

Perspectivas del periodismo local frente a la globalización: Exploran periódicos y periodistas nuevas formas de pervivencia en la mundialización informativa.

Maestra: Mirna Leticia Santoyo Caamal.

Universidad Autónoma de Tamaulipas.

E mail: msantoyo@uat.edu.mx

Teléfonos 01 834 31 8 1800 Ext. 2712

Resumen

El terreno de la comunicación local, nos abre la ventana a nuevas formas de hacer periodismo, con alternativas desafiantes y nuevos retos para el ejercicio de esta actividad, lo cual nos conduce a no dejar de mirar hacia la dirección mundial de globalización y que en esta aproximación de lo generalizado se puedan hacer diferencias y puntos de encuentro que permitan a las pequeñas entidades a no perder su personalidad. Hoy en día hay más información, lo que no significa la existencia de una sociedad más informada. Ello revive la figura del periodista ese que cuenta, que interpreta y traduce, que narra y que da cuenta de lo que pasa, no centrado en la figura de aquel reportero que recoge una información y reproduce la noticia, los cuales abundan en los diarios.

El periódico en línea adquiere características diferentes al medio impreso, que lo convierten prácticamente en un nuevo medio, y aunque la mayoría de las publicaciones en la red en México particularmente en la provincia, son vaciados literalmente de las salas de redacción tradicionales a un formato en la web, por lo que tendrán que modificar sus esquemas para ser competitivos en la guerra por las audiencias.

Son pocos los medios impresos que no se encuentran también en la red, de hecho algunos editores estiman la posibilidad de desaparecer en papel, debido a que el medio electrónico ofrece otras alternativas que reducirían no solo los costos de producción, sino además depender menos en número de trabajadores.

Como propuesta a la grave crisis de credibilidad, baja circulación y poca utilidad como producto, existe un planteamiento del periodismo alternativo frente a la globalización o la mundialización informativa.

En la última década, en algunos países como Estados Unidos, España y Chile se empezaron a acuñar nuevos términos periodísticos, como resultado de las tendencias internacionales por abrir los medios informativos a la participación ciudadana.

Con la presencia del periodismo comunitario, cívico, de servicios o público no se busca desplazar ningún género informativo, sino la propuesta está encaminada a complementar la información que se presenta al lector

El terreno de la comunicación local, nos abre la ventana a nuevas formas de hacer periodismo, con alternativas desafiantes y nuevos retos para el ejercicio de esta actividad, lo cual nos conduce a no dejar de mirar hacia la dirección mundial de globalización y que en esta aproximación de lo generalizado se puedan hacer diferencias y puntos de encuentro que permitan a las pequeñas entidades a no perder su personalidad.

La revitalización de la actuación de los medios impresos es urgente, no solo frente al reto más grande de este momento que representan los medios alternos de difusión o propagación de noticias como lo es Internet, sino en la intensa búsqueda de formas y modelos novedosos para presentar un trabajo mejor elaborado, de calidad y utilidad para el lector.

Aunque de manera parcial algunos empresarios de los medios periodísticos han empezado a darse cuenta de la necesidad obligada hacia el cambio, pero algunos medios se han preocupado más de la imagen y sus formatos que en la transformación de sus contenidos.

En mayo del 2004, en un ejercicio práctico realizado por estudiantes del Doctorado en Comunicación y Periodismo, salieron a relucir algunos datos que hoy retomo para este trabajo de investigación, todo ello relacionado con el cambio radical en la oferta de noticias en la sociedad más ligada a los servicios y el ocio.

Hoy en día hay más información, lo que no significa la existencia de una sociedad más informada. Ello revive la figura del periodista ese que cuenta, que interpreta y traduce, que narra y que da cuenta de lo que pasa, no centrado en la figura de aquel reportero que recoge una información y reproduce la noticia, los cuales abundan en los diarios.

Existe una doble y simultánea tendencia a lo global y lo local (López, 2004: 111), convergencias que se vislumbra puedan compartir escenarios en este nuevo rol que caracteriza a la sociedad de la información cada vez mas alfabetizada digitalmente que lo mismo busca la noticia del día en la circulación de un medio impreso que en una búsqueda por Internet.

El periódico en línea adquiere características diferentes al medio impreso, que lo convierten prácticamente en un nuevo medio, y aunque la mayoría de las publicaciones en la red en México -particularmente en la provincia-, son vaciados literalmente de las salas de redacción tradicionales a un formato en la web, por lo que tendrán que modificar sus esquemas para ser competitivos en la guerra por las audiencias.

Solo se concibe un periódico en línea como un producto interactivo y multimedia, que revoluciona los conceptos básicos del periodismo impreso, debido a que integra texto, imagen video y sonido (Navarro, 2002: 91).

Son pocos los medios impresos que no se encuentran también en la red, de hecho algunos editores estiman la posibilidad de desaparecer en papel, debido a que el medio electrónico ofrece otras alternativas que reducirían no solo los costos de producción, sino además depender menos en número de trabajadores.

A finales de los 90 los diarios impresos han resistido la fuerte competencia de los medios audiovisuales. Gracias a la reconversión tecnológica, la prensa ha conseguido revitalizar su estructura a la vez que ha reducido costos de producción; de este modo, inserta en un marco multimediático cada vez mas definido, tiene mayor grado de competitividad y como soporte publicitario, ofrece una plataforma mucho más evolucionada y eficaz (Armentia, Caminos, Elexgaray, Marín y Merchán, 2000: 49).

Sin embargo, el solo hecho de estar en la red no significa que un producto obtenga mayor calidad y sus servicios sean mejores que el trabajo que se ofrece en papel. Un medio puede ser tan malo en línea como en papel.

Dentro de las ventajas que puede ofrecer un periódico en línea la investigadora Lizy Navarro Zamora de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, destaca que la transmisión por

redes telemáticas reduce los costos de producción, mientras que los ecologistas agradecerán el cambio del sistema de papel a la pantalla digital. El acceso a los textos, imágenes fijas o en movimiento y sonidos no es secuencial, como tampoco lo es el pensamiento. El contenido a través de la red llega a cualquier parte del mundo donde exista una conexión de Internet, mientras que el precio continúa siendo el mismo.

El acceso es instantáneo, se puede hacer una consulta casi en tiempo real, que a diferencia del periódico en papel tiene que esperar a una próxima edición que hace que las noticias parezcan historia.

Otro aspecto importante para un medio en línea es la renovación de la información, debido a que en periódico en línea no tiene que esperar “una próxima edición”, las actualizaciones tienen a realizarse conforme surgen las noticias como lo hacen ya algunos medios informativos en la red.

Otra característica del diario digital responde a la profundidad en los contenidos a través de la hipertextualidad e interactividad, la disponibilidad en cualquier lugar con acceso a Internet y los servicios gratuitos que ofrece el medio electrónico.

Hasta el año 2000, algunos estudios contabilizaban 22 mil 954 medios en la red, mientras que en la distribución por zona geográfica Estados Unidos tenía el primer lugar en medios en línea, seguido por Canadá (Navarro, 2000: 106).

El año 2000 marcó el debut definitivo del periodismo mexicano en Internet. Sin embargo, son pocos los que realizan un periodismo especializado, la mayoría de éstos reproduce los textos que se distribuyen a través de las agencias internacionales o de las que se han consolidado como agencias de noticias en el país, como Excélsior, Notimex, Proceso y Reforma, informaciones que se toman y se llevan a la red, no importando que esas agencias tienen presencia también a través de un periódico, televisión o revista en Internet, y que la información se expone más rápidamente en su medio propio.

Con las reservas que se pueda tener al respecto, no hay medios en la red que se difundan por sí mismos como periódicos de servicios o comunitarios, pues los impresos de los cuales surgen no tienen esa finalidad, por lo que su proyección en la red es similar.

Lo más que se acerca a un periodismo comunitario son algunos trabajos periodísticos de los problemas sociales en las zonas indígenas o reportajes sociales, sin que ello defina al medio o al periodista con características que se han expuesto por el periodismo utilitario.

En varios países hay periódicos que se definen comunitarios, tienen su información en la web, como es el caso del periódico del sur en Santiago de Cali, Colombia cuya página es www.elperiodicodelsur.com, y se anuncian un medio al servicio de la gente con información de periodismo cívico y comunitario. En sus secciones tienen las opciones de ingresar a información con vínculos en “la comunidad”, “Mi barrio”, “El vecindario”, “La Ciudad” y “Gente Cívica”, con mensajes verdaderamente útiles como un periodismo de servicio a la comunidad.

Otro caso sobresaliente de periodismo útil para la gente se encuentra en la URL www.viviren poblado.com que otorga información local.

En España el periódico “El Mundo” (www.elmundo.es) tiene un apartado que denominó como tu ciudad. Mientras que en periodismo escrito la continuidad del “A Peneira” en el mercado convirtió a esta publicación en uno de los principales paradigmas de los nuevos medios comarcales impresos de Galicia. Este éxito del quincenal de “Ponteareas”, unido a la relativa estabilidad de otras publicaciones como “Tempo”, en Verín; “Onde” o “mundo”, en Celanova; “chantada”, en Chantada; a “Folla”, en Escairón, o “Contrarretranca”, en Estrada, por citar algunas- permitió cierto optimismo sobre el futuro de la nueva prensa comarcal en el finisterre peninsular (López, 2004: 10), que fue seguido por otros empresarios y que al final, el resultado ha sido una red relativamente estable de publicaciones comarcales en Galicia.

Por lo que respecta en México el periodismo comunitario ha tenido más o menos participación en la radio sobre todo en aquellas poblaciones pequeñas donde la comunidad habla un dialecto, por lo que se le ha catalogado como radio indigenista.

Al igual que el proyecto anterior de periodismo comunitario en radio en web www.radiobilingue.org ofrece el servicio regional para personas de habla hispana, radicados en Estados Unidos.

Ante la indefinición de algunos modelos como periodismo cívico, se han hecho algunas semejanzas y comparaciones con el periodismo público que busca escuchar sistemáticamente las historias e ideas de los ciudadanos manteniendo, al mismo tiempo, libertad para elegir a cuales de esas historias prestar atención, además de examinar las maneras alternativas de enmarcar las historias a partir de los temas que resultan importantes para la comunidad (Lambert, 1978: 78, citado por Seoane, 2004:63).

Además destaca que el periodismo público escoge aquellos enfoques en la presentación de los temas, para estimular la deliberación ciudadana y la comprensión, toma la iniciativa a la hora de informar sobre posibles soluciones y valores comprometidos en los cursos de acción alternativos y presta una atención sostenida y sistemática para saber si la relación comunicativa con el público es creíble y de buena calidad.

También hay un claro procesamiento de las noticias presentadas en la web como un modo constructivo de tratar el crimen lo que se constituye como el ejercicio del periodismo público, información localizada en la URL: www.rebellion.org y que abre a la sociedad la oportunidad de opinar sobre los temas expuestos.

Muy cerca de Tamaulipas uno de los periódicos que se ha distinguido por brindar a la ciudadanía la alternativa de participar activamente en la toma de decisiones de la agenda informativa en línea e impresa del día siguiente es el periódico El Norte, cuya sede se encuentra en Monterrey, Nuevo León.

Este es uno de los más destacados casos –quizás el único en su tipo en México- es la participación ciudadana que el periódico El Norte en Monterrey tiene, con sus lectores. Este periódico tiene una influencia regional de varios Estados del norte del país.

El éxito de este modelo de participación radica en la creación de un Consejo Editorial Ciudadano, el cual se realiza a invitación de periodistas del medio impreso, además de las auto-propuestas de la sociedad civil para participar en esos consejos externos que influyen en la agenda noticiosa.

De cierta manera los lectores se convierten automáticamente en directores editoriales, por lo que no solo opinan sobre el trabajo anterior, sino proponen y critican el trabajo diario de los reporteros. Cuando es bueno un trabajo también lo reconocen y como ahí participan especialistas en diferentes áreas, es gente conocida y reconocida, también sugieren por donde encaminar una investigación.

El Lic. Melitón García de la Rosa, egresado de la UAMFHG, trabajó varios años en el periódico El Norte, e informó durante una entrevista para este trabajo, que varias veces fue citado por el Consejo para responder a sus miembros sobre algún trabajo de investigación que había publicado, por lo que frente a ellos daba una explicación de motivos que tenía que ser convincente.

Como propuesta a la grave crisis de credibilidad, baja circulación y poca utilidad como producto, existe un planteamiento del periodismo alternativo frente a la globalización o la mundialización informativa.

La entrada del siglo XXI marca nuevos escenarios mundiales en todos los sectores, sin embargo, uno de los temas que ocupan a los comunicadores es el referente a la calidad en los contenidos que se difunden en los medios de comunicación y la posibilidad de un replanteamiento en la función periodística moderna.

En la última década, en algunos países como Estados Unidos, España y Chile se empezaron a acuñar nuevos términos periodísticos, como resultado de las tendencias internacionales por abrir los medios informativos a la participación ciudadana.

Fue así como durante la mitad de los 90's aparece el periodismo cívico como una corriente innovadora, desarrollado en los Estados Unidos. Es el movimiento social mejor organizado dentro del periodismo en la historia de la prensa norteamericana (Schudson, 1999: 118), en parte gracias al apoyo de la fundación Pew Charitable Trusts, que financió este proyecto de manera experimental, organizó talleres y seminarios y editó manuales para periodistas (Seoane, 2004: 9). Pero que a juicio de teóricos, académicos e investigadores, surge como parte de lo que ya, en ese entonces se conocía como periodismo público.

Sin embargo, la intencionalidad de hacer un nuevo periodismo que pusiera en relieve las deficiencias y la crisis en que se encontraba el periodismo tradicional, provoca el compromiso de escritores y periodistas en formar una nueva corriente al que denominan Nuevo periodismo, allá por los años 60's, siendo en esta década cuando se experimentó un creciente interés por las noticias de utilidad personal, del entretenimiento a la autosatisfacción (Diezhandino, 1994: 25).

El modelo de prensa de servicio empezó a consolidarse en el modelo español a partir del año 2000 (Armentia y Caminos 2004), cuya prueba más evidentes son las publicaciones como *El Correo Español-El Pueblo Vasco* o *El Periódico de Catalunya*, cuyas características morfológicas y

estructurales casi pueden considerarse propias. En sus contenidos ambos periódicos muestran especial cuidado en aspectos cotidianos para los lectores con mayor interés para el público que la política o la economía.

El surgimiento de las corrientes definidas como periodismo público, cívico, de servicio, de soluciones o comunitario, sustenta su presencia en un trabajo más profesional, profundo y de participación con el receptor, quien deja su acción pasiva para adoptar una actitud más activa en la agenda mediática, lo cual ha sido ampliamente criticado por sus detractores.

Sin embargo, esta modalidad no convencional de brindar mayor participación al receptor surge como alternativa para el periodismo tradicional, como bien lo indica el periodista y profesor de la Universidad de Santiago de Chile, Rafael Otano en su artículo "Prensa y Poder" donde los medios han sido considerados –desde hace ya un buen tiempo- como pasarela donde los hombres públicos, muestran sus atributos más relevantes, y donde para los políticos resulta riesgoso enemistarse con los propietarios de los medios, por lo que la continua efervescencia de la política en los medios ha vanalizado este ámbito.

Según las investigaciones en las que han estado trabajando responsables de las páginas electrónicas online y offline, se asegura, que el periodismo convencional está apunto de bloquearse. Ante esto, el periodismo participativo es el mejor modelo para un proyecto de información.

Sin embargo, previo a los 90's en que surgen los conceptos del periodismo alternativo al periodismo moderno, por lo que se acuñaron otros conceptos cuya esencia iba dirigida a elevar la calidad informativa.

Nació así el periodismo de investigación, el periodismo especializado y el nuevo periodismo, como modelos para enfrentar los retos actuales. Corrientes que han hecho los primeros ensayos informativos de cobertura de las noticias, cuya relevancia más que de agenda de medios, involucra a su público receptor en los temas de interés social.

En un breve recuento del surgimiento y declive del periodismo cívico (Seaone 2004: 122), en estos 10 años de presencia ha perdido gran parte del vigor que gozaba a mediados de los 90's, y aunque tiene sus entusiastas, da la sensación que es un fenómeno del pasado.

Marco de referencia que se profundizará en seguida.

Periodismo cívico.

Los fundadores del Centro Pew Charitable Trusts para el periodismo cívico, son Edward Fouhy y Jan Schaffer, quienes fueron precursores del modelo, sostenían que las iniciativas del periodismo cívico hacen un intento deliberado de llegar a los ciudadanos, escucharlos y hacer que hablen entre sí. Algunas veces esto ocurre en grandes reuniones, en conversaciones más privadas, en una sala de estar, en debates públicos o en grupos focales (Carrasco, 2003).

Hace énfasis este texto en que la mayoría de los invitados participantes en esta experiencia han adoptado un rol más activo en sus comunidades, lo cual ha contribuido a definir cuales son sus problemas, formar una agenda, establecer prioridades e inferir en las soluciones.

Así mismo el modelo cívico conoce el interés ciudadano sobre los temas que más les preocupa y para lograr una verdadera interacción con el lector los periodistas crearon estrategias para acercarse lo más posible hacia los temas de mayor interés como las cartas, encuestas, foros de discusión, charlas y mesas de debate para tratar los tópicos que más le inquietaban a la gente común y corriente, esos que no tenían mayor voz que la lectura de lo que se publicaba diariamente en los periódicos.

El periodismo cívico está más ligado a la democracia deliberativa (Seoane, 2004), pues según sus antecedentes el detonante de su aparición fue la reacción a la mala cobertura noticiosa de la campaña electoral de 1988 en Estados Unidos, donde Wichita, un estado de Kansas fue protagonista de esta historia, que encabezó el periodista Davis Merrit, Director del diario "Wichita Eagle", quien plasmó no solo en editoriales, sino en un libro en 1998.

Las cifras que reportó el Centro Pew Charitable Trusts a la fecha que cesó de sus actividades de financiamiento y apoyo al proyecto de periodismo cívico en relación a haber canalizado 14 millones de pesos para el fomento e implementación del nuevo modelo, no es nada despreciable, cantidad que adquiere mayor importancia si se analiza el impacto que esta nueva modalidad de concebir al periodismo donde según estudios elaborados por Lewis A. Friedland y Sandy Nichols (2003), al menos la quinta parte de los periódicos norteamericanos practicaron alguna forma de periodismo cívico entre 1994 y el 2001, (Seoane, 2004: 52).

Pero no todo marchó sin contratiempos a pesar del financiamiento que se destinó al proyecto, uno de los más crueles contrarios a la corriente definida como periodismo cívico fue Don H. Corrigan, quien publicó el libro "The public Journalism Movement in America: Evangelists in the Newsroom" en 1999, en el cual utiliza analogías religiosas en todo el texto (Seoane, 2004: 105), utilizando sarcásticamente la evangelización de los periodistas, esta es la más fuerte crítica que se escribió sobre el tema.

Periodismo de servicio.

Es la información que aporta la posibilidad de efectiva acción y / o reacción. Aquella información ofrecida oportunamente que pretende ser del interés personal del lector-oyente-espectador, que nos evita a informar no solo sobre el hecho, sino para que puede servir esta información. Se impone la exigencia de ser útil en la vida del receptor, psicológica o materialmente, mediata o inmediatamente, cualquiera que sea el grado y el alcance de esta utilidad. La información deja de ser el ofrecer datos circunscritos al acontecimiento, para ofrecer respuesta y orientación (Diezhandino, 1994: 89).

Un tipo de periodismo que ofrece información, consejo y ayuda sobre los problemas de la vida cotidiana.

Este nuevo cometido de un periodismo útil, en el sentido en que debes hacer para conseguir con esto (Diezhandino, 1994: 106) permite al lector contar con textos periodísticos en el sentido de prevenir, alertar, evitar, enmendar, mejorar, mantener, conservar, construir, reconstruir,

reparar, comprar, alquilar, invertir, pagar, decidir, alentar, amar, triunfar y todos aquellos satisfactores personales que ayudan al lector sobre en qué pensar.

El periodismo de servicio, propone Diezhandino es el resultado de una necesidad que es la de definir la actuación del periodismo actual y responder a los nuevos públicos, donde hay una clara tendencia de los medios informativos a perder la apuesta de su permanencia si no abordan ideas útiles a la actividad.

Por lo tanto, el periodismo de servicio consiste en ofrecer a los lectores y usuarios de medios un tipo de información y contenidos de orientación esencialmente práctica y encaminada a facilitar a los ciudadanos los datos concretos para resolver las cuestiones cotidianas más variadas, pero que se serán más prácticas que un periodismo tradicional más apegado a lo que los hombres del Poder quieren decir, que lo que el público quiere escuchar.

La información de servicio no es una nueva filosofía del periodismo del siglo XXI, sin embargo, las nuevas tendencias mundiales nos hacen reflexionar sobre el futuro del periodismo, y he escuchado a más de una decena de personas en el ámbito periodístico que el medio impreso en papel, tiene la vida contada, pues tiene una predisposición a desaparecer, lo cual podría estar más cerca de lo que parece.

Esta situación puede ser tema de debate y sin el menor interés de entrar en esta discusión, por lo que aquí entra de nuevo la propuesta de un periodismo de proximidad (López, 2004), lo cual fija retos y desafíos para su implementación, pero abre las puertas para que lo local sobresalga en este mundo de globalización.

La revaloración de los conceptos regional y local en el escenario europeo, que permitió la consolidación de los modelos de organización territorial descentralizados y más próximos a los ciudadanos, creó nuevos focos informativos que se han convertido en referentes imprescindibles para los periodistas. La fragmentación de la sociedad y de su gobierno implicó el nacimiento de órganos de gobierno regional y local. De la dirección centralizada se pasó, en muchos casos –el español es un ejemplo-, a la revalorización de los regional y lo local, lo que abrió puertas a los nuevos modelos de gobiernos locales y autonómicos con más competencias (López, 2004: 59).

Así como sucedió en el mundo, la caída en la credibilidad del periodismo y la creciente forma de hacer periodismo basado en las declaraciones de los funcionarios públicos y líderes de opinión, en México la historia indica el papel que ha jugado el Gobierno sobre el ejercicio informativo, lo cual nos pone a reflexionar sobre el poder de la prensa o replantearnos sobre la prensa del Poder.

Este cometido también ponen en la mesa de la discusión el replanteamiento del periodismo público o periodismo del público poniendo al lector en la cima de las decisiones en la construcción de la agenda mediática local o comarcal.

Como referencia en 1997 no caben dudas del renacimiento de la prensa comarcal gallega, que en 1936 quedó con una mordaza capaz de cortar de raíz la popularidad de unas publicaciones que canalizaron buena parte de las disputas de los partidos que luchaban por el control del poder

local, de los conflictos, de la vida social y de la información comercial. En un primer momento, la participación en la Guerra Civil dejó a varias publicaciones sin gente. Y más tarde fue el marco político de la dictadura franquista el que limitó el número a tres o cuatro, según las etapas. Los datos actuales resultan reveladores. Más de veinte publicaciones de información general y cincuenta de información especializada -el control se realizó en junio- forman el núcleo central de un modelo de comunicación popular que, a medida que pasan los meses, aumenta el número de lectores. A pesar del incremento de los costos de producción, principalmente por la subida del precio del papel, distintos colectivos y empresarios locales promueven iniciativas (López, 2004).

El profesor de la Universidad de Santiago de Compostela es un impulsor del cambio del valor informativo de los medios locales a proyectar mensaje verdaderamente útiles a los públicos que faciliten la participación democrática de una comunidad, sobre todo por la proximidad a la vida local.

La cercanía permite a los usuarios una mayor vigilancia sobre las fuentes que emplea el periodista. Cuando una información está contrastada y existen pruebas de indagación sobre lo que ha ocurrido, el usuario premia el producto con su consumo, que elige por razones de credibilidad frente a los competidores que muchas veces sólo canalizan rumores (López, 2004: 27).

Con la presencia de un periodismo comunitario no se busca desplazar ningún género informativo, sino la propuesta está encaminada a complementar la información que se presenta al lector.

Ofrecer más orientación, análisis y, en general, algunos medios informativos han abierto sus páginas a la participación de los lectores y de los colectivos. Mientras que poseen características individuales tanto del medio local con lo cual se proyecta no solo la cultura regional, sino crea una identidad comunal, lo que posibilita la permanencia de los rasgos especiales en la era de la globalización, que genera una virtual ruptura de fronteras y la clara tendencia a la homogeneidad.

Constituye un grupo de publicaciones promovidas por asociaciones culturales o vecinales que, además de sus boletines, editan publicaciones de información general. Estos soportes se caracterizan por el alto índice de opinión y por las secciones abiertas a los distintos colectivos organizados de la sociedad local (López).

Según la defensa de este cometido los datos apuntan que las publicaciones comarcales están en buenas condiciones para explicar los antecedentes y las consecuencias de los acontecimientos que informan, pero sobre todo, cuentan con la colaboración del movimiento de dinamización sociocultural existente.

Este modelo de periodismo popular (Guillaumet, 1993: 7) ha encontrado apoyos en sectores locales, aunque también el rechazo, al menos en alguna ocasión, de grupos que se consideran perjudicados por la línea informativa de estas publicaciones. La proximidad a los poderes locales, siempre con estrategias dirigidas a conseguir el control de los contenidos, obligan a los editores a mantener una política informativa de cierto distanciamiento, aunque alejada de la

confrontación -en algunos casos no es así-. Sin duda, se trata de la lucha de estas cabeceras por una independencia respecto de los poderes locales, siempre difíciles y controvertidos (López, 2004: 10).

Para entender el término de periodismo comunitario debe comprenderse primero, que es un comunidad, por lo que partiendo del concepto que toda comunidad es un grupo (Baena, 1995: 13) y como tal, el reportero debe compenetrarse en ella para inspirar confianza que le genere información útil para iniciar su investigación y por consecuencia hacer notas que verdaderamente sirvan o cumplan con una finalidad para una colectividad con intereses comunes.

En su texto Baena (1995) precisa que no hay que olvidar que una comunidad está constituida, antes que nada por seres humanos y toda acción que se emprenda para lograr su participación frente a un determinado problema puede causar en ella efectos impredecibles. Por tal razón, toda persona que se relaciona directamente con una comunidad necesita manejar un conjunto de instrumentos para realizar su tarea. Y esa es precisamente la tarea del periodista; el introducirse a una comunidad como uno más de sus miembros y no como un invasor de la vida privada de este grupo de personas.

Los intentos por encontrar en las nuevas corrientes periodísticas una alternativa para que lo local sobresalga en la era de la globalización tiene protagonistas y antagonistas, sin embargo, parece ser una propuesta bien planteada por los investigadores en medios de comunicación como opción de competitividad en la lucha por la audiencia y los temas de interés para grupos más pequeños.

Ello requiere de un cambio de perfil en la profesión del periodista tradicional con acceso a la radio, televisión y la prensa en Internet, por lo que tendrá que ajustar la manera en que genera y publica información (Camarena, 2000: 236).

La presencia de los periódicos de mayor influencia en México en la web hizo posible que los periodistas tradicionales incursionaran en la red y que se hayan ido adaptando sobre la marcha a los lenguajes multimedia, en el tiempo real y la posibilidad del hipertexto que implica el periodismo en Internet (Camarena, 2000: 224)

Algunos medios, como la televisión se han preocupado por hacer mas reportajes de tipo social, con características comunitarias, lo que ha sido bien visto por los teleespectadores.

La noticia local con tratamiento de profundidad, precisión y especial va ganando terreno y aunque aún incipiente en cantidad, la calidad informativa poco a poco se ha visto incrementada, lo que posiblemente también el periodismo alternativo ganará terreno en los próximos años.

BIBLIOGRAFIA:

Armentia Vizuete, José Ignacio; Caminos Marcet, José María; Elexaray Arias Jon; Marín Murillo, Flora y Merchán Mota Iker (2000) *El Diario Digital. Análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios*. Bosh.España.

Armentia Vizuete, José Ignacio; Caminos Marcet, José María (2004) *El diario de servicios: la consolidación de un nuevo modelo informativo*. Curso de Doctorado 2004-2005. URL:

<http://www.ehu.es/jiarmentia/doctorado/doctorado2004/tema2.html>

Baena, Guillermina y Montero Olivares, Sergio (1995) *Comunicación en el trabajo comunitario*. Editorial Paz México

Carrasco, Sabrina (2004), *Periodismo Cívico: la gente define a agenda y deliberad sobre políticas*. Artículo de Investigación on line, Revista Cambio Cultural. En la URL: <http://www.cambiocultural.com.ar/investigacion/periodismo.htm>

Diezhandino, Maria del Pilar (1994) *Periodismo de Servicio*. Bosh Casa Editorial Barcelona.

Espinoza Orellana, Carlota. Formación de periodistas más allá de la actualidad. Universidad Mayor de Chile. Tomado de Internet en mayo de 2005. URL

<http://www.periodismo.uchile.cl/asepecs/ponencias/1pceum.htm>

Fernández del Moral, Javier, coord. (2004) *Periodismo especializado*. La especialización en el era de Internet. Ariel. España.

Islas, Octavio; Gutiérrez, Fernando; Albarrán de Alba, Gerardo; Camarena, Salvador y Fuentes Berain, Rossana (2002) *Explorando el ciberperiodismo iberoamericano*. CECSA. México.

López García, Xosé. *La prensa popular gallega: un eslabón para la participación ciudadana*. Santiago de Compostela: Servicio de Publicacións da Universidade de Santiago URL:

<http://www.ehu.es/zer/zer3/10artlope.html>

López García, Xosé (2004) *Desafíos de la comunicación local. Guía para la práctica de la información en ámbitos de proximidad*. Comunicación Social, ediciones y publicaciones.

Seoane Pérez, Francisco (2004) *Periodismo cívico: Aportaciones y críticas. Trabajo de Investigación Tutelado*. Universidad de Santiago de Compostela. Facultad de Ciencias de la comunicación. Tutor: Dr. Manuel Martínez Nicolás.