *posts* aparezcan publicados sin una firma personal, sino como *Staff* :

Eso de firmar como *Staff* o en *Pulso* como *Redacción*, nos obliga a dar un punto de vista plural. En el momento en que lo firma un reportero o un opinólogo pues sería como mostrar su visión; entonces la forma en que lo resolvemos es que cuando queremos mostrar una visión personal, abrimos una columna de opinión, o abrimos un espacio que abiertamente dice “por Alberto Escorcia” y ya significa que es mi opinión, pero mientras sea relatar algo y lo queramos como compartir a la comunidad será el *Staff* o será la redacción (Alberto Escorcia, 2012).

Oriol Malló no le da un nombre a su labor, pero a lo largo de la entrevista habla de ésta como periodismo ciudadano, o como periodismo digital. Lo describe como una forma de producir contenidos de manera más horizontal, “que a partir de un blog o a partir de un medio puedas llegar a un mercado potencial, todo el mundo está enfrente”.

Sin embargo, señala que a pesar de que la producción de contenidos es una actividad que está teniendo mucho auge, es una actividad que no está funcionando debido a que los ingresos que se pueden obtener a través de estos sitios son muy pocos, mientras que la cantidad de trabajo es pesada.

Selección de temas

Vivir México es un sitio en donde se habla de temas de actualidad por lo que lo que se aborda en este sitio la mayoría de las veces corresponden con lo que en ese momento conforma en la agenda mediática nacional. Tal como los mismos colaboradores mencionan, lo que los distingue de los medios de comunicación tradicionales es principalmente que abordan las temáticas desde su punto de vista particular, no buscan solamente presentar la información, sino que la acompañan de su opinión:

es otro tratamiento y yo creo que es un tratamiento que enriquece mucho porque estamos muy mal acostumbrados a la notas objetivas, que de objetivas tienen un carajo porque además es eso, tú lees la misma nota en *Milenio, Jornada, Reforma, Excélsior* y de pronto las ediciones nos dicen muchísimo de los perfiles de los periódicos (Katya Albitzer)

Si bien como propia línea de *Vivir México*, en su espacio se abordan temas de interés nacional (excluyen temas de espectáculos, deportes), la elección de qué se va a abordar en cada post también depende de lo que interese cada uno de los colaboradores y de la experiencia que tengan sobre el tópico. Esto puede ser ya sea por su formación universitaria o a través de un proceso de especialización que se fue dando al abordar determinados temas de manera recurrente en su labor como *prosumers*.

Los editores del sitio no tienen como función indicar una línea editorial del sitio, sino más bien su función es coordinar los horarios, guiar a los colaboradores en el proceso de construcción de contenidos, tanto en el manejo de información como en el uso de la plataforma. Tampoco pueden seleccionar a su equipo de colaboradores, por lo que su injerencia en las temáticas o línea editorial del sitio no es decisiva, pero sí se pueden notar tendencias cada que hay cambios en el equipo de colaboradores.

Esta forma muy personal de cada uno de los colaboradores de seleccionar los asuntos que van a abordar, aunado con el flujo constante de las personas que colaboran en

el sitio tiene un efecto en la percepción general que los lectores tienen de *Vivir México*, como relata José Flores durante la entrevista que sostuvimos:

cuando yo llegué la editora general era Jessica Uribe, yo llegué a sustituirla en marzo de 2010, el blog estaba muy enfocado hacia cultura, sobre todo hacia temas culturales y eventos y conciertos. Cuando yo llegué y los *bloggers* que llegaron conmigo empezamos a darle un giro más hacia actualidad sin caer tanto en lo político (...) empezamos a meter como agendas específicas. Hugo Torres que es ingeniero empezó a llevar muchos temas sobre robótica, sobre telecomunicación, empezamos a tener una fuerza considerable en telecomunicaciones. Ximena Vega que es otra de las colaboradoras, ella es internacionalista, ahorita trabaja para la embajada de Estados Unidos, antes trabajaba para la Secretaría de Seguridad Pública y comenzó meter cosas de seguridad, de narcotráfico, pero desde una visión muy específica. Uno de los grandes aciertos fue fichar a un chico Francisco Torres Molina, que ahorita trabaja para la GLAD, la alianza pro derechos de gays y lesbianas y empezamos a llevar una agenda muy LGBT un poco marcada.

Esto lo empieza a notar cuando empiezas a leer el *blog* y ya sabes que cierto tipo de temas te vas a ir topando, hubo un tiempo cuando llega Enrique y aparte llega otro chico, Alejandro Ortiz y yo mismo que escribo de los temas veías comentarios que te decían “Vivir Gay, Vivir Gay, Vivir gay”, o sea ya sabían para donde iba cuando ibas a hablar algo de diversidad sexual(...).

Queda en mi lugar un chico, Ismael Flores, que ahora es editor de la Revista del Consumidor, de la PROFECO, y él hace los temas mucho más, digamos a la izquierda, digamos empiezan a hablar mucho de movilidad ciudadana, derechos humanos, despenalización del aborto, o sea, empiezan a tomar una agenda mucho más progresista y de pronto empiezan los comentarios “Vivir progre, Vivir Progre” (...).

La especialización e intereses de cada colaborador cumple un papel importante en la propuesta de nuevos temas en la agenda. Hacen un seguimiento de las instancias y personas que generan la información, y por tanto se mantienen al tanto de los temas que se puedan estar discutiendo, conocen las fechas y plazos de ciertos procesos y se mantienen alertas sobre lo que pudiera generarse durante éstos.

Cada que surge nueva información aquel *posumer* especializado en el tema puede rápidamente comprender la relevancia y trascendencia que tenga un hecho, puede explicar su contexto rápidamente, puede trazar hipótesis de hacia dónde se va a dirigir la situación, puede prever situaciones. Esto en sus prácticas de producción de contenido se pueden ver reflejadas en proporcionar a sus lectores información que le muestre el panorama general

del asunto, que lo ayude a comprender conceptos, procesos (por ejemplo cuales son los pasos que se siguen para la aprobación de una ley, o proceso penal).

En ese sentido de construcción de la noticia han sido muy, muy importantes (los blogs), ahorita por ejemplo el caso de la firma o la suscripción a TPP por parte de México es un tema “oscuro” que ciertos *bloggers* de tecnología o de derecho llevamos, pero somos muy pocos 4, 5, 7 por lo mucho y de pronto volteas y dices “ah no, no eres el único” de pronto se hace la firma y La Jornada necesita sacarlo, alguien de otro lado necesita hablar de eso y es “¿a dónde me voy?” y entonces pum; la Dra. Paola Ricaurte que está en *El Universal* también es *blogger* del Universal, de pronto saca un texto sobre eso y tiene que irse a otras referencias y de pronto ella ya sacando en *El Universal*, a la que sigue quizá alguien que vaya a buscar fuentes la encuentre más pronto a ella que a mí y ¡boom!, se van haciendo las cadenas.

(...) tú en tu criterio decir va, esto debería estarse discutiendo y de pronto estuvimos hablando y hablando del GT200 y sale en *El Universal* un reportaje especial, y de pronto ya todo mundo ya “la ouija del diablo” que es como le dicen ahora y al día siguiente *El Universal* “el inventor está acusado por fraude” y tu tan solo te ríes y dices bueno desde julio del 2012 ya está acusado de fraude; desde julio muchos ya sabemos, muchos ya dijimos que está acusado de fraude (José Flores).

La labor de divulgación permite que los lectores tengan una mejor comprensión de los temas abordados, pero también se presenta el caso contrario, en ocasiones los redactores expresan sus dudas sobre alguna temáticas y son los lectores quienes construyen una respuesta a través de los comentarios.

(...) hay otros temas que me interesan mucho (...) pero no tengo dominio del tema, pero a veces también lo que hago es desde mi punto de vista es que “no se de esto y me gustaría saber”, o yo tengo dudas sobre esto o me pregunto sobre esta línea, eso es lo que expongo ahí, a la mejor no es tanto mi opinión, pero sí expongo mis dudas por que a la mejor son las dudas que tiene otra persona y que a la mejor las mismas personas que leen el blog me las podrían contestar en algún momento (Ileana Fernández).

El interés, ya sea de los colaboradores y/o lectores, sobre un determinado tema puede propiciar que se retomen temas que los medios no le han dado mucha cobertura, pero que estos espacios se pueden ocupar de profundizar en ellos o darle seguimiento. Así lo explican los colaboradores:

De pronto nos perdemos en los grandes titulares, y a veces se pasan notas muy periféricas pero que son importantes (Katya Albiter).

intento buscar noticias que sean un poco más pequeñitas, pero que de alguna manera pueda ligarlo a algo más grande (Marco Gómez)

A mí me pasó con algo de la Coalición de Acceso Legal a la Cultura, el CALC, que quería poner multas mega millonarias por descargas y salió en un fragmento en una nota escondida en un domingo en la noche en *Espectáculos* de *El Universal*. Yo no recuerdo quien me la compartió así de “¿Ya viste esto?”, ah me pareció un buen tema para abordar desde otra óptica, es más importante que estar en el rincón recóndito que nadie lee en espectáculos (José Flores, 2012).

Pateando Piedras

Alberto Escorcía, el fundador y Director general del sitio señala particularmente busca contar historias de cómo la tecnología se integra en los procesos de la vida cotidiana: “tomo temas de la agenda nacional, política y de todo tipo, pero siempre busco el elemento en el que la tecnología participe”.

A diferencia de Vivir México, en este sitio realizan una observación constante de las redes sociales para seleccionar los temas que van a abordar, así como para obtener la información para construir sus publicaciones. Señalan que para esta tarea han desarrollado una forma particular de leer el flujo de información que circula en Facebook y Twitter:

por eso decimos que somos robots, porque hemos desarrollado un montón de habilidades que solamente la red te da (...) leer los *time line*, leer la *matrix* y detectar que ahí está pasando algo, que ahí hay algo pues, pero nada más de girar la vista a los *time lines* (Alberto Escorcía, 2012).

Oriol Malló señala que en este proceso de selección de temas es importante tratar de responder a lo que la gente quiere saber, conocer cuáles son los temas que le interesan, que son importantes para ellos. Un ejercicio que han realizado para la cobertura de ciertos temas, y menciona como ejemplo el caso de la reforma laboral, es manejar la información a través de preguntas y respuestas que le permitan a la gente comprender cómo un determinado tema afecta a sus vidas.

Si bien buscan abordar temas que sean de interés general, también retoman temas sabiendo de antemano que no van a tener muchos lectores, pero que hay sector muy

interesado en que se le de seguimiento. Este tipo de temas, pese a que hay pocas personas que lo siguen, son personas que van a otorgarle un valor muy importante al sitio, porque “te toma como referencia (...) pero sí te acabó dando un público muy importante y un nicho de gente que te seguía porque estabas dando información veraz, muy seria y a fondo de un tema” (Oriol Malló, 2012).

Fuentes

En *Vivir México* primordialmente recurren a dos tipos de fuentes, la mayoría de las ocasiones acuden a los medios de comunicación tradicionales tanto para sondear los temas de los que se están hablando, para seleccionar los temas de los que van a hablar y para obtener información para construir sus post. Entre este tipo de fuentes mencionaron a *El Universal*, *Sin Embargo*, *Animal Político*, *Milenio Diario*, *La Jornada*, *Excélsior*, *Reforma*, *Google News*⁶⁶.

En segundo lugar se basan en información obtenida a través de informes, estadísticas oficiales, legislaciones, propuestas de ley, etc. De acuerdo con los comentarios expresados por los entrevistados, este tipo de fuentes son importantes para su labor y buscan dar a conocer a sus lectores la información contenida en este tipo de documentos de manera que pueda ser comprendida fácilmente por ellos, o dar un contexto a la información:

Yo tuve la suerte de que me mandaran un reporte de TPP que hicieron para el Congreso de Estados Unidos, en el que de pronto te hablaban de empresas controladas por el Estado y que tendrían que entrar a libre competencia sin protección estatal. De pronto conectas los puntos y dices ‘bueno, si Peña Nieto quiere privatizar PEMEX y está en TPP, PEMEX privatizada tendría que regirse siguiendo estas reglas y eso va a afectar muchas cosas: tú ya no tienes control sobre los costos...’ te tienes que convertir en un analista en ciertos puntos (José Flores, 2012)

⁶⁶ Si bien Google News (<https://news.google.com>) no es un medio de comunicación, en este sitio Google indexa la información publicada en diarios, agencias de noticias, blogs, entre otros sitios que son validados por esta empresa como sitios dedicados a publicar noticias.

Las redes sociales no son muy utilizadas por los colaboradores de *Vivir México*, para obtener información o para obtener ideas sobre posibles temas que abordar. Sin embargo, sí se mantienen pendientes de los temas que surgen en estos espacios y que pueden llegar a tener trascendencia.

Los colaboradores de *Vivir México* señalan que ya cuentan con una serie de fuentes que revisan constantemente, han sido previamente identificadas como espacios en los que se genera información de los temas que son de su interés. Así mismo tienen identificadas a personas que pueden convertirse en informantes o expertos en el tema a los que pueden acudir para que los oriente en un tema que desean abordar:

en base (sic) a esos gustos (de temas sobre los que escribe en *Vivir México*) y a búsquedas anteriores que he hecho tengo una lista de fuentes, entonces cuando yo estoy buscando algo... a veces yo por algo que me sucedió o por algo que ya vi ya vengo con la idea de hablar de un tema, pero otras veces recorro a mis fuentes y veo que es lo que está sucediendo, que han publicado ellos, que opiniones están dando ellos, ya sea fuentes oficiales o sea fuentes de gobierno, las áreas de prensa o comunicación social de instituciones, organismos no gubernamentales o periódicos (Ileana Fernández, 2012).

El ir a la calle a “levantar” información en medio de algún suceso es algo que raramente hacen los colaboradores del sitio, de hecho solamente José Flores y Katya Albitter señalaron que han recurrido a esta práctica para obtener información para sus *posts*.

Pateando Piedras

En *Pateando Piedras* hacen uso de las redes sociales que establecen tanto dentro como fuera de Internet, al ser un espacio que abre las puertas a quien quiera colaborar también les ha ayudado a construir estas redes sociales, y de esta forma logran que se les incluya en la lista de distribución de información (boletines, invitaciones a eventos) de diversas empresas, instituciones y organizaciones.

Estos contactos, en determinados momentos, pueden cumplir el rol de informadores, ya sea que envíen material y describan los hechos desde algún suceso; o estos sus contactos formen parte de quienes son la noticia:

puede ser que ni siquiera salgas a la calle, simplemente te avisan qué está pasando y cuando vamos a la calle, cuando “reportemos” de alguna

manera, no lo hacemos de manera tradicional, como el trato es muy fraterno, como es de iguales sí podemos preguntarle por ejemplo a Robles Maloof que es un tuitero... o a alguien que está generando la noticia y que aparte es nuestro amigo, y de una manera ética (Alberto Escorcía, 2012).

Oriol Malló señala que las herramientas que Internet proporciona pueden ser muy útiles en la búsqueda de fuentes. A partir de un dato o un rumor sobre algún tema que puede llegar a ser relevante plantea que hay que hacer una búsqueda a través de Internet para tratar de obtener la mayor información posible sobre el tema, para poder comprenderlo e interpretarlo; de acuerdo con el tipo de tema traza una estrategia y las fuentes que va a consultar:

ahí sí, la parte que tiene un periodista si es un poco veterano y tiene que tener tablas y entender cómo va el país (...) entender un grupo de poder y conocerlo para buscar rápidamente para entender lo que te interesa en la red y ahí yo creo que periodismo nunca dejará de existir (Oriol Malló, 2012).

Cómo es el proceso de construcción de sus posts.

Vivir México

Si bien cada proceso de elaboración de los post es muy particular en cada uno de los redactores, sí podemos trazar un proceso general que siguen, y este inicia con la selección de temas, asunto que ya se profundizó en líneas anteriores. Sin embargo, cabe señalar que una vez que el colaborador elige el tema del que quiere escribir lo hace público en la red social interna con la que cuenta el equipo de trabajo⁶⁷. Esto con la finalidad de anunciar en que se está trabajando y desde qué punto de vista se va a abordar para evitar que se publiquen *posts* similares.

Entonces el editor de *Vivir México* da el visto bueno del tema, da algunas sugerencias. Tanto José Flores (editor en activo en el periodo en que se realizaron las entrevistas), como los redactores, señalan que su tarea no es de ninguna forma censurar

⁶⁷ Utilizan Socialcast, que es una herramienta diseñada para el trabajo en equipo dentro de empresas u organizaciones, a través de ella pueden compartir información e intercambiar archivos entre los miembros del grupo de trabajo.

temas o definir el punto de vista desde el cual se deben abordar, sino que se hacen sugerencias sobre estilo, las características que debe tener la entrada para un mejor posicionamiento en los buscadores, sugerencias de fuentes.

A través de esta plataforma también se intercambian sugerencias entre los redactores, se comparten información que puede ser del interés de alguno de ellos, se dan retroalimentación las entradas que ya han sido publicadas, discuten sobre los comentarios que publican sus lectores, intercambian puntos de vista sobre su labor en el blog.

Una vez seleccionado el tema, hacen una revisión de las fuentes, ya sean las que ya tienen identificadas o se hace una búsqueda puntual de la información que requieren. Hasta este momento, lo que llega a cambiar las rutinas habituales de construcción de *posts* es cuando reportan sucesos en tiempo real, en donde mantiene un monitoreo constante de la información que se está produciendo sobre el tema y se va actualizando el post con los datos que van surgiendo.

Una vez ya publicadas las entradas, su labor continúa prestando atención a las reacciones que generen los lectores. En *Vivir México* se moderan los comentarios para evitar *spam*. Esta labor la realizan desde *Hipertextual*, esta tarea no corresponde a los redactores, su tarea comienza una vez ya publicados los comentarios de los lectores en el sitio.

Los redactores han detectado tres tipos de comentarios: el de los usuarios que sólo opinan que le gusta o no le gusta la nota; los que “parece que están de fijo para quejarse de todo” (Marco Gómez, 2012) pero que no argumentan su punto de vista, solamente descalifican; y el tercer tipo, y de los que menos reciben de acuerdo a lo declarado en las entrevistas, son aquellos que pueden o no estar de acuerdo con lo que se expresa en la nota, pero que argumentan sus opiniones y contribuyen a un intercambio de ideas y opiniones.

Señalaron que difícilmente responden a los comentarios provocativos, pero sí prestan atención e intercambian ideas con aquellos que muestran argumentos. De estas conversaciones son de las que pueden obtener pistas para profundizar en el tema, para resolver dudas del propio redactor o para propiciar que el redactor considere un nuevo punto de vista que no había considerado:

En los comentarios que yo veo que puede haber una interacción sobre todo grata, la verdad es que cuando ves que es un poco agresivo no vale la pena... lo lees, pero no vale la pena estar contestándole a la persona, ya dio su opinión y la respetas. Cuando ves que puede haber una interacción entonces les contestas o cuando te preguntan directamente (Ileana Fernández, 2012).

Pateando Piedras

En Pateando Piedras se construyen las entradas de distintas formas. Durante el análisis se identificaron dos cuestiones vinculadas con desarrollo del trabajo dentro del sitio 1) Oriol Malló y Alberto Escorcía identifican diferencias en su forma de producir sus entradas, 2) aun así, se dan coincidencias en el proceso en general. Entre ellos realizan un trabajo colaborativo para construir sus entradas, aunque el procesos que sigue cada uno no sean iguales.

Como ya se señaló, realizan una revisión constante de las redes sociales para detectar de lo que se está hablando en la red. Una manera de construir los post es a través de la información que obtienen a través de sus distintas fuentes e informantes, tal como lo hacen en *Vivir México*, pero también salen a las calles para obtener información sobre algunos sucesos.

En Pateando Piedras realizan frecuentemente la labor de dar seguimiento a sucesos que consideran importantes en tiempo real, ya sea a través de la información que circula en las redes sociales, retomando de ahí declaraciones, fotos, videos y demás materiales; o saliendo directamente a las calles a realizar un trabajo de “reporteo” y captura de imágenes.

Cuando se hace reporteo desde el lugar de los hechos -actividad que no es muy frecuente- y se publica la información en tiempo real se hace un trabajo en equipo: uno de los *prosumers* levanta información, imágenes, videos y demás materiales que ayuden a la construcción de la noticia, mientras que el otro redacta la información, edita y sube los materiales al sitio. Otra modalidad es que se reporta desde la calle y se informa desde el mismo lugar de los hechos haciendo uso de la red móvil y dispositivos portátiles, en este caso estos colaboradores han redactado y subido entradas *in situ* desde sus *iPhones*.

Para la construcción de contenidos desde “el periodismo digital”, señala Oriol Malló, lo importantes es saber leer para comprender hacia dónde se mueven las tendencias, el conocimiento del entorno en el que se inscriben los sucesos para poder comprender los

temas, poder realizar rápidamente un análisis de la información, estar leyendo diversos tipos de fuentes y retomarlas.

Oriol Malló señala que en la construcción de contenidos en los sitios de Internet funciona siguiendo la misma estructura de la pirámide invertida⁶⁸, pero además se deben integrar elementos multimedia (videos, fotos, audios, documentos, hipervínculos) y que es justo buscar este tipo de complementos son los procesos que más tiempo requieren, junto con la actividad de etiquetado de las entradas:

funciona mucho con la pirámide invertida, funciona igual (...) la tienes que tener un muy buen video, una buena foto, que *linkeé* muy bien que tenga las citas muy exactas y precisas y muy bien armadas (Oriol Malló, 2012).

Una vez publicado el contenido sigue la labor de difundirlo a través de las redes sociales y estar atento a los comentarios que realicen sus lectores, los cuales son muy importantes:

es una relación muy cercana y de complicidad, muchos sitios tienen su apartado de comentarios y ahí los dejan abandonados; para nosotros es casi como devoción atenderlos, porque a ellos nos debemos, entonces es de cercanía, de fraternidad y de complicidad (Alberto Escorcía, 2012).

Lineamientos del sitio

Vivir México únicamente proporciona lineamientos a sus colaboradores⁶⁹ que permitan que los post puedan ser indexados correctamente tanto al interior del sitio como por parte de los buscadores. En este sentido señalan los elementos que debe contener el título para que los buscadores puedan arrojar los *post* en las búsquedas sobre el tema; sobre el uso de etiquetas o palabras clave, de links al interior del mismo sitio y hacia fuera.

⁶⁸ La pirámide invertida es una estructura para organizar la información dentro de la nota periodística, al inicio se escriben los datos más importantes y al final se dejan los detalles con menor relevancia para la comprensión del suceso.

⁶⁹ Éstos lineamientos únicamente fueron comentados por los entrevistados, dado que no tuve acceso a éstos de manera escrita y no son difundidos de manera pública. Estos lineamientos son los mismos que siguen todos los blogs de la red *Hipertextual*.

También les son proporcionados lineamientos sobre el tamaño de imágenes que se pueden usar para que tengan la calidad adecuada, y señala el uso de imágenes propias o que tengan derechos de autor *creative commons*⁷⁰ para evitar conflictos por los derechos de autor de las imágenes.

Una aclaración que hacen los entrevistados es que de ninguna forma se les impide hablar de ciertos temas o se les impide dar su opinión.

José Flores, editor de *Vivir México* entre agosto y diciembre de 2012, comenta que también cuentan con una serie de lineamientos que se han construido en conjunto y que se van definiendo y señalando en la práctica como no publicar rumores, el no informar sobre declaraciones de funcionarios, sino informar sobre acciones concretas, sucesos:

para nosotros realmente no vale una noticia, una acción sí, esa es la norma de oro (...) es uno de los vicios que me ha tocado quitarles a un par de *bloggers* y que sigo luchando, no usar los *dijónimos*, y si lo vas a hacer, que los uses bien, como diría este autor (Guillermo Sheridan, de pronto decir ironizó, exclamó, mintió, encubrió, o sea usarlos para realmente describir acciones reales, acciones representadas. Sí, nos vamos por los hechos, por las cosas que pasan; o tomar, en su defecto, lo que alguien dijo/hizo como punta de lanza para hablar del tema (José Flores, 2012).

Otro aspecto que señala José Flores tiene que ver con el informar en tiempo real, cuando acontecen eventos importantes surge la necesidad de informarlos en el momento en que suceden, por lo que la actualización constante de los post es indispensable en este tipo de situaciones.

Pateando Piedras

Pateando Piedras no cuenta con lineamientos o códigos ya sea éticos o de procedimientos, por lo que básicamente guían sus prácticas por sus códigos personales. Lo más cercano que podríamos tomar como algún tipo de códigos, es lo contenido en la propia descripción de sitio, aquí un extracto:

⁷⁰ *Creative Commons* (CC) es una organización sin ánimo de lucro que promueve el uso de licencias de derecho de autor bajo el modelo *copyleft* para su libre distribución y/o modificación.

Somos un portal de noticias *copyleft*. Esto significa que a menos que se indique lo contrario puedes usar nuestros textos, siempre y cuando seas educad@ y cites la fuente. Creemos que el conocimiento no debe ser exclusivo, sino inclusivo, y por ello generamos contenido propio y usamos fuentes externas (dándoles su correspondiente crédito y pidiendo permiso primero, ¡faltaría más!) al igual que permitimos que se usen nuestros textos e imágenes. No ponemos límites a nuestras fuentes. Nos nutrimos y nos difundimos a través de *blogs*, redes sociales, periódicos escritos, radio, videos, fotografías, dibujos, etc.

Nuestros colaboradores publican con total libertad y apoyamos la libertad de expresión y diversidad de opiniones. Los responsables por la veracidad de lo que publican son únicamente los autores de los textos⁷¹.

Lineamientos establecidos por los propios colaboradores para su práctica

Vivir México

Al cuestionárseles sobre si se habían establecido criterios que guiaran sus prácticas la constante en las respuestas fue el defender siempre su punto de vista, es decir no dejarse influir o coaccionar por intereses de ningún tipo:

nos comentó en alguna ocasión Eduardo Arcos que es el creador de *Hipertextual*, el dueño del blog es que cuando hablemos de algo tenemos la libertad de opinar lo que queramos sin presiones de ningún tipo, de empresas ni nada, pero todo lo que opinemos tenemos que justificarlo nada más. Si a mí me gusta algo pues por qué me gusta, si a mí no me gusta algo pues por qué no me gusta (Hugo Torres, 2012).

Otro aspecto que señalaron es la verificación de fuentes, revisar que la información que se publica sea verdadera, en este sentido señalan la importancia de irse siempre a la fuente original para obtener la información de primera mano.

Pateando Piedras

Alberto Escorcía resume los códigos que guían su práctica a “no mentir, siempre dar crédito y sobre todo compartir”, el permitir que la información fluya, al compartir, retomar información publicada por otras personas con su permiso y respectivos créditos y así mismo

⁷¹ <http://www.pateandopiedras.net/quienes-somos/>

permitir que la información que se produce pueda ser retomada por otros. Estos son los principios en los que se basa el *copyleft*⁷² y *creative commons*.

La conversación con Oriol Malló se prolongó y no se abordó este tema, pero de acuerdo con la conversación en general podemos mencionar que para este periodista es importante que la los que se publican en el sitio sirva a los lectores para estar informados, para que comprendan el contexto, posibles consecuencias, y puedan formar su propia opinión.

Reflexión previa

Como pudimos observar las prácticas de construcción de contenidos para Pateando Piedras y para Vivir México sí difieren unas de las otras, sin embargo lejos de poder afirmar que estas diferencias dependen de las estructuras y/condiciones de los sitios en los que colaboran, me atrevería a afirmar que más bien depende de otras circunstancias como la experiencia en la colaboración en blogs (su *hábitus*).

José Flores, de Vivir México, y Alberto Escorcía, de Pateando Piedras, cuentan con prácticas similares y son quienes cuentan con más experiencia en producción de contenidos en blogs; Oriol Malló comparte ciertas similitudes en la búsqueda de información, el uso de herramientas de Internet, su formación como periodista sí es distintiva en su labor (cómo afirmarlo).

Si bien pudimos revisar que en ambos sitios no se da una propuesta de agenda que difiera de manera significativa de la agenda mediática⁷³, podemos afirmar que la importancia de estos sitios es la pluralidad de puntos de vista que cobijan, y la posibilidad que tienen de profundizar y dar seguimiento a los temas, así como retomar temas que consideran importantes para un determinado sector, pero que no se les da el espacio que

⁷² El *copyleft* es una forma de derecho de autor que la libre distribución de copias y versiones modificadas de una obra, a condición de que los mismos derechos sean preservados en las versiones modificadas. El término surge como una contra propuesta del copyright o "derecho de autor", la cual propone que nadie modifique ni distribuya las obras de su autor a condición de su autorización, normalmente con pago previo.

⁷³ En parte porque sus principales fuentes de información son los propios medios tradicionales, la prensa particularmente.

requieren en los medios de comunicación. Otro aspecto importante de estos sitios es la labor que hacen de retomar temas y realizar una labor de divulgación.

En el aspecto que sí influye la estructura organizativa de los sitios es en las tareas en general que tienen que desempeñar los colaboradores de los sitios. En *Pateando Piedras* todas las tareas recaen principalmente sobre Alberto Escorcía, además de publicar contenido tiene que estar al pendiente del funcionamiento técnico del sitio, de que existan ingresos suficientes para solventar los gastos del sitio y solventar sus salarios, hacer un trabajo de relaciones públicas para incrementar las redes sociales del sitio y para obtener trabajos de consultoría, los cuales son las principales fuentes de ingreso. Todo esto además de la labor de publicar y estar atento a comentarios en el sitio y en las redes sociales.

Quienes publican en VM las tareas que les corresponden es generar contenido y estar al pendiente de los comentarios del sitio, todas las demás tareas se desarrollan a través de la estructura de *Hipertextual*, además de que cuentan con un tabulador fijo de pagos por entrada, por lo que de antemano pueden hacer un cálculo de sus ingresos por esta actividad.

Una vez abordadas las prácticas de los *prosumers* se revisarán a la luz de los elementos del periodismo, categorías propuestas por Bill Kovach y Tom Rosenstiel para hacer una valoración de éstas prácticas, lo cual permitirá conocer el papel que tienen estos espacios en el ambiente mediático mexicano.

Reflexiones finales. Principios del periodismo aplicados a la práctica de generación de contenidos de los prosumers

La evolución de la web ha permitido nuevas formas de interacción y de participación de los usuarios. En este nuevo entorno surge el prosumer, que es aquel usuario que trasciende su papel de consumidor y se vuelve también productor de contenidos.

Esto ha dado pie al surgimiento de espacios alternativos de comunicación desde donde se distribuyen diferentes tipos de contenidos, entre ellos contenidos noticiosos. Con este perfil es que se seleccionaron los sitios Vivir México y Pateando Piedras, como casos relevantes para ser objeto de estudio para esta investigación.

Para reflexionar sobre estos espacios noticiosos se comenzó por revisar brevemente las relaciones entre los medios de comunicación y el poder en México, así como las serie de prácticas que les permitieran mantener estas relaciones, en detrimento de la calidad informativa, lo cual generó una falta de credibilidad en el periodismo. Esto con el fin de comprender el contexto en el que se inscriben las prácticas periodísticas, y también las de los *prosumers*.

Como se revisó en el capítulo 3, estas relaciones se dan de manera compleja, los medios han pasado de estar sometidos al poder del Estado a convertirse en un poder fáctico que ha superado al poder político, y frente a este los espacios ciudadanos se convierten en una alternativa para la producción y distribución de contenidos.

Raúl Trejo ha llamado a este poder mediático que sobrepasa al político como mediocracia, y en esta es el ciudadano quien ve vulnerado su derecho a la información. Es en este ambiente mediático en donde surgen espacios como VM y PP dedicados a la producción y distribución de contenidos noticiosos. Éstos representan una opción para que los ciudadanos reclamen este derecho y al mismo tiempo es un lugar desde donde los ciudadanos que conforman estos sitios ejercen su propio derecho a la libertad de expresión.

Con base a los principios del periodismo que plantean Bill Kovach y Tom Rosenstiel

(2007) se discutió el papel de los espacios generados por *prosumers* en Internet con el propósito de explorar cómo éstos pueden aplicarse para conocer sus prácticas de producción de contenidos noticiosos, y tratar de reflexionar, a través de los casos generales, el potencial de los espacios ciudadanos para alcanzar estos elementos del periodismo.

Para ello se revisaron casos que se han convertido en ejemplos clave al hablar del potencial de los usos las redes sociales y de espacios de comunicación creados por ciudadanos. Tras este ejercicio de reflexión se confirmó que la calidad, veracidad y pertinencia de la información que se produce en este tipo de espacios depende del *habitus* que hayan incorporado los *prosumers*, pero las herramientas y las modalidades de interacción entre usuarios que hay en internet posibilitan la construcción y verificación de la información de manera colectiva.

Se concluyó que estos espacios tienen el potencial de producir contenidos noticiosos que permitan a los ciudadano un bien mayor que es el ejercicio pleno de los derechos de libertad de expresión y de acceso a la información, en miras de la construcción de una sociedad democrática.

Una vez revisados los escenarios ideales de las prácticas de los *prosumers*, se exploraron los dos sitios VM y PP, para conocer sus prácticas en la producción de contenidos noticiosos en Internet en el día a día. En los apartados anteriores se describieron tanto los sitios como éstas prácticas y aquí se retomaron nuevamente los elementos del periodismo para observarlas críticamente.

Verdad/ Veracidad

Cada uno de los colaboradores se ha planteado mecanismos para determinar la veracidad de la información que va a publicar, ésta práctica va a depender del *habitus* que el *prosumer* haya incorporado y por tanto es una categoría complicada de evaluar.

Los redactores buscan respaldar la información con sus fuentes, principalmente desde dos vías que se contraponen bajo esta perspectiva. Por un lado, hay quienes hacen un proceso de rastrear la información hasta llegar a los actores que generan la noticia, revisan los informes de donde se extraen los datos, buscan elementos audiovisuales que sirvan como prueba. Y por otro lado, hay quienes usan la información publicada en los

medios de comunicación como verdadera. En este sentido no representan una propuesta diferente a la información que se publica en esos espacios.

Sin embargo, un elemento importante para apegarse a este principio es que la información que se publica se ve sometida a un filtro externo, el de sus lectores, quienes sí están al tanto y señalan imprecisiones en la información que publica, contrastan cifras, sugieren otras fuentes; a partir de estos señalamientos los *prosumers* realizan precisiones en sus publicaciones en caso de que haya datos erróneos, o aclarando la validez de la información que presentan.

Lealtad a los ciudadanos/ responsabilidad social

Es difícil de establecer qué tanto sirve a los ciudadanos la información que se publica en estos sitios, aunque se pueden obtener conclusiones a partir de la perspectiva de los *prosumers*. Los entrevistados señalan que tienen como propósito que los contenidos cubran las necesidades informativas de sus lectores. No obstante, no se clarifica ¿cuál es la información o los temas que sirven a los ciudadanos? pues cada uno de los colaboradores establece criterios propios para determinar lo que es importante, y justo esto permite que haya una pluralidad de voces y de temáticas.

Posiblemente el aspecto en el que más podemos confiar como indicador de la responsabilidad de los *prosumers* hacia los ciudadanos es en la forma en que presentan la información: contextualizando los hechos, explicando procesos, señalando consecuencias, haciendo una labor de divulgación, denunciando irregularidades, cubriendo los movimientos sociales desde las calles.

Disciplina de verificación

Todos los informantes de esta investigación señalaron la importancia de comprobar la veracidad de la información que publican; señalaron diversas estrategias para verificar la información que publican: que la información se repita en diversos diarios; acudir a la fuente original, en dado caso revisar los documentos de donde se extrajo la información; confirmar datos con expertos en el tema; que existan testimonios de los hechos como imágenes, videos, o que sean testimonios de informantes en los que hayan depositado su confianza.

Independencia

Estos sitios se caracterizan por ser espacios desde donde se ejerce la libertad de expresión, tanto en VM como en PP declaran que cuentan con la libertad de expresar abiertamente sus opiniones. E incluso, en el caso de los colaboradores de VM señalan que han sido alentados por el coordinador general de *Hipertextual*, Eduardo Arcos, a expresar libremente sus opiniones mientras no cayeran en difundir rumores o información falsa.

En PP buscan defender su libertad de expresión, la decisión de no vender su publicidad fue tomada como estrategia para no mantener compromisos que pudieran limitar esta libertad de abordar los temas que consideraran importantes o reservarse su opinión sobre asuntos que pudieran resultar incómodos a sus patrocinadores.

Monitor independiente del poder/vigías

Durante el periodo de observación de los sitios se encontraron diversas ocasiones en las que se pudo observar una postura crítica ante el poder político y el fáctico de los medios de comunicación. Desde ambos sitios se criticó la forma en que Felipe Calderón implementó la “lucha contra el narcotráfico”, se denunció la violencia contra periodistas, hubo una los casos de corrupción de funcionarios públicos.

El 2012 hubo elecciones a nivel federal y en distintos estados, y durante este proceso electoral tanto en PP como en VM se denunciaron irregularidades durante el proceso electoral, se sumaron a las voces de protesta del movimiento #Yosoy132⁷⁴. Es claro que ambos espacios eran críticos ante el poder. Sin embargo, no van más allá de la denuncia y de tener una postura crítica ante la información que ya circula en otros medios; no hay un verdadero papel de vigía, no se denuncia, ni se exige una rendición de cuentas desde información resultante de sus propias indagatorias.

PP quizá se acercó más a esta labor en al promover las acciones de defensa del

⁷⁴ Es un movimiento conformado principalmente por estudiantes universitarios quienes en un primer momento exigían la democratización de los medios de comunicación, después se diversificarían en distintos temas. Estos reclamos surgen en mayo de 2012 durante el proceso electoral en México y sus reclamos y movilizaciones impactaron en dicho proceso, cuyo momento cumbre podría ser el haber convocado a 3 de los 4 candidatos a la presidencia a un debate organizado por el movimiento.

voto⁷⁵ que se organizaron desde diversos grupos de la sociedad civil, denunciando irregularidades en el proceso electoral a través de la información que recibían de sus lectores.

Proveen un foro para la crítica y comentarios públicos/ Interacción con los ciudadanos

Estos espacios son en sí mismos foros ciudadanos al ser espacios construidos por gente que no está en los grandes medios, sino que se han preocupado y ocupado por aprovechar la tecnología. En estos medios también llamados alternativos, cualquier persona puede incorporarse a los equipos de colaboradores si así lo desean. Son espacios que albergan distintos puntos de vista. Posiblemente la pluralidad de opiniones sea más evidente en VM al contar con un mayor número de colaboradores, además de que en PP hay pocas entradas firmadas con el nombre del colaborador.

Pero no es necesario ser parte del equipo de colaboradores de cualquiera de los dos sitios para que tengan la posibilidad de publicar contenido. PP publica el contenido que le sea enviado por los lectores, aunque no es posible contabilizar este tipo de colaboraciones debido a su política de firmar el contenido como *Staff*. En VM se han publicado algunas notas anónimas, y además cuentan con un formulario específico para hacerles llegar notas, historias o información sobre un tema.

En PP había una relación muy cercana con sus lectores, los primeros estaban al pendiente de los comentarios, tanto los que hacían en el sitio como a través de las redes sociales. En VM los colaboradores sí interactúan con quienes dejan comentarios en el sitio, y a través de sus redes sociales; sin embargo las redes sociales oficiales –Twitter y Facebook- de VM únicamente funcionan como repetidoras automáticas de las publicaciones que se hacen en el sitio sin que la redacción sin que el equipo de *Hipertextual* se haga

⁷⁵ Desde diversas organizaciones civiles y también de ciertos partidos políticos se convocó a la ciudadanía a establecer una vigilancia del voto el 1 de julio durante la jornada de las elecciones, las acciones. Esta vigilancia consistía en revisar las mantas con los resultados publicados en cada casilla, verificar que la suma de votos contabilizados correspondiera con el total de votantes de esa casilla, y que los datos que ahí aparecían publicados correspondieran con los datos publicados en la base de datos del IFE. Aunque también se realizó vigilancia de compra de votos, se denunciaron casos de robo de boletas, y demás anomalías.

cargo de las mismas, es decir no disponen de personal que interactúe con los lectores

Compromiso y relevancia

Los colaboradores deciden sobre qué temas hablar a partir de su criterio personal de qué es importante para la sociedad, pero también escuchan qué es lo que sus lectores están comentando para nutrirse de temas. También buscan hacer una labor de divulgación, en ocasiones tratan explicar conceptos, contextualizar la información, responder a las dudas que les plantean sus lectores, profundizar en los temas que les interesan, incluir elementos multimedia en sus entradas que permitan ampliar el tema.

Buscan también denunciar irregularidades, algunos participan abiertamente en movimientos, se unen a causas o les dan voz a éstos, con la finalidad de que los ciudadanos no solamente reciban la información que necesitan, sino que puedan comprenderla y puedan determinar el impacto que los sucesos tienen en sus vidas.

Mantienen las noticias comprensivas y proporcionales/ pluralidad

Estos sitios poco contribuyen estos espacios en la propuesta de nuevos temas a la agenda mediática, sin embargo, sí cumplen con una labor de dar mayor espacio a temas que son del interés de los colaboradores y que en ocasiones apenas logran ser mencionados por los medios de comunicación masivos.

Este interés personal lleva a los colaboradores a ampliar la información sobre los temas, a darle voz a diferentes sectores, pero sobre estos sitios cuentan con una pluralidad de voces al interior de sus espacios, nuevamente esto es mas visible en VM porque cuentan con más colaboradores y sus publicaciones sí se identifican con su persona.

Deben permitirse ejercitar su conciencia personal

Las prácticas de todos los colaboradores de ambos sitios se guían a través de sus propios valores. Quienes se dedican a esta labor lo hacen por una inquietud personal de compartir su punto de vista, para dar voz al sector que ellos consideran que representan, para hablar de lo que consideran relevante. Los entrevistados señalan que buscan que la información le dé a sus lectores los elementos necesarios para que formen su propia opinión sobre los

asuntos que aborda.

Derechos y responsabilidades de los ciudadanos

La generación de sitios creados por ciudadanos para la producción de contenidos puede leer como un ejemplo de cómo la sociedad ejerce los derechos y responsabilidades de los ciudadanos que señalan Kovach y Rosenstiel. ¿Por qué?, porque al decidir tener un espacio abierto para comentar e informar sobre hechos de la realidad genera un compromiso con la libertad de expresión vinculada con el compromiso y responsabilidad de conectar con la ciudadanía.

Cada redactor ha incorporado distintas prácticas en el proceso de construcción de contenidos, las cuales no dependen tanto de contar con una formación profesional en periodismo o comunicación, sino con la experiencia tanto laboral - como en el caso de Oriol Malló- como de la experiencia en el manejo de las tecnologías para la búsqueda de información, para establecer redes sociales que les permitan estar informados -como en el caso de José Flores y Alberto Escorcía. Estas prácticas poco tienen que ver con el espacio desde donde publican, más bien los ciudadanos guían su quehacer con base a sus valores personales.

Como se ha señalado, el papel que tienen estos espacios ha cumplido con un papel importante para la propuesta de nuevos temas, como espacios en donde se denuncian irregularidades de quienes ejercen el poder -tanto político como el poder fáctico de los medios de comunicación-, como un espacio en el que tienen cabida diversos puntos de vista.

Sin embargo, este gran impacto se ha identificado sólo en ciertos casos. En el día a día la importancia de sitios como Vivir México y Pateando Piedras reside en conformar espacios desde donde se ejerce la crítica, se señalan injusticias, se denuncian actos de corrupción y de violencia, se critican las acciones de gobierno que consideran incorrectas. Sin embargo, esta crítica se da una vez que la información se hace pública a través de otras fuentes, hay poca labor de investigación y de vigilancia desde estos sitios.

Su principal importancia reside principalmente en dar espacios a diferentes voces, a ser un espacio más horizontal en donde el diálogo entre prosumers y lectores es importante en el proceso de construcción de contenidos que circulan en estos espacios, en el proceso

de distribución al ser compartidos a través de las redes sociales, vía correo electrónico, a través de las conversaciones.

También es importante la labor que realizan de profundizar y dar seguimiento a ciertos temas, tanto aquellos que conciernen a un pequeño sector, como aquellos consideran importantes para la sociedad en general pero que no hay una cobertura suficiente en los medios de comunicación. Esta labor de divulgación y de dar un seguimiento y mostrar el contexto de los datos donde reside su relevancia.

Revisión de hipótesis

La hipótesis que se planteó al inicio de esta investigación señalaba que “El *prosumer* se involucra en la producción y distribución de contenidos noticiosos a través Internet como expresión de los vacíos de información sobre ciertos temas que están dejando los medios de comunicación hegemónicos”.

Con base en los hallazgos de esta investigación se puede afirmar que esta hipótesis se cumple. Uno de los motivos por el que los *prosumers* se involucran en la producción y distribución de contenidos noticiosos sí es porque hay información que requieren que no está siendo tomada en cuenta en los medios de comunicación aunque no se puede determinar que sea por este motivo por el que se involucran en esta actividad.

Su paso a ser *prosumers* se da más por una inquietud de escribir, de hacer públicas sus opiniones, como un ejercicio que les puede redituarse en reconocimiento por parte de sus lectores, más que por querer ser comunicadores estrellas como los que existen ya en los medios masivos.

Rutas por explorar

En septiembre de 2012 se publicó la última entrada del sitio y es hasta el 15 de enero de 2013 cuando PP publica un mensaje más agradeciendo a los lectores y colaboradores el haber apoyado el proyecto y que “el equipo original decidirá el futuro de este hermoso proyecto” (Pateando Piedras, 2013).

Las pausas en este sitio no son inusuales, debido a que hay temporadas en que otros proyectos absorben el tiempo de los principales colaboradores del sitio. Sin embargo, este anuncio sí despierta dudas sobre su futuro, hasta junio de 2013 no ha vuelto a haber

actividad en el sitio.

En lo que respecta a *VM*, a partir de la última semana de diciembre comenzaron a disminuir las publicaciones, pero a partir de enero la situación fue empeorando hasta que en abril sólo se publicaron dos entradas. Es en mayo cuando ingresa Jessica Uribe como editora y comienza a restablecerse el ritmo de publicaciones, aunque el número de publicaciones sigue siendo bajo debido a que el equipo de *VM* cuenta sólo tres integrantes.

Si bien el número de entradas era variable de acuerdo al número de redactores que estuviera participando en el sitio (de enero de 2012 hasta mayo de 2013 han participado en distintos tiempos 13 colaboradores), no había habido tan escaso número de entradas. Y aunque la entrada y salida de redactores en *VM* es común, la duda que me surge es el por qué no canalizaron recursos de la red de blogs para mantener la producción de contenidos del sitio, tal cual lo habían hecho en otras ocasiones, como relata José Flores quién, editor de *VM* de agosto a octubre de 2012 y quien ha colaborado en distintos blogs de Hipertextual:

hubo un problema con un blog llamado Celularis, bueno que ahora se llama Celularis, y quedaron 2 integrantes y me dijeron ‘oye pues hay que armar un equipo casi de la nada tú y los 2 que están, y ya se va uno de los 2 que están, entonces necesitamos a alguien que nos ayude como a que haya una cohesión muy rápida’ (José Flores, 2012).

La razón de la salida de los redactores posiblemente tenga que ver, al igual que con los colaboradores de *PP*, con la falta de tiempo de su parte, dado que lo que les paga Hipertextual por sus textos no es un ingreso proporcional al tiempo invertido.

Si bien partimos señalando las diferencias en cuestión económica y de organización dentro del sitio, a través de estos casos observamos que a pesar de contar con incentivos económicos y un equipo de trabajo que reduce las responsabilidades de cada colaborador, como en el caso de *VM* la labor del prosumer sigue dependiendo de una serie de circunstancias personales, dado que para la mayoría de personas, los modelos de negocios aún no permiten que su actividad principal sea escribir en este tipos de sitios, o al menos solamente en uno y tienen que escribir para diversos sitios para completar los ingresos necesarios para cubrir sus necesidades.

Esto nos sugiere cómo la red sigue siendo un lugar que si bien facilita la creación de

sitios en los cuales ejercer la libertad de expresión de los individuos, dados los bajos costos económicos para crear y difundir los contenidos; el costo en inversión de tiempo por parte de los *prosumers* sigue siendo alto para los incentivos económicos que recibe a cambio.

Éstas son sólo hipótesis lanzadas a partir de las declaraciones de los *prosumers* que han servido como informantes para esta investigación, y que pueden guiar una reflexión posterior para comprender estas situaciones que se ha descrito apenas superficialmente.

Aunque quedan pendientes varios aspectos por explorar para conocer las prácticas de los *prosumers* en la producción de contenidos noticiosos esta exploración permitió conocer de qué manera estos sitios representan una de tantas alternativas para que los ciudadanos puedan acceder a la información que requieren para que puedan tomar decisiones sobre sus vidas.

Si bien estos sitios han logrado generar contenidos críticos, profundizar en temas, dar espacio a diferentes voces, el papel del periodismo sigue siendo esencial para la producción de noticias. El periodismo profesional y estos espacios independientes no debe verse como excluyentes uno del otro, sino como espacios que aportan tipos de información desde donde el ciudadano puede informarse.

Finalmente tanto el periodismo tradicional como esta nueva forma de generar contenidos conviven en la gran plataforma, la Web. Es el lector quien se verá beneficiado al poder acceder a distintos tipos de contenido, y en el caso de que así lo desee, convertirse también en un *prosumer* para aportar una nueva perspectiva en este ecosistema mediático, y mayores posibilidades del ciudadano de ejercer tanto su derecho a la información como a la libertad de expresión.

Fuentes Bibliográficas

- Aguilar, Gabriela y Terrazas, Ana Cecilia (1996) *La prensa, en la calle. Los voceadores y la distribución de periódicos y revistas en México*. Grijalbo, Universidad Iberoamericana. México.
- Albiter, Katya (2012) *Entrevista personal con la autora*, México, D.F., 15 de octubre de 2012.
- Allan, Stuart y Thorsen, Allan (2009) *Citizen Journalism. Global perspectives*. Die Deutsche Bibliothek.
- Andión, Eduardo (2005) “Del esoterismo a la divulgación: Campo artístico y surgimiento del periodismo cultural” en *Anuario de investigación 2006*, México, D.F., Departamento de Educación y Comunicación, UAM-X.
- — (2009) *Pierre Bourdieu y la comunicación social*, México, Cuadernos del TICOM, UAM-X.
- Arredondo y Sánchez (1987) *Comunicación Social, Poder y Democracia en México*, Universidad de Guadalajara, México.
http://issuu.com/fundacionmanuelbuendia/docs/comunicacion_social_poder_y_democracia?mode=window&pageNumber=18
- Artículo 19 (2012) “La Tarahumara: Hambre, desinformación y opacidad”, en *Animal político, Altoparlante*. México, 9 de febrero de 2012.
<http://www.animalpolitico.com/blogueros-altoparlante/2012/02/09/la-tarahumara-hambre-desinformacion-y-opacidad/> [Consultado en febrero del 2012]
- Ayala, Guillermo, Iván Correa, Martha Palacios y Axel Alviso (2007) Mediación cultural en el podcasting: Análisis de las relaciones de producción y estrategias para la promoción en la podesfera, Trabajo final de investigación de la Licenciatura en Comunicación Social de la UAM–X.
- Bohmann, Karin (1994), *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, Alianza editorial, México.
- Bowman, Shayne y Willis, Chris (2003) *We Media. How audiences are shaping the future of news and information*, The media center at the American Press Institute,
http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf, [Consultado en mayo de 2010]
- Calvo Hernando, Manuel (2003) *Divulgación y Periodismo Científico: entre la claridad y la exactitud*. Dirección General de Divulgación de la Ciencia. México, UNAM.
- Calleja, Aleida (2011) “Un pequeño grupo mantiene el control de los medios ” en: Trejo Delarbre, Raúl y Vega Montiel, Aimeé (Coords.), *Diversidad y calidad para los medios de comunicación. Diagnósticos y propuestas. Una agenda ciudadana*. AMEDI, LXI Legislatura de la Cámara de Diputados, México.
- Canal 22 (2011) “Historia” Canal 22. <http://corporativo.canal22.org.mx/?seccion=6>
- Carreño, José (2000) “Cien años de subordinación. Un modelo histórico entre prensa y poder en México en el siglo XX” en: *Sala de Prensa*. Febrero 2000.
<http://www.saladeprensa.org/art102.htm>

- — (2005) “Vuelta de tuerca: la política subordinada a los medios” en: Cantú, María Elena, 2005, *Medios & poder. El papel de la Radio y la televisión en la democracia mexicana*, Grupo Editorial Norma, México.
- Castells, Manuel (1999) *La era de la Información. Economía, sociedad y cultura. Vol. I La sociedad red*. Siglo XXI, México.
- — (2009) *Comunicación y poder*, Alianza editorial, España.
- Castillo, Luz (2012) “Responsabilidad social del comunicador y ética: de la deontología a la defensoría del lector y de ahí al profesional reflexivo y autónomo”, en: *Razón y palabra No. 42*, México, febrero 2012.
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n42/lcastillo.html> [Consultado en febrero de 2012].
- Cerezo M., José (Comp.) (2007) *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Fundación France Telecom, España, <http://www.fundacionorange.es>, [consultado en junio de 2007].
- Cervera, José (2007) “Una teoría general del blog” en: Cerezo M., José (Comp.), 2007, *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Fundación France Telecom, España, <http://www.fundacionorange.es>, [consultado en junio de 2007].
- CNI-Canal 40 (2003) Queremos nuestra casa, CNI Canal 40, México
<http://www.youtube.com/user/CNI40>
- Cornejo Portugal, Inés (2007) *El lugar de encuentros. Comunicación y cultura en un centro comercial*. UIA, México.
- Crovi, Delia; Toussaint, Florence y Tovar, Aurora (2006) *Periodismo digital en México*. UNAM.
- De Miguel, Roberto (2005) “La observación sistemática y participante como herramienta de análisis de los fenómenos comunicativos” en: Berganza Conde, Ma. Rosa y Ruiz San Román, José A. *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Mc Graw Hill.
- Deuze, Mark (2005) “What is journalism? Professional identity and ideology of journalist reconsidered”, en *Journalism*, 6(4): 442-464.
- Di Bari, Vito (2007) “Il Web nel 2015 en el 2020: la Longer Tail e la Longest Tail” en Di Bari, Vito (Coord.) (2007) *Internet è cambiato. E voi?. Web 2.0 I consigli dei principali esperti italiani e internazionali per affrontare le nuove sfide*. Il Sole 24 ore, Italia,
- Elizondo Martínez, Jesús (2009) *La escuela de Comunicación de Toronto. Comprendiendo los efectos del cambio tecnológico*. Siglo XXI, México.
- Escorcía, Alberto, (2012) *Entrevista personal con la autora*, México, D.F., 03 de septiembre de 2012.
- Estalella, Adolfo. (2006) “La construcción de la blogosfera; yo soy mi blog (y sus conexiones)” en Cerezo M., (Comp.) *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. España, Fundación France Telecom.
- Esteinou Madrid, Javier (2009) “La ‘Ley Televisa’ y la transformación del Estado mexicano: de la Tercera República Nacional a la Cuarta República Mediática en México” en: Esteinou Madrid, Javier y Alva de la Selva, Alma Rosa (Coords.) (2009) *La “Ley Televisa” y la lucha por el poder en México*, Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- — (2010) “El poder mediático y su lucha contra la democracia electoral en 2009 en México” en: *Sociológica*, Vol. 25 No. 72, enero/abril 2010, México.

- http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-01732010000100002
- Etcétera (2003) “Cronología del conflicto”, en: *Revista Etcétera*, febrero 2003, México.
<http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=117>
- Etxeberria, Xabier (1995) *Ética periodística*. Cuadernos de Teología Deusto Núm. 2, Universidad de Deusto, Bilbao España.
- Fernández Fátima, Christlieb (1982) *Los medios de difusión masiva en México*, Juan Pablo Editor, México.
- — (2009) “La ‘Ley Televisa’: la culminación de un poder de facto”, en: Esteinou Madrid, Javier y Alva de la Selva, Alma Rosa (Coords.) (2009) *La “Ley Televisa” y la lucha por el poder en México*, Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- Fernandez, Pablo Martín, (2011) “Arcos: “Lo único de blog que tiene Hipertextual es el formato””, En, *La Nación*, 14 de octubre de 2011, Argentina.
- Flores, José, (2012) *Entrevista personal con la autora*, México, D.F., 12 de octubre de 2012.
- Franco, Darwin, 2012 , “Pulso Ciudadano: ¿puede una telenovela promover el periodismo?” en: *Nuestra Aparente Rendición*. 16 de enero.
http://nuestraaparenterendicion.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=877:periodismo-ciudadano&Itemid=106
- Gillmor, Dan (2006) *We the media. Grassroots journalism, by the people, for the people*. O’Reilly Media.
- Granados Chapa, Miguel Ángel (1981) *Examen de la comunicación en México*. El Caballito, México.
- Grinnell, Claudia (2009) “From consumer to prosumer to producer: Who keeps shifting my paradigm? (We do!)” en *Public Culture* 21 (3):577-598.
- Grecko, Témoris (2012) Primavera árabe. 04 de octubre de 2012, Universidad Iberoamericana. <http://www.ustream.tv/recorded/25904038>
- Guerrero, Manuel Alejandro (2010) “Los medios de comunicación y el régimen político” en Soledad Loaeza y Jean Francois Prud’homme, *Los grandes problemas de México; Vol. 14 Instituciones y procesos políticos*. Colegio de México, México.
<http://2010.colmex.mx/16tomos/XIV.pdf>
- Guerrero y Luengas (2012) “Media literate “Prodiences”: Binding the knot of news content and production for a open society” en: Paul Mihailidis. *News Literacy: Global Perspectives for the Newsroom and the Classroom (Mass Communication and Journalism)*.
- Hipertextual, (2005) *Hipertextual: El nacimiento de una empresa de weblogs*
<http://hipertextual.com/2005/08/hipertextual-el-nacimiento-de-una-empresa-de-weblogs/>
- — (2006) *Vivir México, el primer metablog de Hipertextual*
<http://hipertextual.com/2006/05/vivir-mexico-el-primer-metablog-de-hipertextual/>
- — (2008a) Buscamos nuevos bloggers, cambiamos y mejoramos el enfoque del blog
<http://vivirmexico.com/2008/03/buscamos-nuevos-bloggers-cambiamos-y-mejoramos-el-enfoque-del-blog>
- — (2008b) *Q – Una red publicitaria diferente*. <http://hipertextual.com/2008/09/q-una-red-publicitaria-diferente/>

- — (2009) *Marilyn Gonzalo, nueva Directora de Contenidos en Hipertextual*.
<http://hipertextual.com/2009/07/marilyn-gonzalo-nueva-directora-de-contenidos-en-hipertextual/>
- — (s/f) *Dirección*. <http://hipertextual.com/quienes/direccion/>
- Internet Movie Data Base (IMDB), El octavo mandamiento,
<http://www.imdb.com/title/tt2016456/>
- Islas, Octavio (2009) “La convergencia cultural a través de la ecología de medios”, En: *Comunicar*, Vol. XVII, Núm. 33, pp. 25-33.
- Jönsson, Anna Maria y Örnebring, Henrik (2011) “User-generated content and the news. Empowerment of citizens or interactive illusion?” en: *Journalism Practice*, Vol. 5, No 2, 2011, 127-144.
- Juárez, Geraldine y Martínez, Antonio (2011) “#Acta vs. ACTA: revelar para rebelarse” en: Vega, Ana y Merino, José, 2011, *Ciudadanos Mx*. México, De Bolsillo.
- Jurrat, Nadine (2011) *Mapping Digital Media: Citizen Journalism and the Internet*, Open Society Foundations
- Kotler, Philip (1986) “The prosumer movement: a new challenge for marketers”, en *Advances in Consumer Research Volume 13*, eds. Richard J. Lutz, Provo, UT: Association for Consumer Research, Págs.: 510-513.
- Kovach, Bill y Rosenstiel, Tom (2001) *The elements of journalism. What newspeople should know and the public should expect*. Three Rivers Press. Estados Unidos.
- — (2007) *The elements of journalism. What newspeople should know and the public should expect*. Three Rivers Press. Estados Unidos. (Versión anotada)
- Levario Turcott, Marco (2003) “Desdén por la ley”, en *Revista Etcétera*, febrero 2003, México. <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=11>
- — (2010) Entrevista publicada en: Ruiz Mondragón, Ariel, 2010, “Prensa mexicana: ¿dónde está? Estado, información y libertad de expresión” en: *Revista Replicante. Cultura crítica y periodismo digital*. Julio 2010. <http://revistareplicante.com/prensa-mexicana-%C2%BFdonde-esta/>
- Lévi, Pierre (2007) “L’intelligence collective, notre plus grande richesse”, trad. de Christian Hernández. Entrevista para *Le Monde*, 24 de junio de 2007, consultado traducido al español, <http://sociologiac.net/2007/07/19/pierre-levy-la-inteligencia-colectiva-nuestra-mas-grande-riqueza/>
- Lizarazo Arias, Diego (2004) *La fruición fílmica: estética y semiótica de la interpretación cinematográfica*, UAM-X, México.
- López Noriega, Saúl (2009) *Democracia, poder y medios de comunicación*. Konrad Adenauer Stiftung, Fontamara, México.
- Maciá Barber, Carlos (2007) “No todos somos ya periodistas. Un análisis de la utopía del periodismo ciudadano desde la perspectiva del reportaje interpretativo” en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, No. 13, Págs.:123-144.
- Martínez, Omar Raúl (2010) *Semillas de periodismo. Ética, información y democracia*. México, Universidad Autónoma de Nuevo León, Article XIX, Fundación Manuel Buendía
- Mejía Barquera, Fernando (1985) “50 años de televisión comercial en México (1934-1984) /Cronología” en: Trejo Delarbre, Raúl (Coord.), *Televisa. El quinto poder*, Claves Latinoamericanas, México.

- Mendoza Madrigal, Mónica (2007) "Televisa y TV Azteca: el duopolio contraataca" en: *Revista Etcétera*, Mayo 2007, México.
<http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=2958&pag=1>
- Meneses, María Elena (2011) *Periodismo convergente. Tecnología, medios y periodistas en el siglo XXI*. México, Editorial Porrúa.
- Monsivais, Carlos (1976) "El embute o la libertad de sumisión. Se increpa al corrupto mas no al corruptor", en *Revista Proceso*, 02 de junio de 1976.
http://hemeroteca.proceso.com.mx/?page_id=278958&a51dc26366d99bb5fa29cea4747565fec=126200&rl=wh
- Nieto Churruca, María, (2012) "Eduardo Arcos: "Necesitamos menos individualismo y más colaboración"", en *Big Tink*, 5 de septiembre de 2012.
<http://blogthinkbig.com/eduardo-arcos-necesitamos-menos-individualismo-y-mas-colaboracion/>
- Noubel, Jean-François (2006) *Inteligencia colectiva. La revolución invisible*,
<http://adin.iespana.es/Intelco.pdf>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2007) *Participative Web: User-Created Content*. Committee for Information, Computer and Communications Policy. <http://www.oecd.org/Internet/interneteconomy/38393115.pdf>
- Onofre, Edgar (2010) "La amistad en la nómina. La economía cucurbitácea del oficio de reportero en Veracruz" en: *Revista Replicante. Cultura crítica y periodismo digital*. Julio 2010. <http://revistareplicante.com/la-amistad-en-la-nomina/>
- O'Reilly, Tim, (2005) "What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software" en *O'Reilly Media [En línea]* en:
<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
 (Revisado en marzo de 2006).
- Palacios, Martha y Rodríguez, Axel (2010) "La Web 2.0 como pretexto para la apertura de espacios alternativos de comunicación", en: Andión, M., Mc Phail, E. y Ortega, P. (Coords.), *Comunicación y Educación. Enfoques desde la alternatividad*, México, D. F., UAM-X y Miguel Ángel Porrúa.
- Palvik, John (2001) "The impact of technology on Journalism", en: *Journalism studies*, 1(2) 229-237.
- Papacharissi, Zizi (2009) *Journalism and citizenship. New Agendas in communication*. The University of Texas at Austin, Routledge.
- Pulso Ciudadano, (s/f) *Qué es Pulso Ciudadano*, <http://pulsociudadano.com/que-es-pulso-ciudadano/>
- Rebeil Corella, María Antonieta; Sandoval Cavazos, Jorge; Maya Obé; Acuña Limón, Alejandro (1998) "La comunicación educativa: Tecnología y telecomunicaciones" en: Esteinou Madrid, Javier (1998) *Espacios de comunicación 3. México*, Universidad Iberoamericana.
- Reporte Índigo, (s/f) *¿Qué es Reporte Indigo?* <http://www.reporteindigo.com/page/acerca-de-reporte-indigo>
- Ritzer, George (2009) "Focusing on the Prosumer. On Correcting an Error in the History of Social Theory" en Birgit Blättel-Mink y Kai-Uwe Hellmann (Editores), *Prosumer Revisited Zur Aktualität einer Debatte*. Alemania, VS Verlag für Sozialwissenschaften,

- <http://www.georgeritzer.com/docs/Focusing%20on%20the%20Prosumer.pdf>
[consultado en mayo de 2011]
- Rodríguez Munguía, Jacinto (2010) *La otra guerra secreta. Los archivos prohibidos de la prensa y el poder*. DeBolsillo, México.
- Ruiz Olabuenaga, José Ignacio (1996) *Metodología de la investigación cualitativa*. Universidad de Deusto, Bilbao España.
- Sánchez de Diego, Manuel (2010) “Verdad y periodismo” en: *Diario Los tiempos*, Bolivia, 21 de febrero del 2010.
http://www.lostiempos.com/diario/opiniones/columnistas/20100221/verdad-y-periodismo_58653_105398.html [Consultado en febrero de 2012]
- Segura Acosta, Sonia Esperanza (2004) “Modelo comunicativo de la educación a distancia apoyada en las tecnologías de la información y la comunicación en la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente - CUAO, Cali – Colombia” en *Eduotec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, No. 17, Marzo 2004.
- Shirky, Clay (2009) “How social media can make history”, en *Ted Talks. Ideas worth spreading*.
- Silva, Juan M.; Mahfujur Rahman, Abu Saleh Md. y El Saddik, Abdulmotaleb (2008) “Web 3.0: A vision for bridging the gap between real and virtual” en *CommunicabilityMS'08*, October 31, 2008, Vancouver, BC, Canada.
- Singer, Jane (2003) “Who are these guys? The on line challenge to the notion of journalistic professionalism”, en *Journalism* 4(3): 149-63.
- (2005) “The political j-blogger : 'Normalizing' a new media form to fit old norms and practices”, en *Journalism* 6(2): 173–198.
- Taylor, Steven y Bogdan, Robert (1998) *Introduction to qualitative research methods. A guidebook and resource*. John and Wiley & Sons, Inc. Estados Unidos.
- Trejo Delarbre, Raúl (2004) *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*, Cal y Arena, México, D.F.
- — (1985) “Un vistazo a Televisa” en: Trejo Delarbre, Raúl (Coord.), *Televisa. El quinto poder*, Claves Latinoamericanas, México.
- — (1998) *Volver a los medios. De la crítica a la ética*, Cal y Arena, México.
- — (2005) “La mediocracia Mexicana” en: Cantú, María Elena (2005) *Medios & poder. El papel de la Radio y la televisión en la democracia mexicana*, Grupo Editorial Norma, México.
- — (2012) “México: los medios, política y ciudadanos en la hora de la convergencia digital” en Bernardo Sorj (Coord.) *Democracia y medios de comunicación. Más allá del Estado y el mercado*. Centro Edelstein de Pesquisas Sociais y Konrad Adenauer Stiftung. Buenos Aires. <http://rtrejo.files.wordpress.com/2012/04/mc3a9xico-medios-polc3adtica-ciudadanos-y-convergencia-2012.pdf>
- — (2010) Entrevista publicada en: Ruiz Mondragón, Ariel (2010) “Prensa mexicana: ¿dónde está? Estado, información y libertad de expresión” en: *Revista Replicante. Cultura crítica y periodismo digital*. Julio 2010. <http://revistareplicante.com/prensa-mexicana-%C2%BFdonde-esta/>
- Van Der Henst S. C., (2005) “¿Qué es la Web 2.0?”, en *Maestros del Web* [En línea] en: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/web2/> [Revisado en marzo 2007]

- Varela, Juan Cerezo M., José (Comp.) (2007) *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Fundación France Telecom, España, <http://www.fundacionorange.es>, [consultado en junio de 2007]
- Wilson, Lowrey y Latta, John (2008) "The routines of blogging", en: Paterson, Chris y Domingo, David, *Making OnLine news*, Peter Lang Publishing.

Anexos

Colaboradores de *Vivir México* y *Pateando Piedras*

<i>Vivir México</i>
<p>Nombre: Ileana Fernández Edad: Residencia: Veracruz Perfil: Publicista de profesión; curiosa, observadora y analista por costumbre. Redes sociales: @ileanaff Sitios Personales: +ileana f (https://plus.google.com/110058561596844983932) Inicio de colaboración: 5 de Enero de 2012 Fin de colaboración: Continua colaborando hasta junio de 2013</p>
<p>Nombre: Álvaro López (A.L.S.) Edad: Residencia: Jalisco Perfil: Mercadólogo de profesión, activista social, muy interesado en lo que acontece en México. Redes sociales: http://twitter.com/elcerebrohabla, http://facebook.com/alvarols Sitios Personales: http://www.elcerebrohabla.com Inicio de colaboración: 28 de septiembre de 2011 Fin de colaboración: 1 de noviembre de 2012</p>
<p>Nombre: Marco Antonio Gómez Lovera Edad: 22 años Residencia: Ciudad de México Perfil: Economista, podcaster, blogger, locutor, editor, aficionado a la fotografía, escritor frustrado... Lo más importante: ciudadano mexicano. Redes sociales: http://twitter.com/chapo89 Sitios Personales: http://lacoctelera.mx Inicio de colaboración: 6 de febrero de 2012 Fin de colaboración: Continua colaborando hasta junio de 2013</p>
<p>Nombre: Katya Albiter Edad: 33 años Residencia: Ciudad de México Perfil: Socióloga. Maestría en Letras Iberoamericanas. Redes sociales: http://twitter.com/#!/Kdegato, https://www.facebook.com/katya.albiter Sitios Personales: http://lavidaesrubia.wordpress.com/ Inicio de colaboración: 26 de diciembre de 2011 Fin de colaboración: 3 de julio de 2012</p>
<p>Nombre: Hugo Torres Edad: Residencia: Michoacán Perfil: Blogger y desarrollador Redes sociales: @hbetotb Sitios Personales:</p>

Inicio de colaboración: 7 de mayo de 2010
Fin de colaboración: 16 de enero de 2013

Nombre: Ximena Vega

Edad:

Residencia:

Perfil: LRI por la UDLAP. Hipertextual (Vivir México) desde marzo de 2010 y abeja obrera de la administración pública desde septiembre del mismo año. Fan del gazpacho, de los colibríes, de la Realpolitik y del artículo 33. Amorosa madre de una coneja sobre-alimentada y orgullosa hija de una abogada de las buenas.

LRI por la UDLAP. Hipertextual (Vivir México) desde marzo de 2010 y abeja obrera de la administración pública (primero en Segob, ahora en una embajada de las grandotas) desde septiembre del mismo año. Mis jefes quieren que les diga que lo que expreso en mis entradas no refleja la opinión de la Embajada de Estados Unidos ni del Departamento de Estado, yo sólo paso la voz...

Redes sociales: <http://www.twitter.com/yonofuifuetete>

Sitios Personales: <http://earlessbunny.tumblr.com/>

Inicio de colaboración: 24 de marzo de 2010

Fin de colaboración: 12 de noviembre de 2012

Nombre: Carlos Hinojosa

Edad:

Residencia:

Perfil: Redactor de Gizmóvil y VivirMéxico.

Redes sociales: <http://twitter.com/carloshinojosac>

Sitios Personales: <http://gizmovil.com>

Inicio de colaboración: 23 de marzo de 2011

Fin de colaboración: 15 de junio de 2012

Nombre: Geraldina Gonzalez de la Vega

Edad:

Residencia:

Perfil: Columnista de Animal Político y de Gurú Político. Coordinadora jurídica Ombudsgay. Constitucionalista y ensayista. Me dedico principalmente a temas relacionados con derechos sexuales y reproductivos y teoría de la constitución.

Redes sociales: @geraldinasplace, Google+ Geraldina Gonzalezde la Vega

Sitios Personales: <http://gerasplace-reloaded.blogspot.com/>

Inicio de colaboración: 16 diciembre 2011

Fin de colaboración: 10 de febrero de 2012

Nombre: Pepe Flores

Edad: 26 años

Residencia: Puebla de los Ángeles

Perfil: 26. Blogger de ALT1040. Coordinador de Vivir México. Hipertextual desde 2009. Escribo sobre cultura pop, medios, política, derechos humanos, propiedad intelectual y diversidad sexual. Fundador de Elocuencia 8080 y Sexenio. Autor de "La nueva cara de Puebla" (Endeavor & UDLAP, 2011).

Editor en Polaris Group. Redes sociales: @padaguan

Sitios Personales:

Inicio de colaboración: 5 de enero de 2010, 13 de agosto de 2012

Fin de colaboración: 19 de octubre de 2011, 21 de diciembre de 2012

<p>Nombre: Ismael Flores Edad: Residencia: Perfil: Redes sociales: Sitios Personales: Inicio de colaboración: 14 de febrero de 2011 Fin de colaboración: 9 de enero de 2012</p>
<p>Nombre: Javier Morfin Edad: Residencia: Perfil: Redactor, lector, hardcore gamer, melómano, pasante en Administración Pública y Ciencias Políticas, entusiasta de las redes sociales y la opinión pública y el amigo que no quieres para tu novia. Redes sociales: Follow @r3ivajx Sitios Personales: Inicio de colaboración: 14 de noviembre de 2012 Fin de colaboración: 29 de noviembre de 2012</p>
<p>Nombre: Link Tilledemann Edad: Residencia: Perfil: Redes sociales: Inicio de colaboración: 19 de noviembre de 2012 Fin de colaboración: 28 de diciembre de 2012</p>
<p>Nombre: Jessica Uribe Edad: Residencia: Perfil: Correctora de estilo y creadora de contenido. Chocolatómana y adicta a los tenis. Escribo de vez en cuando en mi blog personal. Si quieres saber lo que estoy haciendo puedes seguirme en twitter o puedes agregarme a Facebook. Por azares del destino regresé a coordinar Vivir México y ahora a Nomadistas y ¡me encanta! Redes sociales: http://twitter.com/jessicauribe Sitios Personales: http://nomadistas.com/ Inicio de colaboración: 10 de octubre de 2007, 20 de mayo de 2013 Fin de colaboración: 18 de mayo de 2010, Continúa colaborando hasta junio de 2013</p>

Pateando Piedras

<p>Nombre: Alberto Escorcía Cargo: Coordinador General Edad: 32 años Residencia: Ciudad de México Redes sociales: @pateandopiedras</p>
<p>Nombre: Oriol Malló Cargo: Coordinador Editorial Edad: 45 años</p>

Residencia: Ciudad de México
Redes sociales: @OriolMallo

Nombre: Altea Gómez
Cargo: Coordinadora Editorial

Entrevistas a los colaboradores de *Vivir México* y *Pateando Piedras*

Marco Antonio Gómez Lovera	Vivir México	Ciudad de México, 04 de abril de 2012
Álvaro López	Vivir México	Entrevista vía <i>Skype</i> , 26 de septiembre de 2012
José Flores	Vivir México	Ciudad de México, 12 de octubre de 2012
Katya Albiter	Vivir México	Ciudad de México, 15 de octubre de 2012
Hugo Torres	Vivir México	Entrevista vía <i>Hangout</i> , 16 de octubre de 2012
Ileana Fernández	Vivir México	Entrevista vía <i>Skype</i> , 22 de octubre de 2012
Alberto Escorcía	Pateando Piedras	Ciudad de México, 3 de septiembre de 2012
Oriol Malló	Pateando Piedras	Ciudad de México, 23 de octubre de 2012

Entrevista a Marco Gómez
22 años
Vivir México
4 de abril de 2012

Martha Palacios (MP): ¿Podrías platicarme un poco de ti, a qué te dedicas, qué estudias?

Marco Gómez (MG): Yo estudié economía en la Universidad Panamericana, acabé el año pasado y ahorita estoy trabajando en el INEGI en el área de investigación.

MP: ¿Cuánto tiempo llevas trabajando?

MG: Tengo año y medio trabajando.

MP: ¿Por qué estudiar economía?

MG: Porque quería algo que combinara tanto el humanismo como ciencias exactas y creo que la economía me dio el punto medio, o sea no es tan humanista ni tan técnico, pero tiene de los dos.

MP: ¿Qué es lo que haces en tu vida cotidiana?, cuéntame cómo es uno de tus días

MG: Entro temprano a trabajar y, mi horario es bastante bueno, es de 7 a 2, entonces saliendo de trabajar me voy a mi casa a comer y pues tengo prácticamente la tarde libre para hacer lo que sea, ya ir a ver a mis amigos o leer o trabajar en otras cosas.

MP: Me puedes contar cómo fue tu acercamiento con las computadoras, cuando tuviste tu primer computadora, la primera vez que la usaste.

MG: Pues en mi casa hay computadora desde que me acuerdo y realmente no me acuerdo de la primera vez que la usé, simplemente como que siempre ha estado ahí y bueno desde, qué sería, como en 5° de primaria, sería como en el 99 fue que empecé a utilizarla ya más intensivamente porque además fue cuando empezó a llegar aquí a México *America OnLine* que te regalaba todos los discos y lo instalamos en la computadora, mi papá me creó mi cuenta y ya la empecé a usar.

MP: Tú creciste con la computadora en casa y la empezaste a usar a una edad temprana, ¿cómo dirías que ha sido tu experiencia, has sido un usuario muy activo en Internet, crees que eres un usuario experto en el uso?.

MG: No se si experto, pero creo que sí lo he aprovechado más que el promedio de jóvenes de mi edad, no se, desde... generalmente mis compañeros, sobre todo ya en secundaria ya cada quién lo usaba principalmente para tareas, para buscar, el mail, pero ya en prepa como que ya dejé de hacer lo que en general hacía, o sea ya no solamente estar en redes sociales, que bueno la primera que tuve fue Hi5, y empecé a investigar otras cosas, lo primero que hice diferente que otros no hacían fue abrir un blog, que como que nadie se interesaba demasiado. Y entonces poco a poco me fui metiendo más hacia el lado de crear contenidos que de consumirlos nada más, entonces quizá no soy un experto, digo se leer y escribir en HTML, pero realmente a meterme más a fondo no lo he hecho.

MP: ¿Y tu grupo de amigos hacían el mismo uso, o se diferenciaban del tuyo?

MG: No creo, como que el grupo más cercano siempre ha... quizá no hemos hecho las mismas cosas, pero sí se dan cuenta de que internet es una herramienta para dar a conocer cosas, entonces, pues sí, yo me enfocaba más en escribir, porque es lo que me gusta, pero un amigo que se dedicaba a hacer videos y los subía, y bueno todavía lo hace, entonces mis amigos y yo si hemos estado muy interesados en usarlo.

MP: ¿Cómo empezaste a escribir, en general, siempre has tenido el interés en escribir o fue también en las redes en donde empezaste a escribir?

MG: No ya había participado en la secundaria en algunas publicaciones de la escuela y también en prepa, ya que estuve 2 de los 3 años de prepa en la revista de la escuela y ya que salí de allí es que abrí mi propio blog y ya de ahí pues para acá.

MP: ¿De qué fue tu primer blog, recuerdas cómo llegaste, cómo lo abriste, dónde lo abriste cómo se llamaba?

MG: No tengo idea, seguramente fue por curiosidad, lo habré leído en algún lado, el primer servicio que utilicé fue *Blogger*, entonces seguramente en alguna página sobre ese tipo de temas me lo encontré y lo abrí por curiosidad y pues empecé a escribir, principalmente pues... No la primera vez que tuve un blog sí fue antes, fue en secundaria y era básicamente para subir mi.. era como una agenda de tareas, cómo yo era uno de los más aplicados del salón me encargaba de poner cada día lo que había de tarea para el día siguiente, entonces ese fue el primero. Ese lo abandoné cuando

entré a prepa y ya casi saliendo de prepa fue que abrí el otro y era pues básicamente hablar de mi o de cualquier otra cosa que se me atravesaba.

MP: Cómo fue que llegaste a colaborar en un blog, dar este salto de escribir para ti en el tiempo que quisieras al ritmo que quisieras a supongo que es un compromiso diferente, en dónde empezaste a colaborar...

MG: Empecé, ya en un blog que no fuera un proyecto mío, fue hace, empezando febrero, que fue cuando entré a *Vivir México*, ellos estaban buscando un editor para otro de sus blogs que es *Alt1040*, que es de pura tecnología y apliqué para escribir ahí, pero me dijeron por los post de prueba que les gustaba más mi estilo para hablar de México y fue ya que me invitaron ahí y pues sí es bastante más diferente porque para empezar entras por un periodo de prueba para ver más o menos tus horarios, si te acomodas a escribir diario, más o menos a qué hora y además de que te adaptes al estilo del blog, ya que pasa eso defines tus horarios y empiezas a trabajar.

MP: ¿Qué requisitos te pidieron?

MG: Pues nada más, hay una página en la que pones tu nombre, tu edad, tus usuarios en redes sociales y te piden tres textos de prueba, los mandas y si les gustan pues ya ellos te contactan.

MP: ¿Qué beneficios hay de escribir en este sitio?

MG: El mayor beneficio pues a la mejor es que te pagan, no es mucho, pero pues es algo. Y sobre todo ya empezar a dejar tu nombre en un sitio que por ejemplo para, si tu siguiente empleador te busca en internet que lo primero que aparezca no sean tus redes sociales sino que aparezca que estás haciendo otro tipo de cosas, creo que esos son los beneficios de escribir.

MP: ¿Cómo te pagan?

MG: Me pagan por nota

MP: Por número de *hits* o...

MG: No, sólo por escribir la nota y más que los hits depende si estás nada más comentando la noticia o si realizaste una entrevista o es cobertura un evento, o sea depende más del nivel de elaboración del texto es cómo va incrementándose.

MP: ¿Por qué te acercaste a *Vivir México*?

MG: Porque estaban buscando, o sea otra vez no fue tanto a *Vivir México* sino al otro, pero porque estaban buscando un editor y pues ya llevaba tiempo siguiéndolos y pues se me hace un muy buen espacio para escribir, entonces cuando vi que estaba la oportunidad pues me lancé por interés.

MP: Tu leías otros de sus blogs o...

MG: Sí ya leía *Alt1040*, *Vivir México* y el otro que es enfocado a Apple, *Apple Weblogs*, nada más.

MP: ¿Te gustó cómo escriben, te sientes identificado con su trabajo, crees que refleja lo que buscas?

MG: Sí, es crear contenido y es lo que me gusta, también pues te dan suficiente libertad, o sea, delimitan bien el tema de cada blog pero te dan completa libertad para escribir lo que quieras y si noté que cuando yo llegué ahí la mayoría de los textos le tiraban un poco más al centro y a la izquierda, entonces yo entré y yo le tiro un poco más a centro derecha. Entonces como que se empezó a hacer un debate interesante, o sea como que ya hay un poco más de diversidad.

MP: Dentro del blog se realiza trabajo colaborativo o solamente tú escribes tu texto, tu te das tus tiempos.

MG: No, es completamente individual.

MP: ¿No tienen algún tipo de reuniones, de comunicación?

MG: Hay comunicación interna a través del mail y de *Social cast*, que es como una red social tipo *Facebook*, pero es más, es usada más para estar en contacto dentro de organizaciones y reuniones presenciales no porque creo que somos dos los que estamos aquí en el DF, uno en Guadalajara, creo que otro está en Veracruz, me parece y creo que hay alguien escribiendo desde Alemania. Entonces si estamos geográficamente dispersos.

MP: Y en este tipo de comunicaciones ¿qué es lo que comunican?

MG: Pues es principalmente para ponernos de acuerdo, sí alguien no puede publicar que alguien lo cubra, o avisos en general o si alguien se encuentra noticias interesantes que alguien puede más le puede interesar para escribir porque es más o menos de la línea que maneja pues entonces ahí se comparten, es como el canal de comunicación interna.

MP: Y en tu opinión ¿cómo definirías al sitio de *Vivir México*, si alguien no lo conoce, tu le vas a platicar de él, cómo se lo describirías?

MG: Es un sitio en el que se comparten las principales noticias que tienen que ver con México y que además se da un valor agregado al dar tu propia opinión, o se a no nada más es noticioso, sino también tu opinión y a través de los comentarios generar un diálogo con los lectores.

MP: Qué valor crees que tenga el que *Vivir México* no sea un blog independiente y a la mejor como de un grupo de amigos, sino que pertenece a una empresa que se dedica a la producción de blogs.

MG: Pues es un blog grande, o sea, y ya no, sobre todo con *Hipertextual* empezó a crecer en el momento justo en que los blogs empezaban a crecer, entonces ahorita están bastante bien establecidos, y *Vivir México* es de los últimos blogs que se abrió o de los últimos que se les ha dado más difusión, pero el hecho de pertenecer a una empresa establecida, pues ya también les da un nombre con el cual empezar, entonces pues es ya más fácil lanzar un blog de este tipo cobijado por alguien grande a empezar tu el tuyo con amigos y empezar a hacerlo crecer poco a poco.

MP: ¿Cuál crees que sea el objetivo en general de *Vivir México*?

MG: Sería encontrar alternativas a los medios tradicionales, sobre todo en México que tanto televisoras como radiodifusoras o periódicos pueden tener una línea editorial marcada y... sí a veces

tendiendo a favorecer a ciertos grupos, el ser pues ciudadanos como que te da esa ventaja de sí tener sesgos personales, pero las voces son tan diversas y está abierto a que te debatan que es un poco más pues participativo, pues más ciudadano.

MP: ¿Y cuál es tu objetivo principal con este blog, con tus publicaciones, qué es lo que pretendes?

MG: Pues en primer lugar también dar el punto de vista de la ideología que traigo que creo no estaba tan presente en el blog, luego por mi formación de economista me gusta hablar de ese tipo de temas, pero un poco más aterrizados, pero con un lenguaje que no intimide tanto, porque normalmente cuando te metes a hablar de economía está en la sección de negocios o empresas, y utilizan términos que alguien que no sabe pues sí se saca de onda y le da flojera y lo deja de leer, entonces hacer un poco de divulgación económica ya en un lenguaje ya más sencillo y que todos puedan comprender, creo que es otra de las cosas que hago ahí, y pues ya más personal, es aprender cómo se maneja una empresa así de grande para en un futuro si es necesario pues yo empezar a hacer crecer algo, sobre todo pues esa parte de obtener experiencia.

MP: ¿Colaboras en otros sitios, colaboras en algún sitio personal también?

MG: Personal, colaboro en 2 principalmente, uno que se llama *La Cocktelera*, que ese es mío y de varios amigos y en otro que es de Alf producciones que ese es de mi amigo que hace videos, que principalmente es para dar a conocer las producciones que hace, pero últimamente también le hemos estado metiendo a crítica de películas o de series de televisión o incluso a publicación de textos literarios propios.

MP: ¿Y cuál es tu objetivo en esos espacios, crees que cambia?

MG: En el primero mi objetivo pues es hacerlo crecer, básicamente; en el segundo es más, nada más colaborar y estar generando contenidos porque ya en la dirección de ese no, yo no tengo nada que ver.

MP: Me decías que *Vivir México* lo ves como una alternativa a los medios tradicionales, pero que relevancia crees que están teniendo real en, con la información que están produciendo.

MG: Pues he notado mucho que generalmente los que comentan sí son como que los desconfiados de los medios en general, como que publicas cualquier tipo de noticia y están los típicos que te están diciendo “ay no México está mal”. Estamos logrando identificar temas que son de interés porque la gente se mete a comentar y además sí son bastante compartidos y aunque quizá no hagamos un ruido que se note, por lo menos en un círculo de personas sí estamos teniendo un impacto y un diálogo, sí hemos creado una base de lectores sólida, que se nota en la participación en los comentarios del sitio.

MP: Y en particular, me dices que la tendencia con la que escribes es un poco distinta a la del resto del blog, ¿cómo ha sido recibido eso?

MG: Pues bien, pues no... incluso entre nosotros pues nos llegamos a comentar a veces sí para debatir el punto de vista, pero también para complementarlo y creo que los que colaboramos sí tenemos esa sensación de que, o tenemos esa... estamos conscientes de que no hay que polarizarnos y “mi posición es la oficial y la real y lo que debemos de hacer”, sino que es bastante “Ok, tú tienes tu punto de vista y habrá puntos en los que coincidamos y puntos en los que no, pero

al final de cuentas, cada quien desde la posición en la que escribe cómo que sí intenta dar la visión de un país mejor, creo que eso es lo valioso.

MP: Y de acuerdo con lo que tu has experimentado, lo que has visto con tus compañeros, ¿crees que lo que tu haces se asemeje al periodismo, es periodismo lo que están haciendo ahí?

MG: Híjole pues no estudié comunicación, y realmente pues no tengo bien claro lo que defina el periodismo, pero quizá sí sea una forma de periodismo ciudadano, quizá no tanto el periodismo de ir a buscar la fuente y buscar la noticia diría yo, pero creo que sería más como un periodismo, híjole, pero no se como decirlo, sería como hacer más un periodismo de formación crítica, o sea más que noticioso, de opinión, pero sí una cierta forma de periodismo creo que sí lo es.

MP: Ahora no se si me podrías platicar un poquito ya sobre tu práctica personal a la hora de escribir, sobre cómo vas eligiendo el contenido de cada uno de los post, de forma muy general, qué criterios tienes para... tienes un criterio que digas “éste tema lo voy a abordar porque...”

MG: Primero pues tengo que saber del tema, porque es muy difícil aventarte a escribir sobre algo que no conoces, luego... generalmente abordamos temas que están en todos los medios, pero agregándoles un poco nuestra opinión, entonces es checar a lo largo del día de qué se habla en los periódicos, porque yo generalmente visito periódicos, y si es un tema muy importante y que se ha hablado mucho, pero siento que le puedo dar un enfoque que no se le ha dado todavía pues entonces sí lo abordo, sí es algo que ya sonaría demasiado repetitivo intento buscar noticias que sean un poco más pequeñitas, pero que de alguna manera pueda ligarlo a algo más grande, y también... bueno en los temas de economía generalmente pues... casi siempre se dan a conocer cifras, pues sobre todo estando en el INEGI, pues prácticamente todos los días veo qué es lo nuevo que sale, pero no... hay temas que no son tan de interés, pues por ejemplo para el tipo de noticias económicas me enfoco sobre todo cuando salen cosas de crecimiento y de inflación y ya se que tengo que hablar de eso; o si me encuentro con una noticia de la que se está hablando, pero se está hablando en el círculo económico empresarial entonces la tomo y la aterrizo para que quien no conozca el tema pues pueda entenderlo un poco mejor, entonces básicamente ese es mi método. Pero hay veces que sí es difícil porque o te ganan la noticia o si son noticias que ya están muy habladas o por ejemplo ahorita que es época de elecciones que todo son los candidatos, entonces encontrar algo más pues sí está un poquito complejo.

MP: ¿Qué fuentes usas para construir tus *posts*?

MG: Pues sitios de periódicos en general, de los que más visito son *El Universal*, *Sin Embargo*, *Animal Político* y a veces *Milenio*, y *La Jornada*.

MP: ¿Retomas las discusiones que se están dando también en redes sociales, aunque a veces no lleguen a los medios?

MG: A veces, el problema de... o que por lo menos yo encuentro con las redes sociales es que es tan inmediato, que por ejemplo si en *Twitter* se habló de algo a las 10 de la noche y fue la hora en que algo se hizo *Trending Topic*, a mi que me toca escribir hasta las 6 de la tarde, pues al día siguiente son casi 20 horas como de retraso y sobre todo en redes sociales te hace la nota casi obsoleta, para redes sociales intento retomar algunas cosas, pero cuando el tema puede seguirse hablando, como cuando este joven del PAN se subió a la tribuna a decir lo de los gays, el efecto duró tanto tiempo que sí me alcanzó a dar tiempo de retomar, pero ya no tanto tomar la reacción en la

red social, sino tal cual tomar la nota y sí complementarla un poco con lo que se dijo, hay veces también de que algo en las redes sociales sí llega a repercutir en medios tradicionales y que a veces incluso te dan un declaración por parte del que está siendo aludido en la red social. Entonces ya cuando es una historia que se puede contar un poco mejor de manera un poco menos temporal también la retomo, pero si no, este por la inmediatez y lo rápido que se mueve casi no lo retomo.

MP: Platícame un ejemplo de cómo te sientas a escribir para el blog desde que estás pensándolo hasta que está ya arriba en el sitio.

MG: Pues en las mañanas que llego al trabajo lo primero que hago es leer los periódicos, entonces más o menos me voy dando una idea de lo que está sonando y de lo que me gustaría hablar, eso es cuando tengo más tiempo de planearlo. Cuando no, ya que voy viendo la hora en que tengo que subirlo veo si hay algo que se está hablando en el momento y como ya escribiría cercano a la hora de publicación entonces como que puedo aprovechar eso que se está hablando en ese momento. Luego también hay veces que, con las cifras económicas que ya se qué día sale, entonces ya se, ya nada más espero el boletín de prensa para checar los números, pero como también ya he estado leyendo de este tipo de noticias antes... por ejemplo cuando sale la inflación yo ya veo el boletín de prensa y puedo relacionar la cifra que se libera con cosas que han pasado en las noticias, entonces ya escribo diciendo que “El INEGI reportó que la inflación fue de tanto, pero esta inflación se debe a esta noticia y a esto y cómo se están comportando las cosas”.

Ya que identifico el tema, pues es nada más pensarle en cómo voy a hacerle para en el primer párrafo que es siempre en dónde decimos “Pues vamos a hablar de esto y lo dijeron en tal lugar”, siempre es referenciar de dónde estamos tomando la información y me pasa que cuando leo una noticia, la primera opinión que te genera la noticia como que intentas llegar, bueno encontrar los pasos que hiciste entre la noticia y tu opinión de esa noticia, entonces como que es empezar complementar y a darle sustento a tu opinión, y pues creo que es eso; es encontrar la nota, formar tu opinión y después encontrar cómo sustentarla.

MP: Me decías que te pagan de acuerdo a diferentes tipos de nota, ¿tú qué tipo de nota haces, buscas como ir cambiando estilos?

MG: No, siempre es el mismo, es tomar la información y comentarla.

MP: Normalmente tenemos como ciertos criterios que guían nuestras conductas en general, tu crees que te has establecido códigos de ética tal vez, de manejo de la información para hacer tu trabajo aquí.

MG: Yo creo que sí, pues siempre es el tener una fuente confiable, o sea no aventarte a “En una plática de café me dijeron que alguien dijo tal cosa” o sea siempre es tener la base sólida y pues el código de ética sería más un código de ética personal, o sea no vas a... o sea toda nota que tomes la vas a criticar de acuerdo a tu formación, creo que quizá no he formado en cierta forma un código de ética pero sí he aplicado uno que ya traía.

MP:Cuál sería ese, crees que tienes un compromiso con alguien al escribir esto, qué es lo que guía tu hacer...

MG: Creo que tengo un compromiso con la manera en que fui educado, o sea no voy a escribir nada en contra de cómo me educaron y de lo que creo que es correcto, conforme a eso. Pero también como que he aprendido a distinguir, sobre todo en temas polémicos, hasta qué punto la opinión

personal y quizá hasta cierto punto moral, hasta qué punto es compatible con necesidades sociales o, sí necesidades sociales. Por ejemplo en cuestión del aborto no estoy de acuerdo con el aborto, pero eso no implica que esté de acuerdo con que es necesaria una legislación en el país para evitar por ejemplo clínicas clandestinas; o sea se que no se debe imponer la postura, pero que tampoco de manera injusta se tenga que afectar a otras personas, escribir sobre todo me ha ayudado a eso, a encontrar límites.

MP: Límites entre creencias personales....

MG: Y digamos beneficio social

MP: En este caso, en opiniones sobre temas que han sido muy delicados en la agenda del país, que siempre han estado ahí, pero por las legislaciones que se han promovido han sido temas muy espinosos, alguna vez el blog les comentó algo sobre esto.

MG: No, nada

MP: ¿Han sido completamente libres?

MG: Sí

MP: Y tu crees que buscar este equilibrio te hace que tal vez no muestres tu pensamiento en las notas o crees que a pesar de todo prevalezca tu opinión o buscas un poco ser más neutral...

MG: No, creo que mi opinión siempre queda bien definida, pero también queda bien definido el límite.

MP: Expresas las dos cosas al mismo tiempo.

MG: Sí

MP: ¿Por qué buscar dar tu opinión?

MG: Por que creo que sobre todo al escribir en blogs que es diferente a escribir una nota para un periódico, ahí sí la neutralidad pues es necesaria porque es simplemente dar la nota, dar los hechos, pero acá, cuando entré me dijeron "Has como si este blog fuera tuyo, tu puedes escribir lo que quieras", realmente las limitantes que nos dan son más en cuanto imagen, a "Tal tipos de cosas van en negritas, debes acompañar el texto con una imagen", más como apegarte al manual de estilo, pero no tanto, no hay tanto una línea editorial, o sea tu eres libre de hacer lo que quieras siempre y cuando esté justificado. Entonces yo siempre había traído, traía la inercia de escribir noticias pero dando mi opinión, entonces así seguí.

MP: Me comentabas de estos lineamientos de cómo debe estar estructurada la nota, me los podrías comentar...

MG: La fuente siempre va referenciada en el primer párrafo y el texto no debe ser muy largo a menos que sean cosas como reseñas o un análisis un poco más profundo y ya internamente en un blog, sobre todo para el posicionamiento en buscadores, pues es mantener, buscar la manera de que dentro de tu texto puedas meter links hacia textos anteriores que hablen sobre el mismo tema, resaltar las ideas centrales en negritas, básicamente es lo más importante.

MP: En tu experiencia en la colaboración en este sitio en particular, qué interacción tienes con los lectores

MG: pues hay lectores que parece que están de fijo para quejarse de todo, entonces realmente, sobre todo izquierdistas que le tiran al gobierno a más no poder, si es un comentario, que para empezar sea inteligente, que no sea nada más “Ay el presidente es un tonto y debería renunciar y le robó la elección a Andrés Manuel” sí hay varios que ignoro completamente, pero hay comentarios que te dicen “Oye aquí creo que la cosa va más bien por acá” entonces sí ya te empiezas a meter a contestarles y a intentar llegar a “OK, ya entendimos de lo que estamos hablando”, hay quienes te escriben para decirte “Oye me gustaría puntualizar en esto”, por ejemplo una vez escribí sobre Guadalajara y mencioné que era todavía una de las sociedades más conservadoras y alguien se metió a decirme “Oye no, es todavía conservadora pero ya es un poco más liberal porque ha sucedido esto”, entonces le dices “Ah, OK, gracias por estar complementando la visión que yo tenía”, pero realmente hay muy pocos a los que sí les hago caso, porque sí la mayoría ya son más de que están nada más reclamando por reclamar, y además pues hay ya también los grupitos que entre ellos se contestan, pues entonces tampoco tiene mucho caso meterme ahí.

MP: ¿Crees que estos espacios (de comentarios) tienen alguna injerencia en lo que tu vas a publicar después?

MG: A veces, o sea hay veces que... sobre todo en las noticias que son como seriadas, que son parte de algo más grande. Por ejemplo en la visita del Papa escribí varias cosas y leí los comentarios de lo que escribí para que ya que acabó la visita, tomando en cuenta todo lo que pasó y todo lo que me comentaron, pues ya armarlo un poco mejor.

Hay veces, creo que fue en el primero que escribí sobre economía que alguien dejó una duda y después hubo un tema que se prestó para contestar la duda. Entonces hay veces que sí los tomo para partir en algo nuevo.

MP: Me dices que no hay mucho nivel de debate, viendo los comentarios del *Universal*, de repente se vuelve como un horror estar viendo que se vuelven discusiones entre ellos para agredirse... crees que es lo mismo aquí, o crees que hay otro nivel de...

MG: No sí es un poco más elevado

MP: Por qué crees que sea así

MG: Quizá porque, pues para empezar los comentarios están moderados, entonces eso ayuda mucho para eliminar *Spam* o comentarios que simplemente no tengan sentido y como no es un sitio tan masivo como el de un periódico, entonces sí te, como que el que quiera escribir algo y que se tome el tiempo es porque realmente le interesa escribir sobre esto, porque por ejemplo para los sitios de periódicos simplemente te piden que pongas tu nombre y tu mail y que pongas tu comentario, entonces es muy fácil comentar ahí, acá te piden lo mismo, pero si no estás registrado en el sitio te limita qué tanto puedes escribir. Entonces alguien que quiera de verdad meterse a dar su opinión y que necesite un espacio más grande es alguien que está registrado en el sitio y que ya, de cierta forma es parte de la comunidad, entonces creo que sería eso, el que comenta es porque en verdad quiere comentar, y entonces el nivel de discusión es un poco más elevado.

MP: ¿Quién modera los comentarios?

MG: Son los encargados de los blogs, o sea los autores no tenemos moderamos nada

MP: Has identificado, me llamó la atención la palabra que usaste “La comunidad de” crees que hay un diálogo que se puede extender, o sea sí hay lectores asiduos, tu identificas quiénes son, ellos identifican quién eres.

MG: Sí, yo por lo menos sí los identifico, si ellos me identifican a mí, pues yo no lo se, realmente llevo muy poco tiempo escribiendo, pero sí he llegado a notar que sí saben diferenciar entre los autores, por ejemplo hay veces que si nos llegan a comparar y sí se genera comunidad, no se, *Hipertextual* tiene una manera de... tiene un club de fans ya muy bien definido y quizá por los temas, los de *Vivir México* es todavía una comunidad más pequeña, pero sí se nota que hay gente que ya es un lector habitual.

MP: Estas preguntas son lo que tenía preparado, no se si tu creas que sea conveniente como añadir algo de “Yo quiero decir esto” sobre lo que tu haces.

MG: La ventaja de que sea un blog, hecho por gente “normal” es que refleja lo que al ciudadano promedio le interesa, no tanto lo que le interesa a los medios dar a conocer.

MP: Aunque se retoman de ahí las discusiones...

MG: Sí, pues porque son nuestra principal fuente, pero sí te ayuda a discriminar todas las noticias que no te interesan.

Ah bueno hay temas que sí están, no prohibidos, pero que no se abordan porque quizá no tienen el valor tan grande que son amarillismo, o sea todo lo que podría aparecer en el alarma, y temas de espectáculos, porque pues no.

MP: Pero como línea del blog

MG: Sí, bueno creo que además a los que estamos escribiendo no les interesaría hablar si el hijo de quien sabe quien....

Álvaro López
Vivir México
26 de septiembre de 2012
Vía Skype

Martha Palacios (MP): ¿Te importa si grabo la entrevista?

Álvaro López (AL): ¡Ah! No te preocupes, no hay ningún problema.

MP: ¡Ah! Ok, perfecto.

AL: Me comentabas que eres de la *Ibero* ¿Verdad?

MP: Sí

AL: ¡Ah! Ok, ok.

MP: Bueno te platico, así como que súper rápido. Acabo de terminar la maestría en la *Ibero*, estoy trabajando, bueno estoy físicamente en la *Ibero*. Hay un poco de ruido aquí afuera, a ver qué tal nos va. A mí me intereso mucho este tema porque... justo por la característica ésta que te comentaba de qué pasa cuando personas que no están profesionalizadas en periodismo o que estudiaron *Comunicación* o algo que de repente es como lo más natural para entrar a estos asuntos ¿Cómo es que se interesan en comenzar a escribir noticias? ¿No? Tal cual y bueno es un poquito sobre... preguntas sobre ti y preguntas sobre qué es lo que haces ¿No? en tu trabajo ¿No?

AL: OK

MP: ¿Podrías decir cuantos años tienes?

AL: Tengo 30 años

MP: Y ¿Cuál es tu nivel máximo de estudios?

AL: Soy licenciado en *Mercadotecnia*.

MP: ¿Me puedes contar sobre tu ejercicio profesional en este campo?

AL: Ejercicio profesional ¿Mi trayectoria?

MP: Sí, bueno más bien ¿A qué te dedicas actualmente?

AL: Bueno más bien, actualmente tengo un negocio, trabajo por mi cuenta. Donde ofrezco servicios de *Mercadotecnia*, como estudios de mercado, páginas web. Aunque ahorita la demanda de páginas web es mucho mayor. Es lo que más me está dejando

MP: Y ¿Es un trabajo fijo, que te da ingresos fijos? O ¿Tienes además que buscar como otras cosas?

AL: ¡Ah! No, no, aquí sí depende de la carga de trabajo. Hay meses que sí están muy bien y hay meses que están más flojos.

MP: Además de colaborar en el sitio de *Vivir México* ¿Tienes alguna otra actividad profesional?

AL: ¿Otra actividad profesional? No, o sea digamos que mis ingresos son de mi trabajo y de *Vivir México* también obtengo unos ingresos extra, también escribo en... tengo mi *blog* propio que se llama *elcerebro.com* y además soy colaborador en el *Diario de Colima*, donde escribo cada semana.

MP: ¿Y sobre qué escribes?

AL: Sobre, mayormente escribo sobre política. Sobretodo últimamente por la situación aquí en *México*, me ha dado por escribir política pero no sólo hablo de eso; o sea por ejemplo en mi *blog* el *cerebro.com* hablo de parte de política, digamos que el tema central es sobre reflexión sobre muchas cuestiones que pueden ser política, temas sociales e incluso reseñas musicales y cosas de ese tipo.

MP: Y tu sitio del *cerebro* ¿Cuenta con algún ingreso o es simplemente como algo que quieres hacer?

AL: Es más como un *hobbie* y recibo algunos ingresos por publicidad por pie de *Google* que más bien sirven para financiar el hospedaje y me dan un poco más, ahorita más bien me da para eso y no como una fuente de ingresos.

MP: ¿Me podrías contar un poco cómo fue tu acercamiento con las computadoras? ¿Desde que recuerdas tienes computadora en casa? O ¿Dónde comenzaste a utilizarlas?

AL: Desde niño, es que mi papá trabajo en empresas relacionadas con la computación y cuando era niño teníamos computadora en la casa cuando casi nadie tenía. Me acuerdo que a mí me tocó cuando tenía ocho años, o sea que use el primer *Windows* cuando salió.

MP: Y ¿Cuándo comenzaste a usar *Internet*?

AL: Es que como siempre viví cerca de las computadoras, por la misma razón y porque también me gustaba. Siempre me ha gustado la tecnología. *Internet* lo empecé a utilizar a fines de los noventa.

MP: ¿Aprendiste a utilizarlo tú solo?

AL: No, no. Sí, yo solo. Todo lo relacionado con la computación, desde: ¿Cómo usar la computadora? *Internet* ¿Cómo programar sitios *web* fue como utilidad?

MP: Y ¿Cómo te surge esta cosquillita de escribir?

AL: Mira, eso sí es curioso porque me dio eso sí, como de unos diez años para acá. Hace diez años me dio la espinita de leer, me compré un libro de así de me pondré a leer y empecé a comprar, comprar, comprar y así. Y después iba con un amigo, íbamos a ejecutar un proyecto, llevaba una especie de revista por *Internet*, eso fue hace como unos seis años y mientras nos lanzábamos, yo abrí un *blog* en *Blogger* porque quería empezar a escribir para ir practicando lo que era mi redacción.

Resultó que el proyecto no se hizo pero yo ya me había acostumbrado a escribir y estuve como dos años escribiendo en ese sitio.

Y luego ya quise hacer algo más grande, le cambié el nombre al *Cerebrohabla* con su propio dominio y ya a partir de ahí comienzo a escribir y ya posteriormente fue cuando me invitaron a participar al *Diario de Colima* y luego a *Vivir México*.

MP: ¿Cómo llegaste? ¿Te invitó alguien específicamente?

AL: ¿A *Vivir México*? ¡Ah! No, más bien en su página, ya ves que el *blog* es parte de un conjunto de *blogs* y el dueño es *Hipertextual* y en la página, digamos, de *Hipertextual* venía una sección donde puedes aspirar a ser escritor. Tienes que presentar tres artículos que hayas escrito y dije voy a intentar postularme y ya me dijeron que les gustó cómo escribía y me invitaron a escribir.

MP: ¿Cuánto tiempo tienes colaborando en *Vivir México*?

AL: Tengo... yo creo que ya voy para el año. No recuerdo bien el mes, creo que fue octubre o noviembre cuando entré.

MP: Y tu *blog* ¿Cuánto tiempo tiene?

AL: Mi *blog*, ya hospedado *elcerebro.com* es del 2008.

MP: Bueno, tú ya tenías tu propio espacio, tú ya colaborabas en el *Diario de Colima* ¿Por qué entrar a *Vivir México*?

AL: Quise entrar porque 1º es un sitio que tiene mucho tráfico por varias cuestiones y porque mi cerebro, mi *blog* ya tenía mucho tráfico pero este sitio tenía mucho más porque está ligado a *blogs* conocidísimos como *Alt1040* y todos estos.

Entonces se me hizo interesante entrar también a un lugar donde hubiera más tráfico y que fuera a transmitirse todavía más. Además el ingreso que me iban a dar ahí se me hacía que me iba a complementar un poco con los ingresos que tengo con mi trabajo.

MP: ¿Me podrías decir cuánto te pagan?

AL: Ahí pagan por artículo. Es que lo manejan así. Por un artículo sencillo pagan dos dólares, o sea un artículo sencillo tienen máximo cuatro, cinco párrafos y un artículo extendido puede ser de seis a diez párrafos, más o menos por ahí, te pagan cinco dólares.

Y aproximadamente al mes, ponle que gane ahí unos setecientos, ochocientos pesos. Hay gente que entrega dos, tres artículos diarios y ponle que ganen el doble o el triple pero como yo tengo mi trabajo y tengo mi *blog*, no me da tiempo para escribir más.

MP: ¿Escribes sólo uno diario?

AL: Sí de hecho me pidieron que si podía escribir dos diarios pero se me hace muy complicado.

MP: ¿Podrías decirme cómo definirías o clasificarías *Vivir México* y el tipo de información que manejan ahí?

AL: *Vivir México* yo lo veo como un espacio porque haz de cuenta que hay muchos espacios que han abierto en Internet como por ejemplo *Sin Embargo*, *Animal Político*, etcétera. Bueno, por ejemplo, en eso caso son páginas enfocadas a la política que traen noticias que ya publicaron otros sitios. Pero tienen éxito porque están concentrados en una sola corriente entonces mejor me voy a meter a *La Jornada* donde vienen las notas originales, aquí en *Vivir México*, digamos el nombre habla de lo que trata el blog, o sea trata de temas que sean interesantes sobre el país puede ser de política, cultura, deportes, etcétera. Obviamente los temas los recogemos de otros lados pero aquí la diferencia en los temas que recogemos es que les damos nuestro toque personal y nuestra opinión.

MP: ¿Cuál crees que es el objetivo que tiene *Vivir México*?

AL: ¿En qué sentido?

MP: ¿Cuál es el objetivo del sitio? ¿Por qué *Hipertextual* tiene este espacio?

AL: Porque aparte de que es un negocio yo creo que ayuda el hecho de que es un sitio de interés nacional donde la gente puede ver, meterse y ver lo que está pasando en el país y como se obtiene de diferentes fuentes te puedes enterar desde lo que ocurrió en política o lo que ocurrió en los eventos que va a haber en x o y lado. En ese sentido sirve y yo creo que también ayuda o le da un plus al *blog* el hecho de que nosotros como columnistas le damos nuestro toque personal a los artículos.

MP: ¿Realizan trabajo en equipo con los demás colaboradores?

AL: Fíjate nosotros nos manejamos de la manera siguiente tenemos un sitio cuando trabajamos que se llama *Social Cast*, que es un sitio público pero tenemos una cuenta, y lo que hacemos hay un administrador, un *team leader* o como se diga y por ejemplo yo cuando quiero escribir un artículo por ejemplo les comunico, este artículo se me hace interesante y él me dice si va o alguna vez me puede recomendar o me dice no te lo recomiendo por x o y razón o porque ya se tocó antes o también para evitar que dos columnistas escriban de una misma cosa y también muchas veces muchos de nosotros encontramos un tema interesante que igual otro quiera escribir así como de ¡ah mira! este está interesante por quién lo quiere agarrar. Entonces ahí nos encargamos de organizarnos y retroalimentarnos.

MP: ¿Tienen algún tipo de reuniones ya sea vía internet o sólo son como comentarios?

AL: Hasta ahorita sólo ha sido por ahí, desde que he entrado sólo se ha usado esa plataforma.

MP: ¿El que coordina esta plataforma es de las mismas personas que escriben en *Vivir México*?

AL: Todos los que estamos ahí somos escritores, incluso el líder también escribe en el sitio.

MP: ¿Y quién es el que está ahorita lidereando *Vivir México*?

AL: Se llama Pepe Flores.

MP: Tú en particular ¿Cómo eliges el contenido de cada *post* que escribes? ¿Cuál es el proceso? desde que estás planeando el *post* hasta que dices esta va a ser mi entrada de hoy.

AL: Yo tengo la costumbre independientemente de que voy a escribir un *post* de meterme a algunos sitios para enterarme de lo que hay en el día, de pronto veo algún artículo y digo este me gustaría para escribirlo, para tomarlo y escribirlo en el sitio.

Puede ser desde política, es de los que más escribo porque es de los que más conozco y en lo que más me he metido, pero también de pronto me meto a otros temas para romper con la rutina.

MP: ¿Cuáles son los medios que consultas para alimentarte de estos temas?

AL: Si es político consulto *Sin Embargo*, *Animal Político*, a veces consulto también los diarios directamente: *Milenio*, *Reforma*, *La Jornada*, *Universal* aunque me gusta más, a veces ya, sobre todo como que ya siento que los diarios están como muy politizados como muy cargados a una bandera política y esos sitios alternativos como que se me hacen mejor porque reúnen cosas de varios lados y ya por ejemplo cuando quiero hablar más de economía me puedo meter a no sé, *CNN-Expansión* o así, o de pronto puedo consultar alguna fuente que por alguna razón me metí ahí nada más y me gusto tal tema que trataron.

MP: ¿Utilizas las redes sociales para nutrirte de temas?

AL: A veces sí, a veces... más bien las utilizo sí con el fin de me voy a meter para buscar los más (inaudible). Ahí más bien entro para consultar vía directa las fuentes. Pero sí entro a *Twitter* y a *Facebook* y encuentro un artículo que postearon, que se me hizo interesante, sí lo tomo. A menos de que, por ejemplo, de pronto cubran temas que hacen que se dispare la información en *Twitter* y en ese momento, ahí sí utilizo más las redes sociales para alimentar.

MP: ¿Me podrías platicar cuál es el proceso que te lleva a elaborar una nota, desde que estás pensando el tema hasta que ya está en la plataforma e incluso a lo mejor después si hay comentarios? ¿Me podrías como contar todo esto? ¿Qué es lo que haces para ..?

AL: primero veo un tema que me gustó, que tal político dijo esto o que pasó esto, no sé y haz de cuenta que lo primero que hago es lo leo y ya veo de qué se trata y también busco en *Google* si otras fuentes ya están hablando de lo mismo para, digamos, tener más puntos de vista sobre el tema. Ya con esto, empiezo a escribir.

Todo lo hago, obviamente, digamos desde mi punto de vista pero como juntando las evidencias que mostraron estos artículos, ya juntando todo esto, digamos, que ya empiezo a redactar la nota y ya al final de que la redacto: primero le busco una imagen que vaya de acuerdo a o que quiere transmitir la nota y este puede ser desde la imagen del político del que estoy hablando, incluso alguna imagen, digamos, satírica de lo que se está diciendo.

Ya al final de esto entra la revisión del artículo, ver que esté bien, que la ortografía esté bien, que existan los enlaces de las otras páginas del artículo, que pueda ver de dónde salió todo lo que se está diciendo y normalmente tenemos una hora de publicación, por ejemplo, yo publico a las seis de la tarde.

Normalmente los artículos los escribo después de la hora de comida para que no interfiera mucho con mi trabajo y las dejo programadas. Las programo y a las seis de la tarde aparecen.

MP: ¿Qué tantos comentarios tienen? ¿Qué hacen con ellos? Y ¿Cómo los responden todos? O ¿Los dejan ahí?

AL: Mira los comentarios, los comentarios dependen del tema que estás tratando. Los comentarios, generalmente, suelo responder poco. Yo que recuerde, en mis artículos, no ha habido necesidad de *bannear* a alguien, sobretodo porque en épocas de elecciones hay mucha gente que de pronto empieza a escribir para insultarte y cosas así.

Te dicen que eres un fanático del... a mí me han insultado de todo me han dicho que soy un fanático del *Peje* o que *Televisa* me paga, o sea te dicen de todo; yo lo aprendí a través de los años a no tomarles importancia, aunque a veces, ya no leo mucho los comentarios por esa misma cuestión e incluso no sé si tanto por parte del *Peje*, de su movimiento, como del *PRI* que tengan gente que entrena a hacer comentarios con el fin de obtener algo ¿Me entiendes?

Obviamente no tengo pruebas para decir eso pero a veces, viendo como se manejan en las campañas, a veces sí llego a pensar que hay eso.

MP: Y ¿Te han servido como para replantear el cómo escribir un futuro post o como para corregir información o aumentar información a tus publicaciones? o ¿Son más de este tipo?

AL: Es que en la mayoría de los casos no. Sí hay casos en los que te dicen “oye, en esta palabra te equivocaste en la ortografía” o si dices con *Calderón* sólo subió el 2% del *PIB* y te sale otro que dice “aquí dice que fue el 3%”, en esas cuestiones sí te puede ayudar pero en la mayoría de los casos son críticas destructivas, de gente que tal vez no esté de acuerdo con que hables bien o mal de x o y candidato porque la gente suele ser muy de... yo estoy totalmente contigo o en contra de ti.

MP: ¿Te has establecido algún criterio que guie tu práctica en este sitio?

AL: Un criterio es que más bien, digamos, que parte de lo que escribo ya tiene forma desde que vengo escribiendo mi *blog*, aunque naturalmente la dinámica es distinta y a mí me gusta respetar esa dinámica.

A mí me gusta mucho, a título personal, decir aquí están las dos versiones de la historia pero a título personal yo creo que es esto. Normalmente así lo manejan todos y hay mucha gente que cree que el sitio es más para desinformar a la gente y muchas veces nos dicen que somos poco objetivos.

Normalmente entre los artículos hay un término medio entre dar una nota y ser una pluma, o sea un columnista; y un columnista necesariamente es subjetivo y entonces los artículos tienen digamos algo de subjetividad pero así es, esa es la dinámica. Hay gente que así le gusta mucho, que yo creo que es la mayoría porque tiene mucho tráfico el sitio pero hay gente que no le gusta o que no lo entiende porque quiere que le digamos lo que es o lo que él cree que es.

MP: ¿El sitio les impone algún código?

AL: No, fíjate, no nos limitan la libertad de expresión, en ese sentido no hay ningún problema. Pero sí hay algunos reglamentos sobre el formato del texto, o sea varios lineamientos que van desde respetar la forma en que escribimos las cosas para que se vean bien, hasta cuestiones, incluso, de posicionamiento *web*: de subrayar las palabras importantes en negritas, poner *links*, x o y. Hay unos parámetros a seguir pero no es nada del otro mundo es algo fácil de seguir.

MP: y ¿Esto se los dan por escrito o hay...?

AL: hay una página, bueno es una página obviamente interna, que nos dice cómo son las prácticas o las mejores prácticas. Si vas a escribir, haz esto, esto otro y así y también si estás escribiendo, también otros colaboradores te retroalimentan y te dicen te recomiendo esto o así.

MP: Sí hay un constante diálogo sobre cómo mejorar esa parte del texto ¿No?

AL: La cosa es seguir esos lineamientos y respetar lo que es *Vivir México* pero a partir de ahí, o sea no hay ninguna restricción a la libertad de expresión, podemos hacer lo que sea.

MP: ¿Tú te has planteado un objetivo o una meta a cumplir con las publicaciones que realizas?

AL: ¿En qué sentido?

MP: Alguien me comentaba que a él le interesaba educar a la gente en materia económica, por ejemplo; alguien más me decía que era contribuir a crear una forma diferente de informar a las personas, me daba un discurso sobre qué es lo que está pasando en los medios de comunicación como televisión y periódicos ¿No?

AL: Mira, yo lo que busco, en ese sentido, es tratar de que la gente tenga como que varias opciones para ver este una nota, un evento, obviamente yo doy como que mi versión o mi opinión pero yo espero que esa versión que yo doy la gente la pueda analizar como las demás opciones que hay y eso le de mayor criterio a la hora de ver lo que está pasando en el país.

Yo si algo tengo como (inaudible) es como... no sé que la sociedad debe de tener derecho a tener varias fuentes de información, bueno eso ustedes lo saben porque allá en su universidad es donde empezó este movimiento de *#Yosoy132* pero básicamente eso cuestiono, o sea que la gente... bueno tal vez para nosotros que tenemos *Internet*, que tenemos herramientas, tenemos más facilidad para eso y aun así yo creo que todavía no nos acostumbramos porque yo creo que vivimos una etapa en la que una sola televisora nos decía qué hacer o su verdad y lo tomábamos como nuestra verdad y yo creo que debemos empezar a preguntar, ya lo estamos haciendo pero terminar de hacer esa transición. A pensar que para tener una visión objetiva de las cosas tenemos que recurrir a varias fuentes y hacernos nuestra propia idea.

MP: Y en ese sentido ¿Qué impacto crees que tiene la información que tú estás produciendo?

AL: No es que ahí sí depende... porque no sabría cómo medirlo pero yo espero que ayude a la gente como a reflexionar a que digan ¡Ah! Mira de este punto de vista voy a tomar esto o esto otro ¿Sí me entiendes? Que la gente tome lo necesario y ya te digo, en ese sentido yo espero influir positivamente sobre la gente.

MP: ¿Cómo crees que tus lectores toman la información de tus *post* a diferencia de como lo hacen en otros sitios, como lo hacen con el periódico o con la televisión?

AL: Este fíjate, tal ves tenemos la desventaja de que como no somos escritores así como que reconocidos, no somos tan líderes de opinión y normalmente la gente está muy acostumbrada a los que dice mi analista que siempre leo, lo que decía *Ferriz, Aristegui* o el que sea ¡Es la verdad! Y tal vez a nuestras palabras, quizá, puede que les den menos crédito. No sé la verdad como lo toman porque la verdad no podemos hacer como referencia a los comentarios que dejan en los *post* porque de cada, no sé, mil personas que entren al *post* nada más comentan como cinco o diez y mucha

gente la comenta nada más es para insultar o verter una opinión valiosa pero muchas veces eso no es representativo de las personas que te leen

MP: ¿Cómo calificarías a los textos que escribes?

AL: Bueno es que yo no lo podría calificar así, más bien le tocaría a la demás gente que me los califique. Ahí sí, la única referencia tal vez que tengo es que pueda ver por ejemplo cuantas visitas tuvo cada artículo y por ejemplo puedo ver que este artículo tuvo más visitas o este artículo tuvo menos visitas. Pero a veces es impredecible porque a veces tú escribes un artículo y sientes que no lo escribiste tan bien y de pronto ves que tiene muchísimas visitas u otro que hasta investigaste no sé cuantas cosas y no tiene pues visitas, es como muy como impredecible esa cuestión.

MP: ¿Qué importancia crees que tiene para ti el poder escribir en este sitio de forma abierta? Qué puedas expresar lo que tienes que decir.

AL: Pues es que para mí es como un espacio donde pueda comunicarle mis inquietudes a la gente porque muchas veces tú piensas que tienen, que usas como una fuerza en la cabeza y dices me pienso quedar en su cabeza, ves esos medios como *Vivir México*, como *Mi Blog*, como *El Periódico* o sea te sirven para compartirlos y para que sirvan de algo.

MP: Bueno ¿Tu cómo definirías tu trabajo como colaborador en este sitio? ¿Cómo llamarías a esa actividad que haces?

AL: Exactamente no sé como lo llamaría pero sí es más como enfocado a escribir para ayudar a que la gente se informe.

MP: ¿Cómo ves tu trabajo como colaborador de *Vivir México*? En comparación con el periodismo por ejemplo.

AL: ¿En qué sentido?

MP: Lo que tú haces como colaborador ¿crees que se acerca al trabajo periodístico, tiene alguna similitud, es completamente diferente? ¿Cómo lo ves en relación con esto?

AL: Es que yo lo siento es más como una pluma, más como alguien que da su opinión personal, pues habría que estarla recogiendo viendo notas de otras partes. Bueno en ese sentido yo no estudie periodismo, alguien que haya estudiado comunicación tal vez lo pueda explicar mejor. Pero por ejemplo en el periodismo cuando vas a sacar una nota o vas a escribir algo x o y tienen varios lineamientos y tal vez algunos de ellos, no todos, pero algunos de ellos no aplican en nosotros porque nosotros más bien lo que hacemos es tomar la nota, tomar algo que ya existe e idearla como nuestra opinión, como nuestro punto de vista.

MP: Estas son las preguntas que tenía preparadas pero ¿tú quieres contarme algo más sobre tu experiencia? ¿Te quedo por ahí alguna duda que te haya surgido a partir de esto?

AL: Bueno lo que sí te podría comentar, es por ejemplo, quienes tenemos un espacio, quienes podemos llegar a la gente creo que tenemos una responsabilidad porque la información quieras o no es un arma. Tal vez nosotros no llegamos como llega algún líder de opinión pero a fin de cuentas

ejercemos una influencia sobre las demás personas y en ese sentido creo que hay que ser responsables y buscar siempre, procurar siempre que lo quiera opinar aunque sea una crítica o lo que sea tenga un buen fin, que no nada más voy a echar grilla, rollo o a hacer morbo, etcétera.

Yo creo que esa parte es importante y yo también creo que es necesario, como yo te comentaba, que como ciudadanos aprendamos a ver que de un tema siempre van a haber diferentes puntos de vista si queremos aspirar a vivir en una verdadera democracia tenemos que aceptar esa parte de que va a haber gente que no va a estar de acuerdo con nosotros y que es cierto en un principio es difícil pero podemos empezar a ejercerlo ahora así y yo creo que en México, ya no tanto los periodistas porque sí hay buenos periodistas, pero en la sociedad yo creo que todavía estamos en pañales todavía existe esa posición de que estamos contigo o en contra de ti, lo vemos por ejemplo mucho en el voto duro de López Obrador y digo voto duro porque en estas elecciones hubo mucha gente que votó por él y mucha de la gente es como muy, como que yo lo que pienso es lo verdadero y lo que tú me dices es totalmente lo contrario e incluso la gente que está del otro del lado, la gente que detesta a este personaje toman exactamente la misma posición, si apoya al Peje es esto o lo otro y yo creo que esas cuestiones dogmáticas las tenemos que ir dejando si queremos aspirar a una verdadera democracia y nosotros como escritores tenemos la responsabilidad de procurar eso.

MP: Sí se me pasaba preguntarte algo, nada más ¿en donde vives tu?

AL: Yo vivo en Zapopan, en la zona metropolitana de Guadalajara.

MP: Y eso lo utilizas para, el que tu estés en un lugar, la mayoría de los textos son sobre el DF ¿Tú escribes algo sobre Jalisco o te enfocas en más temas globales?

AL: Me enfoco más en temas nacionales pero cuando hay temas locales que puedan ser de interés para todo el país los escribo, pero sí procuro que sea interesante para todos porque normalmente hay textos del DF, como tú dices ahora sí que es la costumbre de que todo lo que es del DF es de interés nacional. Pero por ejemplo algunos temas locales, no sé si supiste por ejemplo hace algunos años que el gobernador de Jalisco mentó la madre a todos los ciudadanos, no sé si recuerdes eso.

MP: Sí.

AL: Por ejemplo esos temas son de interés nacional, o por ejemplo los narco bloqueos que hubo en Guadalajara o sea, a pesar de que es un problema local son de interés nacional. O sea, en esas cuestiones sí trato de meter un poco de ver lo que está pasando también en mi ciudad y que les interese a la demás gente.

MP: Bueno te agradezco mucho tu tiempo.

AL: No, gracias a ti

MP: Y bueno si me sale algo más a ver si tienes tiempo para responder mis preguntas, te agradezco muchísimo y cuando esté transcrita la entrevista te la paso por correo para que me des tu visto bueno porque de repente se van dedazos que cambian el sentido y bueno sí me gustaría.

MP: ¿Es que ahorita la vas a redactar verdad?

AL: Sí, esta información es para mi tesis y pues normalmente la entrevista va como al final y retomo solamente algunos extractos pero sí me gustaría como que le echaras un ojo para que no cambie el sentido de tus palabras ni nada, que tu estés de acuerdo con todo lo que se dice ahí y eso sería todo. Nada más como que ver que lo que está en la transcripción sea lo que dijiste, pues muchísimas gracias.

Entrevista a José Flores

26 años

Vivir México

12 de octubre de 2012

Martha Palacios (MP): Primero quisiera que me hablaras de ti, cuántos años tienes...

José Flores (JF), Blogger: Me llamo José Flores, soy Mexicano, nací en Puebla, radico actualmente en Puebla, viví un rato en el Distrito Federal, pero ahora estoy mitad y mitad en ambas ciudades, trabajo como editor de blogs, como articulista vaya, como *blogger* y aparte trabajo como editor de libros, de libros académicos y trabajo como escritor, escribiendo capítulos, libros, cosas; eso es a lo que me dedico prácticamente.

MP: ¿Cuál es tu formación profesional?

JF: Soy comunicólogo, soy Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de las Américas Puebla, la UDLAP, egresé en 2009 y tengo una especialización en filosofía de la tecnología, que es medio raro, pero es mi formación.

Supongo que quieres conocer un poquito más de los blogs? Yo entré, bueno yo me inicié como *blogger* profesional en junio, no julio, el 6 de julio de 2009, fue el día que ingresé a *Hipertextual*, en donde comencé a trabajar ya de forma profesional, inicié como *blogger* de deportes curiosamente, estuve ahí como 4 meses y después de esos 4 meses, casi 6 meses me llamaron para hacer... había un plan no de expansión, pero estaban buscando editores ya dentro de *Alt1040* que ya comentaré más o menos un poquito más historia, pero me llaman a mí para ser un *blogger* mexicano de *Alt1040*, que es una plaza que todavía se mantiene, que haya uno de cierto país, y entro también a *Vivir México* donde en 2 o 3 meses me vuelvo coordinador y también ahí, salvo un pequeño espacio que no me dediqué a ser *blogger*, bueno no en *Hipertextual*, de unos 5 meses, he estado ahí desde 2009.

MP: Pero un poco antes ¿cómo fue tu acercamiento con la tecnología? ¿tú creciste con internet y computadora en tu casa?

JF: Sí y no, crecí con computadora en casa, pero digamos que yo fui de esas generaciones que descubrió el *Internet*, creo que la primera vez que ingresé a *Internet* fue ya cuando iba en la educación secundaria, en el primer año que ha de haber sido como en el 98, 99, que todavía no era muy conocido, fue alguna investigación que tuvimos que hacer que, casi todo eran fuentes bibliográficas, enciclopedias, todo, y había un centro de cómputo universitario cerca, de la Universidad Autónoma de Puebla, en la que por cierta cantidad te permitían entrar y buscar y usabas *Altavista* y esas cosas como muy retro ahora; de ahí yo creo que ya conté con conexión en mi casa como un par de años después, ya empezando los 2000, 2001, yo creo que ya empecé a tener... ya había servicios proveedores de *Internet* que no eran tan costosos, yo tuve la fortuna de tener un amigo que si tenía *internet* desde antes, ahí mismo en la secundaria y con él empecé un portal, bueno una página de *Internet* local, y de hecho él se dedica a eso, es empresario de medios en línea ahora, y ahí fue donde empezó la inquietud más que nada de moverle, era aprender lo básico, *HTML*, aprendimos *PHP* que era como lo "novedoso" en ese... ahora debe estar más superado que otra cosa, algunos lenguajes de programación muy básicos como para defenderte.

De ahí mi acercamiento digamos con los blogs ya fue entrando, bueno justo el primer año que entré a la universidad, ya había leído algunos, pero ahí un amigo, el hermano de una amiga iba en la misma universidad, más grande me animó, me dijo "mira deberías de escribir acá" y simplemente me

aventé, abrí un espacio, de esos que los abres, los cierras, y se hizo como un vicio. Donde descubrí mucho de esto, o por donde me iba a mover, bueno en medios digitales siempre me moví muy bien. En 2005 fundé la radio de la universidad, que era una radio *web*, que estaba pensada para ser una radio web, ya lleva como 8 años que está el proyecto y siempre me gustó como explorar las posibilidades de Internet dentro de los medios.

Cuando es 2006 en la UDLAP se genera como un gran problema, más o menos guardando las equivalencias como lo que hay en la UACM, problemas de rectorados, internos, despidos, ese tipo de cosas. Curiosamente fuimos 3 *bloggers* que nos interesamos del tema, uno de ellos el Dr. Gerardo Esquivel, del CIDE me parece y del Colegio de México, que en *Twitter* todavía publica cosas, él abre un blog; yo uso mi blog para informar como desde una perspectiva menos... más adentro de la institución, y mucho más abierta, me dediqué primero a curar información, hacer un seguimiento de medios y presentarla, y después a dar opiniones.

Yo tuve la suerte de tomar clases con el rector, entonces era hablar como había sido eso, y de pronto enterarte de una u otras cosas por el papel que tenía como director de la estación que lo tuve que abandonar para hacer esa labor como para no meterme en broncas y de pronto vez que los medios me hablan, los medios locales me dicen “oye, necesitamos como un *insider* de esto” y llega un momento en el que cuando las cosas ya son muy grandes y llaman la atención de los medios convencionales el *blogger* tiene ya como que cierta experiencia en el tema, entonces es el primero al que van como para saber a dónde van los tiros.

Escribí y seguí manteniendo mi blog un rato, intenté hacer uno propio con varios amigos, muy parecido a lo que en ese entonces era Toque de queda de Editorial *Televisa* con Roy Xoconoxtle, no nos salió. Nos falló porque el gran problema de muchos de estos sitios es la comercialización de los espacios, por contenido no queda pero por dinero sí, y ya lo fui relegando; seguí manteniendo mi bitácora hasta ya hasta 2009 que fue cuando ingresé a *Hipertextual*, te digo comencé en la sección deportiva, que ya no existe el blog, la verdad lo mataron luego luego, fue un experimento, entré a *Alt1040*, que es una experiencia impresionante que me ha cambiado la vida estar en *Alt1040*, *Vivir México*, ahora desde noviembre del año pasado está en *Yahoo México*, que no es precisamente un blog como tal, sino un poquito esta cosa que hacen los medios grandes de abrir blogs, que no son blogs, pero sí lo son, es parte de la discusión, y también en el *Huffington Post*, como *blogger* del grupo de voces de América Latina.

Pues hasta ahí, digamos en ese tipo de medios ahí, en medios electrónicos todavía abría que sumar un medio que fundamos este chico y yo que se llama *Sexenio.com.mx*, que todavía sigue, que estuvimos 7 u 8 meses al frente del proyecto y después ya lo vendimos y se lo dejamos a alguien más, que era un portal un poquito más al estilo de *Animal político* y esto, y no tan orientado a opinión, si no a información, y ya.

MP: Pero ¿por qué pasar de tener tu propio sitio a escribir en *Hipertextual* específicamente?

JF: Mira eso es relativo, la idea de los blogs, yo creo que se tiene que pensar en el blog como en una plataforma, que no necesariamente tiene un contenido específico, a que voy con esto, la historia de los blogs te demuestra que de siempre han sido como de opinión, vamos a dejarlo que son de opinión y no otra cosa, donde se ejercita un género que puede ser desde la opinión subjetiva, la de “hoy comí chilaquiles” hasta el género de periodismo de opinión que es digamos la opinión especializada o la opinión encuadrada en un tipo de reglas, en 2001 es cuando tienen un boom por los sucesos del 9/11 donde nadie tiene forma de reportar más que la gente que está ahí, y la gente que tenía su computadora y su blog y a través de ahí ¡fum!, historias, testimonios, estos llamados relatos humanos, eran otras formas de información que de pronto los medios estaban rebasados y eran incapaces de recopilar todo esto y los blogs lo hicieron y no es que fueran los blogs, es que era la gente a través de los blogs, o sea la idea de un medio radical es como lo dice *Downing* “un medio

que va a la raíz” o sea la raíz es la persona que lo vive y la persona que está ahí es quien lo tiene que hablar.

Yo, en mi mismo blog, por más personal que fuera, en los primeros, ya tenía esta onda de comentar noticias, de compartir cosas que me gustaran, de hacer una reseña de cine si iba a una película y es que tiene mucho que ver con la gente con la que estás, con tus lectores, por ejemplo la gente que publica y que no le importa que la lean, te miente, si no, no lo publicaría. Lo guardaría en un documento ahí en *Word* y vámonos; públicas para que te lean, te lea 1, te lean 5, te lean 10, te lean 20, y de pronto te das cuenta de que te empieza a leer más y más gente. Yo recuerdo que me emocionaba los días que mi blog llegaba a tener 300 visitas 250 visitas, y entonces era como Wow, porque estamos hablando de una era arcaica en los blogs, estamos hablando de una era en la que no estaba difundido a un *click*, *Facebook* no era popular, *Twitter* ni siquiera existía, entonces realmente los *bloggers* eran una comunidad de *bloggers* e incluso los mismos *bloggers* que iniciaron en esa época o muchos de la blogósfera mexicana de esa época dieron ese salto. Lilián López Camberos que ahora está en *Chilango*; Plaqueta, Tamara De Anda que también está en otros medios; Gabriel Rodríguez que ahora está en la revista Crítica de la BUAP, y bueno hay varios, y digo no los puedo mencionar a todos porque no los conozco; Augusto Mendoza que se hizo guionista; varios que fueron como expandiendo el horizonte.

No creo que haya algo así como de pasar de un blog personal a un *blog* corporativo, digamos que lo que haces es que profesionalizas tu forma de escribir; aquí es donde marco un punto de quiebre, yo soy *blogger* de *Hipertextual* y en *Hipertextual* tengo ciertas libertades para escribir por que entienden los blogs, porque nacieron con los blogs en América Latina, en español, entienden que la carga subjetiva es importante, que la opinión es importante y que al fin y al cabo no puedes hacer una dicotomía entre lo que es el autor y es el espacio. O sea cuando te citan a ti como un blog no citan lo que dijo *Alt1040*, me parece que es incorrecto decir “lo que dijo *Alt1040*” porque *Alt1040* no es una persona; casi siempre es lo que dijo Eduardo Arcos, lo que dijo Carlos Rebato, lo que dijo Alan Lazalde, lo que dijo alguien en ese espacio.

Que es algo que el periodismo no tiene, el periodismo es anónimo, rara vez la pieza lleva un nombre, necesitas ser un personaje muy prominente “cómo dijo Sanjuana Martínez” o Javier Solórzano, necesitas ese grado, los blogs te permiten ese grado, porque de entrada siempre vas a tener esa voz, y el lector puede ver y decir “ah no es Pepe Flores, a él me lo salto” o “ah bueno lo voy a abrir porque a él lo leo siempre; tienen esta parte. Hay ciertos *blogs* que no lo entienden, el caso específico de *Yahoo*, yo trabajo para *Yahoo*, empecé escribiendo muy libremente, y me dijeron “no pues que el tema y la periodicidad, y como vayas escribiendo” y poco a poco es “no, nosotros nos regimos por lo que venda” entonces “no, tales días. No sabes qué tales temas” y ya pasa de ser sugerencia, pasa a ser “Mira, queremos que escribas sobre la clonación de los dinosaurios”; la gran ventaja es que aún así tu retienes el control sobre tus palabras.

Te dicen “sabes qué quiero que escribas sobre por qué es bueno comer brócoli”, y tú dices “bueno, puedo hacerlo desde mi experiencia, lo puedo hacer desde una investigación, lo puedo hacer desde un artículo fundamentado”, lo puedo hacer desde varios puntos, esa es la gran ventaja que el *blogger* siempre va a tener, su voz. O sea el *blog* es equivalente a tener uno de sello y una forma muy específica, como un granito de cómo escribir las cosas, o sea eso siempre lo vas a mantener.

Yo creo que entonces el paso no es tan fuerte, no es un salto cualitativo que digas ¡wow! sí hay muchas diferencias, sí de pronto es impactante más que otra cosa encontrar que tienes 200 comentarios en un post, 300, encontrar que tienes más de mil difundidos en *Twitter*, que tienes mil *likes* en Facebook, entonces te pones a pensar “bueno a mil personas les gustó” o de pronto darte cuenta de que organizaciones u otros blogs, que es algo muy común el enlazado están tomándote como fuente.

A lo que voy , en ese sentido de construcción de la noticia han sido muy, muy importantes, ahorita por ejemplo el caso de la firma o la suscripción a TPP por parte de México es un tema “oscuro” que ciertos *bloggers* de tecnología o de derecho llevamos, pero somos muy pocos 4, 5, 7 por lo mucho y de pronto volteas y dices “ah no, no eres el único” de pronto se hace la firma y La Jornada necesita sacarlo, alguien de otro lado necesita hablar de eso y es “¿a dónde me voy?” y entonces pum; la Dra. Paola Ricaurte que está en *El Universal* también es *blogger del Universal*, de pronto saca un texto sobre eso y tiene que irse a otras referencias y de pronto ella ya sacando en *El Universal*, a la que sigue quizá alguien que vaya a buscar fuentes la encuentre más pronto a ella que a mí y ¡boom!, se van haciendo las cadenas.

MP: ¿Tu cómo definirías a *Vivir México*?

JF: Huy, es difícil, *Vivir México* es un blog de actualidad sobre temas de interés público en el país, creo que decir que es un blog de noticias está mal, creo que es hasta contradictorio, es de mas interés público y este interés público se da no solo por la agenda de los medios, sino por la agenda que los mismos editores quieren proyectar. Pongo un ejemplo, cuando yo llegué la editora general era Jessica Uribe, yo llegué a sustituirla en marzo de 2010, el blog estaba muy enfocado hacia cultura, sobre todo hacia temas culturales y eventos y conciertos; cuando yo llegué y los *bloggers* que llegaron conmigo empezamos a darle un giro más hacia actualidad sin caer tanto en lo político, bueno no en lo político, sin caer tanto en esta idea de noticia y de actualidad. Empezamos como a meter más temas de actualidad, pero empezamos a meter como agendas específicas, Hugo Torres que es ingeniero empezó a llevar muchos temas sobre robótica, sobre telecomunicación, empezamos a tener una fuerza considerable en telecomunicaciones; Ximena Vega que es otra de las colaboradoras, ella es internacionalista, ahorita trabaja para la embajada de Estados Unidos, antes trabajaba para la Secretaría de Seguridad Pública y comenzó meter cosas de seguridad, de narcotráfico, pero desde una visión muy específica. Uno de los grandes aciertos fue fichar a un chico Francisco Torres Molina, que ahorita trabaja para GLAD, la alianza pro derechos de gays y lesbianas y empezamos a llevar una agenda muy LGBT un poco marcada.

Esto lo empieza a notar cuando empiezas a leer el blog y ya sabes que cierto tipo de temas te vas a ir topando, hubo un tiempo cuando llega Enrique y aparte llega otro chico, Alejandro Ortiz y yo mismo que escribo de los temas veías comentarios que te decían “Vivir Gay, Vivir Gay, Vivir gay”, o sea ya sabían para donde iba cuando ibas a hablar algo de diversidad sexual, ya sabían que el blog iba a defender eso, o sea iba a tener una postura, y eso es bueno, los blogs tienen postura y como una identidad de “este tema lo vamos a tratar de este modo” igual alguno de nuestros editores no, pero nosotros mayormente sí.

Yo estuve ahí un buen rato, me salí en 2011 por ahí de septiembre de 2011, después de ser Director General de *Hipertextual* me tomé un descanso por otra cosa, pero queda en mi lugar un chico Ismael Flores, que ahora es editor de la Revista del Consumidor, de la PROFECO, y él hace los temas mucho más, digamos a la izquierda, digamos empiezan a hablar mucho de movilidad ciudadana, derechos humanos, despenalización del aborto, o sea, empiezan a tomar una agenda mucho más progresista y de pronto empiezan los comentarios “Vivir progre, Vivir Progre”.

A él le pasa que rara vez el fichaje los hace el editor, los hacen mediante *scouting*, y es como “ah él, va”, entonces llegan Álvaro López, que es un *blogger* de Guadalajara, Ileana Fernández, una *blogger* del Estado de México, cambia todo el equipo; Marco Antonio Gómez Lovera que él aparte trabaja en *el Excelsior*, en Dinero en imagen, él es economista de la Universidad Panamericana, y con Ximena Vega digamos como referente de más tiempo se empieza a orientar hacia temas de economía, cae un poco en este vicio porque ninguno de ellos era *blogger* digamos de tiempo, sino iban como agarrando, entonces empiezan a hablar muchos temas sobre política partidista, que era algo que cuando yo como editor había sacado, empiezan a hablar de política partidista, empiezan a hablar

mucho de personajes públicos, de temas financieros, de temas que están un poco más asociados hacia la línea como le dicen.

Entonces le empiezan a llamar Vivir Mejor, “ya no es Vivir progre, ya es Vivir Mejor”, entonces yo ya llego, no diría a rescatar la situación, pero si había un decremento en visitas, yo ya andaba de vuelta y después de hablar con Eduardo me dice “A ver tu qué harías para que volviera a prender esto” y ya le dije mi plan “yo buscaría esto, esto estos temas, sobre todo por el peso que puede tener el blog como medio alternativo” que es como yo lo veo.

Yo agarro mucha experiencia en ciertos temas gracias a *Alt1040*, temas como ACTA, como *el TPP*, temas de este estilo, más los que yo ya tenía y entramos como cada quien a movernos como más específico, tuve la fortuna de conocer gente de blogs y de *Twitter*, muy metida en la onda legislativa, de hecho tuvieron un fichaje fabuloso en *Vivir México* hace unos meses, Geraldina González de la Vega que es una jurista, Maestra en Derecho Constitucional, impresionante lo que ella sabe hacer y lo que ella sabe sobre reproducción elegida, sobre temas de derecho constitucional la desaprovecharon muchísimo, se hizo 10 artículos y se fue, pero decidimos como parte de la línea que ya entre todos que no íbamos a hablar de política partidista, ni de cómo se hacía política, ni de tal se va a lanzar; íbamos a hablar de propuestas de leyes, no de cosas que ocurrieran no cosas que dijeran, no “tal dijo tal, sino tal hizo tal” y al principio les costó, al principio sí están muy acostumbrados “ ah la nota el boletín, la maquilamos, la comentamos”, y aquí era ya no mostrarles, pero sí, compartirles cosas que uno va aprendiendo, de que “miren hay que investigar y hay que buscar otras fuentes y hay que buscar a las personas”, en Internet todos están cerca, sería facilísimo escribirle hasta un subsecretario “oiga papapapa” y te va a decir algo, o un activista, o un abogado, o sea hay gente que te lo puedo decir, y tu ya solamente te conviertes en parte en su vocero, o sea en hacer una investigación mucho más articulada.

Y comenzó a tomar otra vez esta fuerza, Hugo Torres comenzó a tomar otra vez telecomunicaciones, hablamos mucho sobre la licitación de banda, hablamos muchos sobre la 2.5 quitando todo lo de Aristegui, todo lo que hablaba sobre qué era lo que iba a implicar; en el caso por ejemplo de cuestiones de legislación, en reforma laborar tuvimos ciertas cosas, de hecho nosotros hemos tratado de no soltar el tema, porque en México no hay como que la costumbre del seguimiento, es como “ay ya pasó a la Cámara de Diputados, ay ya se aprobó”, entonces no, ahorita ya pasó al Senado.

Hubo como que tomar un cursito de todo eso, como de decir “miren están estos procedimientos” y porque alguien presente... yo regañé por ejemplo a Álvaro cuando me dijo “ es que lo de ACTA ya no va en México porque ya presentaron un punto... ya el Senado dijo que no” le dije “no, eso es un punto de acuerdo que no tiene carácter vinculatorio que es básicamente ‘exhortamos al Presidente a que no lo firme’ puede pasar” y pasó, entonces de pronto es como enseñarles a no seguir esta tendencia de la prensa de que el titular vende y se acabó.

Y te enfrentas como *blogger* a que tienes incidencia en el tema público, que es algo que por ejemplo yo apenas, en este que vendría siendo mi tercer año de experiencia apenas estoy descubriendo lo que es tener incidencia en el tema público, *blogger* de más carrera te puedo decir que pesa su opinión en temas, alguien que conozco que me parece que es fantástico en esa situación es Antonio Martínez Velázquez, Toño Marvel, que ahora está de hecho en Artículo 19; Toño empezó igual blogueando, es abogado y empezó blogueando y aparte de que ahorita es una figura hasta cierto punto mediática y referente, también era “sí cubrimos ACTA nos vamos al Senado, y ahí estamos, y estamos y hacemos”, esto que los españoles llaman el periodismo Gonzo, el periodismo desde el activismo que a mí me parece muy loable y que debería ser reproducido.

Entonces es enseñarles a los chicos de *Vivir México* que su labor no se acaba en “agarro, veo la nota, la reciclo y vámonos; agarro veo la nota y me parece curioso” sino que es “me involucro en el tema”, tal vez ellos todavía no lo vean ahí porque que llevan meses o apenas van a cumplir uno o

dos años como enfrentándose a eso, y *Vivir México* no tiene la proyección de *Alt1040*, o sea *Alt1040* es otro tema en ese sentido, en visitas, pero que sí se den cuenta que de vez en cuando de repente va a ver alguien que les va a hablar; o sea que si ellos llevan un buen seguimiento de un tema, de pronto cuando volteas y veas a *Animal Político* ya te reescribieron lo que pusiste, volteas *al Universal* y como que escribieron lo que pusiste, pero no te mencionaron.

Te empiezas a dar cuenta de que si de pronto sacas algo en *Vivir México*, que nos ha pasado o al menos a mí en lo personal me ha pasado unas 5 o 6 veces, y de pronto te das cuenta que a las pocas horas ya hay un debatillo por ahí, que quizás nadie sabe dónde empezó, que quizás empezó en una célula muy pequeña, pero se empezó a difundir, creo que los casos más significativos que me han tocado en los últimos meses: lo del moño rosa de Calderón, de cuando dijo “no vayan a pensar mal”, que eso yo lo vi en una nota como un detalle que me pareció muy curioso, busqué el video, en efecto lo dice y escribí como una opinión y ahí la retomó Geraldina, Genaro Lozano, lo retomaron varios que de pronto empezaron a bromear “oye que fue lo que pasó”, se hizo el boom. Y lo del comentario de Iván García, lo del clavadista de lo de también un comentario homofóbico, que también fue una conversación que habían tenido el novio de este chico el novio del que había sido *blogger* de *Vivir México*, y yo lo leí y me metí y me pareció como que muy desatinado y lo comenté; Enrique lo *retuiteó* y de pronto ya Ricardo Bucio estaba casi estaba así... y eso es lo que deben entender los bloggers, ellos pueden formar su bola de nieve, a veces es insospechado dónde, pero sí se puede. Y eso es a lo que tienes que aspirar.

MP: Lo que me gustaría que me platicaras es cómo qué tanto trabajo en equipo hay, me comentabas estas conversaciones sobre cómo ir moviendo la línea editorial...

JF: La labor del *blogger* es pesada, o sea quien te diga que es un trabajo fácil o no lo está haciendo bien mejor dicho, no es que no sea fácil. Vamos a poner un caso: de pronto hay una noticia “López Obrador anuncia que va a crear Morena” hay dos cosas que puedes hacer, normalmente alguien da la nota, puede ser *Notimex*, puede ser tal, pero tu trabajo como *blogger* no es precisamente informar, tu trabajo como *blogger* es aportar criterio.

La gente está llena de fuentes de información, ahorita busco una nota y encuentro 17 fuentes; lo que la gente necesita es criterio, es decir por qué es importante o que debo entender o mejor dicho qué debo recordar, el trabajo del *blogger* es recordar, recordar qué pasó, qué hubo, qué antecedentes, qué contexto, entonces de pronto es “López Obrador dijo tal sobre Morena” y le tienes que decir a la persona, si sabes bien, de pronto investigar para constituir... tantas firmas, tantas personas, tanto porcentaje, y por ejemplo tiene tantos afiliados Morena ya la libró porque ya tiene... morena tiene ahorita si mal no recuerdo 3.8% del padrón, y para constituir un partido necesitas 1.5, entonces puede hacer 2 partidos y le sobra, 2 y medio como lo que tiene de gente. Todo ese tipo de cosas, recordar lo que dijo, recordar lo que ha hecho, y si solamente quieres como informar rápido, pues lo sacas rápido, porque es tu trabajo; si lo quieres hacer como más chonchito, como más analítico, sí tienes que investigar y sí te toma un poco más de tiempo, la ventaja es que como *blogger* puedes especializarte como en ciertos temas y lo tienes ya en el *top of mind*.

En *Alt1040* por ejemplo y en *Vivir México* a veces se da la novedad tecnológica “fue se acaba del filtrar el *iPhone 5*” a mí una de las cosas más significativas que me pasó fue a muerte de Steve Jobs, a mí me tocó cubrirla; *Alt1040* es un blog que funciona en horario español, entonces después de las 5, 6 de la tarde ya no hay españoles, ya los mexicanos quedamos de guardia, o los latinos, esa vez me acuerdo que nada más quedaba yo, me acuerdo y eran las 6:40 de la tarde y boom se nos muere Steve Jobs, y es como ¡madres!, perdón por la expresión, pero era la noticia que todo mundo esperaba dar, y de pronto estás sólo frente al blog más grande de tecnología en habla hispana, con respeto de 1 o 2, y es “cómo lo hago, qué saco”, entonces de pronto es cómo lo que tengas, y mientras estás consumiendo medios como loco pues tienes que sacarlo y decir “se está actualizando

en este momento” con lo que vaya saliendo, con lo que vayan diciendo, con lo que ya anunció Tim Cook, la gente está pegada esperando que tu lo informes. Yo por ejemplo me equivoqué traduciendo una carta y casi me mato porque traduje mal 2 palabras ya todo el mundo “no, está mal traducido”, porque la gente quiera que hagas todo rápido, pero además todo perfecto, pero si tienes que decirles qué es esto, quien se va a mover. Lees el blog porque necesitas ese tipo de información, o sea tienes el *breaking news* para “como para qué lo tengo que saber”, o sea es como lo de TPP, tú buscas: México suscribe TPP, y vas a encontrar que *El Economista* es el único diario que ha hecho una buena cobertura puntual, pero Secretaría de economía dijo que está bien, pues debe estar bien; y entonces de pronto tú te vas a otras fuentes.

Un buen *blogger*, que es algo que he tratado de enseñarle mucho a uno o a dos bloggers, no porque me considere bueno, sino porque lo he visto, lo he tratado y así funciona con otros compañeros y colegas, es que sepas sondear bien de donde viene tu información. Tiene que venir de primera mano, no puede venir de reciclados, alguna vez Antonio Orbe que es un Argentino en *Alt1040* puso un *link* de *El País* diciendo “hoy quiero hablar de esto”, y Eduardo Arcos que aparte es una de las grandes figuras del blog en español le dice “es que estás mal, *El País* no puede ser fuente de *Alt1040*, *Alt1040* tiene que ser fuente del *País*, o sea un medio generalista no puede ser fuente de uno especializado, al revés, tu trabajo es que eso tu lo tuviste que haber visto dos días antes cuando nadie hablaba de ello”.

A mí me pasó con algo de la *Coalición de Acceso Legal a la Cultura, el CALC*, que quería poner multas mega millonarias por descargas y salió en un fragmento en una nota escondida en un domingo en la noche del *Universal* de Espectáculos, y yo no recuerdo quien me la compartió así de “¿Ya viste esto?”, ah me pareció un buen tema para abordar desde otra óptica, es más importante que estar en el rincón recóndito que nadie lee en espectáculos. Pasa, la misma gente que negoció lo de ACTA en México me contacta para decir está mal la cifra del *Universal*, me corrige su cifra y se equivoca corrigiéndome su cifra porque no citó bien el artículo que era de la ley, ni citó bien la pena que venía en la ley, y yo obvio con un poco más de tiempo pues busqué la ley y le dije, no mira acá tu también te estás equivocando y llegamos como a un acuerdo como de ya, no vamos a estar de acuerdo pero ya esta más cercano a lo que dije.

Me pasa que ese mismo día lo público en *Vivir México* porque era algo muy de México y a veces los saco en ambos sitios si es relevante, normalmente pido a mis editores que en paralelo lo toquen, si pueden, si es un tema que sólo yo opino pues tengo que sacarlo doble. Pasa un lunes, el martes una de mis editores me pone “deberíamos hablar de esto”, me pone lo del *CALC*, sacado por *Alt1040* y le dije “mira ya lo puse” como diciéndole mira yo lo escribí, no es necesario retomarlo, ya lo puse, ese jueves *Animal Político* lo retoma, de hecho con enlaces a *Alt1040* y todo; y uno de los editores me dice en la tarde “deberíamos hablar de esto”, “voy a hablar de esto”, y le dije “ojo, fíjate que desde el lunes ya lo tenemos, pasó el domingo, entonces no puedes venir a decirlo acá el jueves”.

Vivir México tiene la buena, mala costumbre... y digo buena porque son fuentes que yo respeto mucho y que guardan bastante prestigio, pero mala porque tampoco son las fuentes con las que deberíamos basarnos, sino con las que deberíamos competir son *Animal político* y *Sin embargo.com.mx*. Me gusta más Sin embargo mx porque hace una labor muy buena en periodismo; *Animal Político* es un poco más formuláico de ver qué jala y lo saca, lo votamos, como que también tiene este recicle; sin Embargo es investigación pura, entonces de pronto es como muy bueno como fuente porque sí lo podrías considerar una primera fuente. De pronto me dicen “Voy a tocar esto de *Animal Político*: el obispo Raúl Vera, candidato al premio nobel según la tele noruega” y le digo “es que tu trabajo era haber encontrado esa referencia de la tele noruega, no hablar de lo que ya reciclaron, porque estás hablando de lo que ya dice alguien” y el gran problema de los bloggers es que cuando tu reciclas al *blogger* estás reciclando una opinión, entonces estás reciclando una postura, cuando estás reciclando un medio, estás solamente dándole... estás como volteando un pollo para asarlo, estás quemando la nota, “*Reuters* señala que *El Universal* retoma, que retoma *El*

Vanguardia, para que lo hable *Vivir México*”, lo ideal es que estuvieras viendo *Reuters* y de pronto lo ideal es que le ganes a *Reuters*, que suena difícil, pero no lo es tanto.

Me decía un amigo “es que a veces eres medio *hipster* con los temas” es que es así ese tipo de period... no es un tipo de periodismo establecido de nota, triángulo invertido, no; si es un periodismo, que es algo que te pelearán muchos bloggers, que es algo que te pelearán muchos bloggers, es un género que es el género de la entrada que es el género que es el género de la entrada o el género del post, un género que se basa en lo audiovisual, necesita de hipervínculos, tiene todo, te conviertes en muchos casos en curador de contenidos; y hay veces que hasta una misma charla te da indicios, yo recién estaba hablando con dos personas que admiro muchísimo que son Robles Maloof, que es activista de derechos humanos y Luis Fernando García que es un abogado de propiedad intelectual, él ahorita está en Suecia, él es mexicano; ellos dos hablaban de que Calderón había puesto algo de *TPP* en su informe, y yo dije “bueno, lo que tú tienes que hacer es irte y descargar ese informe” y bueno voy, lo descargo, lo busco, o se eso ya te consumió 50 minutos del rato, encuentro la referencia y entonces encuentro que menciona *TPP* y a mí me da curiosidad, y digo “bueno, menciona *TPP* pero no menciona ACTA”, buscas en todo el informe “igual y no está en comercio, igual está en... “le das escanear la palabra ACTA a todo el informe de Calderón y ni una referencia, entonces el *blogger* ya tiene de donde cuestionar y es por que aparece *TPP*, que nadie sabe nada, pero no aparece ACTA si sí se negoció y sí se suscribió, “¿a ver cómo?”.

A mí me ha pasado que senadores, la Senadora Iris Mendoza, documentos que de pronto te llegan porque tienes una red de contactos que te los va mandando y te dice “pues mándame eso”. Yo tuve la suerte de que me mandaran un reporte de *TPP* que hicieron para el Congreso de Estados Unidos, en el que de pronto te hablaban de empresas controladas por el Estado y que tendrían que entrar a libre competencia sin protección estatal. De pronto conectas los puntos y dices “bueno si Peña Nieto quiere privatizar PEMEX y está en *TPP*, PEMEX privatizada tendría que regirse siguiendo estas reglas y eso va a afectar muchas cosas: tu ya no tienes control sobre los costos... te tienes que convertir en un analista en ciertos puntos.

Quizá tú no eres el que se lo sepa todo, pero sí sabes por donde tirar las bolas, sí sabes por donde de pronto decir “yo por lo que conozco se que por aquí le va a pegar” y ya sale alguien que si sabe, un abogado que dice “ah por aquí...” y la crítica se hace más fuerte y va creciendo. O sea hay temas que de pronto en México son latentes, abren y cierran; y son los bloggers los que mantienen la llamita ahí. Y ya me desvié ahorita regreso a donde estaba, pero el GT200 que es un tema que me interesó mucho y que entre Hugo Torres de *Vivir México* y yo lo empezamos a trabajar. El GT200 es el detector molecular. Está Luis Mochán un físico de la UNAM que ha dedicado horas, días, semanas de su vida en llevar una bitácora con cada cosa que aparece desmentida. No recuerdo el nombre, creo que es Omar, bueno Lonjho, un blogger que se dedica muchísimo a reunir pruebas y a ir a la Academia Mexicana de las Ciencias a decir “mira, aquí está”.

Que te rastrean de pronto, cuando la Cámara de Diputados le mandó un exhorto de esos que nadie sabe dónde están, que están ahí publicados en algún lugar del sitio de la Cámara diciéndole a Calderón “háblale a tu comité científico para que vean este punto”. De pronto si tú tienes las fuentes adecuadas, de aquí que te esperas a que lo saque alguien más ya perdiste toda, no solo la importancia de actualidad, ya perdiste la noción de lo que tienes y lo que debes de hacer, tú debes empujar esos temas. O sea tu en tu criterio decir va, esto debería estarse discutiendo y de pronto estuvimos hablando y hablando del GT200 y sale en *El Universal* un reportaje especial, y de pronto ya todo mundo ya “la ouija del diablo” que es como le dicen ahora y al día siguiente *El Universal* “el inventor está acusado por fraude” y tu tan solo te ríes y dices bueno desde julio del 2012 ya está acusado de fraude; desde julio muchos ya sabemos, muchos ya dijimos que está acusado de fraude. Pero es bueno que salgan los temas, más vale tarde que nunca.

Y muchas veces cuando el reportero que tiene la inquietud quiere buscar te encuentra a ti, entonces nosotros digamos nos encargamos de hacer la labor, el trabajo sucio, bajarte el manual del G200 y leerlo y ver la prueba, el video, de pronto cuando el periodista no tan especializado, pero que sí tiene más difusión, pero no por el, sino por el medio ya encuentra que tu dijiste tal, tal, tal y tal, y sabe como armarlo; y así es cómo vas generando. Lo que te explicaba en el caso individual te puede llevar un buen post hasta días quizás, estar días maquinándolo; depende de tus habilidades de investigación, hay post que te tocan una o dos horas hacerlos, hay algunos que te pueden llevar unas 3, 4 horas hacerlos, 5 sólo si estás muy comprometido en investigar.

La gran ventaja es que si tu ya vas teniendo un tema y lo vas siguiendo y lo vas marcando, mínimo escribir una vez a la semana, dos veces a la semana con él, ya las referencias ya te las sabes, tienes una narrativa del suceso en la cabeza, que de pronto yo escribo *TPP* en Chile y yo sé por donde va, digo “ah bueno en mayo yo sé que hubo una entrevista a la gente de Derechos Digitales, y en Abril hubo una interseccional en Chile que hubo protestas” y de pronto ya sabes por donde va.

En el caso colectivo es muy importante, si es un blog colaborativo alguien lleva la batuta, casi siempre, entonces si hay un editor, que es un modelo que me parece muy importante, es quien se dedica a decir mira “¿de qué vamos a hablar hoy?” tal, y no es cómo “hoy tu vas a hablar de esto”, manda al aire un tema: adopción homoparental, de pronto sabe que alguien escribe muy bien de eso “oye fíjate que me gustaría que lo tocaras, ¿te late?” “sí, si me late o no me late, mejor agárralo tú, de pronto alguien dice “a mí me da inquietud, lo tomo yo” de pronto ves que lo va a agarrar alguien que no le sabe mucho y todos le ponen fuentes, o sea es un trabajo muy colaborativo y muy de estar así.

El problema del *blogger* es que mucha gente lo hace de medio tiempo, y debería de ser un trabajo de tiempo completo o mínimo de $\frac{3}{4}$ de tiempo, no puedes no estar pegado. Es un trabajo en el que de pronto si ahorita sale algo y te estás tomando un café, tengas como acá tengo mi compu la abro y mínimo saco algo. Yo he tenido peleas con mi novia, he tenido... me he ido de lugares con amigos porque de pronto es “es que lo tengo que sacar” y no entienden, y esa es la gran ventaja de pronto de que un comunicólogo sea *blogger* al mismo tiempo, tu ya tienes... de por sí te inculcan eso de estar sobre la nota, esta sobre el suceso y de pronto tienes ya la plataforma y aunque sea poner algo, y no es como aunque sea poner algo por ego, es como poner algo porque sabes que va a ser importante poner algo, que lo tienes que comentar porque de pronto comienzas a ver que alguien se va por un lado, que alguien... te entra literal la ansiedad de “ahh que voy a hacer”.

Como trabajo colaborativo y como personal, lo más difícil son las coberturas o lo llamados *live stream*, *live blogging*; yo de los trabajos más pesados que he hecho es cuando fui editor general de *Hipertextual*, estuve en Madrid una temporada y tuve que hacer uno del 15M, me tocó estar así como abajo mandándoles *Twitts* y ellos curando información, cuando a mí me tocó sólo curar el contenido estando desde mi departamento ahí en Madrid, sin poder salir porque no puedes y recibiendo un alud de información es asfixiante en el sentido de que quieres hacer algo más y no puedes.

Me pasó cuando fue la primera marcha de *#Yosoy132*, la del ITAM a *Televisa*, la del viernes, yo estaba en el DF de casualidad, había ido con mi novia, lo que hice fue: salí de verla, me subí a un taxi, vi *Twitter*, le dije al taxi que se parara por un Starbucks que está creo que por Picacho, subí al *Starbucks*, compré un café y dije “Eduardo esto está pasando, tenemos que sacarlo” y me dijo “vas”.

Y no es que ganes más o no ganes, ya es una onda de construir la realidad, cómo aportar en eso. Y creo que la diferencia entre un blog pequeño y uno más grande, es que cuando entras a un blog pequeño las posibilidades de que lo que pones le peguen, no es que sean insignificantes, pero sí son mínimas; a menos que seas de estos que da un seguimiento y te conviertas sin querer en un medio especializado, aunque sea de una persona; como estas bandas de una sola persona, un medio de una sola persona.

De pronto llegas y en el equipo vamos “pum, pum, pum” y vas construyendo y vas construyendo. Es un trabajo muy desgastante si lo tomas en serio, cómo todos, yo creo que cualquier trabajo tomado

en serio es cuesta mucho, pero aquí te tienes que “pelear” con mucha gente. Muchas veces tienes que hablar con periodistas que no saben de qué va muy bien del tema entonces como..., acá te peleas muchísimo con... no peleas, discutes con otros *bloggers*, con otros involucrados; pero a la par encuentras a muchos aliados, y aliados en muchos lugares, gente que de pronto se entera de algo y te lo comparte y sabe y que si tienes una duda y de pronto no sabes cuánto va a durar... no se de pronto estás escribiendo sobre la Suprema Corte de Justicia y sabes que Calderón entregó la terna, y es como tener a alguien de confianza y decirle “oye sabes tú como es el proceso de...” “Sí, como no, tiene 30 días para tal y tal y tal”, “¿y sabes algo de ellos?” “sí, tal, tal, tal”; funciona mucho de esa forma.

MP: ¿Cómo haces la elección de contenido para un post, qué indicios sigues?

¿Para los míos o como editor? Las dos.

JF: Para los míos tomo 3 componentes: que me guste; que sea de interés general, o sea que crea que es de interés general; y que esté inspirado, o sea va a sonar como muy raro, pero el periodista no tiene ese lujo, el periodista es como “ah me toca escribir...”, cuando tuve el medio digital teníamos una broma que decíamos de los puntos de Luis Miguel. Teníamos una sección de espectáculos, y uno de nuestros inversionistas [Declaración *off the record*].

El periodista a veces tiene esos encargos, entonces es como de pronto “oye te va a tocar hacer una nota sobre las elecciones de la junta auxiliar de...” “uf” “te va a tocar hacer sobre tal” “no” “tienes que ir a...”, sobre todo esta idea del cubrir todo “tienes que ir a cubrir la declaración del diputado Juanito que... y se hace sin interés y se hace con desgano y se hace sin pasión.

El *blogger* no, el *blogger* funciona más por esta vena de escribir, entonces primero tienes que escoger temas que te gusten y que domines, yo por ejemplo yo no escribía de cel... yo no sabía nada de celulares y no escribía nada de celulares hasta el año pasado. Yo traía un Nokia de lamparita y ocurrió que a mí se me da con facilidad armar los grupos de trabajo, hubo un problema con un blog llamado *Celularis*, bueno que ahora se llama *Celularis*, y quedaron 2 integrantes y me dijeron “oye pues hay que armar un equipo casi de la nada tú y los 2 que están, y ya se va uno de los 2 que están, entonces necesitamos a alguien que nos ayude como a que haya una cohesión muy rápida” y les dije “pero pues yo no manejo celulares”, yo escribo en *Alt1040* paradójicamente que es uno de los celulares más influyente de tecnología, pero yo no hablo de celulares, pero yo no se cual es la diferencia entre cuál es el tipo de pantalla y el otro; o cuál es la diferencia entre un procesador A5 y un A6, entonces no me pasaba en ese entonces por la cabeza; me dice así como “haznos paro 2 meses y ya después vemos”.

Estuve 2 meses leyendo y ya después como “ah así funciona tal” y yo me compro un *Blackberry* y luego me acabé comprando el *iPhone*, de por sí ya tenía otro dispositivo móvil, me bajaba las aplicaciones para probarlas “ah mira no está tan mal, no?” y a mi me interesó mucho el tema de las dinámicas de mercado y las guerras de patentes, porque yo escribo de propiedad intelectual, tema que desde que iba en la universidad, por temas de la radio que fundé hablaba de propiedad intelectual y he estado ligado a temas de propiedad intelectual entonces dije “ah mira lo de las patentes está muy interesante” de pronto era cómo las empresas grandes de tecnología fagocitan a otras no para invertir en ellas o quedarse la tecnología, para quedarse las patentes. Y luego me empezó a gustar los índices de adopción por ejemplo, en el mercado móvil, y me llamó mucho el mercado móvil en economías emergentes.

Y de pronto yo los sacaba en *Alt* basado él lo que leía en *Celularis*, me encantaba escribir de *Blackberry* porque me parece que es una empresa que hace las cosas bien, mal, o sea como “las hace muy mal para tener tanta cuota de mercado” y el fenómeno de que en España y acá se venden mucho y en otro lado están borrados, no lo explicas por el aparato, lo explicas por las condiciones

económicas, la llamada gama intermedia que existe, los *smartphones* baratos, y de ahí me empezaron a gustar esos temas. Entonces de pronto era como “ah acaba de salir tal cosa de que Apple y *iOS* y tiene que ver con cuotas de mercado, es como yo voy, yo le entro” si de pronto se anunciara alguna cosita es como “naaa, bueno” lo anuncio y lo hago no con desgano, pero lo voy a hacer, pero me va a salir un post chiquito, yo los llamo resultadistas como los de equipos de futbol que cuelgas los resultados, lo subes por el resultado porque hay que escribirlo, porque es un tema importante y hay gente que le interesa, y esa gente pues merece estar informada, pero no es tu hit, como muchas cosas.

No todo te va a tocar lo que te guste, pero de preferencia si puedes elegir, que en *Alt1040* siempre hemos podido elegir y en *Vivir México* siempre vamos a poder elegir, decir “hoy voy a hablar de tal cosa”, por ejemplo *Alt1040* tiene un área que está un poco descuidada que antes sólo hacía Eduardo y otro *blogger* Venezolano Inti Acevedo sobre productividad y ya casi nadie escribe sobre productividad; y de pronto a mí me gusta por N, X o Y cosas, escribir de *tips* para escribir más rápido, entonces de pronto le digo “ah quiero hacer uno sobre 5 formas de ganar experiencia laboral sin meterte a un trabajo” porque yo así gané mucha experiencia laboral sin necesidad de ser becario ni nada de otro lado. “Va” y entonces lo escribes y funcionan, y la razón por la que funciona es porque te gusta y se nota que... yo como editor de libros y como editor de investigaciones te puedo decir que me den un texto y se cuando alguien lo disfrutó escribiendo, se ve, se siente cuando lo lees.

O sea puedes leer un texto y decir “aquí ya perdió la idea pero por que se cansó” y literal, una vez me mandaron un capítulo que llegando a la página 12 para adelante no servía y le dije “oye duerme bien y escríbelo mejor en 3 días y me lo mandas” y de pronto es como “oh como sabes que se escribió eso en una noche” se nota, te das cuenta cuando alguien escribe forzado. Como *blogger* lo principal que debes buscar es no forzarte, si eres *blogger* es porque te gustan los temas de lo que escribes; por eso te digo que es imposible disociar lo personal de lo empresarial, de lo profesional.

Segundo: lo que sea relevante. Digo habrá gente a la que le guste lo que hizo tu gato Mollete en la noche, pues no, sí tienes que buscar temas que...

A mí me gusta mucho la idea de temas de interés público, pero hay quienes les gusta la idea de tema relevante, como tema de momento; gente que dice que relevante es saber qué es lo último que salió en el mercado para comprarte lo más actual; pues sí pues ustedes juzgan relevante los nuevos lanzamientos “ah va a salir la *surface*” pues sí está bien. Pero hay gente que... por ejemplo Juan José Velazco de *Alt1040* a él le gustan mucho los descubrimientos científicos, “ah el *MIT* acaba de crear una capa que te hace invisible cuando te rocían un líquido de diamante” ese tipo de cosas, y se divierte haciéndolo y le gusta y le busca y lo vez y dices “órale”.

A mí me gusta mucho, me parece que es muy relevante el tema este de tratados, temas que normalmente la gente como que no los ve, o sea yo habiendo estudiado comunicación, más o menos sabes como se construye la agenda y sabes que va en la página 5 de economía en el rincón, y es como “no, deberían ser más... estar aquí” por una cuestión personal, por una cuestión de que creo que debería ser así. Temas de discriminación, yo escribo mucho sobre temas de discriminación, he colaborado en varios sitios por cosas de discriminación; ahora voy a colaborar en un proyecto que se llama Reversible, en los que de pronto, y me lo han dicho, es relevante que un heterosexual hable de temas LGBT, es como que no se hace mucho, estarán Ricardo Forzado, o sea hay muy pocos que lo hacen. Entonces de pronto dicen “pues está bien, y está padre y funciona y es relevante y aporta otra perspectiva” y te enseña que no es cerrado el grupo, que si hay por donde; y por lo mismo decir “está padre que un economista hable de tecnología porque lo va a hablar de otra forma” o “está padre que un médico te hable de tecnología” porque te lo va a hablar de otra manera, o un ingeniero hable de actualidad porque va a ver otras cosas.

Siempre es importante que haya una perspectiva fresca y por eso permitas que sea algo que les guste, pero que comprendan que el tema debe de ser de interés para los demás, y lo que te

comentaba, de pronto tienes una chispa de inspiración, agárrala, no la dejes ir, no la pierdas. Si de pronto dices “hoy me estoy preguntando cómo sería México sin semáforos” por qué, “porque iba manejando la otra vez y vi que se descompusieron todos los semáforos y pasamos más rápido en el cruce que cuando están los semáforos, y toda la semana estuvieron descompuestos los semáforos y el día en que llegó el policía hubo más desmadre” perdón, digo “hubo más embrollo” y de pronto dices “bueno, va échate, ¿no?” y le dices al *blogger*, “porfa opina, no te quedes en reportar, opina, analiza, échale coco pues” y te ponen un buen post “ la gente se organiza más cuando no hay autoridad...” y se avienta su *debraye* y funciona, y de pronto los lees y dices “órale, se tomó el chance de ser intimista en este post, se tomó el chance de arriesgarse”.

Hoy hablaba otra vez con Álvaro, y me dice “quiero escribir que *Animal Político* publicó una encuesta de *Reforma...*”, entonces otra vez el pollo rostizado que te digo de que “53% de los mexicanos creen que va a haber más corrupción en el sexenio de Peña Nieto”, le digo órale, pero opíname por qué, escríbeme por qué crees que pasa eso, y si tú crees que va a pasar, y no le pongas al tema ‘53% de los mexicanos...’ ponle un título libre” y le terminó poniendo un título muy leve, como “la corrupción en México, el PRI y la ciudadanía”, pero él lo que dice es que si lo que hizo fue ver más los resultados y contrastó y dijo “bueno, es que la percepción de la corrupción de la ciudadanía también se da entre la ciudadanía, o sea la gente piensa que el 60% de la gente son corruptos, 23% dicen que no ha dado mordida” y dice “yo creo que lo dicen porque les da vergüenza aceptar que dan mordida y que al fin y al cabo la clase política va a ser reflejo de la sociedad, entonces como que lo les extraña que vaya a pasar eso si lo hicieron... si ellos mismos, si la misma gente sospecha que entre ellos mismos la corrupción ya es un mal”. Y ya te sale otra cosa, ya te sale un texto diferente, mucho más analítico, te salen cosas muy interesantes.

Como editor, te digo empecé a ser editor, te digo pasé por ser editor apenas en *Hipertextual* y era sugerirle a todo mundo temas, y ahora en *Vivir México* y también en *Yahoo* ahora que trabajo con mi editor, nunca había trabajado que alguien fuera mi editor más que nada con mucha libertad, pero ahorita que veo cada quien tiene sus criterios. Por ejemplo en *Yahoo* al principio era... le gusta a Miguel Ángel Castillo que es mi editor los temas de rarezas y curiosidades, porque son las que venden. El lector de *Yahoo* o el perfil de *Yahoo* no es tan preparado como el de un blog especializado, es un medio hasta cierto punto masivo.

Pero de pronto llegamos a un buen convenio, en el que yo le dije “va pero...” porque me mandó a escribir la historia del *Tetrapack* y de la cremallera y era como ¡ah! y de pronto yo le hice una entrada... yo le dije “sabes que vamos a escribir... sí vamos a hacer unos tops padres, vamos a escribir 5 artefactos que existen en la ciencia ficción y que ya hay esfuerzos para hacerlos ahora” y funcionan, “me dice oye fíjate que encontré este experimento interesante que se llama agujero en la pared, explícaselo a la gente”, “ah órale, y luego quiero explicar este”, y luego ya me dice “hay que escribir sobre 5 inventos que estén basados en animales” y ya de pronto ya agarras una interacción padre en la que ninguno de los dos está incómodo.

O sea él ya tiene... es lógico yo ya no puedo tomar mis temas, los temas sobre los que normalmente escribía porque lo usaba para escribir temas netamente tecnológicos de *Web*: recomendar servicios, software, como toda esta parte que en *Alt* no la hago porque ahí si son muy criticones en lo técnico y yo no tengo tanto nivel, pero que en *Yahoo* si me podría defender pro el perfil del lector; a cambiarlo a más esta onda más entre curiosidad padre, de pronto me dice “la otra vez escribiste de por qué comprar un *Apple TV*, investigate cómo compro un apantalla plana” y es como “bueno órale, vamos a sacarlo por ahí” y funciona.

Yo creo que todos esos componentes cuando trabajan juntos generan buen contenido, y buen contenido no en el sentido de que está bien escrito sino que sea atractivo, contenido que es útil. A mí me encanta o me daba risa cuando me hablaban mis amigos de medios, del *Reforma*, “oye el vato de tecnología está leyendo *Alt*” o de *Excélsior*, “oye el vato de tecnología está leyendo *Alt*” y ahora me da gusto que de pronto es la gente de *Global Voices* “oye es que estamos leyendo *Vivir México* y

ya lo tenemos como fuente” por ejemplo a mi me cuentan que *El Universal*, que tiene una historia negra de que nunca enlaza “fum”, *El Economista* que me ha tocado; de pronto son buenas sorpresas, dices “ah órale” ese tipos de cosas son como las cucarachas, por cada una que vez hay quizá 20 que no viste, o sea 20 que no sabes que realmente de ahí fue sacó la idea, que ahí fue donde lo leyó, que fuiste una fuente no de referencia, pero sí de consulta; y eso yo creo que hasta a los *bloggers* más chicos les debe importar.

Ya con la facilidad que hay para difundir contenido, basta con que le caiga bien tu contenido a una persona que lo puede redifundir muy bien, para que de pronto “ah mira de ahí salga algo interesante”, yo mismo en *Alt* algunas veces he sacado muy anónimos porque dicen cosas muy interesantes, “ah mira se aventó una puntadota y vale la pena darle la voz” funciona así como que por capas.

MP: ¿Me podrías platicar el proceso de cómo realizas un post desde el primer momento en que se te ocurre lo que vas a escribir hasta que ya está arriba?

JF: Te voy a platicar cómo escribí el de hoy para que... así como lo más fresco que me acuerdo. Originalmente hoy había elegido un tema en la mañana que era escribir sobre el modelo de negocio de Amazon, el *iPad* por ejemplo te vende el *iPad*, y el *iPad* por ejemplo producirá costará como 200 dólares, te lo venden en 600 u 800, o sea se gana en el hardware. *Amazon* no, *Amazon* te vende al costo, así como “si mi tableta me costó hacerla 150 dólares te la voy a vender en 170 o sea con una ganancia mínima, o a veces con una ganancia 0 y se han reportado casos en los que hay pérdida como la nueva, la *Paperwhite*, que es con pérdida, o sea me cuesta 100 dólares hacerla, te la vendo en 80”, pero Amazon lo que hace es que lo recupera en las ventas de su tienda, o sea “es tu lector de libros, pero lo recupero en los libros que compras, a cada libro que compres le estoy ganando un dólar, y a los 10 libros que leas ya recuperaré lo que costó y a los siguientes ya es plusvalía”.

Iba a escribir de eso, ya lo tenía bien pensado, ya estaba así... me eché mi recorrido por el Centro de Cultura Digital, o sea todo, me senté y de pronto vi un enlace *TPP* en *Twitter*, lo leí, era lo que ya había visto, pero de pronto vi como que ya había más ruido, entonces dije “bueno pues no estaría mal ver si hay algo nuevo al respecto” entré a hacer una búsqueda rápida de *TPP* en mis fuentes y de pronto encontré que sí, que había algo nuevo relativo a las negociaciones en Chile, “dije bueno, yo tengo lectores chilenos, sí yo le escribo a los mexicanos, pero tengo lectores chilenos”, y *TPP* yo tengo la... a título personal me gusta escribir de temas de tecnología y legislación pero en América Latina, he escrito sobre leyes en Costa Rica, leyes en Perú, el marco civil de internet en Brasil, el caso este de Cueva en Argentina. Sí de pronto no soy experto en los temas, pero sí me meto y por lo menos me los sé, sí me preguntas sí te se contar un tema de América Latina, porque hay muchos españoles y realmente latinos ahorita sólo estamos Antonio Orbe y yo, o sea no hay más, entonces sí siento como ese peso de que hay un chorro de latinos y nadie habla, el caso ABC Color, en Paraguay, casos que pon tu no tengamos al momento, pero que sí te agradecen que algo local lo hagas hispanoamericano.

Dije bueno voy a escribir que Chile tiene como de pronto derechos (inaudible) en Chile saca que ellos averiguaron que no hay justificación de la firma TPP en su país, o sea fueron y con los organismos de transparencia, que no hallaron nada, que no les dieron copia de propiedad intelectual, que a nadie les dan, que ni los legisladores gringos tienen, como todo. Y digo bueno y quizá al final le dedico un párrafo al caso mexicano, así como para contrastar, ya después de que lo ideé, que eso me llevó unos 15 minutos, entre lo que dije que encontré la nota y lo ideé, obviamente leí, te basas en un enlace, te basas en algo, o sea como en algo que alguien dijo normalmente, que en este caso es una fuente directa, la *Organización de los Derechos Digitales*, no es como que te fuiste al diario que reportó que... o sea te vas directo con ellos y si los puedes entrevistar los entrevistados, no tenía tiempo.

Agarro, cruzas referencias, o sea ellos dicen esto, quien más está diciendo algo, eso te toma unos 5 o 10 minutos, de pronto buscas antecedentes, yo por ejemplo dije “ajá yo recuerdo que hubo algo de Chile de *TPP* como a medio año”, busco en *Google*, primero en *Alt* como para ver qué hemos hablado y si alguno de mis colegas editores de pronto seme va la onda puedo escribirle para decirle “oye tu que te sabes bien como estuvo eso, cuéntame rápido como para poder complementar”, otros 10 minutos. Escribir el lo más rápido, escribir te puede tomar 25 minutos, 20 minutos, si eres muy rápido 15 minutos, o dependiendo del grado de palabras 30, 45 minutos.

Si te fijas hay toda una prefase que en mi caso es como de una media hora a hora y media, dependiendo, porque hay veces que “uf, no encuentro que escribir”, casi siempre te sigo busco interés público, digamos social; luego interés público dependiendo el lector, por ejemplo si no hubo nada que me pareciera relevante en lo social, pero hay un lanzamiento de *Blackberry* que igual y le interesa a alguien, y veo que es un tema que yo medio manejo digo va. Interés personal en tercer lugar, que yo escribo sobre comics, series, películas, ya cuando llego ahí es porque no encontré nada más relevante y “ah pues órale vamos a echarnos un... vamos a ver cómo van las películas nuevas, que a mí me gusta mucho escribir de fichajes de películas y “mira así va la producción” igual para que la gente esté como al tanto de cómo va. Y si no, pues buscar alguna idea que ya haya tenido en el tintero que igual y me dé tiempo; “ah , la otra vez hace dos semanas me estaba comiendo un chocolate y me di cuenta –lo que te dije- los semáforos funcionan así y pues voy a escribir de eso”, pero ya cuando agoté todas las instancias, o muchas veces sólo pides no escribir, dices “sabes qué, no se me ocurre nada, o sea no, te voy a escribir algo feo y forzado, mejor dame chance que alguien más publique, o dame un par de horas más para publicar -porque tienes un cierto horario casi siempre- mejor dame otra hora y publico más tarde o te lo repongo mañana”, puro diálogo.

Redactas en... te digo esa prefase te puede tomar media hora, redactas en otra media hora, enlazas, buscas todo lo que tiene referencia le metes la referencia que puedas porque es muy importante, el lector lo agradece y aparte es ético, lo más importante, es ético, no te estás robando información, estás construyendo información como interconectándola. Buscas una imagen que es lo que a mí me lleva mucho, no sé por qué, te puede llevar unos 15 minutos, 20; y vamos a poner que 30, 30, 20, vamos a poner que en una hora 20 ya tienes 600 palabras y pum, le das publicar.

Te digo, hay veces que de pronto tienes un tema en la cabeza y te va a salir en 20 minutos, 25; hay veces que no tienes nada y estás así. A mí me ha tocado que de pronto, yo le destino laboralmente hasta las 4, 5 de la tarde, no, hasta las 3,4 de la tarde, y empiezo a trabajar desde la 9 y media 10. Entonces como verás es un trabajo de al menos unas 6 horas, a veces 7, a veces 5, a veces salgo al banco a esa hora, porque estoy bloqueado, le dedico ese rato.

Y luego, ahí nada más es supervisar los blogs, pero si se me ocurre algo, de pronto yo tengo un slot reservado en *Vivir México*, que se puede o no se puede usar que si a las 10 de la noche hubo algo que me gustó lo saco, o de pronto digo “ah hubo un *breaking news*, se calló Noroña y se fracturó y está relevante” ah pues mis chicos no pueden y pues fum vámonos. Eso es como muy importante cuando te dedicas como *blogger* de tiempo completo; cuando lo llevas como el equipo de *Vivir México*, lo hace que son como *bloggers* de medio tiempo, rara vez ves, si ves mucha profundidad, sí ves mucha investigación, si ves mucho dominio del tema, pero no ves reacción, porque no se pueden dar el lujo de hacerlo, porque están en su trabajo y ellos ya tienen un huequito, quizás a la hora de la comida lo hacen, o cuando van a salir, pero si de pronto les dices “no manches acaban de reaprobar ACTA en el Senado ahorita” y lo sueltas... nada, nadie, es muy difícil.

Alt por eso se distingue, porque todos los que estamos ahí tenemos más el perfil de *blogger* mas de tiempo completo, “Ah, acaba de salir algo, ¿quién va?” boom a veces “no, yo; no, yo” “bueno tu”, siempre hay alguien y cuando te dicen quién va sabes que no es una pregunta, es si estás tú conectado, hígole, es como “pues voy”. Me ha tocado, digo esto como ya de término personal, me ha tocado que de pronto que estoy cocinando, a mí me gusta mucho cocinar, entonces estoy cocinando

la comida y entonces “boom tal” bueno ya le apago porque (inaudible) empiezas a leer en el *iPad* en lo que estás haciendo una pasta; no sé si te puede llegar a pasar que de pronto sea el boom. Hay veces que no puedes, hay veces que sale el tema y tu eres el que lo cantas “hay mira, acaba de salir esto” pero te descartas, dices “no puedo”, siempre hay quienes responden primero, quienes responden segundo y en el peor de los casos, si tu cantas el tema “¡ay! mira está esto”, pues es más fácil si tu nada más dices literal “lo voy a sacar si acaba de salir” si tienes el tiempo y luego lo complementan.

Es muy variable, es muy volátil, pero es bien entretenido, un gran trabajo, te da posibilidad de viajar, de moverte, puedes escribir desde cualquier lugar, yo he escrito desde hoteles, desde cabañas, en medio de la carretera, he escrito desde muchos lados, convenciones, a mitad de una conferencia, o sea acabando una conferencia; funcionas así. Todavía me ha tocado cubrir, casi siempre es como *tuiteando* pero si te da posibilidad de jugar mucho, pero es una responsabilidad también grande.

Es una responsabilidad que a veces muchos no ven y que realmente para ver “hay pues puedes opinar de lo que quieras” me atrevo a decir que la reputación del *blogger* está más en juego que la del periodista, porque el periodista puedes excusarse en su medio “Ay es que *El Universal*” me dijeron que escribiera así” o “ay es que por línea me dijeron que escribiera así” y le echas la culpa al medio, el *blogger* no, el *blogger* la echa a perder y la echa a perder, ahora sí que si anota, anota él y si falla, falla él. Dijiste algo en *Vivir México* y no fue y la liaste parda como dices mis compañeros españoles, la gran ventaja es que el *blogger* es más sincero el periodista como que corrige la nota, la baja, le corrige el título; el *blogger* lo que hace es que literal tacha y deja el testimonio tachado de lo que escribió para poder corregir y eso creo que hay gente que lo valora, que entiende que es una de las virtudes y defectos de la plataforma, entonces te permite conocer cosas mucho más cercanas, quizás sacrificando lo que puedes ser la gran presencia, sobre todo en México, porque quizá en Estados Unidos si puedes tener como que “uh”, pero acá hay pocos nombres propios, muchos de ellos dan el salto, el trampolín hacia medios grandes, y no sólo en blogs, en *Twitter*, es muy raro que elijan crecer en una plataforma.

Por ejemplo yo como *blogger* en *Alt1040*, llego a *Yahoo* y ya en español y como que “bueno ya llego a un medio grande como *blogger*”, pero ya no hay a donde llegar, o sea en español ya llegaste a *Alt1040*, a dónde más quieres llegar, a qué lado te quieres ir, pues no, no hay un blog del tamaño. O sea *Vivir México*, ajá a dónde te puedes ir, te puedes ir, vamos a suponer que te dice *El Universal*, pero de pronto ya te conviertes en un *blogger* de medio tradicional, no está mal si te mantienes así; Katia de Artigues por ejemplo, no que te hagas columnista y posador, lo que sea, Antonio Attolini de 132, no que es como que te conviertas en la columna, el espacio, la vaca sagrada, no. Y realmente cuando eres *blogger* de otros lados estás sometido a revisión, o sea si es de “a ver mándamelo antes y ya...” aunque no te lo vaya a editar está el control de “mándamelo antes, mándamelo antes” y el *Huffington Post* “mándamelo antes”, que ahorita no he estado publicando porque no tengo tiempo.

La única forma de crecer aquí es que dejes el español, o sea literal que empieces a *bloggear* en inglés para *TED Crunch*, que es algo que hizo Rocío Paniagua que pasó de Empréndela, y que igual ella te convendría igual si quieres entrevistar bloggers, otro tipo de *blogger* que es blog de emprendimiento, Rocío Paniagua pasó de Empréndela a *TED Crunch* en inglés, entonces es como “Wow, ya es *blogger* de *TED Crunch*”; Constanza, una argentina, que es *blogger* de *Mashable* o fue *blogger* de *Mashable*, y dices “oh estuvo en *Mashable*” entonces ya eres *blogger* de *Gizmodo*, que es un grande de tecnología, ya eres *blogger* de... en mi caso el paso arriba o el paso alto es que sea *blogger* del *Electronic Frontier Foundation* o del *TechDeck* que vende sistemas, pero ya es literal que te abandones el español para tener más difusión, quizá es el único problema, el panorama no te deja ir más allá, solo puedes crecer lo que crezca tu blog no es como que te jala.

MP: ¿Te has establecido algún tipo de criterio o código que guíe tu práctica?

JF: Sí algunos, uno de los códigos importantes es que sea de interés público y que sea contenido que empuje ciertos temas en la agenda. El tema de propiedad intelectual me parece importante, el tema de opacidad y transparencia, mejor dicho de transparencia legislativa, el tema de diversidad sexual me parece muy importante, el tema de libertad de reproducción, derechos humanos en general, son temas que a mí siempre me han interesado, creo que tienen que empujar, tienen que empujar (inaudible) porque México va muy retrasado en eso, entonces como código ese es uno.

El segundo es siempre buscar fuentes, siempre contrastar fuentes y siempre ir a la original, si puedes encontrar incluso una versión estenográfica de lo que necesites, te vas ahí y la escuchas, no quedarte como en el revolcón de la nota de “lo tomo, lo rearmo y vámonos”, y siempre estar cómodo con lo que escribo, nunca escribir bajo presión, a nunca escribir bajo “tienes que afirmar que Apple es lo mejor del mundo”, como dicen que en *Alt1040* hacemos, no, si voy a escribir bien de *Apple* es porque lo creo. Uno de mis editores hizo una frase fantástica, que es como un lema, para mí es un lema “a mí no me pagan para escribir bien de una marca, pero tampoco me pagan para escribir mal de ella” o sea no me pagan ni por opinar bien, ni por opinar mal, o sea me pagan por dar mi criterio, si estoy a favor o estoy en contra es mi posición y es mi nombre que se va a riesgo con cada texto que aviento, pero no es que te diga “échate unas palabras chidas de *Yahoo*” pues no, es como cuando fue lo del cambio de *CEO* y todo lo iba a publicar pero dije “no, a parte se va a ver como de mal gusto publicarlo en *Yahoo*, pero lo voy a escribir en *Alt*” y avisé “voy a escribir en *Alt* de lo del despido de *Yahoo*, es como muy diferente.

Si es una de estas cosas que una persona mejor dicho necesita seguir ciertos códigos, hay gente que no toca ciertos temas y es muy válido, hay gente que busca encarar, hay gente que escribe de cierta forma, y yo me voy por eso, por que sea de interés social, que me guste, y que nunca escribir, ni con una pistola en la cabeza escribir algo que no creo, que simplemente no creo, que no comparto, prefiero arriesgarme y decir “mira es esto” y que se vea que es lo que yo comparto.

Incluso si llegas a escribir acerca de una marca, es una mala *praxis* en muchos *bloggers* que les pagan, hay otros en los que no, a mi me ha pagado por ejemplo marcas, bueno no me han pagado, me han contratado marcas para promocionarlos, pero pues no, les dices que no, si te contactan te pueden decir por ejemplo tuve una experiencia con *Hewlett-Packard HP*, nos pagaron un hotel 4 días en Acapulco a un chorro de bloggers, y ellos estuvieron escribe y escribe y escribe, yo no escribí ni una palabra, porque me dijo Eduardo, “escribe cuando hayas probado los productos”, entonces cuando me dijeron que reseñara no sé qué laptop dije “quiero un modelo de prueba”, los modelos de prueba te los dan unas semanas y después los regresas, “no pues no tenemos, no te lo podemos dar”, bueno, pues no voy a escribir, podría escribir que lo presentaron, pero eso ya lo tocamos en un blog cuando se presentó en Estados Unidos, entonces no tiene caso, y me hicieron como feo.

Nos regalaron a todos un celular, el celular más horrible que he tenido en mi vida *Compaq*, con un teclado *semi qwerty*, que es un teclado.. no tiene sentido el *semi qwerty*, es como el tecladito de los números pero con las letras, no se horrible, inusable y se colgaba a cada rato. Yo hice la reseña, porque le pregunté a Eduardo que se hace en estos casos y me dijo “has tu reseña, mándasela al fabricante y dile que como favor, o no como favor, pero lo más considerado que tu puedes hacer es no hablar de su producto, porque si lo reseñas le va a ir mal” y aparte en *Alt* si tenemos esa como norma no escrita en la que si vas a hacer una reseña, reseñas cosas que te gustaron y que fueron buenas, si fue malo... a menos que se para desmentir que “se está vendiendo mucho y la verdad es un timo” a menos que sea para eso. Si es sólo para decir que no te gustó no tiene caso una reseña, lo mejor que puedes hacer en ese caso es no hablar del producto y no darle más publicidad.

Y les escribí y les dije “muchas gracias, estuvo muy padre Acapulco, estas dos semanas lo que he experimentado con el teléfono le falla tal, tal, tal, si quieren no la publico, si sí quieren la publico” y me escriben “no, pues te agradecemos y gracias por no publicarla”, no me han vuelto a invitar a un

evento de HP, porque México si tiene ese problema de la cobertura a modo, “ay sí, me invitaste a desayunar, pues voy a escribir padre” y no, si te gustó algo lo defiendes porque te gustó, sino te gustó lo criticas porque no te gustó, o porque no te pareció, o porque la idea estuvo cutre, no sé, pero eres tú, tú, tú y tú. Ese es como el código para mí.

MP: ¿ *Vivir México* tiene algún tipo de lineamientos?

JF: Sí, pero no están escritos, los ponemos todos. Creo que los lineamientos con los que nos movemos especialmente en *Vivir México* es rehusar lo que Guillermo Sheridan llama los... no no es... olvido el nombre; lo “*dijónimos*”, es un autor canadiense, dice que el *dijónimo* es... en México la prensa está acostumbrada a decir: dijo, señaló, exclamó, señaló, apuntó, recalcó, subrayó, todo eso para decir que “dijo”; y dice “realmente me quiero imaginar que hay gente que imagina todos esos matices”, pero pues no, realmente son formas para... una declaración para nosotros realmente no vale una noticia, una acción sí, esa es la norma de oro. Si Marcelo Ebrard dijo “la izquierda debe reformarse”, con la pena, pero para mí eso no es una nota, eso es algo que alguien dijo; si él en cambio al postularse como candidato, o al iniciar su campaña dijo eso, tiene sentido, porque la nota no es lo que dijo, es que está iniciando una campaña, y por ahí te tienes que ir.

Que eso es uno de los vicios que me ha tocado quitarles a un par de *bloggers* y que sigo luchando, no usar los *dijónimos*, y si lo vas a hacer, que los uses bien, como diría este autor, de pronto decir ironizó, exclamó, mintió, encubrió, o sea usarlos para realmente describir acciones reales, acciones representadas. Sí, nos vamos por los hechos, por las cosas que pasan; o tomar, en su defecto, lo que alguien dijo/hizo como punta de lanza para hablar del tema. Por ejemplo Gire que es una asociación Grupo de Reproducción Elegida, le mandó un exordio a Ernesto Cordero para que mejorara los permisos de paternidad en la reforma laboral, bueno, sí es algo que dicen pero es algo que también hicieron, o sea es algo que... enviaron la carta, el punto es ya hubo un movimiento, no es como que salieron en la prensa “qué opina usted de la reforma laboral” ah no, ya hubo una acción detrás, digamos libró el primer punto, el segundo es “vamos a ver ellos qué dicen y cómo lo justifican” y a comentarlo, de pronto en mi caso “estoy de acuerdo con eso, si se mejora porque actualmente la ley excluye modelos de padres solteros, excluye a futuro a familias homoparentales es un tema que no favorece la equidad, si no es una medida compensatoria, y hasta cierto punto es nada más para ser condescendiente” y de pronto la sacas y funciona, y ya estás dentro de una línea, que no es una línea editorial de “ah no se tocan estos temas y con estos sí”, es una línea de lo que estamos acordando hablar.

En *Alt* no se hablan casi rumores, muy raro, tienen que venir de fuentes muy específicas, hay blogs que viven de los rumores porque es estar sacando lo más que se pueda. No, *Alt* no, *Vivir México* en ese sentido jamás va a poner “trascendidos” “trascendió que...” muy rara vez y estarán justificados por el autor, porque es cuando “oye fíjate que me mencionan que tal cosa podría pasar” “¿quién te lo dijo?” “tal”, “bueno, si tiene sustento tú te la juegas, a veces te sale, a veces no” diría un amigo, “como las gelatinas, algunas cuajan otras no”, pero sobre todo ser responsable de lo que escribes y divertirte y tener tu estilo propio.

Hay gente que ironiza mucho, yo no soy tanto de ironizar, me parece que ensucia a veces los textos si lo abusas, hay gente que es muy oficial, muy solemne, que es muy divertida, creo que tienes que saber con qué temas tocar y de qué forma, pero yo nunca me voy a meter con el estilo, yo puedo estar muy en desacuerdo con mis editores, en algunos temas, por ejemplo temas que tienen que ver con políticas de izquierda, ellos siguen siendo el mismo equipo al que llegué, pero se han vuelto más moderados, así como yo me he vuelto o me manejo menos progresista en ciertos temas, porque de pronto te enriquece estar hablando con ese tipo de gente, pero si le voy a decir que está mal un texto es porque argumentativamente está mal, está mal construido, las fuentes están mal referidas, es algo que ya se desmintió desde hace días.

Y tercero, la regla de la actualización constante, no se “secuestraron los marcianos a Peña Nieto” y lo sacas, bueno, digo no creo que algún día saldría eso en *Vivir México*, pero vamos a suponer que secuestraron los marcianos a Peña Nieto, y resulta que tres horas después se desmiente que no fueron los marcianos, fueron los venusinos, bueno, *Vivir México* tiene ese compromiso de corregir el post, decir sabes qué pues... le pones actualizado y le pones “Nota: fueron los venusinos”. Eso es importante, que no queden cerrados los... o sea no es como que “ay ya entregué el artículo y ya”, no es comprométete a actualizarlo, a moverlo.

Nos pasó con un estudio sobre niños superdotados, que lo sacó Andrew Almazán que es uno de los niños superdotados más célebres de México, que yo ubico porque estudió en la misma universidad que yo, lo invitaron cuando tenía como 10 años, 12, sale un estudio referido por el y por un grupo, y cuando lo estoy comentando en *Twitter* un amigo profesor mío, me dice checa “mira ese centro yo lo cuestionaría porque me parece que está mal porque lo fundaron los padres de él para que... lo fundaron sus padres y él lo maneja” entonces es como “ajá y dónde quedó el rigor de la investigación” es como si tu y yo de pronto armamos la Unión de *Blogger* de Distrito Federal y hacemos un pronunciamiento es como “ah cae en el dijo”, o sea es como alguien dijo sin averiguar si nosotros dos tenemos la legitimidad o el trasfondo o las bases y mando a este chico a decirle “mira aquí está la información, por lo menos incluye una nota al pie” y dijo sí, como que se puso a investigar y dijo “ah no”, digo no fue una metida de pata porque es la información que encuentras en ese momento, pero si tienes que meter eso.

A veces los lectores te corrigen, te dicen “no ese tema está mal, ese término está mal” lo mejor que puedes hacer es decirles “muchas gracias”, tomarlo y ponerlo. Al lector le gusta que admitas que eres humano, le choca la gente que lo sabe todo y realmente nadie lo sabe todo, entonces a veces te ponen “ay nunca contestan” y abajo contestarle “es que estamos ocupados, pero ya estamos contestando”, o a veces te ponen un insulto y entonces les pones como “ay muchas gracias”, o sea son cosas que necesitas saberte tomar a veces con humor y a veces en serio cuando lo merecen casi siempre con gracia, no en el sentido de risa, sino con esta idea de gracia de “ay muchas gracias”.

MP: ¿Tú te has planteado un objetivo que cumplir o a dónde llegar con tus publicaciones?

JF: Sí y no, bueno más sí que no. Yo soy una persona que es un poquito una veleta, y creo que ahorita a esta edad, porque aparte creo que es una edad corta, no tengo 30, 32, tengo apenas 26, es una edad en la que ya tengo una posición fija, me gustaría seguir siendo *blogger*, me gustaría seguir publicando, sobre todo me gustaría escribir más extenso, ya tengo un libro publicado que hice en una coautoría, estoy ahora colaborando de hecho con el *CCD (Centro de Cultura Digital) off de record*, es para escribir un pedazo de las memorias sobre la Estela, el Centro de la Estela de Luz, o sea ya estoy como moviéndome por esa parte, y de pronto me gustaría enfocarme a eso, enfocarme a seguir siendo *blogger*, pero ya ser un *blogger* de ciertos temas.

O sea que de pronto te das cuenta de que tu incidencia desde la esfera pública o la esfera mediática ya no es sólo informar, sino es entre informar, asesorar, denunciar, corregir, y creo que hay gente y hay personas que han logrado positivamente dar este paso Alejandro Pisanty, el mismo Antonio Martínez Velázquez que te decía, Genaro Lozano quien también puede ofrecer de pronto sus servicios como consultor, como más esta cosa. Gente que de pronto un diputado, un senador, gente que está en el trabajo de la manufactura de políticas públicas ya te puede decir “oye cómo ves esto, por dónde va esto, qué es lo que pasa”, que tu sepas manejar una agenda bien e impulsar el tema, pero siempre desde tu posición, como tratar de... mi objetivo personal es no tratar de perder esa posición.

No sé hasta dónde vayan a colapsar los blogs, o sea no sé hasta dónde va a llegar, yo si espero o creo que tienen una vida de mínimo una década más, tal como los conocemos, porque la gente

siempre va a necesitar criterio, información tiene; y ahora con *Twitter* tiene más información”, pero siempre va a necesitar medios y plataformas y gente cuyo trabajo sea brindar una opinión informada y así es como veo mi trabajo, mi trabajo es tener opiniones informadas, no tener opiniones viscerales, no tener una opinión aterrizada y compartirla y no persuadir, no decir “ah mira tienes creer que es así”, es decir “mira así está la onda, tu sabes si te interesa, si no te interesa, pues ¿no?”, y me gustaría seguir desarrollándome como escritor, o sea te digo que eso es lo que yo hago, como escritor y como editor. Te digo ahorita edito en Puebla edito libros de investigación, no se cuanto tiempo lo siga haciendo, quizá lo siga haciendo un rato, probablemente intentar sacar otra vez un medio de mi parte, una revista, me gusta mucho el modelo de seguir viviendo a través de proyectos independientes y sobre todo de impulso a iniciativas de este tipo.

Alan Lazalde que es otro gran *blogger*, él lo hace muy bien porque aparte es profesor, algo que a mí me gustaría hacer eventualmente, la parte de profesor, y ahorita está colaborando con todo el conocimiento que ha adquirido en los blogs con *Wikimedia* México. Entonces de pronto él ya se encarga de organizar los maratones de edición y conferencias, ir mucho por ahí. Trabajar en el spread *the word* pero nunca traicionando como esos valores, suena romántico y es difícil o sea porque sí hay quien llega y te dice: pero yo aprendí y he aprendido con él tiempo, en lo poco que tengo de experiencia en general en la vida que no todo tiene que ser lineal así que no todo es ligo y soy el empleado y me ascienden y me ascienden y me ascienden, no.

Hay poderes que son transversales vamos a decirlo, hay formas de llegar diagonal. No que alguien te ponga arriba, no que tengas que hacerte una escalerita, diagonal. Porque de pronto tú eres una fauna aparte de los periodistas, o sea, te llevas con ellos, puedes ejercer, a mí no me gusta que me llamen periodista solo el Huff lo hace y yo no me siento digno de que me digan periodista considerando los amigos periodistas que tengo que son muy capaces y mucho mejores que yo en lo que hago, bueno en lo que ellos hacen, pero estas en esa fauna.

De pronto como *blogger* te empiezas a juntar, puedo contar con buenos amigos periodistas, Pablo Escobedo que es director de los sitios de Grupo Imagen con quien hablo muchísimo, gente en Puebla como Ernesto Aroche que también es uno de los periodistas buenos de ahí que colabora con *MVS* y a la vez tienes abogados con los que de pronto hablas, tienes asesores del senado y empiezas a tener un círculo en el que el *blogger* ya tiene una posición, en el que el *blogger* es el que quizá puede ir adelante en la línea, en el quizá eres la avanzada; el medio quizá no se puede arriesgar tanto como tu sí, o sea tu tienes un margen en el que te puedes mover y puedes librar una batalla, digamos, de tú a tu encarando a tu fuente mientras el periodista quizá no puede tanto y no por él, porque estoy seguro que muchos periodistas matarían por tener un trabajo así de flexible pero por las empresas en México. Los blogs también ya son empresas pero no son empresas que necesiten cubrir los mismos intereses políticos y los mismos intereses económicos que debe cumplir un medio establecido.

Generamos un bonito contrapeso y yo creo que eso es la parte de planes a futuro es algo que nunca me gustaría dejar de hacer, siempre ejercer un contrapeso, siempre. En el ámbito en el que sea ejercer un contrapeso es importante porque es la única forma en la que puedes hacer que tesis y antítesis se enfrenten y haya una resolución y allá un ¡pum!, haya varias caras de la moneda. Nuestro trabajo diciéndolo como *bloggers* es mostrarlas.

MP: ¿Y que impacto crees que ha tenido lo que tú publicas?

JF: ¡Wow, no lo sé! Creo que los bloggers estamos acostumbrados a despreciar nuestro trabajo un poco y es cierto, nosotros llegamos a un círculo muy limitado, no es como un cosa de que te minimices, es una cosa estadística, o sea, la penetración de internet en México no llega al 30 % de los hogares y de esos el consumo principal es chat y bajar música. Realmente la gente que lee blogs

no es mucha, pero es gente que por su perfil se acostumbra informar y crear redes y sobre todo te leen los medios.

Eso es muy curioso, así como los medios escriben a veces para que los lean los políticos a veces los medios leen a los blogs porque de ahí es de donde sacan información o sea nos hemos convertido en curadores de información para ellos, no hay que mentir, lo hemos hecho. Creo que el impacto puede ser desde muy pequeño y que se agradece que sea pequeño como escribir algo divertido y ese rollo, que eso para mí ya es un impacto.

En lo personal admiro a la gente que me hace reír con lo que leo o con lo que escucho o con lo que veo en la tele o en internet, es un impacto. Pero ya hablando de *Vivir México*, a *Vivir México* le hace falta crecer mucho, normalmente no doy las cifras de *Vivir México*, pero *Vivir México* tiene un promedio de 80 mil visitas a la semana. Eso significa entre 240 y 350, 350 y 300 visitas en un mes más o menos. No suenan como muchas, no suenan como pocas, es un buen número digamos, es un número considerable.

Si juzgas que *Medio Tiempo* por ejemplo, no, *El Universal* siendo el sitio más visitado en México tiene 10 millones de visitas, de pronto tu que eres solo un blog tiene un cuarto de millón mínimo y nosotros en nuestros buenos tiempos llegamos a tener, cuando yo era editor general hace dos años antes de que viniera todo el movimiento, llegamos a tener 400 a 500 mil, medio millón de visitas. *Alt1040* que sí se ha llegado a dar el número de visitas bien, debe rondar las 150 mil diarias o sea, es impresionante el flujo que puede tener; esto te lo digo como un dato más o menos oficial, no lo consideres oficial porque yo no cotejo bien los números, sí hay algunos números pero no los cotejo, se lo que me dice *WordPress* no lo que realmente son, un tráfico.

De pronto si haces la cuenta te encuentras que en cinco días de la semana *Alt1040* tiene 300, 600, 750 y vamos a suponer que tenga 100 en cada fin de semana porque no tiene, que tiene 950, un millón serían, son 4 millones de visitas en un mes. Cuatro o cinco millones de visitas, es un tráfico impactante, claro ya si lo ves como hay ciudades que tienen 20 millones no es tanto, pero es porque la misma red no es tan grande en México y las de *Alt* son internacionales y las de México pues si me consta que son solo mexicanas, si te vas a los números *Vivir México* quizá anda a la par, no a la par pero quizá ande peleándole no sé a sitios como *Gurú Político*, a sitios como *La Silla Rota*, a sitios quizá como *Animal Político* cuando, quizá, no sé cuales sean sus números pero por ahí me estimo que le puedes andar pegando. En visitas no nos va mal, en impacto de lo que escribimos creo que en la medida que dejemos de regurgitar con el medio, porque así hay que decirlo, a veces se hace, a veces solo es comentarlo y pues si bien no es revolcarlo, sí es seguirle masticando a la gente algún platillo que ya probó, por eso la analogía. En la medida que hagamos cosas más originales vamos a crecer, pero para hacer cosas originales entra un componente económico. Yo me sostengo como *blogger* porque ya llevo tiempo pero no es fácil para todos, o sea, y sobre todo porque como *blogger* no puedes forzarte mucho. Cuando yo era editor general y tomé mi descanso tenía una carga de trabajo de seis artículos al día y revisar todos los diarios, reventé (inaudible) porque yo tenía que despertarme 06:30 de la mañana y dormirme 02:30 para hacer el cambio de turnos y era irme a dormir 02:30 ya habiendo dejado todo y despertarme a las 06:30 o 07:00 a recibir así de mails, que la marca, que esto y ¡pum! a moverte todo. Por eso te digo que es mucha chamba si lo sabes hacer, si la tomas en serio, es bastante, bastante trabajo si lo tomas en serio, si no te lo puedes llevar más campechanito, tranquilito.

Que yo pueda reconocer temas en los que *Alt* y *Vivir México* han sido importantes, *Alt1040* es muy importante en temas que tienen que ver con México. Cuando fue la discusión del Senado mexicano de ACTA *Alt* tuvo un papel muy importante en difundir y en actuar y *Vivir México* ha sido importante en temas, cuando se llegan a tomar, de diversidad sexual porque tampoco hay medios especializados, digo sí hay pero no hay medios que sean, que recalquen en el tema del combate a la discriminación. *TPP*, *Vivir México* ha empezado a distinguirse junto con *Alt* y quizá en temas de telecomunicación, en temas de telecomunicación y tecnología, más que nada como estos

logros, como “niño gana olimpiada de matemáticas”, como por ahí; pero haciendo un diagnóstico muy sincero le falta crecer mucho.

Es un blog que surgió hace ya va a ser cinco años, entonces no contemos sus primeros tres años de vida, en el 2009 fue cuando empezó a agarrar, pero vamos a poner como nacimiento el 2009, en los tres años de vida creo que ha crecido mucho pero los blogs los hacen las personas y en la medida en que no podemos fomentar ese espíritu crítico nos vamos a quedar ahí. Yo he visto buenos resultados desde que regresé, regresé hace dos meses, regresé empezando agosto y septiembre, yo recibí el *blogg* teniendo 50 mil al día, tuvo un buen rato por lo de las elecciones pero era un números muy artificiales porque todo mundo por elecciones veía y ¡Pam! vino el trancazo y fue cuando yo regrese, de pronto cuando lees los números tienes que saberlos leer.

De pronto es más importante tener *likes en Facebook* porque sabes que hay gente que lo está compartiendo, de pronto es importante ver cuanto te lo ponen en *Twitter* porque sabes que está circulando, de pronto es importante saber cuantos comentarios tienes porque sabes que tienes la capacidad de hacer algo, hay notas que son muy buenas y no tienen ni un comentario, pero es porque no es polémico y a la gente quizá le puso de buenas y si no tiene nada malo que decirle, rara vez le ponen algo bueno, casi siempre es algo malo del tema o de quien lo escribió y a veces te das cuenta que el artículo se volvió crucial en el debate público, son las menos veces, pero son las que más rico te saben. Es cuando de pronto dices ¡jorale sí le hice bien! y te das cuenta porque es cuando empiezas a recibir apoyo de instituciones, te empiezan a buscar, pero sí es tomártelo bastante en serio, bastante en serio y con tiempo, o sea porque por un lado es como “¡ah mira estas hablando de esto! y entonces el director me dice “¡Ah bueno te invito a un foro de... - ¡uy! fijate es que tengo mi trabajo y no puedo” y ya te descartaste ya, ahí quedo, te volviste un. El *blogger* no es, ser *blogger* - va a sonar paradójico - no es un trabajo de escritorio, no lo es.

Muchas veces sí es sentarte y escribir y estar pero también es un trabajo de que te muevas, que percibas, que hagas, que fuiste, que hiciste tal cosa, que oíste que tal dijo, que hablaste con tal, un trabajo de convertirte en un informador clave y en un informante claro, que sepas mover tus fuentes y de pronto te das cuenta que esta bien cuando, como te digo con lo de *TPP*, cuando explota la atención tu ya te metes, es como quizá durante tres meses nadie peló el caso, cuando de pronto la semana en que todo mundo voltea a verlo tú ahí estas y eso es ya cuando tienes una incidencia “ah mira, necesito enterarme más rápido ¿Cómo estuvo?” Ahí es donde tú te das cuenta.

MP: Una última pregunta ¿Cómo definirías a tu trabajo como colaborador de sitios? Me hablabas similitudes con el periodismo, sobre el término *blogger* ¿cómo lo definirías?

JF: ¿Cómo definiría *blogger*?

MP: Tu trabajo como colaborador

JF: Bueno de entrada no soy un colaborador, no me definiría como colaborador. Creo que hay tipos, empezando ahí. Creo que hay un *blogger* colaborador, que por ejemplo yo soy colaborador del *Huffington*, no me importa para donde vaya el *Huffington*, no es que no me importe pero me importo yo como autor del *Huffington*, eso es un colaborador; un autor del blog es alguien que sabe que lo que él publica va a impactar en el espacio, en este caso todos mi colegas son autores del blog; un editor del blog es alguien que se interesa, que lo ve como su blog. Es como “yo lo edito, porque yo si veo que alguien cometió alguna falta de ortografía lo voy a corregir, le voy a señalar”, eso es un buen editor de blogs. Editores de blogs en *Hipertextual* hay varios y no todos necesariamente todos lo coordinan, no todos necesariamente.

Alan Lazalde, Carlos Rebato, Juan José Velázquez, o sea, hay gente que tu volteas, la ves y te das cuenta que es, el editor de blogs que sería ya el término, el término correcto del *blogger*, es lo que te digo, ¡ay salió el tema! lo nuevo, ese es el bueno, es el chido, yo me inclinaría por el último. Por un *blogger* como profesión, yo cuando me presento “¿Qué haces? – soy *blogger* - ¡ah eres periodista!”.

A veces cuando hay que pasarlo o traducirlo, soy articulista o estas, el *blogger* está más cercano al escritor que al periodista porque su trabajo literal es transmitir con lo escrito, estar informado pero transmitir, informar, ser inquisitivo, yo así lo defino, o sea, yo lo defino en función de que va a haber días ligeros, va a haber días en los que si mi esfuerzo no me da o mis ganas no me dan o tengo otra cosa que hacer relevante, voy a cumplir como cuando vas a cualquier otro trabajo, voy, agarro, escribo. Pero el problema de cumplir es que es un desperdicio, es eso, de pronto tienes control total o por lo menos 90, 95 o 98 por ciento de poner lo que se te antoje en un sitio donde mucha gente lo va a leer.

Es una oportunidad, es una bandeja de plata y cada vez que no la aprovechas como deberías lo que estás haciendo es menospreciar tu trabajo. Entonces los días que vas a escribir para cumplir como “¡Ay no! ¡Tengo que ir al médico! ¡Lo tengo que sacar rápido!” estás menospreciando tu trabajo y lo estás haciendo menos porque tu trabajo va a valer tanto como tú lo valores, tu esfuerzo va a valer tanto como tu le pongas pasión y esfuerzo y profesionalismo, o sea, el *blogger* profesional no se da porque le den dinero o no, el *blogger* profesional se da porque lo ve como algo que necesita rigor, en el sentido que hay que escribir cada determinado tiempo, que hay que entregar un estándar de calidad. Así es como yo veo el trabajo, es quizá antes que nada una responsabilidad con la gente que está leyendo y un enorme placer de que puedas hacer, no lo que quieras, dentro de ese tengo que entregar algo, dentro de ese tengo que ofrecer algo no tienes límites, si elijo seguir el *TPP* es porque yo lo elijo y me apasiona, y si me guío por los criterios, no correctos pero por criterios válidos, no hay nada correcto sino válido o inválido, me guío por criterios válidos pues va.

Los *blogger* de cine que viven de rumorología que son apasionados del cine créeme que hay 800, 200, 500, millones, miles de personas atrás esperando a ver que es lo que están poniendo. Claro, si inventas o (inaudible) pues no, pero de pronto no sé, ese tipo de *blogger* quiere jugar a “Se imaginan a Salma Hayek como la Mujer Maravilla” a los comentarios, bla, bla. Pero él también tiene un compromiso, el de pronto es “un cuate que es amigo del primo del asistente de Tarantino me dijo que su siguiente película va a ser filmada en Sinaloa” y lo saca y dices tú órale porque nadie más lo sabe pero tienes que confiar que lo está haciendo con criterios válidos.

Por eso es que creo que en los *blogger's* contrario en el periodismo que tienen esta tipología que yo odio del *soft* y el *hard*, que el *soft* es el de moda, al contrario, desde mi perspectiva un *blogger* de moda, un *blogger* de tecnología, un *blogger* de derechos humanos, un *blogger* de animalitos, un *blogger* de lo que quieras va a valer lo mismo porque son especializados en su tema y son la gente a la que tienes que recurrir cuando quieres enterarte.

MP: No pues gracias.

JF: No, no te preocupes.

Entrevista a Katya Albiter
Vivir México
33 Años
Realizada el 15 de octubre de 2012

Martha Palacios (MP): Bueno te platico más, por alguna razón desconocida me empezó a llamar la atención la cuestión de contenidos *on line* y la creación de contenidos, en la licenciatura, con un equipo de trabajo hicimos una tesis sobre *podcasting* y cuando entré a la maestría yo tenía la intención de trabajar un tema distinto pero justo al entregar ensayos para la clase fui desarrollando otra vez ese tema de contenidos *on line* y algo que me llamó mucho la atención fue como se empezaban a conformar *blogs* pero ya más como un medio, ya no tanto como “es mi *blog* y puedo estar dando noticias pero sólo soy yo y lo hago cuando puedo y cuando quiero”. Si no cómo empiezan a trabajar ya de forma colaborativa y empiezan a crear sitios y entre eso surge *Vivir México* que es un caso muy importante porque surge desde una empresa, o sea algo debieron ver para invertirle en esto y es de lo que yo quiero que me platiques, qué es lo que tú haces ahí, cómo llegas, muy libremente espero que me platiques.

Katya Albiter (KA): Supongo que traes preguntas y que son abiertas.

MP: Sí, algunas. Primero me gustaría que me hablaras de ti ¿Cuántos años tienes? ¿Cuál es tu nivel máximo de estudios?

KA: Me llamo Katya Lizbeth Albiter Martínez, es un nombre muy telenoveler. Tengo 33 años, estudié la licenciatura en Sociología en la Universidad Autónoma del Estado de México, una escuela pública y después estudié la maestría en Letras Iberoamericanas en la Universidad Iberoamericana de Puebla. Me he desarrollado como periodista desde los 17 años, empecé como reportera en la universidad, fui auxiliar de investigador, me tocó hacer talacha como transcripciones, entrevistas, encuestas.

Cuando salí de la carrera de Sociología me dediqué a la asesoría política, estudios de Opinión, desarrollo de proyectos, después regresé a prensa, estuve como jefa de prensa de una asociación campesina y después de eso me dediqué al *free lance* porque a mí me gusta más. Es más libre, tienes más oportunidades, manejas tu tiempo porque las instituciones constriñen mucho y yo no soy de ese tipo, o sea son muy rígidas, te piden una línea.

Cuando eres reportera de cualquier lugar pues te dan una línea y hay cosas que puedes decir y cosas que no puedes decir y la línea institucional es muy molesta porque tú conoces cómo están las cosas y no poder decir esas cosas o tener que manejar la información con pincitas porque si no sale contraproducente, no me gustaba.

Entonces me dediqué al trabajo editorial, corrección, redacción, revisión y todas esas cosas y mi último trabajo que hoy entregué, fui editora en una editorial y ahora estoy dedicada a un proyecto colectivo por fuera para servicios editoriales, de imagen, de publicidad, culturales. En esta fase se me atraviesa *Vivir México* y yo amé trabajar en *Vivir México* para mí fue una de las experiencias laborales más gratificantes que he tenido porque ha sido el único lugar en el que nunca me censuraron un carajo y encontrar un lugar así en medios está muy difícil, entonces... no, qué, habla...

MP: ¿Cómo fue tu acercamiento con la tecnología, desde cuándo empezaste a usar computadora, internet?

KA: ¡Ay hija! Yo estoy muy viejita, tengo 33 años... entonces el internet... cuando estudié prepa todavía nos dieron *Lotus* y uno dos tres, o sea yo entraba con win// y etcétera, etcétera. Y ya en la facultad, en los primeros semestres de la facultad es cuando ya empieza internet y entonces es la locura ¡entrar a *Yahoo!* Todavía recuerdo que una amiga llegó un día y me dijo: oye ¿qué crees? Ya se como entrar a internet y yo ¿cómo? Y entonces me pone la página principal de *Yahoo* y me dice y te vas a buscar algo nuevo o una cosa así. En ese entonces había un buscador que se llamaba Altavista, no sé si todavía esta, usé otro que se llamaba *Voila*.

Era un mundo completamente diferente, extraño, desconocido. Mi primer correo electrónico lo abrí en el 99 y a mí sí me revolucionó la vida completamente porque estás acostumbra al papel, estás acostumbrada al formato que ves y de pronto entrar al mundo del Internet... pues... es demasiado, entonces poco a poco fue que empecé porque además no cualquiera tenía internet y era de esos lentísimos que para bajar una canción cuatro horas con la línea del teléfono y tus papás histéricos, se cortaba la llamada y el modem que hacía ruiditos ¡no bueno! Era una locura.

Entonces tener internet, una computadora, no cualquiera, no es como ahora. Ahora yo tengo dos computadoras *lap top*, hay más computadoras en la casa que personas pero no, en esa época sí fue difícil y ya conforme avance en la facultad, obviamente en el trabajo de esa época nuestras computadoras eran de esos monstruos con pantalla azul y toda la cosa ¡impresora de puntos! Ya hacía el final de la carrera ya tenía una computadora más o menos decente y poco a poco. Ahora parece una locura no tener una *lap*, un *ipad*, servicio de Internet, o sea vas caminando y debe haber línea. En aquella época fue una revolución.

MP: ¿Cómo decidiste entrar a *Vivir México*, lo leías?

KA: Sí, yo conocía *Vivir México* por un amigo de la maestría, él entró a trabajar en *Vivir México*, hasta hace un año, año y medio, algo así. Él entro a trabajar y me llamó la atención, entonces empecé a leerlo. Me gustaba mucho como escribe él, él escribe muy bien. De repente, las notas de Padawan también me llamaban la atención y de ahí me hice lectora asidua de *Vivir México*. Yo leía constantemente *Vivir México*.

Cuando deja la coordinación Padawan se queda a cargo mi amigo (Ismael) y entonces me dice: Oye por qué no te postulas y me postulé. En esa época yo recién abría mi *blog* porque mi *blog* personal es reciente, tiene un año, un poquito más de un año, o sea yo no fui del boom de los *bloggers* que fue antes del boom de *twitter*, él sí fue de los primeros *blogs* de hace mil quinientos años, etcétera. Por él abro el *blog* y después de que abro el blog me dice “postúlate, necesito que alguien me apoye en la coordinación”, me postule, paso un mes, dos y tres y nunca me llamaron hasta diciembre del año pasado me llaman y fue muy gracioso porque él ya iba de salida, él dejó *Vivir México* en enero y yo ingreso en diciembre.

Haces tres pruebas, es muy simple, de hecho ahí está en la página de entrada, tienes que hacer tres post de prueba, usando vínculos, palabras clave, bla, bla, bla, trescientos caracteres, tema libre y ya en función de eso lo revisan y si les gusta pues entras. Entonces así fue como entré a *Vivir México*, entre en diciembre del año pasado.

MP: ¿Cómo definirías el sitio de *Vivir México*? Si tuvieras que platicarle a alguien ¿cómo lo describirías?

KA: *Vivir México* es un *blog* de noticias y esto es muy curioso porque no es *Proceso*, no es un periódico, no es una publicación en forma, es un *blog* y eso es algo que muchas veces ni siquiera los

lectores entienden. Porque un *blog*, por definición, tú vas ahí y dices lo que se te ocurre, el *blog* es muy flexible en cuanto a contenidos. Puede ser, sí rígido, pero también es tu opinión, o sea, la riqueza de tu *blog* está en la opinión. Es decir, ir a citar y dar cifras, etcétera. Bueno eso lo encuentras en cualquier página oficial, tu opinión, eso es lo importante.

Entonces eso es lo que hace *Vivir México* dar las noticias de México que además no puede ser cualquier noticia. Sí tenemos lineamientos para definir la noticia, lo que es por el ejemplo, evitamos las cuestiones locales, evitamos cuestiones, nunca hablamos de espectáculos salvo que sea importante, se murió fulano de tal, etcétera. Deportes, no hablamos deportes salvo que tenga que ver con el análisis, digo cuestiones muy locales, mataron el empresario fulano de tal tampoco. Evitamos nota roja o evitaba nota roja, yo no mucho.

Lo importante de ahí es que te están leyendo personas de México y del mundo porque es blog de *Hipertextual*, *Hipertextual* es una empresa española. Entonces es dar el panorama general de lo que está pasando en México pero al mismo tiempo que no sea lo que vez en la primera plana de *Jornada*, o sea, sí hay que buscarle.

Entonces eso es *Vivir México*, es un blog de noticias que te tiene que dar el plus del *blog* que es la opinión y el plus de seleccionar la noticia que no sea de un medio tradicional, que encuentre otras vertientes de la noticia o que encuentre otro tipo de noticias.

MP: ¿Como se realiza el trabajo de *Vivir México*? ¿Se realiza trabajo en equipo?

KA: Trabajo en equipo solamente en ciertas entradas corporativas, esas son muy específicas y son para temas particulares. Por ejemplo apenas antes de que yo me saliera hicieron una sobre el 132, creo, entonces bajo esas circunstancias lo que se hace es vamos a hacer un análisis conjunto que se llama algo así como *Vivir México Opina* y entonces cada quien hace como un párrafo se junta el *post* y se sube, esa es una forma de trabajo colaborativo.

Otra forma de trabajo colaborativo son las coberturas en vivo. Por ejemplo el día de las elecciones hubo cobertura en vivo, entonces nos repartimos el trabajo y cada quien empieza a reportar lo que está viviendo y se sube así, conforme va subiendo. Pero en general el trabajo del día a día es más bien solitario. Tú eliges, o sea te despiertas, tú eliges tu nota, nadie te dice por donde irte, ya tenemos como temas muy específicos.

Eso es muy raro porque cada uno de los que estábamos ahí teníamos temas de interés particulares. Entonces difícilmente alguien iba a hablar de Cherán porque ya sabían que ese era mi tema, o sea yo era la que escribía de Cherán por ejemplo y yo difícilmente iba a hablar de los candidatos en general porque a mí no me gusta cubrir las campañas, yo hablaba de cosas muy específicas de los candidatos.

Entonces en el día a día sí es muy solitario el trabajo, tú buscas tu nota y ves por dónde le das, ves por donde entras. Tenemos un *social cast* y en el vamos cantando las notas para no repetir los temas. A veces nos ha pasado por no avisarnos y salieron dos notas del horario de verano, por no comunicarnos, tenemos que avisarnos siempre. La ventaja de que sea un *blog* es que a pesar de que sea el mismo tema aunque sea así de específico como horario de verano, el enfoque que le damos es distinto y si tú ves su nota y la mía no tienen nada que ver salvo el dato de que las dos hablan del horario de verano.

MP: ¿Cómo eliges el contenido de un *blog*?

KA: Primero tienes que elegir la nota. Lo primero que tienes que hacer es estar muy enterado, tienes que revisar *Twitter* constantemente, sobretodo en momentos como las campañas o cuando

empiezan a circular notas que empiezan en *Twitter*, como cuando mataron al maestro de la UAM, eso empezó en *Twitter* y de ahí se subió todo lo demás; así como *Facebook*, por ejemplo la nota que más boom tuvo mía fue el análisis que hice sobre el video de los niños cansados o como se llamara. Esa nota salió y tuvo mucho eco porque fue un video que empezó a subirse en *Facebook*, o por lo menos yo lo vi en *Facebook* y fue muy viral, o sea esto sucede en cuestión de horas, entonces yo lo veo, busco la nota, no había notas en ese momento y entonces empiezo a trabajar sobre el tema ¿quién lo está haciendo? Y cuando sigo buscando encuentro una nota de *Sin Embargo* que hace un comentario sobre quién está haciendo esto y entró muy a tiempo porque mientras todo el mundo estaba embelesado con el video yo hago la pregunta de quién está detrás de eso.

Entonces todo es cuestión de oportunidad, por eso tienes que estar muy enterado y tienes que estar revisando todas las noticias.

Yo para sacar una nota tenía que leer esa nota en por lo menos cinco medios, tenía que leer la *Jornada*, *Milenio*, *Excélsior*, *Reforma*, si podía o si estaba abierta la nota y cualquier otro medio *random* para contrastar porque todas las notas, aunque son las mismas a veces son como boletines. Entonces van los boletines y como sea son más o menos los mismos datos pero hay muchas notas que cambian bastante en función del medio que lo esta publicando, entonces yo tenía que revisar todos los medios para tratar de armar el rompecabezas general.

Entras a *Google Noticias* y empiezas a ver encabezados y dices esta jala, esta no jala... porque además tienes que estar pensando todo el tiempo no sólo en la noticia sino en las entradas tienes que estar pensando en función de entradas ¿Qué va a jalar? ¿Qué le llama la atención a la gente? ¿Qué es lo que va a consultar ahí? ¿Cuál es la ganancia que le vas a dar para que lo lea contigo y no en la *Jornada* o con el *Milenio*? entonces tienes que estar pensando en todo esto.

De pronto encuentras notas muy aleatorias que consideras que van a jalar y te vas por ahí. Yo lo que hacía era tomar la nota, buscar todas las notas la respecto, las leía todas, armaba el análisis completo del asunto y me sentaba a escribir. Yo era de las redactoras más largas porque hacía eso, generalmente lo que suelen hacer muchos en estos casos, como es *blog* que tiene 300 caracteres más menos... es una nota, *Reforma Laboral*: la *Reforma Laboral* está muy bien por esto, esto y esto tres párrafos, cuatro, *bye*.

Yo soy un poquito más complicada, entonces sí trabajaba más en el trabajo de investigar y hacer talacha pero la selección es en función de lo que está pasando, importancia, relevancia, oportunidad y entradas, estás buscando todo el tiempo las entradas.

MP: Podrías platicarme ¿Cómo es el proceso? desde que se te ocurre la idea, desde el primer momento en que tienes que empezar a escribir un *post*, hasta que ya esta arriba y a lo mejor ya está comentado la gente.

KA: Claro que sí. Primero tienes que seleccionar la nota, buscas la nota, seleccionas la nota y ya. A ver pensemos en una de mis consentidas, tuve muchas consentidas, ese fue mi problema por ejemplo, el Programa del Lobo Gris no funcionó, esa me llevo por pitazo, la chica que estaba antes y que llevaba ese tema lo mando a *Hipertextual*, nos lo mando y ya recuperé la nota, me puse a investigar.

Sí la nota era primero de por qué no funcionó el programa o sí funcionó, luego me puse a revisar otros programas similares, sobre todo, por ejemplo, en Estados Unidos que llevan también programas sobre la conservación del lobo, allá si había funcionado, si no había funcionado, algunas posturas de los biólogos y esas cosas. En función de eso hice el *post*.

Generalmente hay dos tipos de *post* pero lo más usados son el sencillo o el elaborado; el sencillo es una entrada de... o sea no es por extensión sino cómo manejes el tema, o sea es un tema simple,

vas a lo que vas, punto; los elaborados están integrados por partes y tienen un análisis más complejo; entonces, definía si era sencillo o elaborado. Había veces que yo empezaba con sencillos y terminaba haciendo elaborados.

¿Qué tienes que pensar cuando escribes tu *post*? Tienes que pensar en los caracteres, yo siempre justifiqué los caracteres de más porque estaban explicando, tienes que pensar en tus palabras clave, te tienen que encontrar muy rápido en *Google*; entonces necesitas palabras clave muy fáciles de ubicar, tienes que pensar en las ligas que vas a meter, los *links* son muy importantes, tienes que meter *links*, si de fuera de las notas pero también tienes que meter de casa, ya sea de *Vivir México* como de la familia *Hipertextual*, siempre tienes que meter esos.

Digamos que escribes pensando en palabras clave, cómo vas a manejar la información, en los links y entonces empiezas a redactar, pasó tal y tal y tal y no sé qué.

Después lo que yo hacía, una vez redactado el texto con todas las notas conformadas, metía las ligas porque ya tenía que señalar mis palabras clave, eliges tus palabras clave y entonces empiezas a meter las ligas.

Tenemos criterios, normas muy específicas para saber cuál es una palabra clave, para saber dónde meterla, para saber de qué tamaño debe de ser la liga porque no puedes poner presione aquí, debe ser una frase muy concreta para que cuando se vayan al enlace los mandes exactamente a lo que estás diciendo y al final lo que hacía era buscar las imágenes y la cabeza.

Las imágenes las buscamos en línea, tenemos que buscar imágenes que no tengan derechos de autor; si son imágenes muy conocidas o que hay muchas imágenes de eso y que no tienen derechos de autor entonces no las citas al final porque es una imagen muy conocida, por ejemplo da de V de Vendetta, que no tiene derecho de autor, no la citas. Pero, por ejemplo, si sacas la imagen de algún medio, al final tienes que citar el medio, si la sacas de algún perfil de *Flickr* o de algún servicio de fotografía citas de dónde fue. Somos muy escrupulosos del crédito de las fotos porque son fotos que están arriba entonces hay que darles crédito

Y ya que hacía toda mi nota, entonces ya me iba a la cabeza. Yo siempre deje la cabeza hasta el final porque la cabeza lio completo y absoluto, o sea de la cabeza depende que te lean o no. Lo que es la cabeza y la entrada son los que definen si te van a leer o no porque es lo que ve la gente cuando entra al *home*, a la página, ven la cabeza, ven el primer párrafo o las primeras no me acuerdo cuantas palabras y en función de eso deciden si te van a leer o no.

Entonces tienes que ser muy guau en ese sentido, pero además la cabeza tiene muchos lineamientos, necesitas poner las palabra clave y las palabras clave tienen que estar hasta la izquierda, no puedes empezar por verbo, evita los artículos, tiene que ser de hasta quince palabras, máximo, entonces tiene muchas reglas.

En la cabeza sí me tardaba un tiempo porque había veces que una muy buena nota se pierde y no tiene tanto impacto porque no lo cabeceas bien, entonces ahí también me llevaba mi tiempo y ya teniendo la cabeza pues ya nada más te vas a revisar el borrador, lo ves, ya le cambias algunas cosas y ya la subes.

Generalmente la idea de que sea un *blog* es que de la imagen de que sea dinámico. Nosotros tenemos ya horarios específicos para publicar pero eso no significa que tú escribas en ese horario, dejábamos a veces para los fines de semana las notas programadas, por ejemplo, yo escribo entre semana, sobre el *Lupus* porque es un tema genérico que no tiene fecha de caducidad y que puede salir algo interesante, entonces la dejo programada para el fin de semana pero como es un *blog* se sugiere que los horarios sean orgánicos, es decir, tú sabes que tienes que publicar a las diez de la mañana pero no vas a publicar a las diez de la mañana, lo dejas programado a las 10:05 a las 10:07 para que no de esa impresión de que está pre hecho.

Entonces tiene que verse dinámico y las horas a las que se publico tiene que verse así porque si de pronto entras y ves este se publico a las diez, este a las tres y te quedas como que así... entonces así era el proceso.

MP: ¿Tienes lineamientos de parte de *Hipertextual*?

KA: Sí teníamos, te los pasaría de no ser porque... este... venían dentro de... cuando entras a *Hipertextual* hay un centro de conocimiento en el que vienen todas las dudas sobre absolutamente todo, desde formas de pago, cómo vas a cobrar, hasta los criterios editoriales, usar negritas, cuándo usar cursivas, cómo debes hacer las cabezas, cómo meter los enlaces, cómo meter las fotos, o sea todo. Ahí están los criterios editoriales que nos norman que son en los que tienes que estar pensando constantemente al momento de escribir y no te lo puedo pasar porque ya no lo tengo pero sí lo tenemos, eso esta muy regulado en *Hipertextual*.

MP: En otro sentido, más de guiar tu práctica ¿Tienen algunos códigos, ya no tanto de forma, de cómo abordar un tema, como un código de ética?

KA: Sí, en realidad tienes que contrastar siempre tus notas, no puedes decir una nota que no es cierta, eso es por fuerza y sobre todo ahora que salen muchas notas que parecen ciertas que no son ciertas, tienes que contrastarlas siempre, no podemos publicar rumores, eso está penadísimo.

No puedes hacer acusaciones sin fundamento, si tú estás diciendo Felipe Calderón asesinó a 45 mil personas tienes que fundamentar lo que estás diciendo, no lo puedes nada más decir así como así, es muy delicado en ese sentido sobre todo cuestiones graves y cuestiones personales a una persona, si tú estás diciendo fulanito de tal está haciendo esto es porque tienes el respaldo que avala eso.

De ahí en fuera nunca, yo era mu agresiva y nunca, nunca me dijeron bájale, jamás pero eso ya entra en el ámbito de la opinión.

En realidad creo que ahí los principales sensores son los lectores, los lectores son los que hacen ese trabajo de amonestación cuando una nota no les parece son implacables, por ejemplo hace un rato me dijiste cómo está el proceso y yo me quede hasta el momento en que se sube pero ya cuando sube siguen pasando cosas, empiezan a llegar las entradas, empiezan a llegar los comentarios, los *likes*, los compartidos y hay notas que son muy comentadas y que son muy comentadas de manera negativa, es decir si tiene 45 comentarios es porque 40 te están mentando la madre, entonces en ese sentido los lectores son muy duros.

MP: Tendrías algún caso como para platicarme.

KA: ¡Ay! Tengo varios. Un día escribí una nota sobre el candidato plurinominal del *PRD* que era un chavo que se saco una foto con su metralleta entonces jale la nota, dije ¿Cómo es posible? ¿Qué tipo de barbajanes están poniendo? Y recibí varios comentarios pero uno lo recuerdo muy bien, que decía que me iban a meter la metralleta por el culo por andar de habladora, sí yo moría de la risa.

Otro que fue criticadísimo, además eso es lo que pasa cuando te avientas tiros, la gente está muy acostumbrada a la entrada estándar, vas das la nota, das un párrafo de tu opinión, *bye*, yo tendía a ser más experimental y hubo una ocasión que Felipe Calderón hizo alguna declaración estúpida que me enojo bastante y recurrí a una cosa que se llama alteración o una cosa así, a repetir el mismo argumento hasta la nausea, entonces lo hice como cuento "Había una vez en un país de Felipe Calderón" y repetí el argumento, repetí el argumento, obviamente criticando al tipo de todas las cosas que estaba diciendo, que todo estaba súper chido, que todo estaba súper bien y entonces me

aventé un... ¡no, no se pusieron! Fue así de: “¡Claro! ¿Qué se puede esperar si lo escribió Katya Albiter?” porque además te empiezan a ubicar los canijos, que me estaba burlando, que asco de artículo o que ni siquiera lo habían terminado de leer, que cómo era posible que se publicarían esas cosas, que no sé qué, 30 comentarios crucificándome, yo me moría de la risa.

De hecho a mí, eso me sirvió mucho de *Vivir México*, te hace muy resistente a la crítica porque cualquier reacción es mejor que ninguna reacción, entonces esa nota se comento muchísimo.

Hubo otra ocasión que se me ocurrió la puntada de jalar una nota de Andrés Manuel y después sacar algún rollo filosófico y bueno ¡también se pusieron! Que cómo era posible que tuviera el atrevimiento de hablar de filosofía. Realmente los comentaristas cuando se enojan de pronto son muy agresivos.

Después se ¿van a cosas personales o sea yo fumo, no es que defiende al fumador, lo que yo digo es ok van a subir los impuestos, a ver a que hora van los impuestos a los refrescos, eh? Porque la caña de azúcar está subsidiada y los refrescos no tienen impuesto y la obesidad está matando a más gente que el tabaco. Yo siempre opinaba con conocimiento de causa y hubo un tipo que obviamente era antitabaco que empezó a comentar y a comentar y de pronto se empezó a meter a terreno personal.

Generalmente los insultos directos yo nunca respondo, yo nunca respondí a un insulto, cada vez que me mentaban la madre, yo nunca respondía porque no puedes, es como otra de las cuestiones del código de ética, no puedes pelear con el comentarista, entonces si te insultan no podías responder. Si me decían algo que no estaban de acuerdo y me lo argumentaban entonces sí replicaba pero digamos que en términos argumentativos de discurso.

Pero de pronto esta persona se mete en cuestiones personales, le reviró con cuestiones personales y ahí volvemos al asunto, el público, los lectores siguen siendo réferi, contantemente están viendo. Tenemos a nuestros lectores de planta y ellos mismos empiezan a censurar, entonces cuando veían cosas así, yo tenía lectores que me querían muchísimo y empezaban a ver cosas así y hay una opción que dice no me gusta y puntas tantos no me gusta y desaparece el comentario y a mí me defendían mis lectores y ponían no me gusta y desaparecía su comentario o llegaban mis lectores y respondían y ellos sí respondían con toda la majadería del universo pero es mucha la interacción con ellos.

Tú no puedes ser agresivo, tú no puedes responder, creo que ya hasta el final que iba de salida y de pronto leí un par de comentarios que me molestaron bastante porque a veces sí haces mucho coraje porque la gente piensa que tú nada más vas y dices lo que sale (inaudible) hay veces que ni siquiera se ponen a leer, con este que te digo del cuento hubo personas que ni siquiera leyeron más del primer párrafo y se fueron a criticar, muchas personas muy ignorantes que no entendían el recurso retórico, entonces sí puedes replicar con argumentos y a mí siempre me ayudaron mucho mis lectores.

MP: ¿Te planteaste algún objetivo al cual llegar con tus publicaciones?

KA: De alguna manera sí, yo quería (inaudible), es decir, volvemos al punto, escribo en medios desde los 17 pero no escribo lo que yo quiero. Escribo lo que la institución que me paga pide, entonces yo en *Vivir México* quería aprovechar el espacio porque es un espacio muy noble y quería decir lo que yo quería decir, no lo que los demás querían escuchar, no lo que la institución quería escuchar.

Te digo que en ese sentido *Hipertextual* es una casa muy buena porque te da toda la libertad del universo, yo quería decir las cosas que nadie más decía y esa fue mi bandera.

Por ejemplo hacia análisis muy exhaustivos de temas que a nadie le importaban pero a mí sí me importaban, por ejemplo la nota del mercadito de reciclaje conmigo salió cuando empezó el

mercadito, yo fui al mercadito, hice un reportaje del mercadito y después, meses después se hizo famoso.

La nota del candidato este que amenazó a los que iban a votar con el satélite espía yo la saqué el día, después empezaron a salir en los medios, varios días después, esas eran mis satisfacciones.

Ese era mi espacio. Sacar las notas con oportunidad, decir cosas más o menos inteligentes, argumentadas que nadie más decía en las notas porque de pronto luego te ponían notas como por ejemplo: espionaje en la *Cámara de Diputados* entonces te decían el asunto del espionaje pero no te decían ¿Qué está pasando? ¿Por qué hay tantas versiones distintas? ¿Qué es lo que realmente paso? Y empezar a desentrañar el tema y tratar de dar... a mí no me gustaba ser complaciente con el lector, yo siempre pensé en un lector inteligente o atento porque darles todo digerido y en la boca se me hace ocioso, para eso ya tienen el *Milenio*.

Yo daba los elementos del análisis y daba una conclusión general y dejaba que pensará. Por eso adoraba *Vivir México* porque te daba esa facilidad y ese era mi objetivo, decir lo que yo pensaba y hacer pensar al lector, y a veces me funcionó, creo.

MP: Y en ese sentido ¿Qué impacto o que relevancia crees que tuvo, ya sea tus *post* o la información que se publica en *Vivir México*?

KA: Debo presumir mis *post* eran de los de mejor estadística, tuve una época muy buena en la que mis *post* eran muy visitados, no tan comentados, sí muy visitados, dependía mucho del tema pero generalmente yo era de las que nutría de estadísticas a *Vivir México*, en cierta época sí... y ¿qué más?

MP: ¿Qué impacto tiene ya sea...?

KA: Te digo mis notas eran más o menos comentadas, en realidad tenía un compañero al que le comentaban más pero era para pegarle.

Generalmente, mis comentarios, la mayoría fueron muy positivos. Tuve muchas críticas muy buenas, de "¡me encantó!" No sé qué, etcétera. Mis *post* sí tuvieron cierta relevancia y uno que otro pedo nacional, o sea te digo después de lo del video de los *Niños Incomodos*, en mi cuenta personal de *Twitter*, me empezó a seguir el jefe de noticias de un periódico muy importante que además ni siquiera es nacional. Me empezaron a seguir mucho líderes de opinión, medios, asociaciones, al Consumidor y cosas así. Eso es en lo personal.

Vivir México en el contexto nacional tiene un público muy particular. Porque ¿Quién lee un *blog* de noticias? En un día promedio nuestras visitas estaban 11, 12, 13 mil entradas al día; un día malo ocho mil; un día muy bueno 17. Durante las elecciones hubo entradas muy exitosas, esas sí no fueron más, pero digamos que en eso más o menos andan las entradas.

Si comparas las entradas nuestras diarias contra las entradas que debe tener *Milenio*, *Jornada*, etcétera ¡Bueno son nada! Porque las personas que leen las noticias, leen las noticias, o sea se van a los medios.

Si tú te vas a leer *Vivir México* no sólo es por la noticia, sino por la opinión que te van a dar, eso es el plus.

Y ese es un público muy específico, yo le llamo *hipsteroso* porque ya no es nada más la noticia generada, o sea *Vivir México* no es súper conocido pero está bien posicionado en su nicho de mercado. En su nicho de mercado *Vivir México* está bien posicionado. Los lectores son asiduos, son

fieles, regresan. Depende de la nota, sí han existido notas que tienen eco nacional y otras que son locales. Yo creo que en el nicho de mercado de *Vivir México* está muy posicionado.

MP: ¿Qué reacciones consideras que han tenido tus lectores? ¿Crees que sí se produjo algún cambio en su forma de pensar?

KA: Te platico de un caso muy específico, muy concreto y lo trataré de hacer sin llorar. Hay un chico que firma como Patricio, cuyo nombre obviamente no es ese, es lo que se llama un *trol*, él es lector de *Vivir México* desde hace mucho tiempo y siempre va y crítica y mienta madres, no se limita, no se mesura, no es bonito, es golpeador, golpea todo y a lo que pueda a Coballo, a mi amigo ¡le daba unas! En general a todo mundo, no se limitaba no se tonta el corazón ni nada.

Y conmigo cuando llega intenta y a mí me daba mucho risa y me daba la vuelta y me daba la vuelta y ahorita él es uno de mis mejores amigos y me defendía no tienes una idea de hecho me daba mucha risa porque decía: “a mí se me hace que Katya Albitzer creo el perfil de Patricio para defenderse y poner así groserías” y yo me moría de la risa. Ese digamos es el caso más representativo de una persona muy crítica que se identificó conmigo por eso porque somos del ala crítica y no nos quedamos callados y decimos lo que pensamos y es muy incisivo y yo era muy incisiva y por eso nos identificamos como ese caso de Patricio.

Hay otras personas de un perfil completamente contrario a él, que me contactaron por *Facebook*, me contactaron por *Twitter* con las que empecé a tener muy buena relación, que son muy críticos, que son lectores, digamos de planta que buscaron el acercamiento y a lo mejor no somos súper amigos pero sí tenemos una muy agradable relación epistolar o en redes sociales o cosas así.

Luego ellos me pasaban notas, tuve la oportunidad, cuando fueron las elecciones me buscaron varios, me buscaron para denunciar incidentes, lo que denuncié de la universidad de Nuevo León donde estaba extorsionando, eso fue porque me buscaron, creo que yo no era de las que contestaban rápido, ni mucho, ni todo, procuraba esperar a que se me juntaran los comentarios; en primera por una cuestión práctica, me da mucha flojera estar contestando y después estar otra vez contestando y contestando y, en segunda porque me gustaba dejar macerar los ánimos porque a veces sí me molestaba mucho lo que decían y entonces prefería contestar mesurada con calma y ya con la cabeza fría.

Pero digamos que de los lectores de planta, logré muy buena aceptación de personas muy difíciles de complacer, muy críticas y de distintos perfiles y de pronto sí más de uno cuando me salí me dijeron te extraño, extrañamos tus *posts* en *Vivir México*, desde que tu te saliste ya nos es lo mismo.

Entonces hígole eso es lo que paga, porque *Vivir México* no paga bien, también por eso lo deje.

Pero esa satisfacción de que tengas tus lectores, que te tomen cariño, que quieran ingresar en tu vida, que te respalden, que te lean, que te critiquen, que te refuten porque yo con más de uno tuve mis pleitos, o sea de los que me llevo bien con ellos, tuve mis pleitos ahí en las respuestas y nos peleábamos y después hacíamos las paces y lo que fuera pero es que esa es la parte importante, que es la parte que tampoco da un medio tradicional.

O sea en una nota de *La Jornada* llegan mil quinientos comentarios, y habrá columnistas que respondan y columnistas que no, pero una relación tan cercana con el lector como la que yo logre con varios en *Vivir México* solamente es posible en un lugar así y eso fue una de mis más grandes satisfacciones.

MP: Justo eso iba a preguntarte ¿Qué tanto de los comentarios que recibías, que tanta retroalimentación había? ¿Que tanto sí eran, se establecía diálogo? ¿Qué tanto sí había como una

crítica y no eran como comentarios nada más, ya sea positivos o negativos pero como comentarios sin algo que te dejara?

KA: Mira depende mucho de la nota y después yo dejaba guiños como migajitas y contestaba unas cosas en otros *posts*, porque en el *post* tal me dijeron tal y entonces para que se enteren aquí, soy muy rara.

La mayoría son comentarios, comentarios *random* y las notas más comentadas son las notas de actualidad o que causan ruido, hay notas que a mí me importan mucho, por ejemplo de la parte ecológica, de la parte indigenista, de la parte de derechos, el asunto de reporteros muertos, son temas para mí muy importantes que casi nadie comenta, entonces cuando comentaban eran cosas muy genéricas.

Teníamos algunos comentarios sí muy críticos, muy analíticos, eran los menos. Lo cierto es que la mayor parte de los comentarios o eran para decir sí me gusta o para decir no me gusta o para mentarme la madre pero pocos, pocos argumentan y es como parte de lo molesto. Que a ellos se les hace muy fácil llegar a criticar y agredir sin valorar el trabajo que estas haciendo y amparados en el anonimato que es lo más molesto.

Pero creo que existen pocos lectores capaces de refutarte con argumentos, yo los tuve y me siento muy feliz por eso pero son los menos.

La mayor parte de los comentarios son por ejemplo, cuando escribía del Papa, yo soy atea, ya te imaginarás lo que opino del Papa, recibía muchos comentarios y casi todos eran: “¡Sí! ¡Eh! muerte al Papa”, no sé qué y también llegaban los súper rigurosos de “te vas a ir al infierno” y después hay muchos comentarios, de discusiones entre los lectores.

De pronto ves una nota que tiene 40 comentarios porque en 20 se están peleando o porque 10 son de la misma persona que es tan estúpida que no se registra y entonces cuando no te registras nada más tienes un límite de caracteres y tienes que seguir escribiendo y escribiendo comentarios para terminar tu idea en lugar de hacerlo en una entrada larga. Entonces eso da una falsa impresión de la cantidad de comentarios pero sí, no, lectores inteligentes pocos, muy pocos.

MP: ¿Y que tanto te servía como para tener nuevos temas?

KA: Mucho, mucho, porque eso me decía qué es lo que le interesa a la gente, qué es lo que opina la gente y como está reaccionando ante mi propuesta y digamos abordaje del tema.

Entonces es el pulso, los comentarios y los *likes* son el pulso. Por ejemplo hay notas con muchísimos *likes* sin comentarios que en realidad ahí lo que importa es la nota, o sea, nadie tiene nada que decir. Por ejemplo gatito tuvo no sé, x.

Hay otras notas con muchos comentarios con menos *likes*, que en realidad nada más van a criticar pero esos comentarios y esos *likes* son los que te permiten saber además de las estadísticas, obvio, que tanto impacto tiene tu nota, cuáles son los temas que les interesan, cómo es que reaccionan a la forma en la que los abordas, por dónde hay que entrarle, por dónde no hay que entrarle.

Entonces es muy importante para nosotros los comentarios y los *likes*... porque solamente así te enteras y hay unas muy buenas que pasan sin pena ni gloria y...

MP: ¿Y tú como definirías tu trabajo que realizabas en *Vivir México*? O sea hay quienes me han comentado que es un trabajo muy diferente al del periodista, otros me dicen que es muy parecido ¿Tú cómo definirías este trabajo?

KA: Yo creo que eso sí es muy personal porque depende de cómo trabajes. Te digo, hay compañeritos, no voy a decir sus nombres, que tienen como 25 trabajos simultáneos, que todo el tiempo están leyendo noticia, leen una noticia, escriben una noticia más o menos, después dicen lo primero que se les ocurre, terminan tres párrafos, *bye*.

Personalmente, para mí era un trabajo complejo porque no es... para mí no era como trabajo periodístico ¿Sabes?

Yo las notas, los boletines los escribía casi en automático, así sea una entrevista, cuando estás en la entrevista sabes más por dónde le vas a entrar, llegas la transcribes, sacas los datos, te vas a los datos, ahí no importa lo que opines tú, ahí están hablando los demás.

Entonces tú te pones tu batita de objetividad y entonces son ellos. Vas a un evento, cubres el evento, sacas la declaración más afortunada o menos afortunada y le entras por ahí.

Aquí no, en primer lugar aquí era mucha investigación, mucha investigación porque tenía que contrastar las notas, tenía que ver la veracidad de las notas, de pronto hay muchas notas que salen como boletines que refriean y me acuerdo una que estaba mal lo que decían que significaba la sigla de cierta organización y yo así de eso que eso no tiene ningún sentido y todas las notas estaban igual y me puse a investigar y pues efectivamente estaba mal pero porque de origen el boletín estaba mal.

Y entonces ese son el tipo de cosas que para cualquiera es de eso esta bien y así lo pones. No, yo era muy obsesiva, me clavaba mucho y me ponía a investigar demasiado y hasta que sacaba algo más o menos decente.

Entonces es más como sí de fondo y además es como columna porque dices tu opinión, tienes que argumentar tu opinión y para argumentar tu opinión hay que investigar pero al mismo tiempo el asunto del manejo libre es lo que lo hace diferente del periodismo porque en el periodismo se supone que tiene que ser objetivo, veraz, imparcial.

En el *blog* no, en el *blog* puedes hablar y dices y eso es lo que muchos me criticaban eso porque es que esta no es objetiva y no sé qué y no sé que tanto y entonces sí me enojaba y les respondía bueno es que esto es un *blog* si quieres leer la nota vete a leer la nota, ahí está el *link*, te invito, esto es un *blog* y aquí damos nuestra opinión.

Entonces eso te da otras herramientas que incluso derivan en la literatura, en cómo manejes. Hice varias crónicas, casi, casi ensayo. Entonces yo lo veo como *match up*, como un *collage* de muchos estilos. Que sí son unos periodísticos, otros son literarios, que solamente el *blog* te permite, o sea ningún otro espacio te puede dar eso que no sea el *blog* porque no puedes hacer eso en una columna, no puedes hacer eso en una nota normal de un medio. Solamente eso se puede hacer en un *blog*.

Entonces tiene sus familiaridades pero también tiene sus grandes diferencias y depende mucho del estilo del *blogger* y en mi caso yo sí era muy obsesiva.

MP: ¿Por qué sales de *Vivir México*?

KA: Pagan muy poco, por qué no me lo preguntaste y no sé si me lo vayas a preguntar pero yo te lo voy a decir a donde yo me quede en mi tabulador, yo salí en julio de este año, pagan dos dólares la entrada sencilla y cinco dólares la entrada elaborada.

Yo solamente vivía de *Vivir México* era de las que más escribía, hacia dos notas diarias de lunes a miércoles y una diaria de jueves a domingo, o sea yo escribía todos los días de domingo a domingo salían notas más, y el 50% más o menos eran elaboradas por mi asunto obsesivo y porque te pagan más y a mí me pagaban un promedio de mil 400 pesos mensuales, con mil 400 pesos mensuales no vive casi nadie y yo no soy la excepción.

Estaba muy complicada la cuestión económica y me llamaron de una editorial, me quedé y el trabajo que se supone que era de nueve a seis es decir, yo en mi cabeza decía me alcanza para hacer por lo menos una nota diaria.

Lo cierto es que salía más tarde, salía muy cansada y después a escribir, yo publicaba a las once del día siguiente y lo que tenía que hacer era esperar la última remesa de noticias que es alrededor de las diez de la noche. Entonces a las diez de la noche tenía que empezar a buscar la nota y eso significaba que yo terminaba de escribir entre una o tres de la mañana por el asunto de la obsesión.

Entonces terminaba de escribir a esa horas la dejaba programada para las once con el riesgo de que en ese inter ya hubiera pasado algo que modificará esa nota, sobretodo en las de coyuntura y entonces estaba durmiendo muy poco, me empecé a cansar mucho, no valía la pena por el dinero y fue cuando renuncié pero ha sido el trabajo que más me ha costado dejar porque yo amaba *Vivir México* y amaba lo que hacía y lo extraño y eso es bien triste.

MP: Pues era como que lo que yo tenía preparado pero no sé si en esta plática te haya surgido algo que quieras aportar ¿cómo es que surge todo esto?

KA: No, es que como no sé cuáles son tus premisas o hacia donde vas, no sé como te sirve que escarbe la información.

MP: No es que a mí me va guiando todo lo que vas diciendo. Yo parto de querer conocer ¿Por qué escribir en este sitio? ¿Porqué hacer noticias? ¿Por qué no hacer a lo mejor un blog de música? ¿Cómo es que surge todo esto?

KA: Bueno, blog de música también tiene *Hipertextual* tiene *Cuchara Sónica*, yo creo que el *blog* más famoso de *Hipertextual* es *Alt1040* que es medio ñoño, medio *geek*, de ahí también sacan notas, luego me las robaban o cosas así, muy simpático.

Pero yo creo que, por lo menos para mí, la importancia de escribir noticias es que en primer lugar de música escribe todo el mundo, obviamente de noticias también escribe todo el mundo pero volvemos a la particularidad del *blog*.

Yo creo que la fortaleza de *Vivir México* es que es un equipo multidisciplinario y multifacético, o sea ahí leías en la mañana alguien que se estaba quejando del *PAN* y en la tarde alguien que se estaba defendiendo del *PAN* porque existen panistas, perredistas, apartidistas que son súper reaccionarias, estaba yo que era el colmo de la anarquía, personas súper *geeks*, personas muchísimo más mesuradas.

Entonces en primer lugar la riqueza del perfil es algo que no puedes hacer desde: A) Un *blog* solitario o B) Un medio, digamos, tradicional porque volvemos al punto de que la riqueza está en otra cosa. Eso no te lo da... o sea sí hay columnas maravillosas y magistrales en el medio que tú quieras pero no es lo mismo.

El pulso, mantenerte informado pero además no sobre cualquier noticia porque de pronto nos perdemos en los grandes titulares, y a veces se pasan notas muy periféricas pero que son importantes. Por ejemplo, lo de Wirikuta que te decía que sí estaba súper guau pero de pronto yo escribí sobre las playas de Nayarit que les estaban quitando a las Huicholes y esas son notas muy *low profile* que casi nadie retoma, que casi nadie le importa, que casi nadie dice y esas son de las ventajas.

Una ocasión escribí sobre unos hermanos inmigrantes que fueron militares en Estados Unidos y luego los deportaron y llegó un tipo, o sea dejó un comentario "Le diste en el clavo hermana, a mí me paso eso" era como de El Salvador o algo así.

Es decir, en la diversidad está su riqueza, creo que esa es su valía y por eso hay que escribir noticias en *blogs* porque es otro tratamiento y yo creo que es un tratamiento que enriquece mucho porque estamos muy mal acostumbrados a la notas objetivas, que de objetivas tienen un carajo porque además es eso, tú lees la misma nota en *Milenio*, *Jornada*, *Reforma*, *Excelsior* y de pronto las ediciones nos dicen muchísimo de los perfiles de los periódicos.

Sé que es una frase muy trillada, muy gastada y todo pero es darle la vuelta a la noticia y ver el otro lado, ver lo que está pasando y lo que la gente está pensando, tanto el *blogger* como las personas que nos leen.

Entonces, sí yo sé que hay un montón de sitios de noticias y creo que están saliendo más *blogs* de noticias. A mí me parece muy bien porque esos son foros, finalmente es eso es un foro de expresión, es un foro de expresión informado. Entonces que bueno que haya muchos foros de expresión informados y que hablen con conocimiento de causa porque eso es lo que necesitamos, decir las cosas que están pasando pero no replicando el discurso oficial, sino cuestionando y ahí es donde entramos nosotros.

Esa es su ventaja porque *blogs* literarios y *blogs* de música y *blogs* de chisme y lo que sea, temas triviales hay un montón ¿Por qué crees que nosotros nunca pudimos tocar estilo, moda, espectáculos, deportes? Para temas triviales ya está la página principal de *Yahoo*. Nosotros teníamos que hablar de otras cosas y eso es lo importante en esos casos.

MP: ¿Cómo fueron recibidos estos temas que me decías que están más fuera de la agenda?

KA: Depende, había unos que pasaban sin pena ni gloria pero había otros que... por ejemplo el de los Huicholes y las playas, sí hubo más de un indignado. Yo creo, que la gente empieza a leer temas desde otra perspectiva.

Cherán, o sea yo hablaba de Cherán antes de que fuera de moda. Yo sé que es muy *mainstream* pero... y te explicaba qué era Cherán y cómo era Cherán y el rollo y todo.

Las reacciones son muy diferentes, por ejemplo, yo me apasiono mucho con el tema de los periodistas muertos por razones obvias, o sea yo soy reportera desde los 17, mi papá era periodista, mis hermanos son periodistas, mi abuelo era periodista y sí es personal. Eso temas sí son personales.

Y la reacción dependía mucho, por ejemplo, cuando escribí de la chica esta que ejecutaron en Puebla, ahí hubo mucha reacción y reacción incluso de los colectivos *Lésbico-Gay-Bisexual-Transgénero* y bla, bla, bla que respondían.

Por ejemplo, cuando la muerte del de la *UAM* también, cuando hablé del plagio, también hubo muchos comentarios.

Entonces yo creo que depende más en de lo oportuno del *post*, en la cabeza y en la coyuntura. Hubo *post* que yo quise mucho y que tuvo unos 10, 20 *likes* en impacto y, sin embargo los comentarios que hacía eran muy gratificantes y había unos con súper, súper boom que para mí eran... entonces sí cada *post* era diferente.

MP: Muchas gracias, la verdad te agradezco mucho.

KA: No hombre, no hay nada que agradecer. ¡Que gusto me dio hablar de un trabajo que quise tanto! Ahora yo lo siento por ti, tu transcripción va a estar...

Hugo Torres
Entrevista realizada el 16 de octubre de 2012
Vía Hangout de Google

Martha Palacios (MP): ¿Cómo se pasa de haber blogs individuales, a haber sitios en donde sólo yo escribo, sino a este tipo de sitios como *Vivir México* en donde ya se hace todo un equipo, ya hay una organización un poco más establecida de cómo llevar el sitio y de establecer ciertos lineamientos y demás que me han comentado, y a mi lo que me interesa, es conocer que es lo que pasa por la cabeza de todos estos colaboradores, qué les interesó a ustedes para unirse a estos sitios, cómo es que hacen su trabajo en estos sitios?

Hugo Torres (HT): Bueno pues primero que nada pues uno colabora prácticamente por el gusto, nada relacionado con la comunicación, yo soy ingeniero en sistemas, y entré porque vi una convocatoria y dije “bueno, a ver si quedo”, pero uno lo hace más que nada por gusto, por la satisfacción de que te lean, de que digan “ah mira que buena noticia” y no tanto por el dinero, el dinero pues la paga es mínima, los blogs no se han profesionalizado todavía y no es un trabajo del que puedas vivir, pero pues es nada más de medio tiempo, por gusto más que nada.

MP: ¿Tu cuentas con un trabajo fijo sobre tu profesión? Además de escribir en tu blog tienes un trabajo fijo?

HT: Sí, acá en Michoacán soy desarrollador de software, doy clases en la universidad y tengo un negocio propio, a parte de editar todas las noches, bueno ahorita cambié mi horario, pero todos los días edito en *Vivir México*.

MP: ¿Cómo fue que tu comenzaste a acercarte con las computadoras, te tocó tener computadora en casa desde que eras pequeño o cómo fue tu acercamiento con ellas?

HT: Por allá por el 2000, 1999, que me interesó, siempre me ha gustado la tecnología y desde entonces tenía una computadora y desde entonces estoy en esto.

MP: ¿Tu has tenido blogs propios o cómo comenzaste a escribir en Internet?

HT: Tuve un blog propio, sobre todo cuando estudiaba, que por cuestiones... por diversas cuestiones lo tuve que cerrar, e inmediatamente cuando dejé de estudiar a los dos, tres meses fue cuando entré a *Vivir México*, y desde entonces escribo ahí escribo ahí, no tengo un blog propio ahorita, pero ahí escribo todo lo relacionado con el blog.

MP: ¿Tú eras lector de *Vivir México*?

HT: Sí, como desde 2008 y en 2010 fue cuando entré.

MP: Si tu tuvieras que platicarle a alguien que no conoce el sitio, cómo le describirías *Vivir México*.

HT: Que escribo en un blog, pues no se, por la zona en que vivo no platico con mucha gente sobre el blog, aquí en la región es una región muy atacada por los narcos, donde los periodistas están amenazados constantemente, ya han matado a varios aquí entonces yo mantengo aquí en mi región anonimato, y no platico mucho, no sabría como expresarlo.

MP: Para escribir tu en el blog estás en contacto con los demás colaboradores de *Vivir México*, hay trabajo en equipo o...

HT: Sí, es un trabajo en equipo muy bonito, tenemos un coordinador que es al que le estamos platicando constantemente todo lo que estamos realizando, lo que queremos contar, él lo único... en *Vivir México* no tenemos una línea que diga "tienes que hablar así, o tienes que hablar izquierda, derecha", etc. cada quien es libre de pensar, lo único que tenemos que ponerle es el tema que vamos a tratar, si encaja, si podemos darle un enfoque para hacerlo más apetecible para el lector. El 90% de los temas que queremos tratar son aprobados, todos los días todos los editores mandamos nuestros temas y el nos lo aprueba o lo rechaza en dado caso o nos aconseja complementarlo con otro tema, etc. pero si es una comunicación constante desde una plataforma que se llama *Social Cast*, es una red social para este tipo de trabajo.

MP: Tu en lo personal Cómo eliges el contenido de lo que vas a postear?

HT: Bueno primero para distinguarnos un poco de los medios tradicionales que son los que tienen los periodistas y son lo que están atrás de la información, como nosotros no somos periodistas, ni reporteros importantes como (...) y trato de enfocarme en temas que no son tocados en los medios tradicionales, temas un poquito llamados fuera del radar, para no estar atrás de ellos y darle una alternativa al lector para que tenga alguna razón para leerlos.

MP: Algunos me comentaban que tienen como temas que prefieren manejar, o temas en los que ya se han ido especializado al ir escribiendo en el blog, tu tienes como temas que has elegido trabajar más.

HT: Me he enfocado mucho en temas de telecomunicaciones, en las concesiones de fibra óptica, telefonías celulares, televisión, internet, etc., también sobre las energías alternativas, sobre todos esos son en los que más me he especializado al ir escribiendo, los temas a los que más seguimiento les he dado.

MP: ¿Me podrías platicar todo el proceso, desde que se te ocurre de que vas a escribir, hasta que ya subiste el post, cómo lo vas escribiendo, qué fuentes consultas y demás?

HT: Pues primero busco un tema que me guste y que considere que es bueno para el blog, normalmente cuando elijo (..) reviso algún medio, busco otras noticias sobre el mismo tema de otros medios para complementar un poquito, incluso información de *Wikipedia* o de otros medios o de otras fuentes de información, y ya que tengo algo un poquito más elaborado pues empiezo a escribir, solito va saliendo un párrafo con la idea principal, otro párrafo desarrollando un poquito, otro párrafo con mi opinión, y cuando son 4 o 5 párrafos pues ya, cuando completo toda la entrada pues ya publico.

MP: ¿Tu cada cuando publicas?

HT: De lunes a viernes, todos los días

MP: ¿Una o dos entradas al día?

HT: Dos, bueno a veces

MP: ¿ *Vivir México* les ha dado algún tipo de normas o reglas para su trabajo?

HT: Sobre todo tiene que ver con el estilo, para el posicionamiento en los buscadores, que use enlaces externos, que pongamos negritas en las ideas principales, algunas que tienen que ver sobre todo con el título para que sea simple y que pueda atraer al lector.

(se interrumpe la comunicación)

La mayoría tiene que ver más que nada con posicionamiento en buscadores, nos piden que pongamos enlaces externos, si algún tema ya tiene seguimiento pues ponerle un enlace interno para facilitar al lector y a los buscadores la clasificación de los temas, también nos piden sobre todo en el título que sea claro, que sea simple, que pueda atraer al lector, que no vaya a engañar al lector, que no sea amarillista. Nos piden en el blog, también, resaltar las palabras clave, nombres propios, las ideas principales de cada párrafo en negritas, y la imagen, una imagen que tenga más de 800 pixeles, cosas así. La mayoría, te digo, de estas tienen que ver con el estilo para tener mejor posicionamiento en buscadores y algunas otras nada más para darle cierta consistencia a todos los post que se publique en *Vivir México*.

MP: ¿Y tu te has puesto como ciertos lineamientos a la hora de escribir tu post, que a la mejor no tienen que ver tanto con esta parte de estilo como códigos éticos te has impuesto algún tipo?

HT: Ninguno, lo único que nos comentó en alguna ocasión Eduardo Arcos que es el creador de *Hipertextual*, el dueño del blog es que cuando hablemos de algo tenemos la libertad de opinar lo que queramos sin presiones de ningún tipo, de empresas ni nada, pero todo lo que opinemos tenemos que justificarlo nada más. Si a mí me gusta algo pues por qué me gusta, si a mí no me gusta algo pues por qué no me gusta, yo creo en (...) simplemente por criticar nuestra opinión.

MP: ¿Tu te has planteado algún objetivo con tu trabajo en *Vivir México*?

HT: Pues no realmente, tengo escribiendo desde hace un poco más de dos años s de dos años y creo que mi único objetivo que tendría ahorita es simplemente tener más tiempo para escribir más, porque si estoy un poquito limitado.

MP: ¿Y qué impacto crees que tiene la información que se produce o que produces tu en específico en los lectores del sitio?

HT: A pesar de que es un sitio relativamente con muchos lectores, creo que uno escribe, o uno quiere pensar cuando escribe que cuando un post, que ese post va a servir al lector, o le va a ayudar a tener un panorama más amplio una mejor idea del tema, pero pues eso realmente no tienes una manera tan fiable de conocer si (...) el impacto que tiene en el lector, más que en los comentarios que dejan o en los comentarios que hacen en *Twitter* y eso, pero pues sí uno escribe nada más con la esperanza o queriendo pensar que este tema del que estás hablando va a impactar o va a decir “ah mira...” no conocía esto, tal vez si hay unos lectores que sí te dicen “oye que buena información” o algo, pero pues no hay una manera tan fiable de conocer cifras o algo así.

MP: ¿Y qué relación tienes con tus lectores, qué tanto te comentan, te escriben en *twitter* también o solamente en los comentarios del sitio?

HT: Pues muchos lectores, van a comentar las temáticas del blog, la mayoría de mucho respeto, algunos si te mientan la madre, pero pues nada para tomar personal, con muchos lectores he platicado ya en persona, pero pues siempre en torno a los temas nada más “oye fijate que ya Calderón hizo esto” o nada así tan profundo o nada de una relación tan personal ni nada.

MP: ¿Tus conversaciones con ellos te ayudan a complementar la información que tienes, te sugieren temas o queda un poquito más en discutir sobre lo que tu escribes?

HT: Sí mucho, porque a veces uno tiene una visión de una cosa sobre un tema, cierta visión, cierta idea, y de repente te dicen “oye mira no, es así” y ya “ah si es cierto”, a la mejor tu dices “oye no, no creo que... no estoy de acuerdo contigo”, pero sí ayuda mucho. O también a veces te recomiendan temas “oye no has hablado de esto, cómo le hago para esto, qué opinas sobre esto”, pero sí son fundamentales los lectores.

MP: ¿Tu cómo definirías el trabajo que haces en el sitio, de repente me comentan sobre que hay cierto parecido con el periodismo, otros me dicen “no es nada parecido con el periodismo, es algo muy diferente”, tu como definirías tu trabajo en Vivir México?

HT: Pues yo no conozco la verdad mucho de periodismo, pero como me han contado, en un periódico pues tienes que seguir cierta línea, tienes que seguir ciertas normas o ciertos temas, aquí pues nada de eso, tienes total libertad de sacar los temas que quieras, en el periodismo, algo que muchos confunden el blog, es como “oye poco profesional que un periodista emita una opinión personal” y pues un blog es prácticamente eso, es una opinión, no es una nota neutral o que nada más de la noticia y ya, tiene que complementarse con una opinión, o algo similar. Entonces hay muchas diferencias aunque son también áreas que van ... que rocen, se toquen en muchos puntos.

MP: ¿De acuerdo a los que has estado colaborando ahí, cómo platicarías a los otros de tu trabajo, qué es la ventaja de escribir en un blog, a ti que te ha dejado colaborar en un blog?

HT: Pues primero que nada me ha obligado, hablando en el buen sentido, a estar mucho mejor informado de muchos temas que ocurren, y no nada más estar informado de que “oye no veo *televisa*, no veo *tv azteca*” sino también aprendes a contrastar información de un medio y de otro y a formar un criterio propio. Esto en lo personal es lo que me ha dado.

MP: ¿Hacia internet te ha dado más contactos, te ha abierto oportunidades de trabajo en lo personal, o queda sólo ahí en escribir?

HT: Para mi pues escribir, porque como te comento yo estoy ahí casi, casi por accidente, no estoy especializado en ningún área que tenga que ver con periodismo o con comunicación, ni con nada para escribir de menos decentemente, yo soy ingeniero y a penas se escribir, se redactar, y en cuestión de trabajo pues no, las colaboraciones en *Vivir México* no tienen nada que ver con mi profesión, soy ingeniero en sistema, pero sí me ha dado también muchos contactos, no sólo aquí en México, fuera de México, no son tantos porque no soy tan amante de las redes sociales de estar hablando, discutiendo y eso, soy muy reservado, pero sí he conocido a mucha gente muy buena

MP: ¿Y me platicabas que te enteraste por que viste la convocatoria en el sitio te animaste, pero ¿qué es lo que te hizo decir “creo que esto es para mí, creo que yo podría trabajar aquí”?

HT: Prácticamente, yo tenía un objetivo años atrás de que yo quería escribir en un blog importante, un blog que fuera visitado, que me pudiera leer mucha gente, y más que nada fue eso, vi al oportunidad y dije “pues aquí a ver si la pego”.

MP: Esas eran las preguntas que yo tenía preparadas para hacerte pero ¿no se si tu quieras contarme algo más que te haya surgido, y que no te haya preguntado?

HT: Híjole no se no soy muy bueno para hablar, que podría agregar, lo que podría agregar son... ya me preguntaste mi relación con los lectores, y es que algunos son muy buenos lectores pero otros se pasan pero no ...creo que es todo.

MP: Te agradezco mucho por tu tiempo en verdad fue un gusto platicar contigo y de verdad que esto me sirve mucho para mi trabajo, es para mi de verdad muy importante haber platicado contigo, te agradezco mucho y estamos en contacto para cualquier otra cosa.

HT: Que te vaya bien en tu tesis y ya pronto te titules como maestra en comunicaciones y fue un gusto conocerte.

MP: De verdad muchas gracias te lo agradezco y fue un gusto conocerte también.

Ileana Fernández
Vivir México
22 de octubre de 2013
Entrevista vía Skype⁷⁶

ILEANA FERNÁNDEZ (IF):

... no era capaz de ver todo el campo de aplicación de lo que en algún momento se daría y cuando... de esa época de cuando yo te estoy hablando de que me acuerdo que mi hermano se conectaba a Internet por medio de la universidad y era cuando tardabas... era cuando se conectaba por línea telefónica y tardaba añisimos en poder bajar una página no, tu abrías una página y podías irte a preparar la cena y regresar para poder ver lo que quería, te estoy hablando de qué será, de más de 15 años.

Entonces te decía bueno (inaudible) tenía la facilidad de tener la computadora ahí, ya cuando ingrese a la universidad ya fue era obligatorio que tenías que aprender, de hecho a mi me tocó ... la carrera que yo estudié, es relaciones públicas, era la primera generación en la Universidad Veracruzana, y entonces el plan de estudios era completamente nuevo, también por lo mismo siento que me tocó un plan de estudios muy actualizado que contemplaba materias de informática con los temas más nuevos y hasta materias de telemática, que también nos enseñaron lo que era el punto html, la (inaudible) de datos que en referencia a otras carreras estaban muy atrasados, gracias a la licenciatura tuve un buen impulso en cuanto al manejo de la computadora.

Martha Palacios (MP): ¿Y bueno, actualmente como qué tanto uso haces de las computadoras e internet?

IF: Como te digo yo ahorita estoy... como tengo mucho trabajo casi totalmente bajo mi propio horario, porque como te digo estoy como facilitadora en la Universidad abierta y a distancia, y todo por internet, yo califico a los alumnos, yo recibo sus trabajos totalmente por Internet. Y ahora también con lo del blog también estoy buscando información, leyendo noticias, de hecho yo me conecto desde temprano, por lo regular, y por la tarde ya me desconecto un poco también para tener una vida real o fuera de lo virtual

Pero de hecho si lo comparo por ejemplo con otro medio que es la televisión, que es el más común, yo si he de estar conectada diariamente 6, 8 horas y la televisión unas 2 horas.

MP: Y tu escribías antes de comenzar a escribir en *Vivir México*? ¿Tenías algún blog, escribías en algún lado?

IF: No, bueno de hecho la experiencia en redacción que tenía era más de índole profesional, y me refiero de índole profesional con relación a mi trabajo, pero no profesional en el sentido de ya hacer publicaciones, la verdad es que eso fue un interés personal que en el momento en que me surgió la inquietud empecé a practicar algunas cosas para recordar también cuestiones de redacción que ya tenía conocimiento por la misma licenciatura, entonces empecé a practicar, pero no llegué a

⁷⁶ Las entrevistas realizadas a través de Internet fueron registradas a través de la grabadora de la aplicación *Quicktime*, sin embargo hubo un error en la grabación la cual no se pudo recuperar. Esto es producto de la grabación de respaldo y varias partes de la entrevista resultaron inaudibles.

concretar un blog personal, sí tienes el deseo pero no establecí fechas ni un compromiso personal, entonces lo fui dejando, cuando entonces fue que vi, bueno me comentaron de la opción de que en *Vivir México* se podía mandar algún ejercicio para participar y lo hice porque me llamaron.

MP: ¿Tu leías el blog?

IF: Sí claro, sí leía de diferentes temas, leí algunos de tecnología, algunos de sobre publicidad, de mi carrera y un poco mis intereses p Continua colaborando hasta junio de 2013ues más hobbies como lo que es cocina, un poco sobre literatura, sobre todo para niños, de intereses más personales y sobre noticias un poco.

MP: ¿Tú cómo... si tuvieras que explicarle a una persona que no conoce el blog, cómo se lo describirías o cómo lo caracterizarías?

IF: Bueno lo caracterizaría como un espacio en el que puedes encontrar diferentes opiniones sobre lo que está aconteciendo en México, es un blog muy libre porque a diferencia de los periódicos o de lo creen muchos, a uno no le dicen qué escribir, tu tienes el espacio y das tu opinión libremente, comentas lo que tu sientes y de hecho si tu te fijas muchas veces hay, entre las personas que participamos, opiniones encontradas, entonces yo creo que es un blog en donde refleja diferentes puntos de vista y de diferentes regiones de lo que está... de lo que sucede en México y de la forma en que pensamos algunos de los mexicanos.

MP: ¿En *Vivir México* se realiza trabajo en equipo con los colaboradores?

IF: Sí se realiza trabajo en equipo en el sentido de que te van conociendo los intereses de cada quien. Si tu te fijas yo por ejemplo escribo muchas veces sobre cultura, sobre lo que yo pienso de la educación o sobre lo que yo pienso en cuestión de... por ejemplo algunas cosas de cuidados infantiles o de cuidados de salud, cuestiones como esas. Entonces conforme te van conociendo vas teniendo cierto trato en la red interna, los mismos compañeros pueden decir “oye fíjate que vi esto” y te mandan algún tema que saben que puede ser de tu interés, o te dan opinión sobre lo que escribiste ya una vez que lo hiciste, y de ese tipo sí se da un trabajo en equipo.

MP: ¿Y cómo es la relación entre los editores y el coordinador de *Vivir México*?

IF: Pues la relación es bastante buena, pero es una relación que se da más, pero es una relación que nada más obedece a cuestiones más que nada técnicas, bueno cuando escribes un blog hay que tener en cuenta cuestiones sobre posicionamiento por ejemplo, para... que tienes que ponerle categoría a cada blog, que tienes que ponerle los *tags*, que tienes que ponerle... hacer marcas de negritas, poner ligas y cuestiones más técnicas. Entonces en cuanto a eso es que muchas veces el coordinador te puede decir “Oye es que faltó esto”, o “Oye fíjate que”, o “sabes que, es mejor cuando se hace así porque a lo mejor algún buscador nos ubica mejor”, pero te digo son más cuestiones técnicas o de opinión de “oye me pareció que este lo mostraste muy bien así” o no. Pero en cuanto al contenido no se mete con nosotros.

MP: ¿Tú como eliges el contenido de cada post que vas a escribir?

IF: Como te digo yo ya tengo ciertos gustos, en base a esos gusto y a búsquedas anteriores que he hecho tengo una lista de fuentes, entonces cuando yo estoy buscando algo... a veces yo por algo que me sucedió o por algo que ya vi ya vengo con la idea de hablar de un tema, pero otras veces recorro a mis fuentes y veo que es lo que está sucediendo, que han publicado ellos, que opiniones

están dando ellos, ya sea fuentes oficiales o sea fuentes de gobierno, las áreas de prensa o comunicación social de instituciones, organismos no gubernamentales o periódicos.

MP: ¿Qué tan útiles son las redes sociales para tu trabajo, para decidir qué es lo que vas a publicar?

IF: También son muy útiles, en especial para mí es *Twitter*, ahí bueno ya sabes, muchas veces en el *Facebook* tienes a muchos amigos, pero en *Twitter* sigues, sueles seguir más a personas que son comentaristas o personas con las que no tienes tanto contacto, y esta es la oportunidad que tienes para estar cerca de ellos y ellos mismos a veces, lo que leen lo *retuitean* y muchas veces... por lo regular tú sigues a una persona de la cual quieres estar pendiente o que te parece importante su punto de vista. Entonces cuando ellos mandan algo dependiendo el título lo lees o lo dejas pasar y puede ser importante para que yo lo retome.

MP: ¿Me platicarías cuál es el proceso que sigues en la elaboración de un post, desde el momento en que te surge la idea de un tema hasta que ya lo subes a la plataforma?

IF: Pues bueno así como algo metódico no es tanto, te digo cuando ya tengo la idea de un post y todavía no me siento frente la computadora, a la mejor en mis ratos libres lo voy trabajando en la mente, voy fijando algunas ideas de lo que quiero manejar, pero realmente es algo de lo que, es algo muy mental, no llego a hacerlo por escrito, también como publico casi diario, o seis veces a la semana, no hago un listado tan... no me alcanza el tiempo de hacer el listado, si no que lo más mental.

Y ya cuando me siento ya bueno ya trato de escribir las ideas y ya ir las retomando, pero como te digo, cuando encuentro alguna nota y de primer momento ya me siento en la computadora a escribir pues en realidad ya nada más es dejar fluir las ideas que tengo, que cuando lo leí dije “ah bueno voy a retomar esto porque quiero ahondar sobre tal cosa” por ejemplo hoy que vi una nota del IMSS que manejaron una alerta sobre los maquillajes y en realidad la nota que yo leí era muy breve, nada más era alerta de que ciertos maquillajes de ciertos tonos usan níquel, cobre y cromo me parece y eso puede causar ciertas alergias. Pero cuando estaba leyendo dije “ah bueno, pero cuantas veces nosotros estamos al tanto de las cosas que debemos tomar en cuenta cuando compramos un cosmético y cómo usarlo” y dije “bueno voy a retomar esta nota dando la información que da esta persona, pero también voy a investigar sobre qué características debe de tener el producto cuando lo compramos para cuidar de que sea un producto legal o adecuado para el uso como maquillaje y qué indicaciones de salud hay”.

Y entonces me voy a diferentes espacios, que algunos ya los conozco de donde puedo obtener la información y otros pues es de buscarle, de buscar por ejemplo en este caso la *COFEPRIS* para saber que legislación tiene sobre este aspecto y así es como lo trabajé.

MP: Y una vez que ya está ahí, ¿que tanta interacción se da con los lectores de *Vivir México*?

IF: Pues ahora sí que depende del tema, porque habrá post, notas que han sido leídas, hay unas estadísticas, no se si has visto un *Wordpress*, pero se manejan las estadísticas con el mismo sistema, y puedes ver que han sido leídos, pero a la mejor no te dejan ningún comentario, pero hay unos temas por ejemplo el que escribí el domingo me dejaron muchísimos comentarios, algunos de que les gustó el artículo, otros de que no tanto. Bueno y en los comentarios que yo veo que puede haber una interacción sobre todo grata, la verdad es que cuando ves que es un poco agresivo no vale la pena... lo lees, pero no vale la pena estar contestándole a la persona, ya dio su opinión y la respeta. Cuando ves que puede haber una interacción entonces les contestas o cuando te preguntan directamente.

MP: ¿Y qué tanto se da esta interacción que si ya es más un diálogo que a diferencias de los post que te dicen “sí está muy padre” o “no me gustó”, qué tanta diferencia hay entre estos tipos....?

IF: Pues sí podría decirte que no se da en todos los blogs, y hay como te digo, si revisas el listado de mis publicaciones no todas tienen comentarios, también se presta mucho a cuando hay temas polémicos; entonces cuando hay esos temas polémicos es cuando recibes más comentarios, y es grata la interacción que se da, la retroalimentación cuando el ver que encuentras a personas que piensan igual que tu, o que no piensen igual que tu, peor te dicen “ah mira estoy de acuerdo contigo en esto pero la verdad yo siento que esto debe de ser así” yo creo que muchas veces el comentario es lo más gratificante de esto, cuando vez y vez que les está gustando y que están opinando alrededor de lo que tu dijiste, eso y ver que lo leen y lo reenvían también es muy gratificante.

MP: Tu te... ya sea al momento de tomar la decisión de aplicar a *Vivir México* o en el transcurso de tu práctica, ¿te has establecido algún objetivo a cumplir con esta labor que haces?

IF: No objetivo así que yo diga concretamente, no he llegado a establecérmelo de manera formal, pero sí desde el momento en que yo... te digo yo quería participar en un blog y cuando vi, como no se si has visto *Hipertextual* tiene muchos blogs, cuando vi el de *Vivir México* dije “bueno indudablemente aquí es donde pertenezco” por eso, no por sentirme mexicana, si no que a veces soy un poco crítica con lo que vivo o con lo que me toca ver, entonces me parecía que era mi manera de aportar mi punto de vista que algunas veces no lo encuentro en otros lados, y que creo que eso es lo bueno de los blogs, que tenemos enfoques diferentes y enfoques más apegados a lo que es la ciudadanía y por otro lado también un poco... yo lo que hago mucho es... como hoy es cómo hacer o cómo es esto.

Hay mucha información que se da cotidianamente, pero no sabemos hasta el fondo, no sabemos por qué se da así, o porqué se maneja de esta forma o por ejemplo hace algún tiempo escribí con motivo de que venía un huracán, y dije “sí siempre se habla de que alerta azul y alerta amarilla” y más o menos sabemos lo que significa, pero como que hay que profundizar para que la gente esté bien enterada y bien informada y tenga los cuidados, al final tener la información para las personas, tener información es darles seguridad y darles tranquilidad y es en beneficio de ellos mismos.

Entonces en su momento hice una publicación sobre toda la explicación que da protección civil de la alerta, de cada color de la alerta y los cuidados que hay que tener con cada alerta, entonces también es tener un poco de que sea útil para los lectores, es una aportación de que sea de beneficio para ellos

MP: Y bueno, con esto de que me comentabas y un poco hilándolo, ¿Qué impacto crees que de verdad tiene esta información, ya sea la que se produce en general en el blog o la que tu produces para el?

De esto mismo que me platicabas, ¿qué relevancia crees que tiene la información que se produce en el blog ya sea en general de tus compañeros en general o de la que tu produces. Han tenido algún caso que tu digas “mira aquí si impactamos concretamente” o algún ejemplo que me puedas dar?

IF: Sí, por ejemplo en los comentarios de repente recibe el “oye yo quiero saber más de esto”, incluso aunque yo no tenga la liga hago una búsqueda de lo que me están preguntando y se las proporciono en los comentarios, entonces sí es muy interesante, es una forma de dar diferentes puntos de vista y también la prueba está de la fuerza que tiene el blog, tienen bastantes lectores como ya me mencionaste, que elegiste este blog porque tiene bastantes lectores y en esa esencia sí

estamos dando un aporte importante para generar opinión y para aprendizaje, para aportar a sus vidas.

MP: ¿Ya sea a lo largo de tu práctica te has impuesto algún criterio o algún tipo de códigos que guíen tu labor?

IF: Ahora si que los códigos que tengo son dos códigos que tengo para mi persona, o trato de que sean esos. Por ejemplo cuestiones éticas como las imágenes que se ponen son imágenes libres de derechos, si te fijas son tomadas muchas de esas o la gran mayoría de las que yo pongo son tomadas de *Flickr* y tienen permisos *creative commons*, cuando las notas están ligadas a la información de la que yo la extraje para que ellos mismos puedan consultar ya sea más en forma o puedan ver que es una fuente, más bien conocer la fuente de la que se está sacando, sobre todo estos temas de salud ver que la información que yo les estoy proporcionando, a la mejor yo la estoy interpretando con mis palabras, pero está siendo extraída de documentos de institutos médicos, o de instituciones especializadas, entonces bueno que siempre tengan la fuente; cuando algo es mi opinión, que sí quede claro que es mi opinión, que no, que a veces pudiera no se, también a veces en algún comentario ves que se confundió, pero yo en la medida de lo posible procuro que se note cuando es mi opinión, o las palabras de otro autor, ya sea que lo pongo en negritas o a veces cuando por ejemplo estoy retomando un artículo de opinión también menciono al medio que fue el que lo sacó, y que en ese me estoy basando o que a partir de ese estoy elaborando mi publicación.

Me parece que son los principales criterios que yo tomo en cuenta y que ahorita te puedo mencionar, son criterios éticos que pues también procuro llevar en mi persona, en general en mi trabajo no nada más en mis publicaciones sino en otro tipo de trabajos.

MP: ¿Y *Vivir México* te ha impuesto o tiene alguna serie de criterios que deban seguir?

IF: No, en cuanto a la información no, te digo son criterios míos, que son los que son importantes considerar para lo que es la forma de trabajo de los blogs, para que sean de fácil ubicación, los buscadores los... aparezcan en los buscadores, que aparezcan en un mejor lugar en los buscadores, pero son cuestiones técnicas, en cuanto a contenido la verdad pues el único criterio es que hable yo de cosas relacionadas con México, pues porque tendría que irme a otro tipo de blog, y a la mejor que no personalice, sí vaya porque si fuera algo estrictamente personal pues a la mejor ya no se prestaría aquí, pero sin embargo si te fijas el domingo saqué uno sobre... un poco en un tono, yo lo que quería hacer era un tono de humor de lo que me ha pasado cuando voy al cine, ese sí estuvo un poco personal, pero aún así atañe a lo que es *Vivir México*, que es algo que hacemos muchos mexicanos y sobre todo los mexicanos que somos muy afectos a ir al cine, pero en cuanto a que ellos impongan un contenido no, te digo la única restricción es que tienes que hablar algo relativo a México, pero es mi decisión lo que digo y los temas de los que hablo.

MP: Me comentabas sobre los textos que escribes que hay veces que haces más sobre un tema y das datos y hay otras en que das un poco más tu opinión, tú en lo general ¿cómo calificarías a esos textos que escribes?

IF: Calificar ahora sí que en puntuación o calificarlos en el sentido de...

MP: En el sentido de que crees que son un poco más neutrales, buscas como insertar tu opinión o depende mucho del caso, ¿cómo manejas ese tipo de escalas, manejas un balance...?

IF: No fijate que yo escribo del tema que me interesa, entonces cuando veo un tema digo “ah este me interesa” y lo saco, pero dependiendo del caso es que lo de manera más informativa por que a lo mejor reconozco que no tengo los conocimientos sobre el área, entonces lo que hago es retomar lo que se está diciendo en otro medio, dar un poco de mi opinión, porque lo importante de los blogs es que des opinión, para cuestiones puramente informativas te irías a los medios, pero sí apporto aunque sea un poco de mi opinión desde un punto de vista ciudadano, pero si te digo depende del tema y de cómo yo me sienta al respecto es que voy a dar más o menos opinión, hay otros temas que me interesan mucho, pero yo reconozco que me gustaría tener más pero no tengo dominio del tema pero a veces también lo que hago es desde mi punto de vista es que no se de esto y me gustaría saber, o yo tengo dudas sobre esto o me pregunto sobre esta línea, eso es lo que expongo ahí, a la mejor no es tanto mi opinión, pero sí expongo mis dudas por que a la mejor son las dudas que tiene otra persona y que a la mejor las mismas personas que leen el blog me las podrían contestar en algún momento.

MP: ¿Tú como definirías tu trabajo como colaboradora del sitio? Te doy un ejemplo hay quien me ha dicho “es que el trabajo del *blogger* –y se definen así mismos como bloggers- es completamente diferente al trabajo que hace la prensa” y otros me dicen “es que es trabajo como el que hace el periodista, pero con estos matices” y otros me dicen “no es que ya no somos ni *bloggers*, ya no somos tampoco somos periodistas somos otra cosa” ¿tú como definirías tu trabajo?

IF: Yo lo definiría tal vez como un trabajo más colaborativo, más libre, porque muchos medios, por más que se trate de ser objetivos y de divulgar todo que se mueven por una tendencia ya sea de su público o un punto de vista del propio editor que eso es lo mejor que encamina al medio o lo que interesa a su público. Digo dejando de fuera si hay intereses o no hay intereses que eso ya es otra cosa, siempre al fin y a cabo los periódicos tienen un fin comercial mayor.

Nosotros bueno también al final ahí hay anuncios publicitarios y ahí hay un beneficio comercial, pero no es como los medios, que los medios si tienen que sostener una nómina de periodistas, de empleados bastante alta que entonces tal vez les marca más una línea y el periodista a la mejor te dice “es que yo quería hablar de esto” pero le dicen “no eso ahorita no importa vete sobre esta nota” y entonces los encaminan y aquí no, aquí yo llego y digo “oigan es que quiero hablar de esto” “ah que bien”, entonces ya divulgan, dan a conocer para el resto de *blogger* que yo voy a hablar de eso para que nadie más, al menos ese día, tome ese tema o si lo toma desde su punto de vista para presentar algo diferente.

Entonces en ese sentido yo siento que es un trabajo de información más libre porque tienes la libertad de dar tu opinión, y también están, lo que leía yo la otra vez y sí es cierto es que la mayoría de las personas que estamos aquí es que, bueno nadie vive de ser *blogger* o si hay algunos serán los menos, entonces es más como un gusto personal, entonces como no nos mantenemos de eso está más en la función de la satisfacción de lo que escribes, y... En cambio el reportero, el que trabaja en un medio, el periodista, pues a la mejor su sueldo dependa de la cantidad de notas que meta, entonces entre más notas meta le va a ir mejor, va a meter más dinero a su casa, y entonces tiene que repartir su día entre cinco notas y resulta que a la mejor un... algo que se pudo haber tocado a profundidad que hasta el le hubiera gustado hablar más profundamente no lo pudo hacer porque tienen que cubrir otras cuatro notas para poder sacar de mejor manera el día.

Entonces en eso ellos se someten a la presión del tiempo, y nosotros bueno también tenemos cierta presión del tiempo porque tenemos otras ocupaciones, pero no es de los que vivimos.

MP: Esta libertad tu crees que les permita tocar temas que no se tocan en los medios o van más o menos con los mismos temas y es la forma de abordarlos la que cambia.

IF: Parte y parte, porque a la mejor algunas veces podemos retomar temas que decimos “bueno esto es importante para que se de a conocer y nadie más lo ha tocado”, entonces es bueno que tenemos la libertad precisamente de generar este contenido, de meternos a algo que los medios que no están marcando o podemos ir de la mano de lo que está sonando en los medios, de lo que está sucediendo, pero darlo con otro punto de vista.

MP: Esas son las preguntas que yo había preparado para esta charla, pero no se si a ti se te haya quedado como que hay algo en el tintero que digas “creo que esto es importante, tengo que decirlo”

IF: Pues la verdad me parece que fueron bastante exhaustivas las preguntas, a la mejor preguntarte tu si puedes darme tu opinión de lo que has visto de *Vivir México* y Cómo fue que me escogiste, no se si contactaste a otras personas de *Vivir México*...

(Continúa la conversación)

IF: Tu que dices que llevas bastante tiempo leyéndolo si te fijas por su espacio han pasado muchas personas, y bueno yo no conozco a todas las que han estado antes, pero yo creo que es más en función de que la persona pueda participar, porque a veces como te digo como no se vive de esto a la mejor te surgen otras ocupaciones y aunque te gusta tienes que dejarlo, entonces es un espacio que se construye de las voces de muchas personas.

Y ahorita si me acordé de algo que me llama la atención de algunos comentarios que leí en algún momento, sobre todo en el periodo de las campañas políticas, pues obviamente era el tema que estaba en muchos... yo no escribo tanto de temas políticos, pero cuando estaba la campaña al fin y al cabo yo también voy a votar, entonces yo también tengo una opinión al respecto y yo también tengo algunos comentarios y en algún momento cuando hablabas... criticabas a algún candidato o decías algo bueno de otro, veías que personas como que poco concuerdan con tu opinión o que tienen cierto favoritismo hacia un candidato decían “pues ya dejen de estar sacando lo que les dicen sobre tal candidato”, y a uno le (inaudible) por hacer campaña sobre ese candidato.

Entonces ahí fue cuando me llamó la atención (inaudible) la teorías de la conspiración, las tenemos muy presentes, si supieran que yo, que a mis compañeros... a ninguno los conozco en persona, todos los conozco a través de la colaboración que tenemos y todos a través de Internet, nunca he tenido la oportunidad de convivir con ellos, espero que en algún momento la tenga pero todos estamos repartidos a lo largo del país, somos de diferentes estados, y nuestra comunicación es meramente por Internet y nadie te digo en ningún momento nos da línea de hablar a favor de alguien o en contra de alguien o de escribir tal o cual tema, si a caso a la mejor se comenta “oye está sonando mucho esto, a quien le interesa”, cuestiones así, porque también tenemos que tener en cuenta como que el latir de la gente, de hacia donde se está yendo la atención para también hablar de ello, dar una opinión al respecto.

Pero si te sigo la creencia esa que hay de que todo está comprado y a ti te puedo asegurar la verdad que para nada, en algún momento critiqué a determinado candidato, de repente hablé más o menos bien de otro y a veces a la inversa, también (inaudible) .

MP: Otra pregunta, tú en donde vives actualmente ¿en Veracruz?

IF: En Veracruz

(inaudible)

MP: Yo por tus post había relacionado que vivías en la Ciudad de México, porque escribes mucho no sólo sobre los eventos de la ciudad, sino también sobre la ciudad.

IF: Pues es que sabes que cuando tomo algo de la Ciudad de México es porque a la mejor es una... al fin y al cabo el país está muy centralizado, en cuestión de información se centra mucho en México y a pesar de que yo no vivo ahí, pues cotidianamente estás viendo información, estás un poco enterado de lo que sucede, y en cuanto a los eventos, en realidad la agenda cultural es una recopilación que hago de lo mismo que está publicado por diferentes institutos que divulgan lo que van a presentar. Entonces lo que hago es una recopilación de lo que están presentando, entonces te digo las veces que hablo de la Ciudad de México por lo regular es hablar de la situación o dar mi opinión, pero creo que, nunca he como dices, a la mejor sea, a la mejor con mi opinión haya parecido que vivo ahí, pero no, realmente es porque al fin y al cabo es la capital del país y es algo que interesa a todos.

MP: Bueno, yo te agradezco mucho tu tiempo, no se si quieras comentar algo más que se te venga a la mente.

IF: No, se agradece que lo tomen a uno en cuenta la gente porque es un aliciente y te agradezco la consideración y que nos compartas tu tesis para ver cuales son tus conclusiones y lo que investigaste.

MP: Claro que si ya estarán recibiendo noticias cuando eso pase claro que si les comparto mi tesis, muchas gracias de verdad te agradezco mucho tu tiempo y estamos en contacto.

IF: Al contrario me dio mucho gusto cualquier cosa estamos en contacto y en lo que te pueda ayudar.

Entrevista a Alberto Escorcía
32 años
Pateando piedras / Pulso ciudadano
3 de septiembre de 2012

Martha Palacios (MP): Primero quisiera que me hablaras de ti, ¿cuántos años tienes...?

Alberto Escorcía (AE): Tengo 33 años, 32,32.

(MP): ¿Cuál es tu nivel máximo de estudios?

(AE): De formación hijole yo soy diseñador gráfico, licenciatura trunca, no la he terminado.

(MP): ¿Eres “UAMERO” verdad?

(AE): Sí soy “UAMERO”. De la UAM Azcapotzalco.

La ventaja de la UAM es que tiene una formación integral, entonces convivíamos mucho con miembros de otras carreras, como no hay facultades en la UAM tenía de vecinos a los de sociología, y en diseño pues somos muy versátiles, entonces siempre estábamos haciendo cosas y me tocó a mí estudiar en una época muy álgida, que era el cambio de milenio, en donde se producía información de todo tipo, desde que se iba a acabar el mundo, hasta los zapatistas, el cambio de dejar el PRI hacia la democracia, ese año fue muy intenso porque fue muy creativo, entonces yo participé en el movimiento estudiantil y en algunos medios de comunicación, desde que iba a la secundaria, pues siempre estaba en el periódico mural haciendo cosas, hacía mi comic, desde niño leía *La Jornada*, entonces creo que siempre quise hacer esto.

(MP): ¿Qué estás realizando actualmente?

(AE): Ahorita estoy coordinando *Pulso Ciudadano* junto con otro compañero.

(MP): ¿Y además de esto tienes otro trabajo?

(AE): No, sólo me dedico a esto y hace un año daba asesorías para financiar *Pateando Piedras* en redes sociales y de esa manera lo trataba de hacer. Y todo como una parte, una filosofía, porque la libertad de la información en este país está coartada por los intereses privados, entonces ya sea que le pidas dinero al gobierno, un banner del gobierno, o le pidas dinero a la empresa, generalmente coarta tu libertad de expresión, pero nosotros los que hacemos en *Pateando Piedras* era ofrecer servicios derivados de lo que íbamos aprendiendo y así financiábamos el sitio y escribíamos lo que queríamos y lo seguimos haciendo ahora con *Pulso Ciudadano*.

(MP): ¿Y cómo fue tu acercamiento con las computadoras?

(AE): Huy, pues siempre, bueno en el 97 cuando empecé la carrera, pues llegaban las primeras conexiones a internet y cómo todos pues para investigar y para muchas cosas, pero en este sentido ya directo para crear un medio de comunicación, fue casi casi accidental, todo tiene que ver con que inicialmente yo quería hacer documentales, yo quería ser cineasta, todavía quiero serlo, todavía quiero hacer documentales de hecho. Entonces, eso en el 2005 hago un documental sobre la

juventud y la política en México, precisamente para incidir en el proceso electoral de ese entonces y porque descubrí que ninguno de los 3 partidos, ni AMLO ni Madrazo ni Calderón tenían propuestas claras para los jóvenes, entonces decía “si los jóvenes son los que más van a votar ese año, cómo es que no hay propuestas para ellos”.

Entonces contacté a los chicos de *Tu Rock es Votar*, al Olallo que no aceptó la entrevista, pero tuvo una declaración, a todos los personajes clave en esa época, casi no había declaraciones en las redes sociales en ese entonces y la razón por la cual me acerqué a internet, tiene la culpa MTV, había subido un tráiler a la red yo dudoso de *YouTube*, y me contacta un productor que me dice “Oye pues quiero difundirlo en *MTV* para que esto salga” y yo bien emocionado digo “está bien, va a tener financiamiento y apoyo, lo que sea” y resulta que todo se cae por el huracán este que hubo en 2005, muy potente Katrina que alteró la programación de *MTV* por todo un año ya no hubo cabida para el documental, y como era para presentarse antes del 2 de julio, 6 de julio, ya no recuerdo cual fue la fecha de las elecciones, ya no se iba a presentar y cuando se presentara pues ya no se iba a hacer, entonces me quedo de pronto sin el apoyo y la única manera de soltarlo era o financiarlo o en la red, aventurarme a hacerlo en la red.

Pues voy y lo termino y lo mando, lo pongo en la red, a la mitad, se queda a la mitad el documental y sucede lo que nadie esperaba, suceden los resultados polémicos, la toma de la tribuna, una época muy álgida en el país, entonces yo sigo documentando, porque los actores que están en el documental siguieron participando en el proceso, uno de ellos se puso en huelga de hambre, *Tu Rock es Votar* se apareció, Olallo hizo otras cosas, todo eso digamos que terminó y buscando la manera de sacar ese documental es que yo termino creando *Pateando Piedras*, el documental se llamaba *Pateando Piedras: política y juventud* por una canción del grupo Los prisioneros.

Y es en el 2008 que tengo los recursos propios para terminarlo, que una amigo que conozco por Internet, en un foro de Internet que me dice “oye por qué no lo pones en Internet, creas una página, generas dinero y sigues haciendo documentales”, dije “ah, suena bien ese modelo”, entonces me pongo a estudiar casos de éxito, sobre todo de Leo Prieto, que creo que te puede servir a tu investigación, es uno de los pioneros de los contenidos, no en México, pero sí en español. Leonardo Prieto que tiene una red de blogs ahora, entonces me pongo a estudiar su caso de éxito y me digo “Sí es posible, hay que chambearle un rato, pero es posible”.

Ya no solamente hago el documental, sino que monto el documental en una página, pongo unos anuncios de *AdSense de Google* para generar ingresos, y parte digo, bueno la mejor manera de mantener vivo el documental es que escriba yo notas, así como yo descubrí el potencial de Internet, pues que *Pateando piedras* sea un blog para relatar, y como la historia de Leonardo Prieto decía, y así como su historia la mía, y la de muchos más, “por qué no uso *Pateando piedras* para relatar cómo internet afecta la vida de todos y cómo puede mejorar muchas cosas, y si puede nos puede ayudar, como a mí si querían apoyos” y no lo pude hacer en un mejor momento porque justamente en 2008 se da la campaña fenómeno de Obama, entonces me toca relatarlo en mi blog.

Resulta que en algunos momentos de ese año empezaba a repuntar en visitas y competir con otros medios ya establecidos, cuando se da la crisis de la influenza, bueno, antes con el avionazo de Mouriño, pues resulta que de chiripada yo era de las primeras fuentes, porque ya existía *Twitter* y ya aprendía a usar, aprendí yo a detectar cómo se manejaba, como se producía la información, ya después los medios grandes ya en avalancha y completaban el ciclo informativo, pero nosotros los blogs, el *blog.com.mx*, *Pateando piedras*, no recuerdo si el *SDP noticias* cuando era el Sendero del Peje, pero estos blogcitos, *Vivir México* sobre todo, como que éramos los primeros en ciertas cosas.

Entonces ese año pues digamos que ese año fue bueno porque fue cuando empieza *Pateando Piedras* como blog, ya dejo los documentales ya de lado, o hasta conseguir dinero, que eso ya está sucediendo ahora en este año, y 2009 pues es un año maravilloso para las redes e Internet en México, y todo tiene que ver con la forma en que se produce la información en este país, es que

cuando se da la crisis de la Influenza se revela algo muy grave, que el Estado ni los medios de comunicación están a la altura para atender la tragedia, entonces entre mitos, miedos y mentiras entre el Estado y los medios de comunicación, la gente está ávida de comunicarse.

Es cuando crece *Twitter*, pasa de 30 mil usuarios de ese febrero de 2009, en plena crisis de Influenza llega a 100 mil, es cuando yo abro mi cuenta en *Twitter*, por ejemplo, un día antes o el mero día cuando empieza la crisis de influenza, y se vuelve un vehículo, los blogs combinados con *Twitter* y con *YouTube*, y es en México, no en otros países donde se empieza a dar la revolución de la información, estos movimientos cybersociales como el 15M, como ahora el 132, tienen en parte su origen en México, es algo que se les debe hacer justicia, porque nadie lo ha investigado a fondo, estamos por sacar un libro nosotros, con una compañera, relatando precisamente esto, que justamente esta crisis de información que se da con la influenza que se llena con la participación colectiva es en sí una revolución.

No necesariamente tienen que ser cambios políticos, tiene que ver cómo se alteran los procesos sociales y si te das cuenta y si llegas a investigar es en ese año cuando las redes sociales aparecen como un actor en México, entonces los *bloggeros* como yo, todos los *Twitter os* como otros ya tenemos una opinión colectiva. Entonces ese año, un mes después, o después, no recuerdo bien las fechas se da el movimiento de *#Internetnecesario* que es cuando a la comunidad en colectivo logra frenar una reforma a la ley que afectaba a las telecomunicaciones y es a través de la cooperación colectiva, que conocemos de qué se trata, sabemos cómo revertirlo, que se va al Senado, que nos invitan, yo no fui, pero fueron otros compañeros que fue el Sopitas, algunos nuevos *Twitteros*, esta chica *blogger* muy famosa @Plaqueta, y otros actores nuevos.

Ya somos actores que podemos transformar la sociedad, a ese nivel, pero ya tenemos una voz colectiva. En ese año se da también el movimiento del voto nulo que nace en blogs, que llegan a la portada de Proceso, y cuando Proceso los pone en la portada, se da todo un fenómeno social que lo acaban acaparando unas *ONG's*, pero se logra que en algunos estados como el DF la votación llega al 10% del voto nulo, y pasan más cosas como la toma de Luz y Fuerza y la lucha del SME que también es un parteaguas en cómo se genera la información en la red, porque se detecta el momento en que viene la policía, el SME lo utiliza como un vehículo con la huelga de hambre y es precisamente cuando se da la huelga de hambre del SME.

Conozco a una chica española que se llama Altea Gómez que llevaba un blog de la huelga de hambre y es cuando la invito a colaborar en un proyecto de pateando piedras, y ya para ese entonces *Pateando Piedras* tenía la mitad del público español y la mitad de público mexicano, entonces al llegar ella llega a ordenar todo el sitio, le da forma, o sea ya no un blog sino digamos que un poquito más cercano a un portal, tenemos colaboradores, empezamos a relatar el proceso de la huelga del 29 de septiembre en España, la huelga general que para mí y para ella es el parteaguas, es donde se empieza a cocinar el 15M, nace el movimiento "No les votes" de la *Ley Sinde* en España, en México en paralelo está el ACTA, entonces no solamente conectamos México y España, sino que conectamos comunidades, o sea ese poder tiene *Pateando Piedras* en ese entonces que a través de lo que escribimos colaboradores de allá y colaboradores de acá nos damos cuenta de que es lo mismo y se empiezan a conectar.

Ese papel tienen las redes sociales, también la red de *Alt1040* de *Hipertextual* tiene ese efecto por ejemplo, entonces más que blogs, más que medios tradicionales de comunicación somos comunidades, plataformas en la que la gente no solamente se informa, también participa, también reporta, opina, también se conecta entre sí, entonces es diferente a un medio de comunicación tradicional, y en el caso de *Pateando Piedras* siempre hemos escuchado a la comunidad, si alguien nos dice "sabes que tu título está muy exagerado y es que a tu contenido le falta algo", pues vamos y lo cambiamos, no tenemos ningún reparo en hacer eso. Es un buen año para *Pateando Piedras* porque en 2010 nos toca relatar toda esta transformación que sufre la red en México y es en 2011 cuando empieza a crecer *Pateando Piedras*, que es cuando Altea se da cuenta por el

comportamiento de los post y las estadísticas que algo está a punto de ocurrir en España, entonces nos organizamos.

Y termino yo yendo a Madrid a cubrir lo que sería la primer marcha organizada a través de redes sociales en España, que eso ya era histórico porque España ya tenía 70 años de nula participación política de los jóvenes, entonces a través de la red se convoca a una marcha nacional para el 15 de mayo, y eso ya era épico, eso ya era fenomenal, y entonces digo “yo tengo que estar ahí”, tenemos que estar ahí, al final sólo pude ir yo, entonces cuando llego a Madrid, pues era el único medio mexicano por así decirlo, había poquitos internacionales, solamente estaba *Reuters*, entonces cuando termina la marcha me toca presenciar y nos toca relatar uno de los procesos más hermosos que conozco, es decir que esta Madrid, termina la marcha, algunos chicos deciden quedarse a protestar, estaba muy álgida porque aparte era un éxito, la marcha se convierte en *trending topic*, era *#mani15M* ahora que recuerdo, porque en España usan mucho las siglas de los meses con las fechas, no fue nada planeado ni nada.

Termina la manifestación y entonces la policía nacional y la municipal entran a desalojarlos porque tenían permiso hasta cierta hora y de la manera más tonta queman 2 contenedores los policías y empiezan a golpear a los chavos que estaban; yo quedo *shockeado* de la magnitud de la violencia porque la Puerta del sol se llena de gases lacrimógenos, es una avalancha humana que corre hacia todos lados, y unos 10 chavitos se quedan en frente de la policía a *twittear* y a gritarles “no tenemos miedo, no tenemos miedo, no tenemos miedo” y este no tenemos miedo se vuelve a convertir en *trending topic* y empieza a surgir otro que se llama *spanish revolution*.

Altea desde México está monitoreando esto, ella dice que se crean *trending topics* mutantes, retomando un artículo del País, y sí, es un momento muy álgido en que se emitían miles y miles de mensajes por segundo, una creación colectiva en todas las ciudades, no nada más en Madrid, entonces esos 10 chicos que se quedan ahí, deciden quedarse a dormir ahí, no solamente desafían a la policía, sino que se deciden quedar ahí, dicen “nos queremos a quedar a acampar, por qué, porque queremos todo, no tenemos claro qué queremos, pero lo queremos todo”, hay muchos videos de ese día y los que hicimos nosotros.

Y amanece al otro día con el primer día de la acampada sol, estábamos nada más *Pateando Piedras* y *Reuters* y nos toca entrevistar a los que estaban ahí amanecidos en la acampada, y es un privilegio por que a partir de ahí hacemos un montón de amigos y de colaboradores españoles que, ah también estaba *Periodismo humano* por ejemplo que se integra hasta al segundo día, que no solamente éramos un medio de comunicación, sino un medio de articulación a través de los comentarios y las noticias y lo que relatábamos sí ayudábamos a que creciera el movimiento.

Y dice Altea que sí, que en efecto como ella y otras personas que trabajaban en estos sitios como *Periodismo humano*, como el foro de *burbuja info* y un montón lugares ayudaron a crecer el movimiento *15M* y es que así ocurre, no solamente los blogs, los *Twitter*, los foros. El *15 M*, cuando se unen tres movimientos que es *No les votes*, Juventud y futuro y el Movimiento por la vivienda se unen a través de un grupo en *Facebook*; un día tienen una junta en el Patio Maravillas que es un lugar muy conocido en Madrid y deciden juntarse, “Decían vamos a juntar la lucha” y los otros “sí vamos a las calles”, “sí y nosotros nos movemos por la red”, y se desata una bomba, porque no solamente se crea democracia en red ya, sino que se crea un movimiento cibernético de una gran magnitud que todavía sigue, que ahorita están por tomar el congreso.

Tiene que ver con *Pateando Piedras* porque, yo nada más iba por una semana y ya después me iba a ir a descansar, peor cuando pasa todo esto digo no, esto hay que presenciarlo, hay que relatarlo, hay que estudiarlo, hay que absorberlo, hay que llenarse de esa energía. Y me pongo a entrevistar a quien se dejara entrevistar, descubro el cómo se fue formando, conozco a los actores principales, Altea hace su investigación desde México y de pronto tenemos que *Pateando Piedras* es uno de los

sitios que ha documentado, pero desde un año atrás, cómo fue naciendo el 15M, ese y otros blogs, otros medios de comunicación.

Y al mismo tiempo en México se estaba gestando otro tipo de movimientos, pero total me quedo 4 semanas en España, ya casi sin dinero y sin nada, regreso a México con las ganas de regresar “es que tenemos que volver, hay una revolución que se está gestando”, entonces a través de Twitter conozco a Epigmenio Ibarra, y a través de un Mensaje Directo le pido apoyo para hacer un documental, que se sigue grabando, de hecho vuelvo a España los próximos 15 días, para regresar. Le digo “sabes qué eres productor, francamente necesito ayuda”, y sí, me ayuda con el boleto de iba, yo consigo el hospedaje en Madrid de nuevo y me vuelvo a lanzar a Madrid otro mes, entonces ya me toca ya grabar cómo se terminan las acampadas, cómo se consolida la red de colaboradores.

Y ya después por azares del destino, como nos dedicábamos a hacer asesorías, pues ya Epigmenio nos ofrece crear un proyecto, como una forma de apoyarnos para continuar con nuestra labor y es cuando nace el proyecto de *Pulso Ciudadano*. Que es digamos *Pateando Piedras* pero con recursos y con la calma de hacerlo bien, porque antes *Pateando Piedras* le metíamos el tiempo que podíamos y aparte chambeábamos en los proyectos de nuestros clientes para poder financiarlo y ahora ya nos dedicamos de lleno a *Pulso ciudadano*, estamos por retomar *Pateando Piedras* y de volverlo a surgir porque se merece que vuelva a surgir ese medio, porque justamente en el momento que estamos viviendo tan duro en México hace falta una comunidad así, hace falta una plataforma como lo fue en su momento *Pateando Piedras*.

Y bueno con *Pulso Ciudadano* la intención es..., en *Pateando Piedras* en lo que nos caracterizábamos es que escuchábamos a la comunidad, desde un *feeling* humano, es decir, tenemos nuestras listas, nuestras comunidades, nuestros amigos, un blog de colaboradores y de alguna manera nos da un panorama de qué estaba pasando y a veces la gente nos mandaba información, sobre todo los *tuiteros* de *Reynosa follow*, un montón de comunidades que conocíamos que confiaban en nosotros, nos mandaban digamos que el pulso de lo que ocurría.

Coincide que en Argos tenían un apartado que se llama *Pulso Ciudadano* donde Epigmenio Ibarra sube sus videos o documentales sobre marchas y eso, entonces un día estando en uno de los foros planeando el medio, se planea como integrarlo, a Altea y a otro compañero y a Epigmenio se les ocurre integrarlo a una telenovela que estaba en ese momento que es el Octavo mandamiento y ella dice “por qué no combinar la ficción con la realidad”, por qué no un medio de ficción y una forma de denunciar como un medio no puede operar en la realidad, o sea tiene que ser alguien de ficción para hablar de la verdad, o por qué no Julián Sanmillán, el protagonista del Octavo mandamiento es el director de *Pulso Ciudadano* en la telenovela y en la vida real.

Entonces creamos un personaje tanto para la telenovela, y en la vida real le creamos una cuenta de *Twitter* y un columnista que todavía no puedo revelar el nombre, muy famoso, asume el papel de Julián Sanmillán, que es un personaje histórico en este país, entonces Julián también escribe en la realidad el panorama de México, el Pulso ciudadano, las columnas de Julián Sanmillán son muy precisas en *Pulso ciudadano*. Y logramos que nos abran un espacio en la telenovela todos los días o cada tercer día en el cual nosotros metemos notas del sitio en la telenovela, entonces de pronto vuelves a ver la telenovela que está en línea, Julián Sanmillán viendo su laptop y diciendo “hoy en *Pulso ciudadano* publicamos esto”, y era la nota de ese mismo día, y era la locura, porque tenías que hacerlo en una hora, entregárselo a los escritores, los escritores a la producción y la producción hacer la (inaudible), se termina la telenovela, se nos acaba el contrato, pero vemos que tiene potencial esto, y entonces es cuando...

Vas a ser la primera en saberlo, pero estamos por lanzar un nuevo medio de comunicación, en el que rescata lo mejor de *Pulso*, la experiencia de *Pateando Piedras* y la de *Argos*, para lanzar ya abiertamente una nueva forma de comunicar, continuamos nosotros con *Infames*, ya casi no se puede por la naturaleza de la historia, pero uno de los protagonistas colabora en *Pulso ciudadano* y

le seguimos dando el impulso de esa manera y lo que tratamos de hacer ahora con *Pulso* es crear por primera vez un medio de la gente, es decir, durante todo este año que no te conté, en *Pulso* aparte de la novela, del comunicación *on line*, creamos un curso de comunicación digital, en Casa azul, para formar a nuevos periodistas ciudadanos, para que creen otros medios como *Pulso ciudadano*, y pues tiene un éxito, no sólo los formamos sino que crean sus medios y ahora colaboran en *Pulso*.

Entonces la idea es, ya que se configure, sacar un gran medio de comunicación que cuente la verdad, y ¿cómo es que se cuenta la verdad?, partimos del marco teórico de que la verdad en una construcción colectiva, o sea los medios de comunicación tradicionales tienen una mesa de redacción, tienen un consejo editorial, y la verdad es según sus intereses, es decir, si tienen un inversionista, si tienen un personaje como director editorial, francamente van a ser una visión sesgada a la realidad, pero nadie se ha atrevido en este país, solamente hay un caso de éxito en los 80's en El Salvador, de que un medio diciendo la verdad, pero la verdad tal cual, lograba cumplir su función social, que es informar.

Entonces lo que pretendemos con este nuevo medio de comunicación es de alguna manera pues contar la verdad y que sea por primera vez, con las herramientas tecnológicas que vamos a usar, qué pensamos, qué nos interesa, cuál es nuestra opinión sobre un tema realmente, no estas encuestas de 1000 personas desactualizadas, ahora tenemos la capacidad técnica, que esa va a ser la novedad de este nuevo medio, es que desarrollamos un nuevo algoritmo en todo este tiempo, yo soy programador también, en el que podemos analizar en tiempo real la opinión de 40 miles de mexicanos que están conectados a Internet; tu dirás “bueno es la mitad”, bueno es mucho más que los mil de una encuesta y además estas personas que están en línea permean a su grupo social, y de alguna manera de rebote o de alguna manera integral podemos conocer la opinión de toda su comunidad.

Entonces nuestra aspiración y nuestro compromiso va a ser crear un medio que cuente la realidad tal cual y que se vuelva referencia y que ayude al equilibrio de poderes de este país, y también tenemos una forma novedosa de financiamiento, que ha sido muy exitosa en otros países, sobre todo en España y en Estado Unidos, que no solamente le asegura la permanencia al medio, sino que nos va a dar el lujo de poder ayudar a lo colaboradores y de poder crear muchos productos comerciales nuevos también para que esto sea sustentable.

Entonces vamos por la novedad, no somos exagerados, queremos hacer una revolución en los medios de este país, sobre todo con la experiencia de *Argos*, que es una empresa que en los 90's con las telenovelas hacen un parteaguas en este país, con la forma de mostrarlas, entonces lo que queremos es aspirar a hacer esto, queremos crear un gran medio de comunicación cuyo eje rector sea la verdad, tal cual que ahora ya es medible, y que de espacio a todo tipo de expresiones, algo que le comentaba a los compañeros, es que nos vamos a unir varios grupos aquí, es que muchos medios tienen sus columnistas, tienen su matriz de opinión, pero en un momento determinado, hay una persona que es desconocida, que en una coyuntura emite una opinión, y nadie le da espacio.

A esas personas hay que darles espacio en el medio, esa es la función social que debe tener un medio de comunicación, y también un medio de comunicación debe de tener responsabilidad social en los desastres naturales, en los servicios públicos, incluso en *Twitter* ahora esto tan famoso de que “se perdió una niña y que hay que ir a buscarla”. Un medio de comunicación debe tener un espacio para eso. Se ha confundido todos estos años de periodismo que los medios de comunicación deben ser para fijar una postura y no, deben ser para informar a la gente.

Si revisas las estadísticas, que te recomiendo que lo hagas, *Twitter* en 2009, rebaza por mucho al medio más consultado en este país que es El Universal, lo rebaza por millones de visitas, entonces el medio social ya existe. Todos en conjunto como dice el Dr. Pisanty, quien es el que inicia el movimiento de internet necesario, con un twit muy acertado, en ese 2009 el decía , “Es que todos en

conjunto, más que un medio de comunicación somos un medio social de información, porque todos aportamos en el proceso informativo, somos una comunidad latente, por un montón de grupitos, pero generamos información en cada uno de ellos, entonces en total el time line de *Twitter* de este país, y seguramente el de Facebook es en realidad un medio de información social, entonces el reto que tenemos nosotros es sistematizarlo, ordenarlo y abrirlo a la participación de todos”, entonces este medio va a ser novedoso también en el sentido de que vamos a dar todas las herramientas para que el que quiera escribir, aunque no sepa lo va a poder hacer.

Y también vamos a crear el verdadero periodismo colaborativo, en el que si tu tienes una foto, un video, un texto, lo pongas ahí en un repositorio y con ayudas tecnológicas si tu sabes editar un video puedas terminar ese material aplicando toda la cultura digital, todo el *creative commons* de tal manera que el que pone la fuente da permiso a que alguien más la derive y nosotros damos el espacio, y si no que se la lleve a otro sitio pues. Pero lo importante es que se genere la información, esto más que un medio va a ser una plataforma, entonces para allá va *Pulso ciudadano*, es digamos que, no es la evolución de *Pateando Piedras*, es más bien la conjunción entre *Pateando Piedras* y *Argos*.

Pateando Piedras lo vamos a revivir ahora ya que podemos hacerlo, vamos a seguir con los documentales, esto que te decía al fin lo vamos a poder hacer este año, los documentales tienen que ver también con que la verdad vamos hacia la Web 3.0, y la Web 3.0 no es más que la web semántica. Y cómo se traduce esto al español, es que es una red de significados, volvemos al origen en donde la voz, la imagen, ya no tanto el texto es lo que va a dominar a los medios de comunicación.

Ya con estos teléfonos ya solamente hablo y se escribe sólo, o mando un video y expreso mi opinión, como 132, cuando nace obviamente con los chavos de la lbero con el 131, con esta indignación suben sus 131 videos y alguien, creo que Saúl Alvidres es el chico que detecta que “bueno como no es que los demás universitarios somos el 132” y se detona todo lo que hemos visto estos últimos tres meses. Pero cómo se detona, por un video.

En Egipto, en la toma de la *Plaza Tahir* se detona por un video de una chica valiente que se indigna por que en Alejandría los policías habían asesinado a un chavo con exagerada brutalidad, entonces dice “bueno todo el mundo se está quejando, se está indignando, pero no hace nada” entonces se graba, ahí está en *Pateando Piedras* relatada la nota, donde se ve a la chica, una chica menudita que dice “bueno me vale madres –en pocas palabras– yo voy a ir a protestar el 25 de enero” entonces genera un efecto en que los demás egipcios, que aparte es un país musulmán que se ha caracterizado por su machismo, como muchos pues, que dice “no, cómo va a ir una chica sola a protestar”, entonces van en masa a la *Plaza Tahir*, para no dejar a la chica sola y también muy indignados por la brutalidad policiaca de Alejandría, y se da lo que conocemos, termina con el derrocamiento de Mubarak.

En Tunez también pasa lo mismo, un chico, un desempleado se inmola en la plaza central, en Chile pasa lo mismo. El caso de Chile es el más poderoso y el más ignorado por los medios, Chile lleva un año movilizado todos los días en las calles y cómo se genera eso, con una travesura de unos chavitos de secundaria entre 13 y 15 años, quienes un día dicen “no es lógico que en este país paguemos por la educación”, entonces como entre *pijamada* y fiesta “por qué no cerramos el liceo” y lo publican en *Facebook*, y es que debes saber que el *Whatsapp*, el *Facebook* en los adolescentes de todo el mundo son bombas de información. *Twitter* es más bien para nosotros los adultos, pero *Facebook* y *Whatsapp* tienen un poder de articulación fenomenal, y entonces cierran el liceo y al otro día o al tercer día hay como 114 liceos en todo lo largo que es Chile por liceos tomados por adolescentes. Entonces luego llegan los universitarios Camila Vallejo y los de la prepa, pero que se inicia en *Facebook* y con una demanda concreta que era la educación gratuita, porque la debe financiar el Estado.

Que es también el origen del 132 y también la causa de su disolución, o sea el 132 cuando nace es abiertamente por la libertad de expresión, pero en el momento en que empieza a diversificar sus demandas y se aleja del motivo inicial es cuando va diluyéndose. También le pasa al 15M, en un primer momento su exigencia era la democracia real, pero llega un momento de indefinición tal, un montón de asambleas que pierden la esencia. Pero yo que me dedico a analizar tendencias la demanda sigue, en México sigue la demanda de algo, Chile continúa, Chile es el primer caso de éxito porque lo han sabido mantener, no se han desviado de su demanda inicial y eso los va alimentando cada día más; en Egipto los musulmanes, la demanda musulmana terminó apoderándose del movimiento. Pero digamos que si estos movimientos colectivos vuelven a su esencia pues pueden lograrlo, y todo tiene que ver con *Pateando Piedras* y *Pulso* porque yo inicié este proyecto, algo que no te conté al inicio es que yo trabajé en varios medios de comunicación, trabajé en *Reforma*, trabajé en *Terra.com*, y me di cuenta de que... y siempre he sido de esta filosofía de que si no me sentía a gusto ahí, si no me dejaban hacer lo que yo quería, pues tenía que crear mi medio, y me di cuenta de que en ese momento...

(MP): ¿Escribías en esos medios?

(AE): No, no me dejaban escribir, en algún momento colaboré con una nota en el *Reforma*, pero era muy difícil, son medios muy verticales, son medios en el que el Consejo Editorial decide qué, y la ventaja es que el *Reforma* es más abierto que otros, el *Reforma* que es de derecha, yo soy de izquierda, lo que me gusta del *Reforma* es que en las juntas editoriales estábamos todos, diseñadores, editores, redactores, ahí si había como cierta integración, porque entendían el concepto integral de la noticia, que es un concepto que yo me llevo para pateando piedras.

Y en *Terra.com*, que ahí casi no estaba en el proceso informativo, estaba más bien en la parte de negocios; lo que me llevo de *Terra* es este preciso conocimiento de las necesidades de la gente en tiempo real, *Terra* no tiene un *staff* muy grande, pero ahora compiten con otros medios, y por qué, porque saben leer el terreno, saben leer qué quiere la gente, entonces de ahí más o menos tengo las nociones del pulso ciudadano, de cómo medirlo y te enseñan en *Terra* y en *Reforma* por ejemplo que son medios muy estrictos, o sea en el *Reforma* yo que me dedicaba a producir gráficos animados, hay varios publicados míos si los quieres consultar, tenías que meter un código de estadísticas y si no los metías casi te corrían pues, porque todo tiene que ser muy medido, porque ahí determinas el dinero, los ingresos, pero también determinas la influencia y en *Terra* todo el tiempo se estaban explorando las necesidades, por ejemplo si de pronto se dan cuenta de que la gente le gustan los videos, pues van y crean *Terra tv*, y si se dan cuenta de que es una temporada de viajes pues van y crean un apartado de viajes para que tu puedas no se que.

Y piensan de manera integral, entonces ya dejan de ser medios de comunicación, por lo menos *Terra* ya no es un medio de comunicación, ya es un montón de cosas juntas, pero como no tenía mucha participación y como abiertamente son medios muy grandes que ya estaban definidos digo "no es que si yo trabajo en un medio debo de poder aportar mis ideas", entonces *Pateando Piedras* y en *Pulso ciudadano*, quienes colaboramos no siguen mi línea y ni quiero que sea así pues, yo abre sido el iniciador de *Pateando piedras*, pero mi compañera Altea, u Oriol Malló que también colabora aquí conmigo pues han aportado sus ideas, entonces ya no es un proyecto mío, ya es un proyecto de 3 y los más que se vayan a sumar.

Entonces así deben ser los medios, entonces este nuevo medio va a ser así, vamos a poner la plataforma y que la gente decida que es después, y es como *Facebook*, *Facebook* está conquistando la red ahora mismo precisamente por eso, porque sabe escuchar, porque a través de sus políticas de gobierno, que las tiene, escucha a todos, entonces si la gente ahora dice quiero usar el *Foursquare*, pues ponemos *Places*, la gente quiere anunciar, pues creamos los anuncios, si la gente quiere no se que, va y crea una nueva cosa dentro del *Facebook*.

Incluso mejor aún, en el 2008 cuando abre la parte esta de desarrollo, cuando tu puedes crear aplicaciones de *Facebook* te deja que tú propongas, entonces esas cosas deben ocurrir, porque ya son parte de mundo real, entonces qué significa esto, que no se si tenga que ver con la entrevista, pero si aprovecharía, es que Internet si viene a cambiar las cosas, sí tiene un poder de transformación, viene a cambiar el mundo de las librerías, de la música, abre otros campos, y forzosamente va a producir cambios sociales, ya no hay vuelta atrás pues, este tipo de medios nuevos de comunicación, estas nuevas profesiones, o sea yo tengo una profesión indefinida porque hago diseño, comunico, programo, hago cosas; crea nuevas cosas de todo, crea nuevas formas de compartir conocimiento, de creación colectiva, es un arma creadora pues, tan sólo *creative commons* es contrapuesto a las políticas de *copyright* y es por eso que trastoca mucho el mundo tradicional, por eso es que las disqueras, *Hollywood* impulsan ACTA, o SOPA, por eso el gobierno de Veracruz emite leyes para que no puedas escribir lo que sea sin permiso, por eso es que incluso algunos medios como *El Universal* que está en Internet no permiten que copie sus contenidos, pero se terminan alejando ellos mismos.

Entonces te das cuenta de que es un mundo en el que el dinero no pesa, si alguien como yo y otros *bloggers* o *tuiteros* con su blog, como el Santo, que es un caso muy especial, nada más le invierte 100 pesos, y ahora ya aspira a competir en tráfico y en influencia con otros medios, porque ya no es el dinero, Internet viene a democratizar todo, da los recursos al alcance de todos para poder hacer lo que quieras; entonces digamos que estamos en paralelo con un mundo ideal, la democracia total que es Internet y con este mundo tradicional que está en lo real por así decirlo, que forzosamente este mundo virtual va a terminar influenciándolo.

Y estamos ante una revolución de todo, no solamente de información, ya algunos teóricos y académicos ya le llaman a estos movimientos, desde el EZLN les llaman la *NetWar*, la guerra en redes, y es así, estamos asistiendo al nacimiento de nuevas cosas, de nuevas formas de relacionarnos, de crear, de informar, y bueno, eso es lo que queremos en *Pulso*, no solamente crear un medio de comunicación, si no con *Pateando Piedras*, y con *Argos* y con todo lo que viene, sí queremos crear una nueva forma de comunicar, pero también aspiramos a cambiar el país.

(MP): ¿Para cuando tienen proyectado esto?

(AE): Yo creo que la próxima semana, sí ya está muy avanzado esto.

(MP): ¿Y qué va a pasar con los otros dos sitios?

(AE): *Pateando Piedras* va a continuar, porque la idea de este sitio nuevo es que sea también una red de sitios y entonces seguramente vamos a integrarlo a este nuevo sitio. *Pulso* seguirá siendo el motor de la información, puede ser que se siga llamando *Pulso Ciudadano*, puede ser que no, pero ya lo sabrás esta semana, vamos también a buscar aliados. Por ejemplo estamos colaborando con *Icobs*, que es un chico que hace *stream*, en *Pateando Piedras* trabajando con Sallesino que hace ilustraciones. Vamos a crear una red de colaboradores, pero ahora también vamos a apoyarlos, muchos medios como el *Huffington Post*, o como otras redes de blogs pues sí comparten información, pero no retribuyen ganancias con quienes colaboran.

Pero el *creative commons* también sí te permite compartir y tomar información de otros sitios, pero yo creo que si generas dinero con ese material tiene retribuirlo aunque sea de forma simbólica y eso en términos de negocios, fíjate que la red también trastoca la formación de negocios, porque a un negociante tradicional diría “no, cómo voy a regalar la información a otros espacios” pues no, porque ya en la realidad, ya en números, ya en la realidad generas riqueza y te retribuye; pasan fenómenos sociales que solamente se ven en procesos de red y que te retribuyen las ganancias, parecería que

no, pero sí, hasta te conviene más en términos de negocios, generas una comunidad, generas una economía aparte.

Eso lo hace el 15M en España en las calles, ahora que fui a Madrid ya hace un mes, esta editorial *Traficante de sueños* tiene un programa en el que si quieres poner un libro lo publicas, se vende y te dan dinero, pero al mismo tiempo esta editorial con el periódico *Diagonal*, que es un medio de comunicación, crean un programa de comunas y de cooperativas en las que hay una que se llama *free press*, y un montón en Barcelona, se dan créditos entre sí, o sea esta es cliente de esta y ésta es cliente de otra, crean una economía paralela que resisten a la crisis.

Esto podemos también hacer en México y en este medio de comunicación, podemos generar una economía alterna, que es algo que ocurrió en el 2008 durante la crisis tan dura que ocurrió aquí en México, yo cuando era *freelance* en ese entonces, mientras estaba con *Pateando Piedras* para sobrevivir, termine sumándome a una especie de cooperativas informales en las que yo diseñador le vendía a otro y compraban y así, entonces nos manteníamos al margen de la crisis. Yo descubrí muchos casos que no se si alcancé a relatarlo en *Pateando Piedras*, el que muchas empresas se unían entre sí y compraban en bloques a proveedores o vendían en bloques, en bloque creaban una empresota, esos son procesos colectivos, esos son procesos en red.

Ahora con la red ya se puede hacer más, ahora imagínate una comunidad de *freelances* que no se ha explorado, que esa es una muy buena idea si alguien la quiere retomar, que se pongan un montón de *freelancers*, mil por ejemplo y que todos juntos creen, algo que falta en este país son defender los derechos de los trabajadores independientes, que creen una suerte de sindicato, que fijen una tarifa única, que fijen un contrato único, que entro todos esos mil contraten un despacho de abogados. Es la fuerza de lo colectivo lo que viene a aportarse a la red, seguimos siendo nosotros, las redes sociales somos nosotros en el terreno, ya con la red estamos conectados entre sí y se vienen años muy interesantes porque con estos aparatitos ya la red deja de ser de computadoras. Ya puedes ir en la calle y como yo lo hago, desde aquí puedes publicar notas, como pasa con la nueva generación de aparatos que vienen, ya podemos estar más integrados, entonces sí ya podemos estar generando una conciencia colectiva que es lo importante y lo interesante de estos fenómenos.

(MP): ¿En qué año exactamente comienza *Pateando Piedras*?

(AE): Comienza en el 2005, pero no tiene contemplado internet y era para hacer documentales, abiertamente en Internet comienza en junio de 2008.

Martha Palacios (MP): ¿Cómo empiezan a integrarse colaboradores a tu proyecto?

(AE): A través de la red, de hecho desde hace un año para acá todos mis amigos, contactos, clientes han sido a través de *Twitter*, entonces sí es a través de *Twitter* que conozco a todos y por ejemplo al primer compañero que se llama [Omitido] con el que empecé el blog fue a través de un foro de cine porque yo siendo documentalista buscaba apoyo en un foro y encontré el contacto y me dijo “Sí está bien, yo pongo el sitio y tu el contenido. Está bien” y sin conocernos eh, y pasó casi un año para que nos conociéramos en persona, pero ya cuando nos conocemos pues ya... ese tipo de procesos te permite la red, y ya después siguió su camino porque él es más comercial.

Y a Altea la conozco porque cuando yo comienzo a cubrir la huelga de hambre en el SME, ella saca un blog sobre la huelga de hambre, entonces a través de twits y en el blog es como la comienzo a contactar, y el día en que nos conocemos en persona pues ya es cuando comenzamos a colaborar, y también Oriol Malló que es un gran periodista pues también a través de ella, pero ella lo conoce a través de la red, lo conoce a través de Facebook.

A Epigmenio Ibarra lo conozco a través de un twit y lo conozco porque descubro que Epigmenio y otras personas seguían a Pateando Piedras, o sea que este blog que estábamos haciendo con mucho cariño pues sí lo seguían personas reconocidas y eso te llenaba de orgullo, entonces es a través de un *DM* que lo conozco, le digo “sabes que pues apóyanos para volver a España” y mucha gente de España, colaboradores nos conocimos a través de blogs y de *DM*'s, y todavía lo seguimos haciendo, sobre todo a los chavos de *Reynosa Follow*, pues casi a todos los conocimos por *DM*, no nos hemos conocido en persona jamás.

Pero sí nos sentimos orgullosos de contar con ese tipo de procesos, sobre todo Reynosa que se merece un caso de investigación, porque no hay en el mundo una cosa así. A la mejor en Gaza o en el Líbano, pero lo que ocurre en Reynosa de cómo la gente, ante que los periodistas por miedo o por amenazas ya no informan y ya no cumplen su papel, ellos cumple su papel, esencial que es informar, que es a donde queremos ir nosotros, al origen, y sí, pues todos se van integrado a través de la red, salvo en esta última etapa, esta última semana que algunos colaboradores..., bueno y también a sido por la red, lanzamos apenas una convocatoria para contratar gente y han llegado por la red.

(MP): ¿Cuántos colaboradores tienen en *Pateando piedras*?

(AE): Colaboradores un montón, no tengo una cifra exacta, quizás unos 100, tenemos una base de datos que va creciendo o disminuyendo conforme va pasando,

(MP): ¿Y el *Pulso*?

(AE): En *Pulso* son más, son los mismos de *Pateando Piedras* y yo creo que ahí sí como unos 300 colaboradores, no, son 268, sí tengo la cifra exacta de *Pulso Ciudadano*.

(MP): ¿Y todos ellos reciben algún ingreso?

(AE): En esta etapa no, pero la idea es que si se les retribuya ahora que sí hay más financiamiento.

(MP): ¿Hay gente que está trabajando exclusivamente para...?

(AE): Para *Pulso* sí, cuando hemos podido hemos apoyado en especie por ejemplo, o en capacitación o en ese tipo de cosas, en dinero no, pero si hemos retribuido en otro tipo de cosas.

(MP): Los ingresos, me cuentas, se obtienen principalmente de asesorías, ¿y qué otras formas tienen de financiarse?

(AE): Publicidad, el *AdSense*, que es una manera de genera dinero, pues sí genera algo considerable, al menos para pagar el servidor y algunos gastos, la otra parte del dinero viene de asesorías y la otra viene de *Argos*, que es como un apoyo para funcionar, pero ahora que ya podemos operar con todo el equipo que se necesita, ya podremos generar dinero.

AdSense te permite mantener un sitio estable, por ejemplo menéame de España se mantiene sólo de *AdSense* y genera bastante, bueno mucho dinero pues, esta red la que te decía de Leo Prieto de Chile es también a través de *AdSense*, *Hipertextual*, a parte de que tiene un financiamiento de la *Fundación por la Democracia*, también por *AdSense* se genera, o se *Vivir México* genera dinero a través de ahí, y es el modelo que tratamos de aspirar ahorita.

(MP): Ya me lo explicaste mucho, pero como de una forma muy breve, ¿cómo definirías a *Pateando Piedras*?

(AE): Pues como un testigo colectivo de cómo la tecnología está transformando el mundo, un testigo que sí abiertamente participa, relata y produce, es decir *Pateando Piedras*, hay esta... hay un video en la red que se llama *Prometeus*, que habla de la revolución de la información, nosotros somos unos *Producers*, o *Prosumers* pues, o sea somos productores y consumidores de información, o se yo como *blogger* y mis demás compañeros no dejamos de consultar otros blogs, o sea no dejamos de leer otros blogs y también producimos el nuestro. Entonces somos testigos, somos *prosumers*, y somos participantes de una revolución, que es como lo podría definir, y que a parte podamos vivir de hacerlo, que es lo que mas nos gusta.

(MP): ¿Y cuál es el objetivo de tener este sitio?

(AE): Hijole, es que han sido varios, una vez con el tiempo se van modificando, obviamente primero ha sido el de informar... primero el de hacer lo que nos gusta, y otras es vivir de ello, la verdad, y con todo lo que hemos pasado, lo que está pasando en este país y en el mundo el objetivo es ayudar a la transformación social, es nuestra misión, digamos intrínseca, primigenia, porque justamente en ello somos muy autocríticos, por que ya ha pasado, en el momento en que se empieza a desviar la línea editorial de *Pateando* o de *Pulso*, pues la volvemos al origen, como está pasando ahora.

Creemos que los medios sí tienen poder, la verdad, sí tienen influencia, entonces sí hay que ser muy responsables con ello, no puedes dejar de hacer tu papel social en estos procesos.

(MP): ¿Hay un trabajo en equipo con el resto de los colaboradores, o van como cada quien por su lado?

(AE): Es intermedio, en algunos ya se puede hablar de una colaboración digamos tácita, en otro ha sido espontáneo, pero ahora ya lo estamos sistematizando, ahora si queremos crear ya una comunidad de colaboradores, o sea bien con una forma y un proceso de trabajo.

(MP): Tienen reuniones?

(AE): Sí, siempre, desde que nació *Pateando Piedras* tiene sus reuniones editoriales, si no diario, cada tercer día y es a través de *Skype*, son muy raras presenciales, son casos muy raros, pero sí todo el tiempo, todo el tiempo tenemos reuniones a través del email o del *Whatsapp*, y formales, formales, a final del día, siempre tenemos una reunión al final del día para evaluar como ha sido y que viene.

(MP): Sobre tu práctica digamos ya al escribir directamente, ¿cómo eliges el contenido para un post?

(AE): Para mí, mi regla es siempre encontrar cada día historias y de todo tipo de cómo la tecnología interviene en un proceso social, por ejemplo hoy con el informe de gobierno de Calderón, tu dirás, qué tiene que ver la tecnología, bueno tiene que ver con que un día antes informaron que estaba cercado el Zócalo, que a través de la *Webcam* de México podemos ver en tiempo real lo que la tele no nos está mostrando, cómo está el cerco, como está el Zócalo vacío, entonces tomo temas de la agenda nacional, política y de todo tipo, pero siempre busco el elemento en el que la tecnología participe.

Por ejemplo en las últimas marchas, sí hacemos una crónica de la marcha, 5 mil, 10 mil, 30 mil participantes, pero al mismo tiempo ponemos la opinión no solo de *Twitter* o de *Facebook*, sino que

por ejemplo ayer López Obrador fijó su postura a través de *Twitter*, ya muchos lo toman como algo normal, pero a nosotros nos sigue emocionando que eso ocurra, entonces la nota es sobre cómo usa *Twitter* para fijar una postura, ese tipo de cosas. Es buscar cada día qué procesos de la vida cotidiana se enriquecen o mejoran con Internet, entonces en *Pateando Piedras*, no tanto en *Pulso*, por eso queremos revivir *Pateando Piedras*, en *Pateando Piedras* hablábamos más de eso, o sea historias fenomenales hay una que recuerdo con mucho cariño, a parte de las del 15M, que es la de un chico de ocho años que dice “es que yo quiero ver al espacio, no puedo ir a la NASA”, entonces su papá le ayuda a que con un *iPhone* y con un globo que logra pasar la estratósfera lo van grabando todo, y todo le costó 100 dólares, y dices “ay güey, esa historia es fenomenal” entonces la tecnología ayudó a eso.

El primer post que escribí en *Pateando Piedras* fue sobre Leonardo Prieto y sobre estos de cómo la red les permitía, como es mi caso, que no éramos conocidos, ese tipo de historias me gusta contar, como hay personas que en un mundo viejo y antiguo, si no tenían relaciones digamos de poder o influencia o si no veías de una escuela privada, que esos prejuicios existían, podías aspirar a ser algo, pues ahora ya lo puedes hacer con la red, democratiza un montón de cosas, hay casos que hemos relatado en *Pateando Piedras* de cómo a través de *Twitter* se crean grandes cosas, en mi caso ha sido así, hemos tenido clientes que no hubiéramos conseguido si no era a través de *Twitter*, que en persona a veces hubiera sido muy difícil conseguirlos, tocar una puerta así.

Entonces ese tipo de historias, no se que otra te puedo relatar... hay un blog también de Leonardo Prieto que un día... un poquito antes, el sismo en Chile, que cuando todo colapsa, la marina colapsa, la protección civil de Chile que no se cómo se llama, cuando todo colapsa son los *tuiteros* que en dos horas montan un mapa para saber que estaba pasando en cada lugar y estaban utilizando una tecnología de unos africanos que estaba en Kenia, y de Kenia los apoyan en Chile para que la gente con sus celulares, ya ni siquiera con *Twitter*, si no con un *SMS* pudieran relatar en tiempo real dónde se necesitaba ayuda, entonces cuando reacciona el Estado dos o tres días después eso ayuda a que se rescaten un montón de personas, y eso solamente ocurrió con la red. Es falso que sea otra cosa, eso solamente con la red se pudo haber hecho.

Qué otra cosa, historias de ese tipo pues Reynosa *Follow* cuando inicia, cuando el video de Camargo se da a conocer por esta señora valiente, que se atreve a ir a grabar cómo está destruido allá en la ciudad de Camargo cerca de Ciudad Victoria y un día antes *Milenio* y López Dóriga diciendo “no, son puros rumores, rumores, rumores” y cuando se da a conocer el video en *YouTube*, lo retomamos nosotros y creo que el Blog del narco y alguien más logra que en la noche López Dóriga se disculpe y que Gómez Leyva también se disculpe y digan “no, si es cierto, sí estaba pasando”, este tipo de historias en las que intervino un teléfono celular, en las que esta señora valiente va y graba son las historias que nos gusta relatar en *Pateando Piedras*.

Y que va a ser siempre pues porque la tecnología es tan antigua como nosotros los humanos, en el momento en que con gestos decimos “vamos a cazar un mamut” cuando nace el lenguaje, el lenguaje es tecnología, tecnología no sólo es electricidad y fierros, tecnología es un lápiz, tecnología es todo y siempre habrá historias, seguramente el radio generó una revolución, la televisión generó una revolución, los posters en el imperio romano también generaron una revolución; entonces lo que viene es alucinante Martha, si esto está pasando con estos aparatos, que los andas cargando, imagínate lo que va a ser posible que con un chip nos conectemos a la red nosotros, y no es nada aventurado, ya está ocurriendo con los códigos (inaudible), ese tipo de cosas son las que quiero seguir relatando.

(MP): ¿De dónde obtienes la información, qué tanto obtienes de internet. Qué tanto reportearas?

(AE): Ahí si ha sido *feeling* y ha sido todo empírico, justamente cuando periodistas profesionales han trabajado con nosotros, francamente no se adaptan, por eso decimos que somos robots, porque

hemos desarrollado un montón de habilidades que solamente la red te da, si me preguntas cómo específico no se, pero me entero pues, o sea hemos desarrollado, al menos yo y Altea y más o menos Oriol, de leer los *time line*, de leer la *matrix*, y detectar que ahí está pasando algo, que ahí hay algo pues, pero nada más de girar la vista a los *time lines*, justamente eso queremos sistematizarlo ahora, para que podamos formar a más gente como nosotros, para que este nuevo medio que viene sea así, y ya tratando de dilucidarlo pues tiene que ver con... Primero es que tienes que tener un bagaje cultural, algo que caracteriza a mis compañeros y yo, digo tratamos de ser modestos, es que tenemos un montón de formación, o sea, hemos leído todo lo que hemos podido, digo yo desde niño leo medios, leo libros y siempre estoy enterado de lo que pasa, y mis compañeros también.

Yo creo que todos los de nuestra generación tenemos eso; nacimos con el *Atari* integrado y lo que nacen ahora nacen con el *Facebook* integrado, entonces, fijate que apenas acabo de contratar a una chica que no ha terminado la prepa, pero la contraté porque es maravillosa, es... pues ella solamente se dedicaba a leer el *Facebook* y el *Twitter* de sus amigos, pero desarrollo una habilidad tal que sabe, así como nosotros, nada más de ver el time line de cerquita qué es lo más importante de sus amigos, entonces la puse aprueba en términos de formación para que leyera los *time lines* ya en el fuego real de la información, y sabe hacer lo mismo.

Entonces esa habilidad que no se como describirla es la que intentamos sistematizar, la forma en cómo producimos la información, tiene que ver ya digamos en términos objetivos, es que leemos el *time line*, pero como tenemos un montón de amigos, yo soy una persona y mis compañeros también que cuando vamos a un evento ya salimos con 4 o 5 nuevos amigos y que aparte te comparten información, entonces tenemos comunidades alrededor que como las estamos viendo ya sea en nuestro *Facebook* o en nuestro *Twitter*, ya también te mandan información. Entonces puede ser que ni siquiera salgas a la calle, simplemente te avisan qué está pasando y cuando vamos a la calle, cuando “reporteamos” de alguna manera, no lo hacemos de manera tradicional como el trato es muy fraterno, como es de iguales si podemos preguntarle por ejemplo a Robles Maloof que es un *tuitero*... o a alguien que está generando la noticia y que aparte en nuestro amigo y de una manera ética pues.

O cuando estábamos en una lucha con el ACTA el senador Castellón y muchos de los que estaban ahí, pues si también tenemos lazos, quizás no eran nuestros amigos, pero sí había una cercanía ahí de intereses y también con el bando contrario, yo recuerdo esas reuniones de discusión del ACTA en el 2010 creo que fue, en donde por una lado tenemos a toda la industria musical, a Reyli y estos cantantes y por otro tenemos a los *tuiteros*, pero también comenzamos a colaborar con ellos, a obtener información, y también poner su punto de vista.

Por que algo que caracteriza este método que ahora le llamamos el método *Pateando Piedras/Pulso ciudadano* es que, y seguramente le pasa a otros medios, es que cuando tu le das un espacio de manera honesta a una opción, ya se convierten en tus fuentes sin que haya un acuerdo tácito, ya te avisan de algo; y en la industria musical de pronto te mandan un boletín y de pronto los senadores te mandaban otro boletín, entonces ya tenías la opinión de todos, entonces digamos que nuestro trabajo es muy parecido al de *Community Managers*, combinado con un poquito de periodismo y combinado con un poquito de inteligencia, es así tal cual.

Martha Palacios (MP): ¿Me podrías platicar de inicio a fin como es el proceso de escribir un post?

(AE): Sí, el proceso es un método que cuando dimos el curso, la mayoría de los asistentes eran periodistas, nos dimos cuenta de que era totalmente distinto, o sea en el periodismo te enseñan el modelo de la pirámide invertida, en el que se pone el titular, la entrada, el ladillo el contenido y el cierre, y nosotros como se va produciendo la información, digamos que para resumirlo es un modelo constructivo, o sea la primer nota que fue así fue el avionazo de Mourriño, un periodista no escribe una nota hasta no saber todos los detalles, y nosotros abiertamente ponemos eso, no conocemos

todos los detalles, pero acaba de pasar algo en el Paseo de la Reforma, hay un brillo inmenso, entonces en los post, por eso tienen tantas visitas, es que llega un momento en que primero decimos “algo pasó”.

Me regreso un año cuando nace *Pulso ciudadano*, que por azares del destino el día en que nacemos es cuando se cae Blake Mora en el helicóptero, por nuestras comunidades nos enteramos media hora antes de que algo había pasado ahí en Morelos, bueno ahí en Chalco, se había caído un helicóptero, y de pronto vemos movimiento en nuestras redes de seguridad, que “hay un montón de PFP que está yendo hacia allá” y de pronto vemos que hay mucho movimiento en nuestra fuente de Los Pinos, entonces a ver funcionarios hablando, policías acá, y una helicopterozo, pues algún funcionario se cayó, entonces la primer versión de la nota es que se cae un helicóptero, decimos la verdad “un contingente de patrullas va en chinga, bueno en otras palabras va hacia Chalco y hay mucho movimiento en la vocería de Los Pinos, no podemos determinar, esperamos más detalles”.

Ya empiezan a salir las primeras notas de reporteros que estaban en el lugar, les pedimos permiso, pero al hacerlo, que es parte de nuestro proceso informativo, cuando tú lees en *Twitter* al reportero “oye ¿podemos retomar tu información?” y sí, es cuando empiezas a generar un contacto y empiezas a hacer ruido, entonces alguien, esa maravilla tiene el time line de *Twitter*, que cuando alguien lee eso, y que tú estás preguntando información y alguien más llega. Alguien que vivía por el lugar de Chalco, no recuerdo el nombre del *tuitero*, bueno no recuerdo quien fue, pero dice “sí, vimos desde nuestra casa que cayó un helicóptero y había neblina y no se que”.

Entonces el segundo momento de nuestra historia es un post con un poquito más de fuentes, pero ya citamos al *tuitero*, ya citamos al reportero, entonces en ese momento ya citamos una fuente tradicional y una fuente del mundo del 2.0, y ya la tercera versión de la nota, dos horas después ya que se sabe todo, ya podemos decir abiertamente que nos adelantamos y justamente es alguien que en *Twitter* dice “es que fue Blake Mora”, entonces ahí nos jugamos el albur “todavía no está confirmado por nadie, pero vamos a ponerlo” y ese día fue una locura en el tráfico de la página, porque pues nos adelantamos pues y no fue porque fuéramos adivinos, sino porque alcanzamos a leer el terreno.

Así se construyen las notas, incluso hoy, la nota de Calderón en el Zócalo comienza ayer cuando a través de un twit del periódico *reforma*, más bien de una *Twittera* que es *@La_War*, se ve que el Zócalo está empezando a ser vallado, entonces *La Jornada* y el *Reforma* retoman esa foto, entonces ayer empezó esa nota, pocos sabían que hoy se iba a dar el mensaje en Palacio Nacional, entonces vamos construyéndolo, vamos agregándole detalles, se va haciendo la nota, se da la nota hoy, seguramente al rato mis compañeros van a poner un resumen del informe presidencial o lo que dijo y en la noche vamos a nutrirla con los detalles de los comentarios alrededor.

Entonces una nota se va transformando, pueden salir varias notas de una, entonces un post tiene así un origen constructivo, puede empezar como un twit o con un mensaje o con una pista, y es la regla que tenemos, es parte de nuestro método, que no importa lo que haya pero lo ponemos, y decimos la verdad, nunca especulamos, nunca decimos nada hasta tener elementos, pero es casi en tiempo real, hay momentos en que, es que yo cuando empecé en *Pateando Piedras* era un poco más rápido pues.

Me acuerdo que cuando se cae un avión en el *Hudson*, ahí en *Nueva York*, yo desde México y alguien más en Estados Unidos fuimos los primeros en sacar la nota, habían pasado 30 segundos, estos chavos ponen un twit de la imagen y yo a los 30 segundos después la pongo y son días de un montón de tráfico. El día de la muerte de Michael Jackson por ejemplo, de pura chiripada, yo en esa época trabajaba en un despacho para financiar *pateando Piedras* cuando comenzaba, y de pronto en *Twitter* veo un twit de la *TMZ*, esta revista de espectáculos, se acaba de morir Michael Ja... cuando acabé de leer Jackson ya estaba publicada la nota, y esa función de *multitask* tenemos, que mientras

estaba leyendo, aquí ya estaba escribiendo la nota, entonces pasaron unos 30 segundos, y esa es una de las notas que levanta a *Pateando Piedras*.

Nos pasó con lo de Peña Nieto en la FIL, cuando dice esto de los 3 libros, es a través de un *tuitero* que nos enteramos y que decimos “ay güey” pasa eso, un minuto después ponemos la nota, y cuando lo buscas con estadísticas *Pulso Ciudadano* es el primero que saca la nota de la FIL, ese día se nos cayó el sitio, se nos cayó por el tráfico inmenso que había.

Ese tipo de cosas son las que alcanzamos a detectar y que son constructivas, por ejemplo ese día en la FIL dijimos “Peña nieto se equivocó con algo” ahorita conseguimos el twit, a los dos minutos conseguimos el twit, y ya después a la media hora alguien había grabado el video, porque eso siempre ocurre que es lo maravilloso de la red, que alguien ya lo está haciendo, entonces nada más lo detectas y le damos el crédito, y ahora que ya podamos retribuirle, ya le podemos retribuir. Entonces ya ni tienes que estar ahí, es una forma de colaborar.

Muchos medios, es algo que me da mucho coraje, es que se aprovechan de este efecto y ni siquiera mencionan las fuentes, se roban los videos, se roban los twits, ni los citan, ni les ponen de vuelta, y eso altera de los procesos informativos, hacen que la gente desconfíe, por lo menos en nuestro caso, que es una regla general que no podemos romper, citarlos y eso.

(MP): ¿Me has comentado mucho, hace un rato decías “construimos de forma ética”, ahorita me comentas esto, tienen un código ético, alguna serie de criterios?

(AE): No, pero justamente los estamos redactando, en estos últimos 4, 5 años han sido tácitos, no mentir y siempre dar crédito, y sobre todo compartir, que esos son los tres ejes de nuestra información, tenemos por regla muy abiertos, dejar copiar todo lo que tengamos, y eso trastoca muchas mentes, trastoca muchos modelos tradicionales, trastoca de que “cómo vas a dejar que tu nota la copien”, sí, beneficia mucho a la red, es algo que muchos medios no lo entienden y están desapareciendo por eso, porque no dejan que la información fluya, pero tu en el momento... o sea nosotros cuando tomamos un twit de alguien, le pedimos permiso y lo publicamos, y lo enriquecemos no es una relación entre nosotros y el *tuitero*, es en la información en general, enriquecemos la información, entonces si alguien llega a nuestro sitio y toma ese fragmento y lo enriquece en otro sitio ya subió de nivel, ya se genera conocimiento, ya se generan un montón de cosas. Entonces ayudar en ese proceso informativo es otra de nuestras reglas, tiene que ser así.

Digamos que se resume a no mentir, obviamente decir la verdad, a colaborar y compartir.

(MP): Me comentaste qué objetivo tiene el sitio, ¿qué objetivo tiene escribir una nota, pero qué impacto crees que tiene en quienes te leen?

(AE): Híjole, un montón, por ejemplo *Pulso Ciudadano*, no puedo decir con cuanto dinero opera, pero es muy poquito, es suficiente para operar, pero tenemos el tráfico igual que el de Aristegui *Online* por ejemplo, o un poquito cerca de *Animal Político*, y nada más somos 3. Y muchas personas digamos influyentes en el sentido tradicional leen a *Pulso Ciudadano*, o se lo leen como parte de su día a día. Qué efecto tiene, tiene todo el efecto que te puedas imaginar, de pronto recuerdo que Enrique Krause, recién hace un par de meses comentó una de nuestras notas, o sea que, seguramente lo hace en otros medios, pero sí logramos tener ese efecto. Recuerdo otro caso en que un inmigrante en Washington que se quejaba del Consulado de México, y el mismo Sarukan llega a *Pulso* a pedir réplica, ese tipo de efectos hemos tenido.

Cuando Pau Peña escribe que la prole no se que, lo sacamos nosotros, entonces generamos que otros medios retomen la información y a veces *Pulso Ciudadano* se convierte en fuente, recién este fin de semana *Proceso* retoma una nota que sacamos nosotros, porque nos convertimos en fuente.

Entonces cuando nos contacta la reportera de *Proceso*, decimos “ sí, llévate la información, no tenemos problema porque ustedes tienen más recursos para investigar, entonces sí ustedes van a investigar más que nosotros y le van a dar más difusión, pues va, adelante” ese tipo de efectos, quizá sean pocos ahora, pero son los que logramos tener.

(MP): ¿Cómo calificarías a los textos que escribe, qué estilo, si tienen alguna ideología, cómo los describirías?

(AE): Hay quienes les llaman *copyleft*, cultura digital, nuestros textos son abiertamente colaborativos, en algunos momentos si son abiertamente de izquierda, pero ya tratamos de evitarlo, porque sí queremos ampliar el punto de vista, pero digamos que ahorita nuestros artículos son ciberartículos, para tratar de explicar que son constructivos, son colaborativos, y tratamos de reflejar todas las opiniones, los podríamos definir como ciber sociales, es que todavía los académicos no han terminan de darle un sentido a todo esto que está pasando, el único que lo está tratando de hacer es Castells en Barcelona, y Javier de la Cueva, en Madrid, que son los únicos teóricos de esto, y todavía no se ponen de acuerdo en como llamarle a esto. Digamos que son *ciberpost*, no son artículos, no son artículos en el rigor periodístico, son post.

(MP): Hace un rato me comentabas el término *prosumer*, ¿cómo defines tu trabajo en este, o sea eres un *prosumer* y en qué consiste esto?

(AE): Un *prosumer*, un productor y un consumidor de información consiste en que somos nodos que participamos en algún momento en el proceso informativo, es decir, en el modelo tradicional era el final del proceso. Se generaba la información, mandaban a un reportero, y digamos que la meca o el pico de la pirámide pues era el medio de comunicación, y ahí terminaba, ya luego decías si era verdad o no. En el caso de los *prosumers* somos como nodos, que si podemos ir relatando, consumiendo, por ejemplo algo que *shockea* mucho y que ha sido como el sello de pulso es que nuestras notas sí hablamos abiertamente, a ver ahorita *Reforma* está diciendo eso, Y *Sin embargo* también está diciendo eso, y *Animal Político* también está diciendo eso, y a los tres los *linkeamos*, y no los copiamos, simplemente los leemos, hacemos un mini resumen, y abiertamente debimos “ahora vete a este sitio a consultar más información”, peor mientras te pusimos un extracto de los 3. En eso queremos ser nodo, queremos ser puentes en el proceso informativo.

El prosumer es eso, el prosumer, al mismo tiempo que estamos consumiendo información, la estamos produciendo. Por ejemplo hoy cuando estaba cubriendo lo del informe en el Zócalo estaba leyendo los *time line*, estaba escribiendo el post, una compañera estaba escribiendo la nota y todavía sigo estando atento de lo que está pasando, somos como maquinillas, somos como robots, que estamos consumiendo y produciendo información. Digamos que es nuestro alimento y nuestro producto.

(MP): ¿Y cuál es la relación que tienen con su público?

(AE): Muy cercana y muy estrecha, justamente ahora que podemos tenemos una persona que se encarga exclusivamente de la relación con los comentarios en *Facebook* y en *Twitter* y en *WordPress*, porque es muy importante para nosotros. Es una relación muy cercana y de complicidad, muchos sitios tienen su apartado de comentarios y ahí los dejan abandonados; para nosotros es casi como devoción atenderlos, porque a ellos nos debemos, entonces es de cercanía, de fraternidad y de complicidad.

(MP): En Pateando Piedras utilizan siempre la firma de *Staff*, bueno regularmente todas sus notas, por qué tomar esa decisión?

(AE): Eso yo lo traje del *Reforma*, algo que me gusta de ese medio es que hay procesos, la mayoría de todos, que es muy raro porque es un medio de derecha, que utiliza muchos términos colaborativos, entonces para ellos, en la charla de introducción que te dan cuando entras al *Reforma*, te dicen algo que yo aplico en *Pateando Piedras*, algo que le ha hecho mucho daño a este país es aquellos que se creen dueños de la verdad, y opinadores de la verdad. O sea yo podría haber firmado todo como Alberto Escorcia o Altea como Altea y Oriol como Oriol, pero creo, en mi particular punto de vista que el relato de la información no importa tanto, importa la información en si. Entonces eso de firmar como *Staff* o en Pulso como Redacción, nos obliga a dar un punto de vista plural. En el momento en que lo firma un reportero o un opinólogo pues sería como mostrar su visión; entonces la forma en que lo resolvemos es que cuando queremos mostrar una visión personal, abrimos una columna de opinión, o abrimos un espacio que abiertamente dice “por Alberto Escorcia” y ya se entiende que es mi opinión, pero mientras sea relatar algo y lo queramos como compartir a la comunidad será el *Staff* o será la redacción o sea es como el fundamento.

(MP): Pues creo que esto me contesta mis preguntas, también para no quitarte más tu tiempo, también me fue muy útil, de repente me decías esto tiene que ver con pateando piedras y claro, lo entiendo perfectamente, entiendo cómo tuvieron que ir construyendo el sitio.

(AE): Es que hemos sido producto de una coyuntura, es decir... y esa es la ventaja que te permite crecer, digo *Facebook* es así, yo admiro mucho a Mark Zuckerberg, y a Leo Prieto, dirás que soy promotor de Leo Prieto, pero este chavo y un guatemalteco que se llama Sevander, son pioneros en eso porque van con el flujo pues; primero comienzan con un blog, después con una comunidad, y como escuchan a su público, es algo que yo ya aprendí a hacer pues, te permite ir creciendo.

Si de repente la gente te dice “ya estoy harta de los post largos, ahora los quiero cortos”, pues vamos y los hacemos cortos, somos democráticos en eso. O sea no nos montamos en nuestro macho de “no, no, yo tengo la razón”, y creo que eso, la decisión de firmar como *staff* y de hacer estos procesos de escuchar a la gente es lo que nos merecemos todos y también te permite crecer junto con la gente

Por eso es que, fíjate que se tiene la creencia equivocada de que los medios, cada etapa de los medios está condenada a desaparecer. Desaparece en el momento en que dejan de escuchar y evolucionar, en la radio por ejemplo el único medio que medio ha evolucionado es *Reactor*, por ejemplo que se ha vuelto más interactivo.

Hay televisoras que obviamente están decayendo porque siguan creyéndose los reyes del camino, pero canales, que no conozco ahora uno en México, pero si en otros países, que se hayan vuelto interactivos, pues sí están desapareciendo.

Es falso que el papel vaya a morir, la revista *Vogue* por ejemplo en su último número tiene como mil páginas, y la mayoría llenas de publicidad, y cómo es que una cosa en papel funciona se preguntarán los de *La Jornada*, los del *Reforma*, bueno porque saben escuchar. Es falso que vaya a morir el papel, la radio, la televisión. Morirán si no se integran, entonces creo que estas nuevas políticas no solamente se aplican a los medios, sino que se aplican a todo el proceso social, la forma de tomar las decisiones de gobierno y eso, está garantizado todo, y es por eso que a mí me gusta, en mi caso personal ser testigo y ser contribuyente a esto y también te empiezas a quitar estos miedos, estas ideas de que tu papel se va a acabar, o vas a ser absorbido por la comunidad; no, al contrario te fortaleces.

Fíjate que los procesos en red vienen a cambiar un montón de paradigmas en todo, o sea desde compartir ideas, de que “hay no te voy a compartir mi idea porque me la van a robar” no. Si alguien la ve y la puede realizar mejor que yo pues adelante. Y hay una teoría de la evolución, Darwin plantea que la competencia genera la evolución, pero últimamente con las investigaciones de la genética se está retomando otra teoría de la evolución que es la de Lamarck, en la que él plantea que los organismos que colaboran más son los que evolucionan, no los que compiten. Entonces explica por qué los humanos, que somos tan defectuosos, por qué nos somos tan fuertes como las vacas o los monos, porque hemos evolucionado, peor con todas nuestras debilidades inventamos el lenguaje, podemos cazar al mamut en el momento en que nos juntamos 30 humanos, pero no solos. Entonces la teoría de Lamarck es esa, si nosotros vamos con ese flujo, con esa sintonía, con nuestra esencia tenemos garantizada la supervivencia, la competencia solamente ha causado desastres en este mundo, cuando compite la radio contra la televisión, es terrible, pero a nadie se le ha ocurrido la genial idea de atender la tele y luego la radio, y por qué no los combinamos?, lo que más o menos hace Aristegui o lo que hace Mario Campos que Mario campos también tiene ahí la radio de colores que es más o menos así.

O por qué no abiertamente tenemos radio, televisión y red, y otra vez creamos una nueva cosa, y papel también, o sea imagínate que eso es lo que viene en el video de *Prometeus* y es lo que queremos hacer nosotros en algún momento, Pulso o este nuevo proyecto pueda ser imprimible, y que no te lleves todo el sitio, sino que si te gustó la portada y el artículo de acá y la caricatura de acá pues esos tres los juntas y los imprimes en un PDF, y abiertamente lo puedes fotocopiar; entonces volvemos a renacer el papel. Entonces para mi la clave aquí es la participación, y este proceso a mi me sigue emocionando desde el primer día. Yo cuando empecé *Pateando Piedras* no tenía ni un clavo, pero estaba tan emocionado como estoy ahora. Y es que no es choro, cada día pasan cosas asombrosas en este mundo en la red. Y en mi caso y creo que en el de mis compañero también, tener esa curiosidad y esa capacidad de asombro ante lo que pasa frente a nuestros ojos es la clave para continuar con nuestras labores que no tienen término, siempre habrá cosas que relatar nuevas. Ahorita la crisis que tiene *Facebook* financiera pues seguramente o se reinventan o darán paso a otra red social, o que Jack Dorsey junto con *Twitter* están creando una nueva red social es emocionante para mi.

Pero en todo este proceso los blogs no han perdido vigencia, los blogs son de 2002 y se siguen integrando al proceso, entonces estos mitos de que planteaba la versión darwineana de que un viejo modelo desaparece es falso; se van enriqueciendo y se van haciendo más complejos y todos en conjunto aportan al proceso, entonces yo creo que la red nos permite abiertamente cambiar el mundo en tiempo real y presenciirlo, y eso sigue siendo emocionante.

Entrevista a Oriol Malló

45 años

Pateando piedras / Pulso ciudadano

23 de octubre de 2012

Martha Palacios (MP): Bueno ya he leído un poco de ti, quisiera que tú me contaras más, empezar por eso. Quién eres tú, a que te has dedicado.

Oriol Malló (OM), entrevistado: Yo soy periodista profesional desde el año '90 más o menos, donde sobre todo en Barcelona donde me formé, trabajé, donde gané el Premio de Periodismo del año '89 para un trabajo que hice en Irlanda del Norte, cubrí esto del Ulster, del conflicto protestante, que me gané un premio de un periódico llamado Avui, premio para nuevos reportajes.

Luego ya a partir del 91 entré a una revista llamada *El Temps*, o sea el *Tiempo* en catalán que se distribuía en Valencia, Barcelona y el área de Mallorca, ahí trabajé también. Mi primer reportaje fue una entrevista justamente al Presidente de Georgia, la República de Georgia en la Ex Unión Soviética, Zviad Gamsakhurdia que se suicido al cabo de un año, me quedé con una exclusiva, curioso, porque se suicidó, estuvo bien complicado.

Luego cubrí todo, lo que más hice sobre todo más me dio prestigio, supongo, fue cubrir toda guerra de Yugoslavia desde que empezó en julio del '91 hasta mayo del '92 en varios viajes que me dieron el Premio Nacional de Periodismo del año '92 del gobierno Catalán, de la Generalitat de Catalunya que es la autonomía.

Y bueno sí tuve una carrera en la que me iba bien, pues era joven de hecho estudiaba y ya estaba trabajando y bien pagado, la verdad eran otros tiempos, no había *internet*, tiempos donde la hemeroteca era Dios y tenías que saber el valor de una hemeroteca, cosa que ahora los jóvenes no saben ni que es. Lo importante que es tener la información previa de cualquier persona.

Y ya después mi historia cambio un poco, se volvió también más pública porque en julio del '92 no fui detenido, más bien parte de un operativo que hizo el gobierno español en el año '92 contra grupos independentistas en mi tierra y bueno con un grupo armado terrorista pero muy minoritario, realmente hubo acoso, hubo un operativo. Año '92, el gobierno español tenía pacto con ETA para que no hubiera violencia, un pacto que luego se supo era secreto y como tenían mucha policía desplegada montaron una operación así de escándalo mundial como para desactivar una célula armada llamada *Terra Lliure* o *Tierra Libre* de la cual yo no había tenido relación en tres años o cuatro, ya no tenía nada que ver pero por una cosa que había hecho tiempo ha, digamos no fui detenido, mi caso era el más pendejo.

Me presente voluntariamente a la policía lo cual me hizo ser objeto de burlas, natural, porque en vez de irme a Francia que está al lado. Mucha gente pues se fueron un tiempo a Francia a que pasaran los Juegos Olímpicos porque hay que recordar que en el año 92, en julio hubo unos juegos olímpicos y obviamente pues en fin. Era mejor irse un rato y volver en septiembre cosa que mucha gente hizo y no pasó nada. Pero bueno yo me presenté.

Entonces me presenté voluntariamente a la policía catalana que es la llamada guardia civil y ahí descubrí pues lo que no creía, que es que en España, yo creí que no torturaban que esto era de cuando en cuando, no. Me tocó también tortura un día entero a pesar de de estar una semana detenido hasta preguntarles al final de la tortura cuando ya confesé lo que querían, que no era mucho por suerte, más bien, claro le comencé a preguntar a la guardia civil como el bueno y el malo ¿aquí torturan por sistema? Cabrón es la Guardia Civil, pues sí, obvio pues que pregunta más tonta la mía.

Pero bueno, estuve en prisión, al final pues todo se arregló en el sentido de que no hubo cargos ni nada, salí luego de 100 días en prisión. Sí me marcaron, yo creo que sí fue algo que me afectó. Después seguí en la redacción de *El Temps*, estuve hasta el 95, 96 con un breve periodo en Buenos Aires coordiné toda la cuestión de cultura, básicamente de Barcelona. Tuve mucho tiempo fue esto.

También me empecé a dedicar a la investigación histórica, sobre todo un poco a desmitificar algunos temas de historia, sobre todo vinculados a la guerra civil española y al papel sobre todo de la burguesía catalana en la guerra. En parte hoy día el catalanismo de hoy en día *Convergencia y Unión* que es el partido que manda en Cataluña pues es un partido que vive de una farsa, una mentira, porque la burguesía catalana apoyo a Franco con todo contra la población catalana, contra los obreros catalanes, obviamente eran su enemigo de clase y claro *El Temps* era una revista, es un medio, pues una parte del catalanismo, es un medio.

Todo medio tiene una línea editorial y la de *El Temps* era una claramente enfocada en el catalanismo, los temas que tocaba, pues había temas sobre todo en una revista que evidentemente dependía bastante de la subvención del gobierno Catalán. El extremo máximo de esto fue un caso importante que ahí sí yo lo investigué de corrupción del que era Secretario de Obras Públicas del gobierno Catalán que se le grabó una conversación con un primo suyo para regalarle unos terrenos, unos predios en un pueblito pero sí fue grabado y se hizo un tema.

Lo investigué, fui al pueblo este hablé con gente, activistas, saque toda la información sobre la trama Cullerell, el nombre del secretario de Obras Públicas, Josep María Cullerell y lo divertido de este caso es que sí, por primera vez en esta redacción llamaron de Presidencia. Lo que se dice llamar al Presidente de Cataluña, su secretario particular pues llamó a la jefa de redacción a decirle oye estamos pagando esta revista o sea que ¡Ya bájale! que es un momento clave porque por una vez que *Temps* publicó lo que no era normal.

Por ahí un poco me fui distanciando, digamos luego me convertí en freelancer del medio porque ya no podía estar tampoco, no me gustaba la editorial, no me gustaba que pues que en nombre de la patria pues todos se camuflaran los asuntos económicos de Cataluña y luego me fui dedicando un poco más a eso, a la memoria histórica, a la investigación. Empecé sobre todo un reportaje sobre un anarquista, Joaquin Ibars de unos maquis, o guerrilleros anarquistas que fue detenido en el año del año 40 al 49 uno de los últimos que cayó de la guerrilla anarquista que luchó contra Franco.

A partir de aquí un editor me puso a hacer un libro que fue sobre su vida que se llamó *La revuelta de los quijotes* y ese fue el libro que le di y al venir aquí pues le seguí de *freelance* en varios medios y me dediqué a todo eso, a hacer libros ¿no?

Hice un libro importante para José Cauté en el año 2000 se llamaba *Viaje a las fuentes del catalanismo católico*, que sí fue un alegato durísimo contra el catalanismo sobre las fuentes reales del catalanismo como una teoría racista, en fin, de ultra derecha, que digamos sigue siendo de un dominio cultural y la hegemonía política pero pues a cambio de destruir digamos la opresión obrera, socialista y anarquista que había en Cataluña ¿no? Fue el libro que como que no ha sido ignorado, en Madrid sí pero bueno también la verdad este libro me dio en algún momento (inaudible) una línea que terminé dirigiendo el Cervantes en México, no se oye tan bonito, no me lo hubiera pensado. Pero también es cierto que este libro fue en parte como un... hay un cierto pleito ahí en el catalanismo, en el catalanismo español, que en realidad fue un pleito falso porque tanto el Partido Popular como Convergencia, los dos tienen la misma política económica nada más que usan las banderas para que la gente se pelee por ambas patrias, es decir como (inaudible) como Cataluña.

Ahora mismo, hay una marcha por la independencia y van yendo de la mano en la marcha como gente que está haciendo los recortes sociales, esas cosas pasan porque la gente anda en la droga y no se dan cuenta de que además es una estafa ¿no?

Como el independentismo es una forma para que no critiquen su gobierno y sacarle tiempo el tiempo, la usan ahora para seguir recortando, para seguir aumentando su política neoliberal y de esta manera la gente sigue diciendo que cuando Madrid no sabe el dinero que nos deben, un déficit fiscal que a Cataluña le deben seis mil euros, en broma, todos seríamos ricos. Ideas pendejas de Plaza Sésamo pero que tienen mucho pegue. También la televisión, los medios sirven para eso, para que la gente vaya creyendo ciertos cuentos.

Y fui publicando más libros y me fui dedicando a varios libros, una biografía histórica muy importante sobre un personaje histórico muy importante sobre el que fue presidente de la, el Fiscal Único Republicano, que volvió al año... como presidente de Cataluña. O sea que fue un caso público notorio del que fue Secretario del gobierno en la Guerra Civil, un hombre importante del catalanismo de izquierda, un hombre que tenía un archivo muy importante: el archivo de Tarradellas que es un monasterio muy bonito al sur de Cataluña.

Y ahí estuve tres años investigando su archivo, y ahí pues descubrí piezas fundamentales, o sea por ejemplo un reporte interno de los hechos de mayo en Barcelona que George Orwell escribió en un ensayo llamado *Un homenaje a Cataluña*, George Orwell. Los hechos de mayo de han convertido en un mito, se hizo una película incluso *Tierra y libertad* de Ken Louge, o sea se convirtieron en un mito de la guerra civil interna entre -en teoría- Anarquistas y Comunistas pero en realidad la historia es más complicada.

Siempre se ha acusado al embajador Soviético, al Cónsul Soviético más o menos de ser el instigador de que el gobierno de la comunidad intentará recuperar la compañía Telefónica que estaban controladas por Anarquistas y el *POUM*, que era un pequeño partido *Trotskista* más o menos, pero en realidad la historia es más complicada. El caso es que el gobierno Catalán también cayó en la trampa de provocar, todos cayeron en la trampa de buscar un enfrentamiento interno y esto nada más sirvió para que el gobierno de Madrid tomara el control, digamos y fue un error clarísimo porque no se puede generar un enfrentamiento interno en una guerra civil.

Los Anarquistas nunca hablaron del tema porque sí fue un error, los hizo perder gran parte del apoyo popular, los hizo perder, digamos, el poder que tenían y el *POUM* lo usaron todo el mundo para inventar una fantasía de una revolución traicionada, cuando en realidad fue un gran error de todo el mundo, de una grilla llevada al extremo y no entendiendo que en el contexto de la guerra no podías haber hecho Los Hechos de Mayo, eso lo investigué en los libros de Tarradillas.

Sí creo que fue muy, fue un libro con muchas fuentes muy importante para entender la política de colectivizaciones de la guerra, de cómo se armó. Él fue el hombre que junto a la CNT, los anarquistas, creó la industria de guerra, se convirtió las industrias del pueblo en un Poblanov, que es la zona industrial de industrial de Barcelona, se convirtió en la industria que transformaba desde los lápices labiales, los lápices labiales se convirtieron en balas. Esa fue una maniobra impresionante en donde Tarradillas que era un hombre de izquierda liberal, realmente muy de izquierda, fue capaz, sí muy capaz de trabajar con los anarquistas y hacerles entender que se debía trabajar pero bueno el anarquismo es más complejo.

Tenía la parte industrial, los anarquistas industriales que ahí eran más serios. Tenían la parte de la FAI que eran anarquistas pues muy fanáticos y era muy complicado trabajar con ellos pero Tarradillas consiguió algo que un político inteligente que es trabajar con todo el mundo, incluso con unos grupos anticomunistas, fue capaz de trascender porque no era el papel del partido comunista.

Aquí tuvimos la Historia de Tarradillas que nos publicó también Planeta en Catalán, una edición muy larga, 500 páginas, una edición muy bien editada, muy bonita, fue un libro de historia y fue muy importante. Luego también hice otros libros, hay varios pero este de Tarradillas fue, creo ha sido un referente muy importante. Hay más libros que publique sobre temas de Cataluña y luego ya como en 2005 ya un poco hastiado de todo me fui a México. Nada más tenía que terminar un libro que me habían pagado, tenía que terminarlo para acabar, que me dieran el pago.

Ya harto de muchas cosas, de mi vida personal, o sea ya tenía ganas de huir y si tienes que huir pues me vine a México. Es un lugar pues como dicen en las pelis gringas, cuando hay problemas te vas para México, ahora ya es mucho más complicado echarte a correr. Pero bueno en noviembre de 2005 llegue a Guadalajara, no llegué al DF por culpa de una película mítica, se llama *Hombre en llamas*, *Men on fire* ¿te suena? Que no sé porque la patrocinó la Secretaría de Turismo del DF porque esta película no te da ganas de ir al DF, más bien lo contrario.

Me impactó tanto la película que dije ¿sabes qué? me voy a Guadalajara porque el DF me da miedo y estuve en Guadalajara acabé un libro que era un libro sobre las *Escuelas Activas*, un poco como aquí el DF, como la Paulo Freire, la pedagogía Montessori y todo ese rollo de lo que allá llamamos Cumbaya por la traducción en ingles de esa onda Neo Hippie, de los 70's que creo escuelas, que aparecieron por todas partes, apareció una cierta escuela Neo Hippie en varios colegios, un estilo muy peculiar que se creó en los 70's a partir de la música folk, digamos toda la onda hippie, la revolución del '68, es un mundo que se convirtió incluso en un tipo de ONG y estuve en este mundo un poco porque yo fui a una escuela activa en mi infancia.

Era un ensayo un poco crítico y medio irónico también sobre el estilo de estas escuelas y el mundo Cumbaya que se llama, nombre que le había dado la tropa catalana por cierto porque eran cosas muy cosas parecidas. Acabé este libro como en febrero de 2006, me quedé un rato pues tenía dinero y ahí pues lo que pasó en México es que vino la campaña electoral del 2006, en un principio estaba muy tranquila, nada más se empezó a calentar a punto que se calentó tanto que para mayo ya estaba con todo el mundo y pues vivía me mudé a una colonia muy bonita en Guadalajara, en Chapalita. Súper linda, estupenda, una maravilla pero donde todo mundo era anti pejista, pero yo vivía en la única casa que digamos, como en el cómic de *Obelix y Asterix* en la única casa que eran pejistas y parecíamos como en el cuento, y al punto en que se convirtió en que me adentré tanto en la cuestión de la campaña siendo extranjero y además no podías no meterte, todo mundo me preguntaba y debías posicionarte y entonces pues a mí sí me decían que debían que porque era uno debía estar con ellos y no era lo contrario.

Me fui dando cuenta que el estilo del mocherío de Guadalajara, el estilo digamos de derecha era muy parecido a la derecha española y casi me sentí casi como en la Guerra Civil Española. Lo cual por cierto sí certifique hablando en agosto con una hija del exilio catalán, Avelina Santalo de 84 años, hija del primer alcalde republicano de Giron del año 91, y de una familia de exiliados famosa en México pues su hermano era matemático, trabajo en el Luis Vives y ella me dijo lo mismo que, ella cuando la entreviste en agosto le pregunte sobre si ese ambiente que había visto en la campaña de 2006.

Fue una campaña que hay que recordar fue una guerra sucia, fue un clima de enfrentamiento que desde el '88 nunca he visto en México, desde el '88. Incluso creo que ni en el '88 había ese ambiente, en '88 había un clima contra Salinas, gano. Pero ahí fue una guerra civil, en el 2006 y me lo dijo también, Avelina Santalo me dijo ahí muy claramente que había sentido lo mismo, que igual de pequeña se acordaba que a su padre lo caricaturizaban como a un ateo que intentaba quemar monjas o levantar la falda de las monjas en unas caricaturas como para marcarlo, ese marcaje significó que en el '36 si lo buscaron obviamente. En el '31 hacían caricaturas o en el '34 y en el 36 ya te buscaban en la lista negra.

En ese sentido era lo mismo exactamente pues que era una especie de orden de opinadores que hablaban del mesías que venía, del hombre que iba a cuartear las casas y a provocar que... aludiendo a ese fantasma del comunismo clásico. Eso pues sí me motivó pues a participar incluso en la campaña en Guadalajara en defensa del voto en 2006 y luego en agosto ya pues harto de todo ya hasta me fui al zócalo y como para el 10 de agosto, solito ya sabiendo, suponiendo que me iban a correr por (Inaudible) entrometerte en asuntos internos me fui solo directamente termine en un convento de Jalisco porque tome un camión ahí por la tarde me fui solo.

No cubrí como periodista, francamente mandé un articulito pero en España les valía madres, estuve como un ciudadano más defendiendo la causa de la defensa del voto y contra el fraude. Estuve hasta el 15 de septiembre más o menos, más o menos pues atentos en el TRIFE recuerdo que no había bardas, hicieron una valla humana alrededor del TRIFE, ahí estuve yo confiando en que no me pasara nada la técnica legal no está chida pero luego te pegan, es duro aguantar pero no pasó nada y ya cuando todo se desmovilizó pues terminé en Cancún ahí con un amigo vi, me dieron trabajo en un medio, en el Novedades de Quintana Roo pero la verdad iba a cubrir la fuente magisterial y como que, bueno Cancún, en el magisterio. Acabará tumbado en el coche del año y acabará borracho en la playa.

Como ahí en verano del 2006 vine a vivir en el DF y la verdad me enamoré y un amor que aún no ha acabado por el DF y dije me quedo aquí. Y a partir de entonces ya me fui, ya para no hacer el cuento largo como dicen, pues me metí ya... en España en (inaudible) un periódico en Vasco, para un medio de Madrid llamado *El Siglo de Europa*, para una radio en Barcelona y para otra, para una revista nacional llamada el Triangola y ahí fui cubriendo más o menos pues hasta que me fui dando cuenta en el año 2008 en medio de la crisis ya vi que esto acabaría afectando gravemente a mi fuente de trabajo como acabó sucediendo exactamente y empecé pues un poco a ver hasta que un día dije me comentaron que solicitaban, cambia un poco.

Esto fue a partir de que conocí a una chica llamada... Gómez, catalana también que empezó a cubrir, cubrió la huelga de hambre del *SME*. Fue la única persona que se aventó irse al Zócalo, platicamos con ella, estaba implicada en el proyecto *Picando Piedras* justamente junto con Alberto y un poco empecé a hablar con ellos a partir de más o menos abril, mayo de 2011 y ya pues en el ínterin comenzamos a preparar el proyecto de *Punto Ciudadano* a partir de que Alberto contacto primero a Ibarra por *Twitter*, se fue a España a partir del 15M y pues ya empezamos a trabajar, un poco empatando nuestro proyecto y pues ya me contactaron en España y pues me citaron en octubre, iba a hacerse, no se hizo. Yo me fui a España estuve ahí unos veinte días y ahí me aviso Roberto que ya empezaba el proyecto.

Fue como el ¿qué hacemos? empezó pues cómo a mediados de noviembre lo empezamos, empecé desde España y ya volví el 20 de noviembre y desde ahí hasta estoy pues estuve, se puede decir, casi un año pues metido en esto completamente. Esto es un poco un resumen de la historia, digo son como once... me faltaba algo importante; también traía desde el 2006, traía una idea en la cabeza y era un proyecto sobre lo que llamo el Cartel Español, justamente sobre los negocios o sea al final me di cuenta del peso no sólo de la embajada de España, sino el peso digamos de las redes españolas en México, de las redes de poder, de las familias hispano-mexicanas y de qué manera pues un país pues que en Europa no pinta nada y que es de una relevancia histórica y que pues es una colonia en realidad de Alemania como se demuestra, tenía un peso inimaginable en México que es un país de gente grande que se están (inaudible) como España o lo mismo, casi más a veces, pero en cambio con una.

En Guadalajara me di cuenta, en Guadalajara aparte de estudiar un poco la red de la iglesia, sobre la Cristiada justamente y ahora me doy cuenta de detalles importantes como que el movimiento cristero, que la Cristiada en México, gracias a todo el grupo de Octavio Paz y de Lorenzo Meyer lo convirtió en una especie de epopeya de una rebeldía casi zapatista ¿no? Cuando es lo contrario absolutamente. Es decir, eran pequeños campesinos pero dominados por la Iglesia para ir contra el Estado Liberal ¿no? Lo cual funciona igual que el Cardismo en España ¿no? Usados para la derecha para atacar a la República, al punto que el himno cristero que una vez que me presentaron al Rector de la Universidad de Guadalajara, al hermano tonto de Padilla, al hermano de Raúl, al que pone para seguir mandando (inaudible) me cantó el himno cristero, ahí parte en broma y yo dije ¡puta! Esto es el himno de España, es la marcha real pero traducida al contexto de Jalisco, (cantando) la virgen maría; el himno español pero sin letra.

El himno español no tiene letra justamente porque la gente que tenía era muy católica, integristas y por eso el himno español decidieron ¿sabes qué? mejor le quitamos la letra y dejamos nada más la música. Un problema de España, España como nación no tiene, tiene graves problemas porque no tiene ni himno ni letra porque y ahí lo creo yo y coincide varia gente porque como ganó la guerra civil Franco el proceso digamos normal se interrumpió completamente y no se construyó una nación, se construyó un *Franquismo* a base de imposición y de poder y crimen sobre todo por lo tanto cuando se dio la transición la bandera fue la de la Monarquía y la de Franco y no la de la República y el himno como no se podía cantar se dejó ahí nada más la musiquita pero por eso no hay una bandera compartida, no hay un himno que sea un himno de lucha.

El himno de México es, no es que sea una maravilla pero se puede cantar pues porque Juárez ganó aquí pues la nación existe, complicada o no y pone el himno nacional mexicano contrapuesto a otros pero el himno lo puede cantar la izquierda o la derecha pero no ganaron los cristeros, o sea, no es la Virgen de Guadalupe la que está en la enseña nacional por lo tanto se puede cantar y asumir como un proyecto de nación, me imagino que sí.

Pero sí me fui dando cuenta del poder de lo que llamaba yo las redes de la hispanidad en cosas irrelevantes como que todo mundo leía el Hola y el tema de Leticia, la princesa española en México la ven como si fuera suya y no, la música obvio, la cultura también. O sea, esas son cosas accesorias muy importantes porque definen, definen algo que imponer como que la madre patria existe y para un mexicano es, hay una relación complicada, dialéctica, paradójica y contradictoria con la madre patria porque sí es parte de una herencia.

Finalmente se habla más de España que de Estados Unidos pero la relación y el vínculo real de México es con Estados Unidos tanto por las familias, por la gente que vive en Estados Unidos como por la gente que tiene Estados Unidos en México. Pero en contraposición la madre patria tiene una fuente cultural extrema y ahí la han usado muchísimo. Cervantes sirve para entrar a los negocios y las becas, hay un tema de becas impresionante para que tú vayas a España a estudiar, para que dejes tus pinches, esas bromas que hacen, esas bequitas que te vas seis meses a Valencia, te la armas de parranda, es genial y luego que estudiaste, es lo de menos, pero una beca en España está chida pues sí.

Sí hay varios mitos sobre la transición a la democracia que ahora se están desmoronando todos, el mundo español que por cierto ahora ya no tengo que explicar nada porque ya solitos se van desmoronando pero a la vez se creó una red española muy fuerte a punto que decidí desde 2007 empecé a investigar y tema que he seguido investigando y ya si puedo incluso técnicamente pero empecé a armar un libro donde poner un poco los puntos sobre las íes de cómo desde, de unas redes que vienen de muy, no hice un libro sobre los negocios españoles, sobre Repsol, que hay cosas ya hechas.

Sino un libro general para que la gente entendiera como desde el final de Cuba, desde la derrota en Cuba en 1598, España armó un proyecto de recolonización de hispanidad, de Iberismo usando las colonias de inmigrantes que son súper importantes o sea América Latina funciona el poder o sea es una clave muy importante desde México hasta Chile. Hay tres comunidades que un poco manejan el poder: son los judíos, los libaneses y los españoles y en cada país se debaten el poder pero los españoles siempre han tejido redes de comercio, redes de industrias, desde siempre se ha manejado crédito, por ejemplo, en toda América Latina desde el abarrotero hasta las redes comerciales en la minería, han existido siempre. Y eso aún sigue siendo hoy en día, en la leche, Lala por ejemplo, en el agua, en los granos, en las panificadoras incluso por comunidades: leoneses.

Esa red histórica que ha existido siempre, que incluso da clara vida en México que si consiste en eso le llama la inmigración privilegiada. No es la del español común de Madrid o Barcelona que llega digamos a México y no tiene una red porque son de ciudad y en la ciudad no hay redes sino son gente de comarca, de regiones, el caso de Avión, gallegos de Avión donde incluidos desde los

Vázquez Raña hasta Galinda; o sea, el pequeño grupo de Avión que incluso hay tesis doctorales hechas en Vigo sobre su influencia y poder que se fue generando al amparo del poder sobre todo a partir del mandato de Echeverría, Vázquez Raña y que explica fenomenalmente a Mouriño y la red de Gallegos de Avión que maneja desde las avenidas los hoteles de paso en México de gallegos de Avión, una gran fuente de evasión fiscal, en los hoteles no pagas nada, generó otras industrias lucrativas: desde grandes inmobiliarias hasta digamos el emporio de Vázquez Raña.

Esas redes han existido, hay que combinarlas con el papel que la comunidad exterior española siempre contempló sobre América Latina había el gran problema de mercado, España era la clave de esto. Pero esto ya nació en la época del reino de Navarra, en los años 20 del siglo pasado. Alfonso XIII, el abuelo del rey tenía clarísimo, nunca fue a América pero siempre tuvo claro que América era un lugar donde los criollos, hay un texto que puse ahí, una frase donde se cuenta en un texto sobre, en su biografía póstuma del rey desde Roma, porque estuvo, Franco no, Alfonso XIII, el hijo Juan de Borbón nunca pudo ser Rey y Franco puso a un nieto, fue una concesión finalmente pero Franco mandó hasta que murió.

Pero el abuelo, o sea el abuelo del Rey en España estando en roma antes de morir dicto su biografía y sus memorias a Carla Villa, el monárquico le contó que América era un lugar donde naturalmente España lo tenía todo hecho. Por un lado Estados Unidos es muy importante con la doctrina Monroe, no hay, dijo el Borbón, aunque sea Borbón no debo estar en contra de la doctrina Monroe, y se cagaron, porque Estados Unidos nos protege militarmente y España ya no tenía armada, España no puede militarmente hacer nada en cambio Estados Unidos protege a los intereses no sólo de ellos también los nuestros y a la vez tenemos a los criollos y a la población del género Europeo que siempre será fiel a España.

Ahí no importa que el hacendado que esté ahora en Bolivia sea croata de origen, todos saben que la hacienda que tienen es porque hubo un día un Cortés que la creó, la posesión de la tierra, el poder absoluto viene de que España lo formó. Aunque esa otra España no tiene que ver con la España real que existe en España, sí la España que se formó en México y en toda América Latina a base de las encomiendas, de las futuras haciendas, del poder absoluto, la corrupción.

Por eso la clave esta del poder absoluto que creo que la escribió Valle Inclán, la escribió que en Tirano Banderas, que creo que Valle Inclán fue el único ciudadano español que entendió muy bien la clave porque había que luchar contra la hispanidad, ese concepto del poder absoluto, donde pues el poder está al servicio de los hacendados, ahora de las grandes corporaciones y el poder nada más es un instrumento de semi esclavitud. Esa idea de la hispanidad que no comprende lo que existe en España porque España era más complicada, sí aplicó en América donde la hispanidad es siempre el enemigo de las naciones americanas y la aliada potencial de Estados Unidos obviamente en cualquier sentido. El tirano alfabeto que quiere dejar Madrid y que viaja a estados Unidos es el mismo que se alía con las oligarquías locales que también son a la vez son muy hispanistas no importa que de origen sean judíos, croatas, libaneses porque también España es el molde del poder absoluto en América Latina.

Entonces escribí este libro *El cartel español* para intentar contar porque fue tan fácil digamos, el desembarco español a partir del '91 que empezó la Cumbre Iberoamericana de Guadalajara en el '91 con Salinas y ver porque España, porque también la verdad el poder y la economía funcionan por las redes de intereses de influencia y amistades. Por eso en China no tiene ninguna opción porque no es chino, no tiene su cultura, no comparte sus valores, sus familias; en cambio en América Latina es por redes de inmigrantes que ya existen, hay mucho hispano – mexicano a pesar de que tienen toda la agenda política sin ninguna política, nada más que el embajador le llama al de Lala y con el gobernador de Sonora te habla en cinco minutos.

Esas redes de poder son muy importantes, los gringos también las tienen obviamente pero de un modo más indirecto, en la frontera hay mucha gente ya muy bilingüe pero en realidad la cultura no es

la misma. Para un gringo cualquier mexicano, no importa si es Slim, siempre será alguien menor, nunca será anglosajón, en ese sentido. En cambio con España no, esa correlación de intereses, esa empatía de cuates existe completamente y es muy clave y eso explica la posibilidad con que León Chávez cuando ya se pone serio sobre como conquistar dice ahí sí que hablé con varios empresarios españoles que trabajaron en Buenos Aires que fue el lugar donde hubo el desembarco de capitales en el '91 y me quedó muy claro que Antonio Donadeo que fue un personaje clave porque presidió la Cámara de Comercio Española en Buenos Aires y al lobby de empresas españolas en Argentina lo dejó muy claro, les dijo a grandes empresas ya privatizadas de la época todas esas que conocemos: Repsol, las eléctricas, Endesa, les dijo: Pues señores Europa ya compró España pues además yo he llegado con la patria ante ustedes lo único que podemos hacer negocios en América Latina es la única opción para España y sí lo fue. Y además yo tengo la gente de contactos su proyecto modernizador impactó en América latina, es un modelo neoliberal que todo mundo quería aplicar, en las relaciones era simpático, no tenía la prepotencia de Aznar, digamos era muy, se llevaba muy bien con todos los criollos.

Además conocía América Latina, sí estuvo en, conoció a Trujillo en Panamá, conoció a Carlos Pérez en Venezuela, le encantaba la vida que se daban los presidentes de América Latina le encantaba la buena vida que se daban, él era un pobre sevillano clase mediero sin mucho dinero que anhelaba también el poder de los presidentes y de cierta manera siempre entendió muy bien la clave del criollo y siendo sevillano por cierto, sí creo yo Sevilla tiene mucho de América Latina, Sevilla si es el molde donde nació América.

Andalucía en realidad tiene más el molde real de como nació lo mejor y lo peor de América nace en Sevilla, Sevilla es un lugar fantástico, es la parte simpática la gente, una maravilla nada que ver con Barcelona. Pero también ahí hay familias que se galantean e imitan a la aristocracia, la pose, la vanidad, o sea, todo el oropel de las grandes familias aristocráticas sevillanas es en parte lo que los criollos copiaron en América.

Como sevillano naturalmente tenía una empatía natural, es normal. Lo bueno es quizá también pero los entendía muy bien también a los criollos de América Latina. Eso es lo que abrió las puertas y lo que he intenté en este libro es justamente y es por eso que es el libro del que más orgulloso estoy.

Intento justamente eso, intenté demostrar una teoría general, una hipótesis general de como en 100 años hay un proyecto de reconquista muy claro, muy definido que siempre ha estado muy intelectual, que siempre ha tenido pues diplomáticos y siempre con varias caras y siendo un proyecto de expolio y economía obviamente, a través también de la cultura, pero en el momento en que América Latina asumió en el año 91 que entraría en una mesa redonda con el Rey en el vértice siendo que presidiera la mesa redonda era una situación implícita de que la madre patria iba a regir a partir del '91 los destinos de América Latina a través obviamente y como intermediario y de la mano de Estados Unidos porque obviamente, finalmente los capitales de Estados Unidos también están trabajando en empresas españolas: Repsol, en fin, Telefónica.

Capitales obviamente internacionales y el control desde la bolsa no es de España realmente pero la intermediación española es muy importante porque su conocimiento de la elites norteamericanas es muy importante, es la clave que no tiene un francés, un inglés y mucho menos un norteamericano. Es lo que tenía este libro y se publica en marzo de 2011 este libro, si bien tuvo cierto impacto en México en España pues no mucho y ha sido yo creo lo que más me ha motivado a entender esas redes de la hispanidad que sí creo, quiero seguir estudiando porque da mucho de sí.

Creo que además en México hay teorías históricas muy falsificadas como las de Meyer, la Cristiada, es decir que el sinarquismo no tiene nada que ver con el fanatismo es decir buey, nada más hay que ver las fotos. O sea que un bruto él, solamente para un mexicano es un absurdo completo, en México todo era un molde de la iglesia española; la iglesia española en México era tan poderosa que controlaba escuelas, controlaba conventos, controlaba todo.

No puedes decir que el sinarquismo no tiene nada que ver con España, lo tiene que ver obviamente completamente. Aunque en España no les importe, en México sí está la relación, por tanto hay mucho acá por hacer en demostrar la relación de empresariales – políticas vía el PAN. Incluso también en partes del PRI, es sorprendente pero también existen.

Un trabajo de historia que aún está por realizar porque justamente a unos popes de la historia en México han estado impidiéndolo como es Jean Meyer por ejemplo que es el máximo investigador y encubridor de las relaciones de la historia comparada que es lo esencial para entender a España y México que se entienden perfectamente. Él estuvo preguntando por cierto y no le di nada de lo que sería interesante ver dado que aún está por hacer y queda mucho trabajo que si puedo lo intentare hacer yo también. Es el resumen digamos de mi historia. ¿Voy muy rápida o no?

MP: Y me contabas que por la crisis que veías venir decides entrar a colaborar a medios digitales...

OM: Sí, para blogs, empecé a ver un poco del *print* digital porque sí creía que se me estaban cerrando lo cual en parte era verdad (inaudible) de rollo de lo de *copy left*, de la autoría compartida. Empecé a ver el desarrollo digital, digamos más horizontal. Hablé con tata Alberto, con Epigmenio y empezamos a charlar del proyecto iba a ser en principio una serie de convenio, una red de periodismo ciudadano donde a través de manuales, la gente aprendiera a escribir y a convertirse en reporteros ciudadanos pero la realidad el periodismo ciudadano también, cuando nosotros empezamos a hacer este proyecto ya en realidad estaba en crisis porque sí, en lo particular, en mi opinión, yo creo que eso puede funcionar por ejemplo, a mí me funciona en Asia por ejemplo, los proyectos que funcionaron un tiempo, lo que ya en la época de nosotros ya empezaban a oxidarse y a acabarse.

Luego vino el *Huffington post* pero en realidad el periodismo ciudadano, los problemas que tiene es que: una, puede que en Estados Unidos puede que te lo puedas creer porque a partir del Blog o un medio puedes llegar a un mercado potencial, todo mundo está en red, ahora la prensa histórica está desapareciendo y donde la cultura digital está muy fuerte y podrías hasta vivir de eso en Estados Unidos pero fuera de Estados Unidos esto no funciona, ni en España ni en ninguna parte porque no hay una red digital así, una red gratis como por ejemplo el HTML está bien pero no funciona; requiere un trabajo inmenso, no hay un masa crítica suficiente y a final de cuentas redito económico no tiene realmente y nadie ha conseguido creo yo llegar a un momento en el que digas bueno que no se ha explotado a la gente como hace normalmente el *Post* y digo estamos jodidos no ha habido una sola fórmula que funcione porque ¿qué le ofreces a la gente? Sin cobrar, eternamente ¿croniquitas? Es un trabajo de chinga, lo que funciona es compartir información rápidamente, mandar un link, un tuit, una acción rápida que tú puedas manejar y convertir en noticia o checar unas fuentes y que te facilite información pero que la gente se involucre en un periodismo ciudadano no funciona, no funciona ni para CNN ni para nadie. Porque es que un video rápido pero como te dije una crónica, un trabajo como periodismo ciudadano no se ha visto en ninguna parte del mundo de habla hispana y creo yo que fuera de en Estados Unidos tampoco va a funcionar.

En España el *Huffington Post* tú lo ves y la mitad es deportes de agencia, no funciona porque la gente tampoco se la cree, para eso mejor le buscas cualquier blog sindical, blogs de turismo, te van a pagar una miseria pero vas a cobrar algo. Digo te vas a quedar chico al final, tienes un millón de visitas por tu blog, sí pero pasa en muy pocos casos. Siempre de una u otra forma hay una intervención de un financiero, un grupo de inversionistas que más o menos le apuestan. Nadie creo ha encontrado la fórmula, digo fórmula que no sea, porque sí, te puedes manchar un año entero y puede que al final consigas algo pero el esfuerzo está brutal y mientras tanto que comes. Ese es el problema en general, nunca ha tenido solución pero bueno en... sí hubo este apoyo y ahí empezamos en noviembre, sí a finales de noviembre de 2008.

MP: y ¿tu cómo definirías a este sitio? ¿Qué es lo que te hizo decir sí voy a colaborar aquí?

OM: Pues los tres vimos la oportunidad de hacer un medio horizontal, colectivo, con la posibilidad digamos de enfocar la profesión desde otro punto de vista. La verdad al principio no sabíamos muy bien ahí que hacíamos, pero bueno ya empezó esto y poco a poco sí fuimos como encontrándole un poco el cómo.

Fue en varias fases, no fue algo, por un lado tiene que haber un trabajo muy bueno que siempre sabe captar muy bien las tendencias, digamos tiene la capacidad de, no sólo en Twitter sino entender pues lo que va a llegar y sus intereses digamos los tiene muy claros y sus fuentes también cosa aparte fue muy buena, Altea que lo dejó muy rápido, se fue para, ha sido de los mejores blogs en México de periodismo independiente, se tiene una visión clara y yo como periodista mas veterano tenía una idea clara de que podíamos, lo que creí, lo que yo sí creo que es, pues convertir la información en análisis y contexto, darle a la gente un plus de, darle la vuelta a la información.

Es decir, por ejemplo ¿qué tema dijimos? El de Blake Mora, el accidente de, el helicóptero de Blake Mora, pues la idea era obviamente, la pregunta clave en las redes y ahí sí es importante para los temas, todo el mundo pregunta ¿quién lo mató? aunque no te hayan matado siempre la gente la han matado. En México nadie muere de muerte natural y si es así nadie se lo cree. Con Blake Mora la cuestión era entender ahí que los helicópteros son costumbres, pasan, porque hay un esquema de corrupción y abandono y desregulación tan absurdo que no hace falta que te maten, tu solito te mueres, lo mismo Saba, o sea, ha habido una serie de reportes y ahí armamos un reporte sobre la cuestión de porque hay en México tantos helicópteros, yo creo que por mi parte intente hacer un esquema de eso, o sea, interpretativo.

Es darle a la gente si, aunque la gente no lee internet, depende, cuando el tema les importa sí leen, el ejemplo que tuvimos más claro fue en el caso del tuit de la hija de Peña Nieto famoso que lo publique yo, ya lo había hecho en la madrugada, a la una de la madrugada el día después de la FIL. Ya habían salido dos, tres cositas, o sea ya más o menos el tema estaba saliendo y sabía que vendría fuerte pero ahí sí que le di un giro de proyección interpretativo. La clave es ¿Por qué la gente se enoja tanto con prole? Porque prole es una palabra ¿De dónde viene prole? ¿Qué es proletariado? Como la palabra que fue un insulto y que la nombraban a la gente que no tenía apellido, y no pertenecían a la aristocracia ni eran caballeros era pues la gente que era nada, esa palabra que en el siglo XIX se convierte en un arma de lucha del socialismo y que ahora ya ha prendido esto en la prensa se convirtió de nuevo en insulto y en México la clase alta sigue usando una frase que es muy del siglo XIX, por ahí no se usa en otros países, pero porque la gente, es contra la gente ¿Por qué la gente se sintió así?

Una, contar la historia del tuit, cómo se manejó, de qué manera se convirtió en una tendencia y luego contar porqué prole es un insulto y porque en México usan esa palabra. Por ejemplo ese tipo de reporte es diferente a otros, en vez de copiar y pegar del tuit y ya rápido, eso convirtió la nota en la más leída en cuestión México, aún está en 120 mil visitas. Impactó porque la gente sí quería saber porque estaban enojados, la clave y que con Alberto aprendimos es importante saber cómo la gente pregunta en la red y que quieren saber, eso sí a partir de las herramientas obvias de Google para ver cómo hacer esto y también tú, qué es lo que yo creo, entendí y apliqué: darle como un reporte, un análisis y un contexto a las cosas, y ahí la gente sí quiere leerlo.

Esa línea en mi caso y ahí combinado con Alberto la aplicamos y también muy bien, también creo mucho muy bien fue en abril creo, detectamos ahí la parte de Alberto, la detección de tendencias y cosas que van a existir, una agenda previa, no cuando esté sino antes, detectamos que iba a salir el comercial este famoso de niños incómodos el de la fundación esta de Alberto Bailleres y ¿qué hicimos? sabiendo que, el lunes sabíamos en un tuit que habíamos muy, muy tarde que ya iba el vídeo, en la mañana del martes que se hace el anuncio ya en Televisa ya armamos el reporte sobre los niños incómodos.

Por un lado desmenuzamos el vídeo (inaudible) hablaban de violencia pero salía una marcha de profesores contra la evaluación ¿Qué tiene que esto con la violencia? *Frame to frame* desmenuzamos cada momento del vídeo para mostrar que esto era una posición política donde se muestra la posición de la empresa y luego dijimos quién es Alberto Bailleres su empresa, sus negocios y sus intereses y crear a partir de aquí ese artículo, en la mañana se volvió en artículo de referencia, de aquí hicimos una campaña contando varias partes de quién era Alberto Bailleres sus minas de trabajo y se convirtió en una especie de, en una combinación de un molde de tendencias y a la vez la capacidad de dar a la gente un reporte claro sobre qué hay detrás de las cosas.

Yo creo que esto es lo que, en una redacción que no existe realmente porque pues éramos dos personas, no era una redacción grande, no, éramos dos personas. Alberto estaba más en la operación y dirección y yo realmente escribiéndolo, no casi solo pero pues casi, eso hizo esa capacidad de entender que la gente podíamos darle esto. Porque tú en hora y media o dos tú no puedes prácticamente hacer pues mucho más, pero ahí sí usar Google como un instrumento de búsqueda histórica y ahí sí que captando concretos y teniendo, yo creo que ahí sí la parte que tengo de periodista sí es un poco veterano y pues tener tablas y entender cómo va el país. Entender qué es Bailleres, su porcentaje de edades, la Coparmex, entender un grupo de poder y conocerlo para ir a buscar rápidamente lo que tú quieres en la red, ahí sí creo que el periodismo nunca deja de existir.

Entonces cualquiera que sea un buen redactor Web pero si no tiene las tablas y ahí no creo que haga falta ser periodista en el sentido estricto del término. Una vez di un curso yo en un sindicato, en el Sindicato de Técnicos de la Industria Nuclear Mexicana, muy pequeño, el SUTIM y les decía, hicimos un curso de un mes, les decía. Empezaron veinte, empezaron muy nerviosos porque el periodismo parecía algo muy complicado pero no, el periodismo es una artesanía, es un oficio. Y ustedes tienen la ventaja que no tiene nadie que haya salido de la Ibero o de la UNAM, conocen como va el país, tienen 20 años en un sindicato, saben del país, saben historia, saben poder, saben grilla, saben cómo funciona el Estado, el Estado y lo privado. Saben muy bien, saben la historia de este país en los últimos 30 años, la han vivido en primera persona; luego tienen lo que nadie tiene: tablas. Les falta acabar de, en el caso del periodismo escrito, pues acabar de aprender las reglas de escribir pues desde la nota simple, una crónica o un reportaje, pero esto lo vamos a aprender en un mes, tres de ellos lo saben perfectamente bien.

O sea yo ahí sí creo que es un oficio, no existían escuelas de periodismo, no existieron hasta los años 50 en Estados Unidos, se inventaron pues porque no puedes ser menos que un doctor pero en realidad el periodismo nunca ha sido más que un oficio, te guste o no por eso le meten semiótica lo que quieras, puede ser multimedia, aprender más conceptos para darle más teoría, para ser comunicólogo que da miedo, comunicólogo ¿qué comunicas? Pero en sí no se necesita una escuela de periodismo, nunca lo he ocupado, ocupas el oficio que aprendí en una redacción, como achichinle sirviendo café y metiéndose a cubrir fuentes y poco a poco aprendías y en general por eso todo mundo era así y no eran malos periodistas para nada. Ahora que todos tienen mucha técnica el periodista sigue estando peor que nunca, ahora que hay hemerotecas virtuales la gente ni las usa, en realidad no es tan complicado. Eso es algo que yo entendí algo que tiene el periodismo digital que no tienen muchos medios, porque no los teníamos, era esa detección de tendencias, un periodismo de análisis y la capacidad también de leer blogs y cosas que jalarlas a través de compartir el link y la información, dar ese contexto histórico al activismo y medios que salían y tener reflexiones, dar una voz a la inconformidad, que paso con el 132.

Último ejemplo antes de, luego sí al parecer hubo un poco más de reacción y pudimos hacer cosas ya un poco diferentes, duró un poco la broma, mes y medio pero sí por ejemplo hablamos de las crónicas tuiteras, que es lo importante, de cubrir las marchas de una forma inteligente con una especie, como un previo de reportaje en *tuits* que luego armamos el que estaba en la redacción lo armaba ya como vía *Storify* lo armaba ya como una crónica ya bien ensamblada pero la veías en *Twitter* tú en tiempo real cubriendo la marcha y la gente la usaba como fuente de fotografías o de

información. Jornada nos tomaba fotos a nosotros y salíamos con un iPhone y creo que eso es muy importante, cubrimos también el sentón, cubrimos unas marchas de sentones e incluso en el DF.

El momento clave también donde también hubo un trabajo muy bueno en curso fue el tema Neza, el pánico de Neza fue un momento clave que (inaudible) hizo un trabajo muy importante, donde Alberto fue capaz de hacer una detección de redes, mostrar que no fueron las redes las responsables sino patrullas de policías las que empezaron por ahí el rumor y las redes lo que hizo, pues el rumor lo extendió más pero nació a través de patrullas de policía que empezaron a decir lo que no era y provocaron que los que vivían en Chimalhuacán y que es obvio que la gente que sí tenía internet, después movieran el rumor y después cuando el jueves volvió el rumor otra vez, volvió por decir el rumor, desde luego volvió el caos, caos tan absurdo que las redes ya no servían de información, las redes perdieron la información porque dejaron ir el pánico y el caos y no se sabía que estaba pasando.

Lo que hicimos fue mandar, teníamos dos (inaudible) todavía, una vivía en Pantitlán y otra que iba a cubrir algo a ese medio, vete para Neza y veamos que pasa y ahí en aquel vacío informativo que hubo donde los grandes medios no hacían nada, las redes no hacían nada, pero las redes estaban descompuestas y locas, lo que hicimos es durante tres horas reportar en *Twitter* varios reportes en vídeo de que realmente no pasaba nada y dar un espacio también para calmar las cosas y tranquilizarlas, creo que fue muy importante y también a la vez hizo el trabajo Alberto de monitorear y hacer una vez más redacción y pudimos yo creo pues seguir también conflictos como la UACM fuimos cuando pasó el evento ahí en Cuatepec, hubo la toma de una, cuando los porros de la torre recuperaron, crearon un caos, ahí fuimos a ver, a investigar y sacamos incluso varias entrevistas con varia gente, tuvimos varias entrevistas así con el iPhone entrevistando en el gente y nos convertimos en una fuente sobre los conflictos de la UACM.

Claro duró poco porque a partir del 15 de octubre se acabaron los fondos, pude hacer redacción básica y esa parte que con pocos medios, con un *iPhone* y trabajando así cubriendo la calle el sentón, el primer sentón en la Cámara de Diputados lo cubrimos con tres periodistas y fue maravilloso porque tuvimos la capacidad de armar como una red pero capaces de ver hasta ver con una diputada intentaban entrar a la Cámara, ver que estaba haciendo en qué momento, sacaba fotos, entrevistas y ahí nos convertimos en una mañana en, siento que con dos o tres, poquitos en la redacción conseguimos ser una referencia absoluta del conflicto.

Me parece que sí, que con no muchos medios y con capacidad y con ganas sí se puede armar a través del tiempo real y los reportes inmediatos también que se arman en la redacción, tener un nivel, ser una fuente confiable de lo que está pasando en el momento. Si hubo un par de momentos que sí creo que se rindió mucho, que se tuvo un impacto que mostraron lo que se puede hacer realmente sin grandes equipos y sin hacer lo que hace *Sin Embargo* y *Animal Político* lo hicimos nosotros, ahí sí creo más esa idea del reporte y también armando algo que se llaman los packs, dándole manuales sin dejar a un lado también pues preguntas y respuestas, la gente quiere saber siempre ¿En qué me afecta a mí eso? ¿Qué va a suponer? ¿Qué cambios? O sea ¿Cómo esto afecta mi vida? Ahí si tocamos no nada más la novedad sino reportes muy claros sobre la reforma laboral en que supone el pago por horas, el outsourcing, que va a suponer en tu trabajo, ahí sí creo que esa idea de los packs también sirvió mucho para darle curso o con forma diferente a otros medios, no creo que duró pero sí creo que sirvió.

También luego hice un reportaje importante fue el de los fotógrafos de Peña Nieto, también ahí sí más periodismo clásico pero aprovechando el tema digital, tres fuentes importantes que normalmente no pueden decirlo mostrando algo increíble como que todas las fotos de la campaña de Peña Nieto eran fotos publicitarias algo que era relevante, que los medios aceptaron o bien cobrando por publicidad o bien mintiendo como la Jornada donde había un tal Aguilar cuando no era fotógrafo de La Jornada. O sea la foto oficial si había foto del PRI, Aguilar en realidad no trabajaba para La Jornada sino para el PRI.

Ahí creo que hicimos un esfuerzo de reportes a fondo que por ejemplo también queda claro que uno debe distinguir entre dos tipos de influencia, una la que te da muchos gráficos, temas que es capaz de jalar y te dan nivel y sacarlo rápido y otros temas de fondo que aunque no impacten cinco mil internautas, sí impactan a 500 y lo reparten y te toman como referencia, tanto sea la UACM le cubrimos no, la UACM no se convirtió en un principio en una gran fuente de tráfico pero sí te acabó dando un trabajo importante y un nicho de gente que te seguía porque dabas una información veraz y seria y a fondo de un tema, eso creo que es combinar lo complicado de un medio digital, pues nada más jalar tráfico como sea pones cualquier cosa, para jalar tráfico como sea, buscando ese equilibrio entre la fuente, lo independiente, lo alternativo, lo diferente, lo que marca tu espacio aunque no pega mucho y porque también es cierto los reportes de fondo en internet funcionan, tu dejas algo y va jalando normalmente si algún día hablan sobre los fotógrafos de Peña Nieto o sobre Bailleres, van a leer aquella fuente, cuando lo busquen en búsqueda orgánica en Google van a encontrar aquella fuente.

Por tanto en un día jalará 500 visitas solamente, al cabo de los meses se convertirá en una referencia que va siendo que el acervo, el acervo que vas creando sí se retroalimenta porque la gente sí lo va leyendo, el tráfico se va generando cuando haces acervo. Hoy en día que hacemos menos artículos seguramente tenemos tráfico porque mucha gente sigue leyendo artículos de referencia que siguen dando un acervo que es lo que marca la diferencia. No cubrimos la nota de radio del TD día, cada vez menos lo hicimos, sino temas que de fondo van quedando. Por tanto cuando la gente siga leyendo van a seguir buscando sin saberlo llegarán al pulso, cuando más duro el medio, más gente tienes, más se hace acervo, te conviertes en una fuente de influencia y como más te diría yo como de legitimidad porque realmente es algo claramente que es serio y existe y se mantiene, lo puedes incluso actualizar que es la ventaja y eso te va haciendo jalando tráfico y te da una influencia digamos en la red, el trabajo que hicimos en (inaudible) fue muy importante igual que la operación en julio de México, del tema electoral, de acumular todas las pruebas que hubo sobre el posible fraude, fue importante porque se puso en la página que se hizo creo que se llamaba Despierta México, esa sirvió muchísimo para también vincular toda la inconformidad y dar muchas pruebas y recopilar lo que con pocos medios lo que la gente quería dar de información de vídeos, de reportes, de notas, eso demostró que sí se puede hacer.

Claro como todo requiere una operación que finalmente pues económica requiere pues proyectos que duren un poco más y se consiguió, creo que ahora se intenta con este proyecto de punto cero pero pues esa idea horizontal, colaborativa, más abierta y más de fondo quizá un poquito menos formal, porque este nuevo medio quiere ser más, hay que entrarle mucho más a más temas desde vida sexual hasta lo que sea. Pues está bien pero nosotros con pocos medios si creamos un medio que sí creo yo que marcaba la diferencia, se notaba y no era tampoco un blog totalmente militante como tantos, como el Santuario, sino que entraba en la categoría de periodismo crítico independiente y sí se consiguió con muy pocos medios.

Se demuestra que hay gente para esto, pero también es cierto que para mantener esto pues también hubo una financiación y permitió que se pudiese hacer un tiempo, si no hay esto es muy complicado y claro también llegado el momento después cuando había mucho tráfico que llegamos a tener una media de páginas vistas, de un cuarto, una media de un cuarto de millón de páginas vistas, a partir aquí ya se puede intentar de poner en operación de manejar la cuestión de las relaciones públicas, publicidad que esto también si no tienes un equipo propio es muy complicado también.

Debes de tener alguien que este manejando esto, que sea capaz de moverse con empresas, con políticos, incluso con inversionistas esos que llaman Ángeles para cuestión de internet esa parte es la que a veces es la que le falta para poder tener la otra parte cuando se da por ejemplo una parte de administración que es el caso de Epigmenio Ibarra que era otro boleto que no quede la cosa en tierra de nadie, pero lo que este sí puso lo consiguió, siento que tuvo mucho efecto y varia gente lo leía como una referencia y de todos los medios evidentemente que había en aquel momento, algunos ya

se habían cambiado, el cambio de SDP que se convirtió en un medio pues comercial diría yo, una evolución pues lógica viendo a su fundador. Todos eran medios muy alternativos en ese sentido o zapateando, o medios ya de un rollo muy cerrado, casi en el fondo muy de secta o como el Santuario que no dejaron de ser muy militantes en la formación no era una que fuera muy validada también.

En ese sentido Pulso fue un término donde sí era informativo, ciertamente sí era alternativo y también independientemente pero también tenía una mínima credibilidad eso sí creo que lo conseguimos y fue un término medio, siendo muy pequeño no podía ser, Sin Embargo no podía ser nada más político pero sí era algo más que la blogosfera militante o alternativa que finalmente también se retroalimenta pero nunca es capaz de romper el gueto.

Pulso si diría que lo rompió también es cierto estaba *Argos* de Epigmenio Ibarra fue útil, empezó realmente como un proyecto vinculado a una telenovela *El Octavo Mandamiento* también, que no le da eso no tardo el numero en concretarse lo que sí es que en ocasiones había inserciones pagadas, no pagadas no, libres perdón de *Argos en Pulso Ciudadano* pero en realidad no tuvo mucho impacto, aunque quizá alguien piense lo contrario, pero no tuvo un gran impacto en *Pulso* porque nunca hubo una interacción entre *Argos Media*, la parte publicitaria de *Argos* y *Pulso*, trabajamos en paralelo pero nunca realmente bien fusionados, o sea lo que se mencionó en *Pulso* sí el impulso existió un poco y sí retuiteaba y difundía importante por eso digo que *Pulso* fue el impulso que le vino a trabajar al principio era Altea también que estuvo un tiempo y luego Alberto y yo a partir de febrero. *Argos* estuvo bien sí es una marca importante, sí le da una credibilidad, sí es cierto que *Argos* permite al menos una relación de marca buena obviamente buena, tiene un nicho, pero nunca llego a ser tampoco una fusión comercial tan real.

Pero sí creo que al menos *Pulso* sí se quedó, parecería una tierra de nadie pero se fue a una tierra promisoría diría yo porque sí permitía verla a futuro, vamos a ver qué pasa con el otro medio que había que ver ahora pero sí creo que marcó una media línea con muy pocos medios porque obviamente no tenía la capacidad de una redacción grande o de meterse a hacer grandes cosas porque siempre estuvo muy limitada en cuanto a la gente que la hacíamos, que finalmente éramos dos y Alberto estaba más en la operación, en monitoreo de redes , en detección de tendencias y en toda la operación también comercial, de relaciones públicas, ahora sí creo que tuvimos esta posibilidad y duro poco tiempo pero si vimos también que hacía mucho tráfico, pudimos cubrir más fuentes, más a fondo con temas más propios, no sólo de análisis de investigación sino también de seguir unos temas puntuales que nadie seguía.

eso nos dio la prueba, también crónicas tuiteras, el sentón, UACM, el tema de Neza tanto en redes como en el término real de ver qué pasa en Neza ahora mismo y vamos a verlo, nos dio la capacidad de ver mucho más allá pero bueno esto duró realmente un tiempo limitado, no podemos decir que más se hubiera podido hacer porque se quedó donde se quedó.

MP: ¿Qué papel tuvo? además del financiamiento ¿Qué papel tuvo *Argos* en la línea editorial?

OM: Yo creo que fue, es Epigmenio Ibarra, Epigmenio Ibarra es tuitero conoció, siempre le interesó, pero él ya tiene una idea y creo que así es, de hacer algo diferente, creo que él tenía una idea clara de hacer un medio que pudiera influir en el proceso electoral, que pudiera captar una indignación, una tendencia que en el fondo nació en mayo, sí nació porque el ambiente, el aire del tiempo que se dice, lo que estaba, fluía, sí se generó en mayo, creo que se generó, tuvo un gran potencial pero no acabo creo yo de concluir, 132 fue algo pero creo que como que la chispa que tuvo sí por varios motivos, también por la campaña del PRI se complicó mucho, en realidad pues también los tiempo electorales lo acabaron como medio matando, ha quedado pero no ha impactado como se creyó que podía impactar.

Acaba siendo muy bueno para tesis pero sí creo que Epigmenio Ibarra entendió que hay un costal de personas que no conocían absolutamente de nada, le dio medio para ir a Madrid, le dio para ver si se podía usar este medio que captara esa indignación que estaba en redes, que estaba en redes y que sí realmente se despertó incluso con el tema de la Ibero, que sí había una juventud que estaba harta con ganas de cambiar cosas, con ganas de preguntar, de cuestionar cosas monopolios, poder y que estaba como flotando en una indignación que no se concretaba, que se concretó sí como un flash brutal en mayo y junio pero que también quedó como atorada por un proceso también que los superó pues había fuerzas superiores que eran un poco más invencibles. Pero Epigmenio creo que entendió el momento y por eso le apostó como Epigmenio Ibarra incluso, porque el proyecto de *Pulso* lo pagó el digamos.

No es que Argos lo invite como empresa, honestamente le invirtió el pues de sus viáticos para decirlo así en plata, no Argos como empresa, no se involucró el sello empresarial así de pon una gente, tenemos una redacción, una oficina, no. Fue Epigmenio Ibarra como persona, ahí con los pleitos que tuviéramos o no con él, con diferencias como han existido últimamente hay que decirlo muy claramente que quien le apostó fue Epigmenio Ibarra, porque además es periodista, creo que también quería en parte salir un poco de su parte de ser más un productor, es un hombre que viene del periodismo, un hombre que además también es un militante, es activista igual que lo hizo con Sicilia y la campaña del movimiento, de andar, implicarse y ayudar, compuso, incluso yo diría como verle el agua a los camotes, ver que podía hacer, le apostó con nosotros y sí creo que llegó un momento en que ya no era posible, pero en el punto final de cuándo o le meto mucho más y lo llevamos a una masa más amplia prefirió quizá pues armar otro proyecto más allá de *Pulso*, o sea, usar *Pulso* como base para luego buscar algo ya más a fondo.

No sé también el cómo, porque también creo que pues también el problema de todo proyecto es que también se habla de grilla política pues quizá no funciona tan bien, no lo sé porque estamos apenas en un nuevo proyecto que no sabemos lo que será pero sí me queda claro y sí sé hay que decirlo con todas sus letras que Epigmenio Ibarra le apostó personalmente fue él el que vio la jugada, vio que venía un momento de rabia, de hartazgo, un hartazgo grande y también tiempo como de un cambio y sí pues cuando llegó simplemente llegó en parte era cierto que estaba en mente y que existía y que se podía cristalizar.

Sí yo creo personalmente que cristalizó pero se quedó como un niño de un año que no sabes dónde podía haber ido pero se quedó a medias; sí hubo un momento clave, un fulgor, diría que fue un fulgor muy importante el día de la Ibero quedará en la historia donde los reporteros de verdad no fueron los grandes como Rubén Aguilar, que ahí menciono en la foto sino la gente joven, sí acompañó este proceso poquito como otros medios, también ahí, la red, la gente lo hizo por sí misma; allí ningún medio realmente puede representar nada, sí fue muy espontáneo y ahí no creo que el estudio que hizo Héctor de (inaudible) en *Nexos* lo demuestra fue un proceso caótico y natural, o sea no hay nadie atrás digamos y quien quiera atribuírselo es absurdo porque no tiene ningún sentido y se puede probar que no tenía sentido.

Pero creo también que como se insertó en el ciclo electoral e intentar que no llegara Peña Nieto y como llegó pues entonces, digamos, se quedó, yo creo que duró el efecto entre fue el 11 de mayo ¿no? Lo de la Ibero, fue el 11 de mayo y el día lo ocupa *Televisa*, yo creo que en ese ciclo fue el momento cumbre, el momento final. Lo de *Televisa* fue el gran momento final, es decir, pues *Televisa* se sintió hasta el momento muy pues preocupada y hasta se quedaron ahí a dormir, donde sí pero la capacidad de cambiar algo como fue muy limitada por el ciclo político que fue muy brutal y ahí se murió y hasta el TRIFE dijo que nanai nanai que aquí todo está bien y se callan, también como siempre dejó la cosa otra vez en tierra de nadie digo es ahí donde, no digo que se pueda remontar, sí fue una semilla pero por otro lado estamos ahora en la incertidumbre de qué pasará.

También es cierto que estábamos antes en lo mismo de siempre en el ciclo extraño y por eso se inserta en la realidad, en septiembre y noviembre es como bien dicen “todo se pierde”, pero igual en

2008 la Reforma Petrolera todo se levantó otra vez, no pero no está claro el ciclo ahora, es un ciclo de desorientación, de qué hacemos y aun realmente no ha llegado Peña Nieto quizá el primero de diciembre cuando se vea con la banda presidencial pues al *Copetes* digamos como ver muchas cosas que van a pasar, porque muchas veces van a llegar, pues cambia de ciclo.

Pero no está claro, 132 su problema es la inserción brutal en el ciclo de que no llegará Peña Nieto, claro mucha gente lo tenía claro pero pues no se pudo ¿no? Y ese no se pudo también marcó, cortó de entrada, de cuajo digámoslo, la posibilidad de que el más allá y mucha gente lo pensara pero nadie supo qué hacer. A nadie le puedes pedir también pues que inventen lo que no pueden hacer, vamos a ver qué pasa pero en ese ciclo sí *Pulso* tuvo un papel y sí creo que Epigmenio Ibarra entendió que sí hacía falta insertarse en este nuevo mundo ¿no? Digo y sí creo que por eso apoyo a *Pulso* e insisto, él personalmente, tal como empresa no, sí pago las cuentas pero es porque él lo pago en parte como de su bolsillo.

MP: Tú cómo definirías tu trabajo en Pulso- Pateando Piedras ¿Es trabajo periodístico tal cual o cambia?

OM: Yo también creo que hay varias cosas, por un lado el *print* digital es diferente porque tú tienes que armar por ejemplo tu, este no sé por ejemplo cuando murió el hermano de Salinas Pliego, sí ahí está el artículo ¿no? O sea ves muchas, muchas esquelas ¿no? Y bueno yo veía el paquete de esquelas y decía hermano ¿por qué tanto? ¿No? Es decir a ver ¿quién es? Ahí tienes que en dos horas buscar información y no es tan fácil porque para empezar uno no tiene toda la información, o sea en México hay información a partir del dos mil pero tienes que ponerte a buscar luego información por ejemplo en inglés por ejemplo.

Hay un caso que ahí sí me gustó y que aunque tuvo muy buen tráfico *Pulso* marcó la diferencia, el caso de Cynthia Vanier, Cynthia Vanier es una canadiense que en noviembre el señor Poiré en una rueda de prensa en la mañana y Alejandra Sota dijeron que era la cabecilla de una banda internacional de traficantes de personas que iba llevar al hijo de Gaddafi a México, Saadi Gaddafi a México. Todos los medios de México dieron por buena la versión, no ha habido versión más delirante en la historia de México, donde nadie cree nada, todo mundo le creyó a eso, y dije a ver, relájate.

Yo con Alberto dijimos esto es muy raro y aparecen una serie de artículos a partir de lo que decían en Canadá pero en México nadie más dijo nada desde entonces. Hemos buscado las fuentes en Canadá, *Google* en francés y en inglés y pues era obvio que el plan maléfico era comprarle un departamento en la torre Saint Regis de Reforma o en Punta Anita decían que esconderse está cabrón esconderse en Punta Anita o en el Saint Regis porque todo mundo iba a ver, o sea ya es delirante y luego resulta que vas a buscar lo de Cynthia Vanier y nada pega o sea si iba a una reunión de emergencia en el Saint Regis porque ahí se reúnen todos los colores del mundo ahí van cuando quieren hacer negocios en México.

Empresarios, todo tipo de cabilderos están ahí cuando vienen a México porque es lo más caro del mundo y lo paga su empresa y van al hotel Saint Regis, pararon a la mayoría de empresas de ingeniería pública de Canadá, entonces dices ¿esto qué es? Y tenía casa en Punta Anita ella, claro la casa de toda la vida, era abogada y tenía dinero y luego vas viendo que no pega por una parte y fuimos armando a partir de ese, digamos, esa investigación en redes que sí se pudo hacer porque se investigó en Canadá.

Si abres *Google* de España te da buscar bien y aparte aquí buscas los videos que se han hecho y además vas a los informes sobre que hizo en Libia, ella iba como abogada de esta empresa iba a ver qué pasaba con los varios encargos que tenía esta empresa en Libia: aeropuertos, plantas depuradoras de agua y mientras ella estaba ahí sí se dio cuenta de que lo que decían de Gaddafi era mentira, que los rebeldes estaban pagados por Estados Unidos, que había islamistas, que estaban

matando gente, que había bombardeos a población civil y salió en un reporte humanitario y el avión sí se lo pago la empresa pero eso era un trabajo de riesgo y aprovechó para hacer un informe pero nada más y la fuente que lo denuncia era el jefe de seguridad que le mandaron a Libia para como guarura ¿no?

Ninguna fuente confiable y la información la mandó a *Anonymous*, que puede ser cualquiera obviamente. Entonces bajo un nombre falso que no era falso, sino que era su nombre de soltera y dices bueno esto ¿qué es? Seguimos e hicimos lo que se pudo hacer, sin dinero pues investigando en las redes. Bueno de mi parte investigar en las redes es muy importante hacerlo muy bien, creo que también es importante tener un margen histórico, hacer consulta del año histórico el año dos mil, noventa y nueve, ver bien, buscar en Google Académico o sea armar lo que se pueda para rápidamente, en el caso del hermano de Salinas Pliego, descubrir que había sido uno de los promotores del neoliberalismo en México o sea de una de las fundaciones de más extrema derecha de Estados Unidos.

Y te puedes tardar tres o cuatro horas porque a veces no es tan fácil encontrar así en Google ahí en búsqueda automática no encuentras nada, tienes que buscar muy bien, pensar en libros que también conoces, o sea, y luego también buscar fuentes reales a veces hay que consultar como en el caso de fotografías de eventos, quedar con periodistas, fotógrafos que te van contando la historia real y punto a punto. Puedes mandarle, por ejemplo, un DM en *Twitter* y luego quedas con él y te va contando la historia.

También yo creo que lo importante es la curación de contenidos, que es la clave yo creo en Internet. Hoy en día fuentes hay un montón pero tú tienes que armar, el secreto es tener tus fuentes, tus *feeds* para de esta manera ir armando los blogs en varios idiomas te sirvan, digamos, para tener las fuentes de manera muy rápida para tener una atención muy fácil a la información.

Es un mar la información digital, la información en redes es más real, tienes que hablar con la gente, ir a consultar y consultar con gente real, buscar en libros que a veces no existen en la red o existen en *Google* pero no puedes copiarlos, tienes que ver en *Google* Libros por ejemplo, que hay mucha información también y partir de aquí una curación de medios para ver las fuentes reales que te van a servir para la información y con esto, también, más adelante tener un equipo de gente, periodistas reales, digitales que trabajan pues, in situ en los lugares, van a (inaudible) y aprenden a construir también eso es curación, Premium digital, investigación en redes y algo también que digo yo también y armar reportes también, reportes de análisis y contexto de las cosas, de qué es la Reforma Laboral, quién es Alberto Bailleres, esos cuatro elementos de análisis, curación, investigación y contexto, son los que permiten como medio con muy pocas capacidades para funcionar más allá de en cuatro (inaudible) armar un reporte y ser diferente a los otros más la parte que Alberto hacía del monitoreo de tendencias y de redes que te permite detectar también algo que va a pasar.

El ejemplo mundial de esto y ahí no fue Pulso nada más fue la campaña terrible, impresionante que fue un ejemplo de viralización automática la (inaudible) de *Kony* 2012, que ya nadie se acuerda, del famoso que entre mayo y abril empezó a aparecer en todo el mundo, la avalancha de *Kony*, que era acabemos con *Kony*, que dices ¿quién es *Kony*? Todo mundo empezó a poner *Kony* 2012 y dices que está pasando. En cualquier web del mundo aparecía como tendencia mundial *Kony* y ¿quién es *Kony*? ¿Qué ha pasado con *Kony*?

Ahí el resultado que l final vas viendo, todo el mundo empezó a ponerse las pilas, veamos qué pasa con *Kony* ¿no? Después descubres que ahí fue el ejemplo de mil quinientas personas de esta organización de *Kony*, en teoría una ONG que quiere apoyar la atención de *Kony* porque crímenes por la humanidad, de un hombre que secuestraba niños en la zona de Uganda, Uganda que ahora está refugiado en Congo. Lo que hicieron es buscar las quince cuentas de *Twitter* más importantes de Estados Unidos, desde Oprah hasta el niño este ¿cómo se llama el cantante este infantil? Justin Bieber, los empezaron a bombardear un día entero, mil quinientas personas con aquello de que

ayúdenos a denunciar a *Kony*, cuando ellos dijeron ok te *retwiteamos*, eso supuso que de golpe 60 millones de personas estaban *retwiteando* al momento “salvemos a los niños y matemos a *Kony*”.

Y ahora de golpe todo mundo, como un virus autentico empezaron a decir lo que ni entendían, que había un hombre malo en la selva de Uganda que secuestraba niños y era a ver cabrón y ahí sí que todo mundo, incluso Estados Unidos, la verdad, empezamos a hacer reportes de esto, bajándolo y denunciando que esta campaña no tenía ningún sentido. *Kony* ya no estaba en Uganda, tenía un grupo muy limitado y que esto había sido una operación de Estados Unidos y que esto había revivido una operación de Estados Unidos para montar una base militar en Uganda para con las cosas de *Kony* ya había ido el operativo de 150 marines que vinieron a Uganda y que ese tipo estaba pidiendo a Estados Unidos intervenir militarmente en Uganda, donde hay un conflicto regional muy importante con varios factores de minas, de economía que se usan en el tema monetario para una operación que serviría para asentar bases militares en Uganda.

Ese fue lo que hicimos nosotros y muchos otros medios, fue muy útil porque en al menos tres días, la gente sentía que le habían tomado el pelo con *Kony*, se encabritaron de un delincuente pero había un montón, hay un montón de gente que ahí usan niños en las guerrillas, o sea todo mundo está picando mierdas allá, o sea, no puedes andar diciendo, eso paso igual que en Libia; en Libia todo empezó con que Gaddafi bombardeo Bengasi, cosa que no fue cierta, o sea las redes también sirven para la intoxicación y la levantación de falsos.

Y la función del medio digital también debe de ser como parando los pies, cuando hay operaciones de intoxicación, de virulización, de falsos contenidos con objetivos políticos, la gente no sabe que se manipulan como si fueran de lesa humanidad ¿no? Un video de una ciudad arrasada, Gaddafi es malo; vamos a ver qué está pasando en Bengasi porque estos reportes son falsos y el caso de *Kony* fue un ejemplo magnifico por todo, esas 10 cuentas de Estados Unidos empezaron a decir que sí, que hay (inaudible) al documental de *Kony 2012* y todo mundo puede ver, sí es cierto que pegó, que todo el mundo se puso las pilas, incluso otros medios, México fue uno de los primeros en hacerlo y sí sirvió para la gente dijera “oye me están manipulando” y “¿qué está pasando?”. Entonces tiene una función muy importante que se puede hacer a partir de estos reportes de investigación, de análisis, de contexto. Una vez hicimos un tag para ver ¿Qué pasa en Uganda? ¿Quién es este señor? ¿Cuál es el conflicto? ¿Qué piensa Estados Unidos? Esas preguntas y respuestas sí me fueron muy útiles para que digamos parar los pies.

Incluso en el último reporte que hicimos sobre el famoso salto de Stratos. Ahí sí a Alberto le dije: oye hay que tomar en cuenta que el primer hombre que saltó en la estratosfera en los años sesenta, ahí este pues ahí hay un nombre, ese hombre saltó ¿para qué? para probar cómo saltar en paracaídas desde un avión súper sónico, desde un bombardero súper sónico de Estados Unidos o sea, era un proyecto militar para saber cómo podían salvar la vida si en caso de ser bombardeados desde tierra, podían salvar y no morir del impacto de saltar de esa altura.

El salto en el año sesenta, ese hombre fue a Vietnam y sí bombardeó Vietnam, o sea, era el asesor del proyecto Stratos un tipo que no sólo estuvo en Vietnam bombardeando, fue encarcelado por los vietnamitas, sino que además es un ultra que aún dice que hay que encarcelar a Jane Fonda porque se fue Jane Fonda, la actriz, a Vietnam a apoyar a Vietnam del Norte y aún dice que hay que encarcelarla o sea es un ultra demente.

Pero nadie conto esta parte eso no es fácil porque para encontrarnos el link, en Internet, funciona como una prueba de carga, digamos, el *link*. Yo hasta que no encontré el artículo donde en un pequeño medio de Orlando donde sí, él contaba que en Vietnam o sea, que casi nunca hablaba este hombre hasta que en un medio de Orlando, luego de cuatro horas de buscar o sea está cabrón porque estás muerto de sueño encuentras la prueba, encontré en Orlando un medio, en inglés que decía que sí, que hay que matar a Jane Fonda porque es una comunista, que debería estar en

prisión por haber traicionada a la patria, ahí se reconoce quién es ese hombre que está detrás de ese proyecto.

Eso sí, yo creo que la red sirve para esto o sea esa capacidad antes no la teníamos. En el año '91 sin internet no podíamos llegar a saber eso y yo tenía que irme cada martes a la hemeroteca, a la única que había en Barcelona, que era de *TVT* la televisión pública; donde ahí sí checaba para una entrevista a ver los datos de ese cabrón para ver quién era pero no es fácil.

En el caso de Cunningham ya vas a ver el artículo que se llama Stratos ¿qué hay detrás del Stratos Red Bull? O sea costó un montón y tienes que irte a *Google* inglés, tienes que hacer búsquedas un buen rato y además lo necesitas publicar porque además necesitas publicar otras cosas a la vez; o sea el problema de manejar un medio digital, si no hay mucha gente, es que tienes que hacer todo a la vez. Claro que al final pues una gente que se maneja en tiempo real, como hicimos al final, es mejor porque maneja los temas de lo que viene de *Twitter* de una manera muy rápida, para eso el Storify es muy útil también, la verdad y te puedes hacer reportes más de fondo pero sí un medio digital tiene esa capacidad y la tiene, nuevamente, en el caso de Peña Nieto fue impresionante porque la gente quería saber por qué siento como insulto que me llamen prole. Iniciamos con varios temas de racismo y clasismo que en México sí creo que los medios digitales tenemos más capacidad para darle como la vuelta.

Igual Neza, o sea, varios temas ha demostrado ahí *Pulso* que sí con un buen medio con un poco más de gente y un poco más también de pensamientos, sí tienen las capacidad de generar, entender el espíritu de los tiempos, también lo que a la gente le enoja, le molesta y lo que busca y también darle la información cuando la gente anda pérdida porque la gente no sabe las cosas tampoco. O sea no busco porque no entiendo por qué me enoja, no entiendo, quiero saber qué pasa con esa historia.

Esa capacidad la hicimos con los niños por ejemplo; el mismo artículo que hicimos, desmenuzando, deconstruyendo el comercial y por eso las claves de ese proyecto empresarial fue muy importante. Estuvimos también ahí con *De Panzazo*, por ejemplo, también. O sea qué es *Mexicanos Primero*, qué es el proyecto, de cómo o qué se va a la educación, para nada ese es un proyecto de (inaudible) en donde se alude a la educación en varias fases, siguiendo el ejemplo de Estados Unidos, donde allá hay escuelas públicas que tienen una gestión privada la Charter School ¿no? Ahí demostrando cada vez que llega una oleada viral ¿no? Te voy a poner un ejemplo así, a mí me funcionó por ejemplo como oleada viral porque en temporada electoral la gente no se cree nada, por eso *De Panzazo* se quedó a medias.

Pero hubo otros intentos de armar, como *Kony*, un ejemplo mundial. De que la interpretación no, hay que matar a ese terrible secuestrador de niños pero cabrón perdón ¿qué estás diciendo? Tú estás diciendo que tiene que haber bases militares de Estados Unidos en Uganda para perseguir a un tipo al que ya le quedan cien personas y es irrelevante, este es un ejemplo para camuflar objetivos políticos imperiales. Eso creo que en las redes, el medio digital tiene la capacidad, si se pone las pilas de hacer un trabajo con muy poco, digamos, sin (inaudible) tan fuerte que tienen los grandes periódicos digitales o *El Universal* por ejemplo.

Tanto de la (inaudible) que en *Twitter* una marcha o un evento que nadie sigue pero (inaudible) tú lo estás haciendo, la gente te lo va a *retwitear* y lo van a seguir como para informes muy de fondo. Creo que esta capacidad la tiene, se ha demostrado, pero sí requiere también la moción clave que (inaudible) porque un blog que tú manejes sin dinero nos queda debiendo, no puedes estar publicando porque tienes que comer, no te vas a hacer rico si tú quieres hacerlo este no va a ser el caso, no vas a poder hacerlo, este problema.

Y también el problema de la tercera pata de ¿cómo comercializas? Digamos ¿cómo consigues más o menos que a partir de ya, de un techo de cien mil visitas totales? Que es cuando ya, digamos que ya

puedes tener acceso a la (inaudible) o a un box no que era tampoco para que pueda existir un millón de visitas, la verdad cuesta un montón.

Esa parte que nadie le ha atinado aún hoy en día porque los grandes medios no consiguen tampoco sacar dinero, sí creo que con la *web 3.0* va a ser más viable. Pero no es de semántica, requiere una clase de clasificación brutal, o sea, aparte del equipo de periodistas, se requiere de un equipo que se dedique a taggear, a clasificar, a hacer las clases, esa parte también es muy complicada y se requiere pues una talacha brutal. Luego, en verdad, estamos como siempre viendo a ver cómo y el cómo nadie lo acaba de encontrar tampoco.

Claro pues un blog en Estados Unidos aún tiene la capacidad de ir por mercado, sería más fácil, pero no todos llegan y solo 1% son rentables o un 10%, no pasa nada. Pero bueno ahí van más avanzados y ahí la prensa escrita sí está muerta. Por ejemplo, el libro en Estados Unidos ya es tan brutal que está acabando con las grandes cadenas de libros, pero eso no pasa ni en España, ni en México y quizá no pase tampoco.

Aquí el valor de la cultura, al menos escrita es más fuerte que en Estados Unidos y aún es una referencia pero no es tan claro que los procesos que hagan allá, aquí apliquen en automático o tardan 20 años, lo que allá ya existe, aquí no existe aún y no vamos a decir que (inaudible) tampoco porque puede que exista la gente que quiera seguir leyendo, la verdad también. Igual que la gente joven no siempre lee en Internet también, necesariamente tienen que comprar un libro o sea que no hay imágenes tan claras, automáticas como lo que hay en Estados Unidos que va a llegar aquí en chinga en un año no es así.

El *ebook* en España, en Europa creían que llegaría, todo mundo creía ya que abrían el *ebook* ya ahora ya este año en Frankfurt pues todo mundo aceptó que el *ebook* sería un nicho de mercado pero no sería el mayoritario por ejemplo. Nada que ver pero sí creo que *Pulso* sí dio pistas de por dónde en México es posible crear algo intermedio, entre lo puramente alternativo y lo más comercial digamos, que esto es lo que digamos es la pista que dio *Pulso*, donde haya oferta laboral, vamos a verlo y que será un nuevo medio que se cree, o sea que *Pulso* dio muchas pruebas fehacientes, reales, ya con tráfico y comprobadas de vías posibles, el resto pues ya depende de por dónde vayan los mesonistas, por donde vaya la gente, es lo que se puede decir.

MP: Me podrías platicar más o menos, a muy grandes rasgos y ya me has ido platicando pero ¿cómo construyes el contenido de una nota? desde el inicio hasta el final, cuando ya está arriba y ves que efecto está teniendo en la red.

OM: Para empezar sí debe haber dos cosas: una detección, anterior incluso, de temas. Si sabes que van a pegar, o sea lo que es TT ya no interesa, ya todo mundo lo hace. Es como la agencia que ya todo mundo sabe y no sirve, excepto que le des otro tono o le des la vuelta, si no, no sirve. Eso por un lado y luego la construcción consiste en tener un buen agregador de contenidos, importante tener los switch que tu sabes manejar muy rápido, que te mete una muy rápida revisión de las fuentes al momento. También a veces la capacidad de usar a veces un *stream* por ejemplo, es decir, si tú quieres decir cosas muy rápido. Me acuerdo de cuando el tema de la entrevista de Aristegui que mostró sus *mails* con Loret de Mola, pues ahí tienes que reconstruir, reproducir y sintetizar muy rápido la información y que salga en media hora antes que Aristegui la saque. Se tardó hora y media en sacar la información que ya subimos otra vez y ya nosotros somos la fuente principal porque sacamos el resumen más rápido que nadie, y bien *linkeado*, pegado y en negritas, bien hecho ¿no?

Pero en el caso de una nota original tienes que verla, tentarla, sentirla rápidamente. Ver por un lado el interés que tiene una nota o siento que no sale mucho porque no es mi fuerte pero sabes que tiene una importancia para un nicho de gente (inaudible) empiezas toda la construcción que tiene que ver digamos de ir maniobrando para que tenga, finalmente funciona mucho como la triada invertida,

funciona igual (inaudible) pero tienes que armarla de forma que tenga un buen video, una buena foto que *linkee* muy bien y que tenga las citas muy exactas y muy precisas y bien armadas, y todo esto en hora y media.

Por lo tanto el trabajo es como en chinga detectar, en chinga ver las fuentes, ver recursos, ponerlas en, yo lo hago en *clippix*, pones rápido un *clippix* que es mejor para poner el contenido en chinga en una carpeta y de aquí ya sacas y dejas abiertas tres pestañas y te saca rápidamente y luego incluso una consulta por teléfono a veces rápida con alguien que te pueda decir las cosas y ahí armas la nota en hora y media y se construye así de rápido, o sea, sabiendo que tiene que haber cinco *tags*, siguiendo las reglas de (inaudible) caben en la entrada, en el titular, *tags* bien definidos, hacer un rápido *Google In Side*, si puedes, para ver cómo la gente busca la palabra, también es posible hacerlo mejor para que funcione más para el macheo sea más perfecto y ahí la armas como en hora y media, dos, si se puede ser antes mejor.

Si es de fondo pues, tres cositas muy buenas y un cierre que complementa con videos y con información alternativa que le permite a la gente que lea más sobre ese post o entrada. Hay que hacerlo así, sí creo que lo digital tiene un punto de estrés más fuerte, no es como llegar a una redacción que tienes como cuatro horas para hacer las llamaditas, puedes ir a un lugar y preparar como en cinco horas un tema, no puedes hacerlo así y a la vez tienes que hacerlo original porque el contenido este, a partir de detección de fuentes y del tema que está generándose, debes darle un tono diferente y en el *stream* pues lo armamos muy rápido obviamente y ya para que lo tengas ahí en un momento y hacer ya el steam.

Pero en la nota de fondo, en el reporte, lo que yo he trabajado más digamos tiene que ser que consigas unas citas, consigas un video diferente que te dé un *bonus* importante y que los link sean claves, porque necesitas *linkear* realmente asuntos muy importantes y que realmente, tanto la cita como el link sean la carga de prueba de mostrar un hecho, digamos, es como en un libro en la cita al pie de página ¿no? Que además *linkeen*, el hipertexto te abra una ventana, el hipertexto esté bien armado, y también los tags, las negritas te están dando digamos el buen posicionamiento para que sabes que lo que dices está muy bien *tagueado*, muy bien *linkeado*, muy bien armado y el contenido además es bueno, está bien escrito.

Otra clave muy importante y muy complicada la verdad que tiene que estar muy bien escrito y esto cuesta un montón. La mayoría que están en digital no saben escribir una mierda, o sea, es muy complicado que por favor, o sea, será digital pero no deja de ser periodismo. Debe de ser un muy buen resumen, unas seis preguntas claves y debe estar narrado de alguna forma referente que al lector le interese porque realmente la gente sigue leyendo de arriba para abajo, a mí me parece que el proceso sigue siendo una pirámide invertida: lo importante arriba, lo menor abajo y es así como debe de ser bien escrito. No puedes armar, hay gente que lo hace al revés y luego le pone una nota y digo bueno ¡Dios mío! Bueno por favor no lo hagas porque es que me vas a matar porque eso no puede hacerlo, digo es complicado por eso mismo tiene que tener varios talentos a la vez.

Porque puedes ser un buen periodista de toda la vida, quizá no lo sabe hacer porque el tiempo lo mata, escribirlo y un tipo no sabe *twitear* y luego no te arma una nota bien porque no la sabe escribir, ni sabe poner una buena síntesis cabal, apetecible y bien narrada y a la vez poner bien los videos, las fotos y los links ¿no? O sea parece muy fácil pero no lo es y por eso generalmente cuesta muchísimo encontrar a periodistas digitales buenos porque armarán muy rápido y muy bien y además que dé fondo o sea, bueno que tenga algo original que le dé la vuelta a las cosas pero resulta que no es nada fácil, realmente es muy complicado. Neta que es una cosa que dices bueno sí está fácil pero no lo es, no lo es para nada.

Y por eso en los medios, la gente, la mayoría son notas de *Notimex* y luego ya encargan reportajes de fondo. A eso le pegan bien, al reportaje de fondo que encargan, que no es todo el día pero en lo otro son notas de *Notimex* con un arreglillo o una letra cambiada ¿no? Y no hacen precisamente

prensa digital, o sea, que los grandes medios hacen trampa. Entonces *Animal Político*, no, tienen mejor redacción y lo hacen mejor pero Sin embargo a veces o *SDP* la neta hacen notas bien chafitas o sea notas churro: rápido, armado y como sea y no te dan nada en realidad, sólo que salen muy rápido y bueno así si armas cincuenta, sí generas tráfico obviamente pero no te hace una buena diferencia.

Imagínate a la gente manejando muy bien a tiempo real, notas muy rápidas pero con un contexto diferente y reportes muy de fondo, más la gente que está en la calle trabajando los temas, si tienes esos tres niveles más la redacción se hace algo muy bueno, más también reportajes especializados que encomiendes a alguien si tienes dinero puedes hacerlas, incluso puedes tener un tipo en Tabasco o que ahí le encargues al momento una nota rápida. Pero no tener un corresponsal porque sí que tal que te sale una nota que sale en el *Tabasco Hoy* y nada más te la copiaría, sino que la encargas al momento. Oye en Tamaulipas se quema el estadio de minería, en chinga muévete y hazme algo muy rápido con tu camarita de vídeo y sacamos un vídeo pues ahora los videos con muy importantes.

Pues si *YouTube* tiene su programa analítico y si armas como empezamos a hacer en septiembre ya muchos videos, videos rápidos, como en la UACM de tres minutos sin editar, funciona un montón, el video que grabó Alberto Madrid, el hombre que defendió a los clientes en un café que son dos minutos o sea tiene ya más de cinco mil visitas. Igual que cuando a Noroña lo entrevisté un día antes, cuatro minutos sirvieron porque había que al día siguiente todo el mundo quería lo que decía Noroña, pero no Noroña cualquier día sino cuando toca y me puse yo con el *iPod*, ahí grabé, lo entrevisté y ahí lo pusimos.

Bueno si de repente tienes un tema de edición o multimedia mejor. El video es muy importante también y también lo metes como base y lo pones también en el artículo también o sea, que todo complementa y todo le da digamos que la función de hipertexto, la función de contenido completo con la con las tres patas pero, igualmente insisto, escribir sí es algo importante y eso mucha gente se ha olvidado de eso.

También la nota, hay que conseguir que la gente la lea, la lea y le interese y luego el link es como sagrado, el *link* es muy importante porque el *link* lo pueden seguir, en parte realmente te justifica lo que dices, y te construye, insisto, la carga de prueba. Eso lo vi en *ARA*, a veces es bien complicado pero un buen *link* no lo encuentras tan fácil. No es fácil *linkear* lo que salga al momento ahí, le metes lo que sea y ya pero incluso palabritas deseo y que de un buen contenido que también *Google* también lo valora, es muy importante y también las fotos hay que etiquetarlas muy bien, hay que poner la referencia, pues aunque sea igual imágenes, de dónde viene, hay que clasificar muy bien y la verdad es una chinga.

A veces yo creo que con Alberto vimos también que *Google* lo que hacía era muy semántica, teníamos un equipo incluso que se encargue nada más de *taggear*, de clasificar información, etiquetarla, ponerle todo como requiere la, el pinche algoritmo y eso es complicado, o sea, no es nada fácil porque a la vez tienes la presión de que las cosas tienen que salir. Honestamente creo que es una chinga y que la gente tiene que ser muy amplia y muy variada, manejando varias partes para que todo funcione en tiempo y forma pero claro eso requiere y sigue requiriendo dinero y a veces pues y así sí, pero técnicamente la inversión no puede ser, la inversión en internet es siempre a fondo perdido, la verdad. Es muy de riesgo y a veces muy de casino, o sea, tú le entras y no puedes saber lo que va a pasar, debes arriesgarte y pues en México esto no es muy costumbre, digamos. Yo a veces he querido mejor ir a Estados Unidos a buscarle ahí, que no aquí donde la gente lo quieren en un año, pues en un año vas a empezar a ir bien pero obviamente es más en redacción, en multimedia, en moverte o tampoco esperes que a fuerzas salga y fluya de la nada.

Y sí, obviamente también la clave y eso con Alberto lo hablamos es también cada vez más la curación de contenidos, primero el chiste es tú cómo los pongas y como los distribuyas y de qué

manera armes un reporte aparte de con buenos contenidos vaya haciendo la función narrativa, lo vayas clavando, lo vayas encausando como *puzzle*, le pongas unas buenas referencias y eso lo conviertas en y además es tráfico, la gente que ya sabe sobre los temas.

Si armas una *web* de buena curación de contenidos es algo que yo creo que a futuro y con menos redacción, incluso con menos redacción sería viable pero incluso requieres gente igualmente porque esto no es fácil y ahí sí que el curador de contenidos es muy importante y cada vez lo es más pero esto, insisto, requiere cara, sí yo creo que es una gran inversión porque si no puedes hacer uno, dos, tres pero el esfuerzo está cañón y el desgaste es sobre los blogs. Eso se da mucho en los blogs, sirve pero es muy matado y por eso no hay continuidad, otros suben, aguantan o mueren. El caso de *El Santuario* pues es un buen ejemplo, ese caso también de cómo lo llevan al extremo y lo revientas, sí era el blog más militante pero sí tenía un nicho muy claro de gente muy fuerte.

Lo comercial está claro *Animal Político* también sobreviven porque también tienen un nivel de inversión muy fuerte hablamos de millones de dólares también y tenía que venir de Estados Unidos. Pero aguantar en la red comercial también puede aguantar muy bien que es la otra parte que también es muy complicada, que si falla o no existe o se lleva en forma amateur, pues también luego se complica. Digo, en *Pulso* tuvimos al menos esta fuente de iniciación que nos permitió aguantar ese tiempo y que ya tenía que dar más y sí pudo dar más un tiempo pero que ahora ya por razones tuvimos que dejar el proyecto pero creo que dimos la pista, rara vez dimos como que la pieza de por dónde podrían ir las cosas ¿no? Pero había que dar mucho más ¿no? Obviamente y había que meter más inversión o sea vivimos con 40 mil pesos al mes, era una inversión mínima por los pasos que dimos, mínima y muy rentable pero que tienes que (inaudible) más y quieres llegar a más.

MP: Y ¿qué papel ha tenido el lector aquí?

OM: Por un lado, sí hemos tenido la interacción, ha sido importante en cuanto a que... pero por ejemplo la clave es que Pulso Ciudadano no funciona, es un proyecto que ya ha generado desde el 2001 y no ha pegado por la simple y sencilla razón de que la gente pues no trabaja gratis. Porque aunque ahí estaba la red de *twitteros*, una red de gente que te sirve al fondo de la empresa. Una fórmula viable también que no intentamos, no hicimos nada por falta de presupuesto es cargar las cosas al momento, es decir, si un *twittero* está abordando un tema y está en el lugar, es ofrecerle oye te pago, te voy a pagar 500 pesos pero me *twiteas* todo y me mandas un video que me (inaudible) te lo pago ahí pues en *cash*, digamos, te doy el pago, te lo mando pero me lo cubres bien y así la gente empieza a tener un incentivo pero esto requiere de tener un fondo económico para que esto funcione.

En ese sentido, en Tamaulipas, están reportando, en temas de narco no, digo pues no vale la pena que te maten, no.

Bueno no sé qué más decir.

MP: Bueno, nada más una pregunta, creo ¿Tuvieron en Pulso o tienen todavía un equipo de trabajo?

OM: Claro que lo tuvimos, del uno de septiembre al 15 de octubre, no menos, al cinco de octubre más o menos.

MP: Y ¿cómo funcionaba?

OM: Ahora somos Roberto y yo pero ahora lo tendremos hasta que termine, hasta que nazca el otro medio se llama 90.0, ya está la página que no sabemos cuándo vaya a ser o sea el veinte de noviembre, el uno de diciembre ¿no? Pero ya está (inaudible), incluso ahí no sé si nos incorporamos

o no (inaudible) la verdad no tengo idea, la verdad no creo que le entremos, vamos a ir por la (inaudible), supongo pero vamos a seguir Pulso (inaudible) que se acabe el contrato y pues hasta que acabe ¿no? Y ya, ahí nada más ahí.

Pues miembros del equipo, en sí, siete personas fueron, sí trabajamos bien, sí se subió el tráfico pero bueno, pues ahora, no se puede pagar más, no hubo más dinero, tiempo y el inversionista decidió apostar por el nuevo proyecto de Epigmenio Ibarra.

Si seguimos haciendo Pulso, pues lo mantenemos pero ya, sí el tráfico sigue ahí más o menos pero también, pues no tenemos ya la capacidad para operar ya como operábamos en septiembre ¿no? Pero no ahí sigue y se sigue haciendo las notas pero sí ya (inaudible) no es lo mismo, ya no es (inaudible) pero bueno, esperemos que al menos muera bonito ¿no?

Y te digo creo que sí, sí sirvió, sí dio pistas, unas pistas, siento que las dimos. Siendo que empezamos como a verlas venir, a ver cómo le hacíamos ¿no?

MP: claro

OM: Es la idea, creo que sí fue útil, sí a varia gente le ha interesado, sí ha tenido una recepción, si ves la cuenta de *Twitter*, de *Facebook* sigue siendo leído ¿no? Más o menos pues... incluso cuando tocamos el tema de Sandy que varia gente se enojó pero sí dijimos lo que pensamos, lo que investigamos, lo que supimos y lo que no puede ser ¿no?, incluso si hace falta politizar, politizamos.

O sea, sí, yo creo también que y yo también creo, incluso al principio lo discutíamos, yo creo en el periodismo interpretativo ¿no? Sí creo también en los reportes que pueden dar objetivos y analíticos pero creo que siempre en el periodismo no existe la objetividad, las redes no son objetivas en sí mismas, son un canal donde salen muchas cosas pero sale cualquier cosa ¿no? O sea nosotros llevábamos un trabajo de seguimiento, de monitoreo, de jerarquizar la información, de entenderla, de extrapolarla, digamos y no, las redes en sí, sí pueden ser honestas cuando (inaudible) del pánico y eso no sirve para nada ¿no?.

Se dice cualquier cosa y la gente, igual en un caso de pánico, dicen lo que sea y selo creen y pues la gente creía que en la casa de a lado estaban viendo lo que (inaudible) ¿no? Y punto y llegó un momento de pánico porque todo mundo se (inaudible) la gente cree que no existe ¿no?

Y pues yo estudiaba muchas cosas en sociología y perdón, uno siempre tiene que ir a los lugares terminando así como desaparece ¿no? Y si quieres seguir interpretado, pues ese es el chiste, no puedes nada más.

Sí creo que hay que detectar el origen de los *twits*, que hay manera que también es una interpretación ¿de qué manera los *twits* se manejan? ¿De qué manera se dejan en la red? Eso también es digno de interpretar y analizar lo que se está haciendo en las redes, digo no hay manera de que... se tomen qué es lo que pasa con un tema como el de la prole o como los niños incómodos, digo, no hay nada neutral, es neutral digamos, el tráfico del servidor es neutral, te transmite la información pero no hay nada neutral, siempre hay intereses, siempre hay opiniones y hay medidas, urgencias. Sí puedes llegar a tener un pulso social, un pulso en las redes que también hay, sí que detectar qué es lo que la gente quiere, qué es lo que la gente opina; incluso a nivel comercial existe y por eso todo mundo, en fin, usan la red como una mina de información o sea agarran de seguro la compañía, que te lanzan la información que tú quieres ¿no?

Si yo le doy Israel, me salen cursos de hebreo, digo yo no me voy a ir a Israel para tomar un curso de hebreo ¿no?

Claro la parte divertida es que la publicidad detecta que hablas de ellos y no muy bien ¿no? Con lo cual resulta que te pones tú también en evidencia ¿no? Pero lo que opinas se convierte en una forma

de sacar dinero a través de esos anuncios automáticos que te salen de lo que a ti te interesa y que llegan en forma automática absurda porque no quiero un curso de hebreo pero también te sirven para que hagas la fuerza de tarea de Israel y detecte quién no está a favor de sus fuerzas políticas ¿no?

Ese es el problema de la red que (inaudible) lo hace muy bien, que es lo peor del mundo, te pones tu red de contactos y haz de cuenta que la policía o la agencia de investigación un día vaya sabiendo con quién hablas del otro lado y un día arma una revolución ¿no?

No hay peor absurdo que es la teoría de los círculos, así la policía sabe quién es tu amigo, tu familiar, tu relación, tu red, ahora tú mismo le das al gran hermano toda la información posible vía Facebook por ejemplo que es la peor manera de hacer un trabajo serio ¿no? Por ejemplo si tienes algo importante, por decirlo no hay ninguna neutralidad, si no digamos, claro sí hay una cantidad de información que nunca había existido y la capacidad de que tengas, a partir de la creación de contenidos, justamente le da la vuelta y convertiría esto en algo útil para la gente ¿no? Tanto en el sentido de (inaudible) reportes de información como también darle las causas a la gente ¿no?, de porqué de las cosas, del quién, sí sigue siendo a fondo una tarea periodística pero también desmenuza también el contenido social y lo convierte en nota ¿no?

Esto también a partir del hipertexto, a partir de la web o sea sigue siendo eso en parte y en parte algo nuevo ¿no? Que sí es complicado porque son a la vez muchos (inaudible) que eran menos complicados ¿no?

Y tenía a la vez el problema del tiempo y la rapidez de la red ¿no? Claro una redacción amplia y compartiendo el espacio también para que todos trabajaran pues simultáneamente pero eso también pues no existe, la verdad, puedes colapsar fácilmente porque es muy complicado.

Por eso creo que en ese sentido en *Pulso* dimos las claves de por dónde pueden ir, superando la diferencia entre el medio comercial y el medio alternativo ¿no? El medio alternativo tiene poco tráfico pero pues también se acaba consumiendo en un círculo que va siendo como privado ¿no? Y no sales de ahí y no tienes un efecto en la sociedad, y en el medio comercial pues tienes otros intereses ¿no? En ese sentido es que *Pulso* dio claves de cómo se debe hacer un trabajo que sea viable a futuro y tenga tráfico a la vez y nuevamente sea capaz de generar influencia ¿no? Si estas cosas se consiguen pues ¡qué bueno! Dimos la pista y ahí se quedó, como pista, como objeto de estudio, vaya cuando algo muere acaba siendo objeto de estudio ¿no? Normal ¿no? Ahora te sirve de objeto de estudio para tu tesis pero la gente no está, puede que vuelva pero no están ahora.

Esto pasa con las redes en este momento ¿no? O sea está (inaudible) en toda la academia, que está bien pero igual sería bueno que también pudieran seguir funcionando (inaudible) pues ahí sigue *La Jornada*, entre otras cosas pero pues llegaron como esposos, ansiosos de lo que puede ser el futuro. Vamos a ver qué pasa.

MP: Pues muchas gracias, en verdad te agradezco mucho.

OM: Oye, pues cuando acabes la tesis nos la mandas.

MP: Claro, claro se las comparto.