



## Twitter y la formación de audiencias críticas

Regina Santiago Núñez  
*Universidad Iberoamericana, México*

### Presentación

2010 es un año emblemático que debe dar cabida a una profunda reflexión. México, Argentina, Bolivia, Ecuador, Chile, Colombia, Paraguay y Venezuela conmemoran doscientos años de independencia de la corona española. En México, además, se cumplen 100 años de que iniciara la rebelión contra la dictadura del caudillo Porfirio Díaz. ¿Efemérides inútiles? No lo serán si sabemos dar un nuevo significado a las palabras *independencia* y *revolución*.

La mejor forma de rendir homenaje a aquellos que supieron leer correctamente el momento histórico que les tocó vivir y actuaron de acuerdo a sus circunstancias es mantener vivos los ideales adecuándolos a las necesidades de una nueva época; buscar los equilibrios necesarios para alcanzar la justicia social sin menoscabo de la libertad.

Los retos que afronta el ciudadano del siglo XXI son distintos a los que, en su momento, enfrentaron los ciudadanos de los siglos XIX y XX. Sin embargo, hay diversos puntos de intersección que nos permiten conectar con aquellos que nos antecedieron; *independencia* y *revolución* son conceptos que deben redefinir su significado de acuerdo con las nuevas circunstancias. Entonces, como ahora, el buen periodismo se constituye en pilar para la formación de la conciencia social.

El propósito de este texto es promover una reflexión que parta de las siguientes premisas e interrogantes: Si la calidad del periodismo se relaciona directamente con la calidad de la democracia, ¿qué tipo de información periodística requiere el ciudadano del siglo XXI para tomar buenas decisiones y mejorar sus prácticas sociales? ¿Qué compromisos debe asumir el ciudadano en su relación con los medios informativos, con el gobierno y con la sociedad en su conjunto? ¿Qué derechos y qué deberes hay que priorizar en estas circunstancias? ¿Cuál es la relación que los ciudadanos debemos establecer con los instrumentos tecnológicos a nuestro alcance?

Tomemos pues este breve ensayo, "Twitter y la formación de audiencias críticas", como punto de partida para una reflexión que necesariamente habrá de abarcar, posteriormente, otros campos. Independencia y revolución como motores de la construcción de la democracia.

## Audiencias críticas: ¿Y si no es cierto lo que vi en la tele?

"La televisión genera en el espectador un efecto de realidad que es muy difícil de cuestionar", comentó Iván Godarski a un grupo de académicos que acudimos al taller de monitoreo de medios que impartió durante una de sus visitas a México<sup>1</sup>.

Godarski formó parte del equipo de la Unión Europea que participó en la observación de las elecciones presidenciales de 2006. Tiene más de 15 años de experiencia en el monitoreo de medios. Su campo de especialización son las elecciones en países de la antigua Unión Soviética, pero ha asesorado a observatorios de medios en muchos otros países. Sus señalamientos sobre el "efecto de realidad" de la televisión sobre el espectador detonaron un debate muy interesante entre los académicos presentes.

Quien llega a su casa después de un día de trabajo y enciende el televisor para ver el noticiero nocturno suele dar por hecho que lo que se transmite es verdad; corresponde puntualmente a algún acontecimiento; las imágenes "son espejo" de la realidad. Lo mismo sucede con quienes escuchan y miran de reojo el noticiero matutino, mientras se visten para salir apresuradamente.

Pocos televidentes tienen elementos teóricos para poner en duda lo que ven en la pantalla, para considerar que la cámara sólo ha captado un fragmento de la realidad. Pocos tienen el referente de que antes de que las imágenes llegaran a la pantalla hubo un proceso de selección que consciente o inconscientemente dejó fuera elementos que pueden dar otro significado al acontecimiento del que se está informando. Pocos son los que consideran que, incluso, lo que se está transmitiendo puede no ser un acontecimiento transmitido en vivo, sino una reconstrucción de hechos que alguna autoridad (o incluso algún miembro del crimen organizado) planeó como parte de sus estrategias de comunicación.

Somos los académicos, los estudiosos de los fenómenos mediáticos, quienes podríamos aportar esos elementos necesarios para que el televidente "interrogue" correctamente lo que la televisión transmite; para que comprenda la dinámica de la "construcción" de noticias y tome una distancia crítica de quienes pretenden normar el criterio de las audiencias de acuerdo con intereses particulares.

¿Quiere decir entonces que todo lo que se transmite por televisión es "necesariamente falso"? No. Pero tampoco es "necesariamente verdadero". La comunicación debe entenderse como un fenómeno complejo sin "verdades absolutas". El reto de los académicos es, precisamente, el de proporcionar los elementos para reconocer esa complejidad. Debemos contribuir a la formación de "audiencias críticas", ciudadanos conscientes de que tienen derecho a recibir información de calidad, grupos que a su vez presionen para mejorar la calidad de la información que se transmite a través de los diversos medios de comunicación.

La académica mexicana Mercedes Charles Creel, pedagoga que durante mucho tiempo ha planteado la necesidad de una labor permanente de educación de las audiencias, señala: "La televisión no es buena o mala. El tipo de influencia que ejerce depende del receptor y su visión crítica: la enriquece, la enajena o la cierra". Mercedes Charles está convencida de que la solución está en "enseñar a ver y leer la televisión formando audiencias críticas desde la niñez". Por eso, plantea que además de trabajar con los emisores para que reformulen los contenidos de los programas que producen y exhiben, se

---

<sup>1</sup> El taller se impartió el jueves 17 de julio de 2008 en el local de la ONG Ciudadanos en Medios.

reconozca la necesidad de instaurar en las escuelas talleres de formación de audiencias críticas, donde también participen los padres de familia<sup>2</sup>.

Conviene detenernos en este planteamiento pues sintetiza años de reflexión respecto a lo que debe ser el trabajo académico al interactuar con emisores y receptores de contenidos mediáticos. Desde esta perspectiva, no se trata de "satanizar" a las empresas periodísticas limitando la crítica a su labor de denuncia. Se trata de realizar un trabajo que ayude a construir o reconstruir los vínculos entre los periodistas y los ciudadanos para mejorar la calidad de los contenidos informativos.

Pero bueno, hasta aquí hemos revisado brevemente la problemática de la televisión por ser quizás la que ilustra más claramente el reto de educar a los receptores para que se "vacunen" contra el efecto de realidad. No obstante, la necesidad de formar audiencias críticas abarca la información en su conjunto, tanto de medios tradicionales como la prensa, la radio, la televisión y el cine, como de la información que circula por internet.

### **Nuevas prácticas culturales que emanan de "la red"**

El 2 de mayo de 2010, Milagros Pérez Oliva, la defensora del lector del diario español El País, comenzaba así su colaboración semanal para el diario con esta reflexión:

Internet no sólo está cambiando los tiempos y los modos del periodismo. Está cambiando la forma de trabajar de los periodistas y hasta la relación que los lectores tienen con el diario. Desde que las redacciones se han convertido en una fuente permanente de noticias en la edición digital, la presión de la competencia se ha exacerbado y sus consecuencias van más allá del perímetro redaccional. Internet ha cambiado los parámetros de valoración de las noticias. Lo próximo ya no es un valor tan importante y lo importante ha pasado a ser algo muy relativo, que puede ser fácilmente desplazado por lo impactante. El contexto es lo que importa, y ese contexto cambia constantemente. La noticia puede saltar en cualquier momento y en cualquier lugar del mundo, de modo que todos observan a todos y no hay exclusividad que dure más de diez minutos, el tiempo que tarda en ser reproducida<sup>3</sup>.

Este párrafo es de una riqueza excepcional para el tipo de análisis que nos ocupa, el de la formación de audiencias críticas. Primero, es necesario reconocer que las prácticas culturales se han transformado con el instrumento tecnológico que es Internet. Las barreras tradicionales de tiempo y espacio casi se han diluido. La noticia de un sismo con epicentro en cualquier parte del mundo comienza a circular casi de inmediato y está siendo recibida prácticamente en "tiempo real" en México, España, Estados Unidos o cualquier lugar donde exista el acceso a internet. En el caso específico del terremoto registrado en Haití el martes 12 de enero de 2010, el hecho de que circulara información en tiempo real permitió llevar ayuda, localizar personas y contribuir a generar conciencia en la comunidad internacional sobre la magnitud de la tragedia.

Pero el imperio de la inmediatez noticiosa no siempre tiene efectos benéficos para la sociedad. En muchas ocasiones provoca falta de precisión y se presta para la difusión de

---

<sup>2</sup> Citada por Macarena Canales Rodríguez, Tesis Profesional "Propuesta de programa de televisión formativo para niños: Análisis de audiencia y producción". Universidad de las Américas Puebla. Escuela de Ciencias Sociales. Departamento de Ciencias de la Comunicación. Cholula, Puebla, México. 2003.  
Consultado el 01 de junio, 2010.

[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/canales\\_r\\_m/capitulo\\_3.html](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/canales_r_m/capitulo_3.html)

<sup>3</sup> Milagros Pérez Oliva. "Periodismo de refrito y composición". El País, España. 2 de mayo, 2010.

Consultado el 01 de junio, 2010.

[http://www.elpais.com/articulo/opinion/Periodismo/refrito/composicion/elpepuopi/20100502elpepiopi\\_5/Tes](http://www.elpais.com/articulo/opinion/Periodismo/refrito/composicion/elpepuopi/20100502elpepiopi_5/Tes)

rumores que ponen en riesgo no sólo el prestigio de los periodistas y de los medios informativos, sino las vidas o las propiedades de las personas. El peligro no está únicamente en los "tropiezos" que puede generar la avidez de obtener la primicia. En muchas ocasiones, ciudadanos, periodistas e incluso empresas informativas de gran prestigio han sucumbido a la tentación de no verificar sus fuentes, con lo que han transmitido contenidos diseñados como parte de las estrategias terroristas del crimen organizado.

Por eso es muy pertinente la reflexión que la defensora del lector del diario El País planteó en su primera colaboración de mayo del 2010: Internet cambia los tiempos y los modos de hacer periodismo... pero también la relación que los lectores establecen con el diario. En los diarios de circulación nacional en México no está desarrollada la figura de defensor del lector y sólo algunos medios tienen un defensor del radioescucha y del televidente. Por eso resultan especialmente valiosas las respuestas de Milagros Pérez a los reclamos de los lectores que exigen a los periodistas de El País que no copien o "refriteen" (para utilizar un término más coloquial) los contenidos de sus notas. Milagros utiliza ese reclamo para explicar los retos que el periodista enfrenta ante la demanda de publicar información inmediata, para no dejar vacíos ante la competencia. Dice la defensora del lector: "Aunque los otros tengan información candente, la obligación del periodista siempre es verificar y reflexionar si lo que va a subir al sitio de internet del diario (sea texto, audio o video) contiene información precisa; si las fuentes son confiables. Milagros advierte: "El peligro está en los encargos hechos bajo la presión del tiempo".

De este intercambio entre los lectores de El País y su defensora se generan otras interrogantes: ¿Cómo afecta el imperio de la inmediatez la toma de decisiones en las redacciones? ¿Cómo impacta ese nuevo paradigma al periodista que se educó y comenzó su práctica profesional (e incluso adquirió su prestigio) en una era en la que las necesidades informativas y los criterios de calidad no estaban bajo el imperio de la inmediatez? Para los periodistas que hoy tienen cuarenta o cincuenta años, trabajar bajo las nuevas reglas ha representado un shock cultural.

### **Mirada reflexiva hacia el "viejo" periodismo**

Las reflexiones que presento a continuación contienen ejemplos del impacto que diversas tecnologías han tenido en el ejercicio del periodismo en México. Sin embargo, como ha quedado plasmado en las reflexiones publicadas en El País, el problema no se circunscribe a una zona geográfica, sino que tiene una dimensión global.

En 1989, año que se recuerda por la caída del Muro de Berlín y el fin de la Guerra Fría, mi trabajo como analista de prensa me llevó a laborar en el área de comunicación social de la Presidencia de la República, en México. Nunca olvidaré el drama laboral que me tocó presenciar. En aquel entonces, la compra masiva de aparatos de fax hizo que la labor de los operadores del teletipo ya no fuera necesaria. Se les ofreció ubicarlos en alguna otra área pero se resistieron al cambio. Su reacción fue tratar de sabotear las máquinas para demostrar que "nunca serían tan eficientes y confiables" como ellos. Pero después del fax llegaron las computadoras y años después llegó internet. Los operadores de teletipos reaccionaban como en su momento lo hicieron muchos trabajadores de la época de la Revolución Industrial.

El drama de estos operadores de teletipos es similar al de muchos periodistas del siglo XXI formados en la antigua escuela del siglo XX. El jueves 25 de febrero, Ciro

Gómez Leyva tituló su [columna en el periódico Milenio](#): "Twitter nos quiere matar de miedo"<sup>4</sup>. El periodista citaba ejemplos en los que información difundida a través de Facebook y Twitter había contribuido a generar pánico en la población de algunas ciudades del estado mexicano de Tamaulipas (que hace frontera con Estados Unidos).

Lo relevante en este caso es que la información era falsa. Gómez Leyva advertía que en Tamaulipas y otros lugares dominados por el narco, los periodistas profesionales han dejado de tocar esos temas porque se encuentran amenazados. Gómez Leyva recuperó un hecho social (el correo electrónico que circulaba por internet y que fue recuperado por Facebook y Twitter) y se dio a la tarea de verificar la información que buscaba hacer verosímil la idea del toque de queda. Hasta aquí, su diagnóstico de lo que sucedió en Tamaulipas me parece bien estructurado, bien argumentado y muy relevante, puesto que plantea el peligro de que en situaciones de crisis como la de Tamaulipas haya una renuncia a ejercer el periodismo y, ante este vacío, proliferen los rumores..

El problema surge cuando Gómez Leyva advierte a los lectores que Twitter y Facebook son, "por naturaleza" medios propensos a generar desinformación. Para él, los únicos capaces de generar información "confiable" son los medios tradicionales que contratan periodistas profesionales. Ese señalamiento, equivocado, le costó una oleada de críticas no sólo de bloggers, twitteros y facebookeros, sino de periodistas y académicos.

Como han podido corroborar quienes compartieron las reflexiones de Milagros Pérez, la falta de precisión no es exclusiva de plataformas como Twitter o Facebook, sino que es un reto que enfrentan también las redacciones que trabajan bajo la presión del tiempo. Tampoco son las redes sociales las únicas que pueden ser objeto de sabotajes para restarles credibilidad o para "ensayar" estrategias de terrorismo informativo.

Valga recordar un caso de irresponsabilidad informativa que se vivió en el periódico Milenio, donde Ciro Gómez Leyva publicó su columna anti-Twitter. El [lunes 25 de febrero de 2008](#) el portal de internet del diario difundió, durante casi una hora, la falsa noticia de que el ex candidato presidencial, Andrés Manuel López Obrador había sido asesinado. Se citaba a Guadalupe Acosta Naranjo, secretario general del PRD como fuente de esa información. Colocada a las 18:34 horas, fue hasta las 19.15 horas que la nota apócrifa fue sustituida por las verdaderas declaraciones de Acosta Naranjo a la agencia estatal de noticias, Notimex. El Observatorio de Medios de la Universidad Iberoamericana denunció el hecho.<sup>5</sup> Lectores del trabajo publicado en el blog dejaron comentarios subrayando la necesidad de que Milenio aclarara lo sucedido. Ni los directivos del diario ni los colaboradores, como Gómez Leyva, atendieron el llamado.

¿Qué mostró este incidente? Que en México tenemos todavía mucho camino que recorrer en términos de una cultura democrática que subraye la necesidad de rendir cuentas. Milenio no consideró necesario responder a las demandas de los lectores, pero el Observatorio de Medios de la Universidad Iberoamericana tampoco pudo ser el conducto eficaz para canalizar los reclamos del público.

---

<sup>4</sup> Ciro Gómez Leyva. "Twitter nos quiere matar de miedo". Milenio diario. México, 25 de febrero, 2010. Consultado el 01 de junio, 2010.

<http://impreso.milenio.com/node/8725469>

<sup>5</sup> Regina Santiago Núñez. "El asesinato virtual de López Obrador y la responsabilidad de los medios ante el público". Blog "Los medios vistos por los medios". 27 de febrero de 2008. Observatorio de Medios de la Universidad Iberoamericana. Consultado el 01 de junio, 2010.

<http://observatoriomediosuia3.wordpress.com/2008/02/27/el-asesinato-virtual-de-lopez-obrador-y-la-responsabilidad-de-los-medios-ante-el-publico/>

Posteriormente, académicos de la UIA han abierto espacios para la reflexión sobre el comportamiento de los medios. Desde el 15 de febrero de 2010, José Carreño Carlón conduce un programa que se transmite de lunes a viernes en el canal 115 de Cablevisión, propiedad de la empresa Televisa. Se trata de un espacio en el que se analiza con otros académicos y con los reporteros, columnistas, bloggers o twitteros la forma en que se construye la agenda de los medios. Cuenta con la colaboración permanente de Gabriela Warkentin, directora del Departamento de Comunicación de la UIA y defensora del televidente en Canal 22, así como de Mario Campos, académico de la UIA y director de noticias del IMER. Se avanza en consolidar el esfuerzo de educar la percepción mediática y formar audiencias críticas, pero todavía hay mucho por hacer en ese campo.

¿Cuál fue la gran virtud de Gómez Leyva en ese texto? Poner el acento en los peligros que corre la sociedad en su conjunto cuando el rumor sustituye a la información veraz para la toma de decisiones. ¿Cuál fue el error de Gómez Leyva? Subestimar la capacidad de las redes sociales de generar información precisa, responsable y oportuna. Gómez Leyva genera un falso dilema para el lector quien tiene que optar por medios tradicionales "serios y confiables" o por medios alternativos "frívolos e irresponsables". El falso dilema de Gómez Leyva no reconoce que el buen periodista debe serlo cuando escribe en Twitter, en Facebook, en un blog, en un periódico o cuando reporta para radio o televisión. El buen periodista es bueno donde sea, y el malo... también.

La manera en que Gómez Leyva abordó el problema refleja el miedo que muchos periodistas tienen de perder el control sobre lo que se publica (el poder de definir la agenda). Ciro, como aquellos aterrados operadores de teletipos a los que hice referencia anteriormente, no sabe manejar el miedo ante instrumentos tecnológicos cuyos lenguajes y formas de operar le resultan ajenos. Pero no todo está perdido para los periodistas que se aterran ante los fantasmas de la modernidad. El buen periodista es aquel que sabe escuchar las demandas del público y sabe adaptarse a los retos de su momento histórico. Supieron hacerlo los buenos periodistas del siglo XIX, que contribuyeron con sus escritos a reivindicar las luchas sociales; lo hicieron los buenos periodistas del siglo XX; lo pueden hacer los periodistas, los buenos periodistas, del siglo XXI; los que nunca caducan ni envejecen.

Para normar mejor los criterios, sería recomendable que muchos repararan en esta observación de Milagros Pérez, en el texto ya citado: (Internet ha cambiado a los periodistas), "pero Internet también está cambiando a los lectores. Son más susceptibles y su escrutinio tiende ahora a ser más severo, entre otras cosas porque la Red les proporciona herramientas de comparación que antes no tenían. Ahora pueden examinar, indagar y comprobar fácilmente el trabajo de los periodistas. Y sacar sus propias conclusiones".

## Es la "hora de la sociedad"

En un texto publicado el miércoles [5 de mayo en el periódico El Universal](#), José Carreño Carlón analizaba el problema de la violencia que está permeando en diversos sectores de la sociedad mexicana y los retos que enfrenta el gremio periodístico ante la falta de garantías para el ejercicio de su trabajo<sup>6</sup>. Ese fue el problema que también planteó Ciro Gómez Leyva en el texto ya referido, aunque su enfoque haya sido polémico. ¿Por qué tantos textos en que el periodismo se convierte en protagonista de la información? Quizás porque,

---

<sup>6</sup> José Carreño Carlón. El Universal (México), 5 de mayo, 2010. Consultado el 01 de junio, 2010. <http://www.eluniversal.com.mx/editoriales/48221.html>

como ha señalado el académico Mario Campos, en algunos sectores de la sociedad mexicana comienza a crearse la conciencia de que "el peor periodismo es aquel que no existe; aquel que ha sido condenado al silencio".<sup>7</sup>

Dice Carreño en el texto referido: "En el Día Internacional de la Libertad de Prensa, conmemorado el lunes 3 de mayo, abundaron los balances sobre el estado de las libertades informativas en México y en el mundo. En esos balances los medios suelen aparecer como víctimas de gobiernos o de bandas de terroristas o criminales. Pero coincidentemente se publicaron en los propios medios otras visiones en las que las empresas informativas aparecen abusando de sus potestades, en calidad de verdugos de lectores y audiencias (Carreño se refería a las reflexiones compartidas por los defensores del lector en The New York Times y El País)".

El análisis de Carreño retoma las diversas perspectivas desde las que debe abordarse el problema de la libertad de prensa; libertad que requiere garantías por parte del Estado (no sólo de gobiernos, sino de la sociedad en su conjunto) para que los periodistas puedan cumplir con su trabajo. Pero libertad también que debe ir vinculada estrechamente a la responsabilidad social y al ineludible ejercicio de rendición de cuentas. Es ahí donde Carreño pone el acento. Los medios mexicanos exigen garantías, pero no están dispuestos a corresponder al derecho que exigen con una apertura a que las audiencias también les exijan rendir cuentas sobre sus políticas editoriales.

En su cuestionamiento a la sociedad en su conjunto, Carreño señala que también las audiencias deben reflexionar sobre el derecho y el deber que existe de utilizar los espacios de interacción que proporcionan los portales de internet, para dejar comentarios que ayuden a mejorar la calidad del tratamiento periodístico de la información. Es "la hora de la sociedad", concluye el académico y señala: "Uno de los indicadores de que México sale del hoyo sería que en los próximos informes sobre el estado de los derechos informativos los informadores y los medios del país desaparezcan de las listas de víctimas y aparezcan en cambio (en las listas de espacios) abiertos al escrutinio y a la crítica de la sociedad".

## Twitter y la sociedad que interactúa

Como hemos visto, el miedo ha paralizado a algunos periodistas de la vieja guardia pero, afortunadamente no es una actitud generalizada. En México, son muchos los periodistas que valoran las posibilidades de una interacción con el público que ofrecen los chats, los blogs, Facebook o Twitter. También algunos académicos comienzan a buscar formas novedosas de romper el aislamiento.

En su edición de mayo de 2010, la revista Nexos reprodujo el intercambio de twits que sostuvo Héctor Aguilar Camín el jueves 1 de abril de 2010 sobre las ideas que había publicado en sus columnas del periódico Milenio relacionadas con los retos del periodismo

---

<sup>7</sup> Comentario de Mario Campos en el cierre del curso Primavera 2010 del Laboratorio de Periodismo en la Universidad Iberoamericana. Miércoles 12 de mayo, 2010.

en épocas de crisis: [¿Qué estamos haciendo?](#) (lunes 29 de marzo de 2010)<sup>8</sup>, [Periodistas](#)<sup>9</sup> (30 de marzo de 2010) y [Cubriendo el narco](#) (31 de marzo de 2010)<sup>10</sup>.

"[¿Mienten los datos o miente la prensa? Una sesión de twitter sobre medios y violencia](#)" fue el título con que se presentó en el portal de internet y se publicó en la edición impresa de Nexos el documento que registró esa "lluvia de ideas" que fue la sesión de twits<sup>11</sup>. ¿Qué hizo posible ese novedoso tipo de reflexión compartida?

Para responder a esa pregunta, propongo una mirada que intente la deconstrucción de ese texto<sup>12</sup>. Fijemos nuestra atención en el proceso que convirtió algo "por naturaleza efímero" como la sesión de intercambio de ideas en Twitter, en un texto que, al ubicarse en distintas plataformas, inicia un recorrido propio, por el tiempo y el espacio. Colocar el texto en el portal de internet permitió el acceso a lectores de todas partes del mundo; publicarlo en la revista impresa estableció con el lector otro tipo de relación (hay quienes dicen que para la reflexión y el análisis es más útil el soporte en papel que el soporte electrónico). Los twits convertidos en documento reclaman su lugar en la historia.

Reflexionemos pues sobre el proceso de transformación que sufrió el texto. En los provocadores comentarios que publicó en los primeros días de la Semana Santa de 2010, Héctor Aguilar Camín puso el acento en que había una gran diferencia entre las cifras de homicidios en México y la percepción sobre el clima de violencia que se ha construido a través de la cobertura mediática. ¿Quién miente, las estadísticas o los medios?, preguntaba Aguilar Camín, de manera obsesiva y en tono retador. Pero además, una duda recorría el resto de sus colaboraciones: ¿Está la cobertura informativa a la altura de los retos que enfrenta el país? De esta serie de reflexiones, un punto interesante fue que el autor no planteaba una crítica "desde afuera", o peor aún, "desde arriba", como un intelectual que pretende juzgar el trabajo "de los otros". Aguilar Camín decidió hacer una crítica "desde dentro", situándose como parte de la comunidad mediática que, desde esa perspectiva, invitaba a la reflexión autocrítica.

El martes 29 de marzo, leí los textos y algunos comentarios que se generaron en Twitter. Decidí comunicarme con Héctor para comentar lo que estaba sucediendo y proponerle participar en un experimento que me había estado dando vueltas en la cabeza desde hacía tiempo<sup>13</sup>. Si en los portales de los periódicos tradicionales estaban teniendo mucho éxito algunos chats y si ya algunos periodistas habían utilizado Twitter para realizar entrevistas, ¿por qué no utilizar Twitter para una lluvia de ideas?

---

<sup>8</sup> Héctor Aguilar Camín, "¿Qué estamos haciendo?", Milenio diario. Lunes 29 de marzo, 2010. Consultado el 01 de junio, 2010.

<http://impreso.milenio.com/node/8742609>

<sup>9</sup> Héctor Aguilar Camín, "Periodistas", Milenio diario. Martes 30 de marzo, 2010.

Consultado el 01 de junio, 2010.

<http://impreso.milenio.com/node/8743220>

<sup>10</sup> Héctor Aguilar Camín, "Cubriendo el narco", Milenio diario. Miércoles 31 de marzo, 2010.

Consultado el 01 de junio, 2010.

<http://impreso.milenio.com/node/8743691>

<sup>11</sup> Se puede consultar en <http://www.nexos.com.mx/?P=leerarticulo&Article=73164>

Consultado el 01 de junio, 2010.

<sup>12</sup> Advierto que no sigo "estrictamente" a Derridá (y menos a Heidegger), pero sí me fascina la propuesta de aplicar la deconstrucción como una estrategia y una nueva práctica de lectura, un archipiélago de actitudes ante el texto; el reconocimiento de que el acto de lectura genera múltiples diseminaciones. En mi apropiación del concepto de deconstrucción me he basado en lecturas y reflexiones del excelente portal de internet creado por Horacio Potel, "Derridá en castellano".

Consultado el 01 de junio, 2010.

<http://www.jacquesderrida.com.ar/>

<sup>13</sup> Como cité de memoria la conversación telefónica con Aguilar Camín, decidí mandarle la reconstrucción del diálogo para que lo validara, y así lo hizo.



Cuando Aguilar Camín respondió al celular, comencé por elogiar la manera en que, con el enlace a blogs, Héctor se había anotado un punto en el reto de "dar vida" a la página de una revista mensual como es Nexos. Tras la felicitación abordé el tema de los comentarios que sus textos habían generado en Twitter y mi idea de experimentar una nueva forma de debate.

— Parece que clavaste entre algunos periodistas twitteros una banderilla de fuego, le dije con un dejo de ironía.

— Pues sí, respondió de buen humor. Me han comentado que hay varias reacciones, algunas bastante críticas y algunas que no comprenden o no quieren comprender lo que he planteado al referirme al valor de las cifras.

— ¿Y qué piensas hacer?, pregunté mientras pensaba cuál sería la mejor forma de "venderle" la idea del debate twittero.

— Voy a seguir con atención lo que se vaya generando y, si lo amerita, regresaré sobre el tema en mi columna, para aclarar las dudas.

— Pero ya dijiste que te vas de vacaciones de Semana Santa y esperar hasta el lunes enfriaría el tema. ¿Por qué no respondes en el mismo terreno?, le dije.

— ¿Cómo que en el mismo terreno?, preguntó, sorprendido.

— Algunos periodistas mexicanos están utilizando Twitter de una manera muy interesante, respondí, tratando de apuntalar la propuesta. Es una forma muy efectiva de interactuar entre ellos, sin importar que pertenezcan a diversos medios.

— ¿Pero se pueden generar debates serios en Twitter?, preguntó, un tanto sorprendido por la propuesta.

— La seriedad se la dan los participantes, respondí convencida.

— ¿Y tendría que responder en 140 caracteres?, dijo divertido, pero todavía un tanto incrédulo.

— Sería lo más conveniente, respondí. Siempre queda la posibilidad de mandar una respuesta en dos partes, pero no más.

— Todavía no estoy muy acostumbrado al uso de Twitter, confesó.

— Pero es una buena oportunidad para probar algo nuevo, respondí. Twitter permite interactuar. Es una plataforma que acerca a los actores sociales. Se rompe con la idea del político o, en tu caso, del académico encerrado en la torre de marfil. ¿Qué dices?

— Suena interesante, respondió tras un breve silencio. Supe que el experimento iba ganando terreno cuando preguntó cuál sería exactamente la dinámica.

—Podríamos citar a un debate para pasado mañana, le dije.

—Pero el jueves voy a estar en Puebla, interrumpió.

—Si tienes cómo conectarte a Internet, ese no es problema.

— Creo que podría arreglar todo para conectarme como a las 12 del día. ¿Está bien?

— Si te parece, anunciamos en el espacio de Twitter del Observatorio de Medios de la Universidad Iberoamericana que el jueves 1 de abril, a las 12, estará Héctor Aguilar Camín conectado en Twitter para intercambiar opiniones sobre sus "polémicos" textos.

— ¿Y eso sería todo?, dijo en un tono que percibí como de duda.

— Creo que eso sería el inicio, respondí con convicción y lo que pretendía proyectar conocimiento de causa, aunque sabía que estábamos navegando por zonas inexploradas.

— A ver, explícame, dijo Héctor.

— Es como lanzar una botella al mar, le dije, divertida.

— ¿Eso sucede con los mensajes en Twitter?

— Usualmente, ese tipo de intercambios es efímero, expliqué. Pero el compromiso del observatorio sería tratar de reconstruir de la manera más precisa posible, el intercambio de ideas. Al generar un documento, aseguramos la permanencia en el tiempo.

— Me parece muy bien, dijo el historiador, ya convencido. El jueves a las doce me conecto.

— Entonces, el jueves a las doce lanzamos la botella al mar, respondí.

Reconstruyo lo que recuerdo de la charla telefónica, porque me parece interesante registrar la forma en que se gestó el texto que ahora analizamos. Cuando terminó la llamada, me comuniqué con algunos amigos para asegurar que participaran en el experimento. Finalmente no todos pudieron conectarse, pero hubo muchos que participaron sin que yo tuviera que ver en el asunto. "Controlar" una sesión de Twitter es prácticamente imposible y ésa es la riqueza y el riesgo de este tipo de experiencias. Twitter, más que otros espacios, está sujeto a las leyes del azar y la necesidad<sup>14</sup>.

El intercambio de ideas inició con el debate sobre la diferencia entre lo que dicen las cifras y la percepción de violencia que generan los medios. Luego transitó hacia la responsabilidad de los medios en la construcción de la imagen de un país; hacia los retos del periodismo en la cobertura de hechos de violencia y narcotráfico; hacia el derecho de los consumidores de medios a exigir una cobertura informativa de calidad.

Vaya una muestra del intercambio de ideas:

**Héctor Aguilar Camín (@aguilarcamin):** Los medios tienen que hacerse cargo de su impacto, no sólo disparar para impactar.

**Víctor Beltri (@vbeltri):** ¿No crees que sería el momento de un “código de ética” periodística para manejo de estas noticias (la información sobre violencia y narcotráfico)? Y que lo firme quien quiera

**Regina Santiago (@regi\_santiago):** Es necesario el código de ética para cubrir el narco. Los medios tienen que reconocer el problema

**@aguilarcamin:** Yo creo que éste es el punto. Los medios tienen que reconocer su papel en el problema y ponerse del lado de su sociedad. Los medios no se aplican a sí mismos las exigencias de responsabilidad y transparencia que aplican a otros actores públicos.

**Evelyn F. (@Fematitatl):** Mi punto de vista es: antes de publicar debe haber un acuerdo entre editorial, comercial y marketing, ya que hay dos tipos de clientes en un medio de comunicación: las “audiencias o consumidores finales” y los anunciantes. Es importante que las tres áreas mencionadas defiendan su espacio y cedan sin perder ética.

**@vbeltri:** ¿Por qué no una iniciativa como la de la generación del No (dirigida a los directores editoriales)? Una iniciativa que muestre el tamaño del problema, las posibles consecuencias y la importancia de la ética. Al final, los ciudadanos van a elegir aquellos medios que son éticos y comprometidos con la sociedad. Una especie de certificación ética

**@regi\_santiago:** ¿Ves viable la propuesta de una iniciativa como la de la generación del NO dirigida a directores editoriales?\*

**@aguilarcamin:** No le veo camino a otro manifiesto. Sería bueno armar una liga de consumidores de medios y exigirles desde las redes sociales.

**@Fematitatl:** Pues yo diría que no sólo los medios, también los ciudadanos, el gobierno, los políticos, etc.

---

<sup>14</sup> El concepto me lo explicó el académico español Luciano González Egido al reflexionar sobre la relación de Miguel de Unamuno con la ciudad de Salamanca:

- ¿A eso te refieres cuando mencionas la ley del azar y la necesidad en la biografía de Unamuno?, le pregunté una tarde cuando charlábamos en su departamento de Madrid.

- Así es, respondió Luciano. Salamanca necesitaba del talento de Unamuno para descifrarla y para contarla. Unamuno, a su vez, necesitaba de Salamanca para que a través de lo que iba descubriendo en la ciudad él pudiera encontrarse a sí mismo. Por eso yo digo que Unamuno es una metáfora de Salamanca. Ambos se necesitaban, por eso se atrajeron y por eso se complementaron. Todo apareció como obra de la casualidad, pero para mí su relación fue producto de una especie de magnetismo.

**@aguilarcamin:** Lo que yo digo es que los medios deben hacerse responsables del país que reflejan, porque eso acaba afectando a todos.

**@MissPapitas:** Presidencia de la República: favor de contratar a @vbeltri y @aguilarcamin. Salvarán al Estado.

**@aguilarcamin:** No es para salvar al Estado o al gobierno. Esto hay que pensarlo y corregirlo en defensa propia, como sociedad amenazada por la violencia y por su percepción desproporcionada.

El 1 de abril, Aguilar Camín y el Observatorio de Medios de la UIA lanzaron una botella al mar; al mar del inconsciente colectivo; al mar profundo de los miedos, las esperanzas y los valores de una sociedad.

El [miércoles 5 de mayo de 2010](#), el propio Aguilar Camín, recuperó en otra de sus columnas el tema de los retos que enfrenta el periodismo para cubrir correctamente los temas de violencia. Se refirió específicamente a las reflexiones que publicó el día anterior el diario *El Universal*, en un editorial institucional. El texto no es muy largo y sería difícil resumirlo sin que perdiera su esencia, por lo que lo cito íntegro.

Escribió Aguilar Camín:

En su editorial de ayer *El Universal* se planteó algunas preguntas claves (sic) sobre el momento profesional que vive la prensa en México.

“Las salas de redacción”, dice el texto, “se enfrentan todos los días a preguntas que cuestionan la naturaleza misma de los periodistas: ¿es correcto publicar un comunicado de un grupo criminal o una entrevista con un narcotraficante? ¿Difundir una *narcomanta* significa seguirles el juego a los delincuentes? ¿Podemos permitirnos mostrar nombres e imágenes de víctimas inocentes por el supuesto ‘derecho’ del público a saberlo todo?”.

No hay una respuesta clara de los medios a estas preguntas, dice el editorial. Cada quien las responde como puede, confiando en su olfato, deliberando sobre cada caso o apresurándose a difundir lo que tiene en las manos antes que el competidor.

El ascenso de la violencia criminal, sostiene el diario, tomó por sorpresa al Estado que no supo anticiparla ni contenerla. Pero también dejó pasmados a “los actores de la vida política y social, incluidos los periodistas”.

Lo cierto, dice *El Universal*, y este es el punto que quiero subrayar de su análisis, una excepción bienvenida en la habitual falta de reflexión institucional de los diarios sobre sus dilemas profesionales, lo cierto es que “los medios de comunicación en México no tienen aún claro cuál es el papel que deberían desempeñar, en conjunto, ante una sociedad seriamente amenazada por los criminales”.

No podría estar más de acuerdo con su conclusión: “Los profesionales de la comunicación tendríamos que protegernos... no con guardias ni con pistolas, sino con lo que los criminales más temen de nosotros: la unión en su contra”.

Quizá es la hora de buscar esa unión activamente y fijar una agenda común, indicativa más que obligatoria, de cómo abordar los temas del narcotráfico y la violencia.

El acuerdo de un puñado de diarios, dos televisoras y tres o cuatro cadenas de radio bastarían para fijar esa agenda.

Los delincuentes han encontrado la forma de usar a la prensa nacional y callar a la local. La prensa debe resolver con claridad los dilemas que plantea la violencia como hecho noticioso para no dejarse usar por los delincuentes y suplir en sus páginas el silencio que éstos imponen a colegas locales indefensos.

Toda una agenda que pide todo un encuentro, el encuentro de quienes comparten esta preocupación y pueden darle una respuesta sólida, profesional y efectiva: los propios medios.

¿Quién convoca? Ya que ha planteado tan bien el problema, creo que *El Universal* sería una primera opción. En lo que pueda ayudar, estoy dispuesto.

José Carreño Carlón, quien también el 5 de mayo abordó el tema de los retos que la violencia presenta para periodistas, académicos, audiencias y para la sociedad en su conjunto, invitó al director editorial de *El Universal*, Jorge Zepeda Patterson, a Leonardo Kourchenko, vicepresidente de Información Internacional de Televisa y a Héctor Aguilar Camín a participar en una mesa de análisis sobre lo que se había publicado.<sup>15</sup> Aguilar Camín estaba en Chihuahua y en esa ocasión la tecnología no fue su aliada, falló la pila de su celular, y no pudo participar en la discusión.

Sin embargo, su texto fue citado y Zepeda fijó una posición al respecto. Estuvo de acuerdo en la necesidad de que los medios se unan para presentar un frente común contra la violencia que los acecha. Especificó que el editorial que se publicó el día anterior obedeció a una amenaza específica que recibieron reporteros que publicaron una investigación sobre tráfico de armas en Tepito. Pero dijo que no puede ser únicamente *El Universal* quien convoque a la unidad del gremio, porque no debe tomarse como una causa particular. Quedó abierta la posibilidad de que sea desde la academia que se dé seguimiento a esta iniciativa.

El miércoles 12 de mayo, Héctor Aguilar Camín se presentó en el programa *Tercer Grado*, donde periodistas de Televisa reflexionan sobre la agenda mediática y las decisiones editoriales. Como detonante del debate estuvieron los comentarios de Aguilar Camín respecto a las cifras de criminalidad en México y la propuesta que hizo a *El Universal*. Entre los periodistas que confrontaron los planteamientos de Aguilar Camín estuvo Ciro Gómez Leyva.

Leopoldo Gómez, responsable de la línea editorial de noticieros Televisa y moderador de los debates en *Tercer Grado* resumió así lo que se discutió:

Con argumentos diversos, todos los periodistas aquí presentes discrepamos del diagnóstico sobre la generación de percepciones que no corresponde a las cifras que se manejan sobre la criminalidad en México, que sería menor que la de Brasil o la de la ciudad de Washington. Sin embargo, coincidimos en la necesidad de que el gremio periodístico reflexione y acuerde reglas mínimas para mejorar la cobertura de los hechos de violencia en el país.

---

<sup>15</sup> Se puede consultar el video en <http://vimeo.com/11537262> Consultado el 01 de junio, 2010.

## Algunas reflexiones a manera de conclusión

Decíamos, al comenzar esta reflexión, que debemos evitar que las efemérides de las "gestas heroicas" se pierdan en los discursos huecos de las celebraciones oficialistas. Vivimos momentos en que está en juego la viabilidad del proyecto de nación. Necesitamos asegurarnos de que el periodismo esté a la altura de los retos que se le presenten. Un periodismo que se acerque mucho más al ciudadano y haga suyas sus inquietudes y demandas. Necesitamos también, audiencias críticas que exijan a los medios, pero no se olviden de los riesgos que los periodistas están corriendo para informar de hechos muy graves.

La hoja de papel impresa... o el portal de Internet... o el video en YouTube... o los correos electrónicos... o los blogs...o Facebook... o Twitter. No importa cuál sea la plataforma, lo importante es la reflexión. Lo importante es no sólo lanzar una botella al mar, sino tratar de hacernos responsables de su navegación. Es la hora de la sociedad, dicen algunos académicos. Los revolucionarios franceses tomaron La Bastilla; los revolucionarios del Siglo XXI debemos aprender a tomar la palabra.

## Epílogo inesperado: Twitter y el manejo de información sobre secuestro

Terminé de escribir el texto sobre "Twitter y la formación de audiencias críticas" el 15 de mayo de 2010. Para poder concentrarme permanecí desconectada de Internet. Revisé el texto y lo mandé a los editores. Para mi sorpresa, cuando me conecté a la red me encontré con un suceso que ha sacudido la vida política de México y ha reactivado el debate sobre la responsabilidad social del periodismo en épocas de crisis.

Diego Fernández de Cevallos fue secuestrado la noche anterior y a partir del mediodía se publicó información en portales de Internet de los diarios tradicionales. La jornada informativa del sábado 15 de mayo mostró que la sociedad mexicana en su conjunto quedó rebasada ante las circunstancias. Ante el vacío de información oficial, Twitter, Facebook, y los medios tradicionales como portales de Internet de diarios y la radio convencional se llenaron de rumores. Un twit resume el diagnóstico devastador: "Una vez más queda demostrado que en México tenemos un crimen muy organizado y una sociedad y un gobierno muy desorganizados"<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Comparto un par de reflexiones sobre la crisis político-mediática que ha representado el secuestro de Diego Fernández de Cevallos.

Caso Diego Fernández: Fallas periodísticas y rendición de cuentas (Debate en Twitter sobre el manejo de la información sobre el secuestro).

Consultado el 01 de junio, 2010.

<http://culturadelalegalidad.wordpress.com/2010/05/16/caso-diego-fernandez-fallas-periodisticas-y-rendicion-de-cuentas/>

¿Cómo entender la decisión de Televisa sobre caso DFC? Diálogo Raúl Trejo-Regina Santiago

Consultado el 01 de junio, 2010.

<http://culturadelalegalidad.wordpress.com/2010/05/18/1257/>