



## La implantación del periodismo 'Open Source' como un nuevo modelo de comunicación en Internet

### The implementation of 'Open Source' journalism as a new model of communication on the Internet

**Cristina Renedo Farpón**  
[renedof.cristina@gmail.com](mailto:renedof.cristina@gmail.com)  
Universidad de Valladolid

Recibido: 2018-11-18  
Aceptado: 2019-04-02

#### Resumen

Richard Stallman, uno de los padres y abanderado del software libre, define esta tecnología como la libertad de los usuarios para ejecutar, copiar, distribuir, estudiar, cambiar y mejorar el software (Stallman, 2004). Estos principios, que fueron enunciados para ser aplicados a código informático, pueden extrapolarse a la creación, uso y distribución de la información periodística en entornos digitales a través de los principios de participación (intervención y aportes ciudadanos para construir o completar la información periodística), colaboración (capacidad de utilizar, distribuir y mejorar la información) y transparencia (accesibilidad y apertura completa de la información).

Aunque en el año 1999 apareciera por primera vez el término periodismo "Open Source", ha sido en los últimos años cuando en el ámbito académico ha comenzado a definirse este fenómeno y a estudiarse su potencial como nuevo modelo comunicativo en el que la información puede mejorarse y redistribuirse gracias a la colaboración, cada vez más masiva, de usuarios. Además, su desarrollo se ha ligado a iniciativas muy vinculadas con el activismo, como Wikileaks o diferentes movimientos ciudadanos, como el 15M en España.

#### Abstract

Richard Stallman, one of the fathers and standard bearers of free software, defines this technology as the freedom of users to execute, copy, distribute, study, change and improve software (Stallman, 2004). These principles, which were enunciated to be applied to computer code, can be extrapolated to the creation, use and distribution of journalistic information in digital environments through the principles of participation (intervention and citizen contributions to build or complete journalistic information), collaboration (ability to use, distribute and improve information) and transparency (accessibility and complete opening of information).

Although in 1999 the term "Open Source" appeared for the first time, it has been in recent years that this phenomenon has been defined in the academic sphere and its potential as a new communicative model in which information can be improved and studied. redistributed thanks to the increasingly massive collaboration of users. In addition, its development has been linked to initiatives closely linked to activism, such as Wikileaks or different citizen movements, such as 15M in Spain. This research shows the analysis of 117 projects that meet some of these characteristics of Open Source journalism

Esta investigación muestra el análisis de 117 proyectos que reúnen alguna de estas características del periodismo 'Open Source' y pretende analizar su nivel de implantación como un modelo comunicativo de éxito en Internet. Se han analizado variables de transparencia, colaboración y participación, así como su origen, procedencia, duración y nivel de aplicación, para evaluar si verdaderamente estamos ante un nuevo fenómeno revolucionario en el mundo del periodismo o es una tendencia sin continuidad.

and aims to analyze their level of implementation as a communicative model of success on the Internet. We have analyzed variables of transparency, collaboration, and participation, as well as their origin, origin, duration and level of application, to assess whether we are truly facing a new revolutionary phenomenon in the world of journalism or is a trend without continuity.

#### **Palabras clave**

Participación, Internet, Comunicación Digital, Periodismo Abierto, Transparencia, Open Source

#### **Key words**

Participation, Internet, Digital Communication, Open Journalism, Transparency, Open Source

### **1. Introducción**

Esta investigación pretende estudiar el periodismo *Open Source* o 'periodismo de código abierto', como un nuevo modelo de desarrollo de comunicación en entornos digitales. Un concepto que, a través del uso de Internet y nuevas herramientas tecnológicas, permite a priori la elaboración de productos informativos más transparentes, participativos y colaborativos.

Antes de la aparición de la noción de periodismo *Open Source* ya existían términos relacionados que aplican este 'código abierto' a otras áreas ajenas a la comunicación, con el objetivo de favorecer el acceso al conocimiento de la forma más transparente y completa posible, y que se han desarrollado exponencialmente gracias al creciente uso de Internet y al avance de las nuevas tecnologías. Dos ejemplos son el uso del software libre y el concepto de Gobierno Abierto.

En el caso del periodismo, con el uso de Internet y el desarrollo de las TIC también se ha visto cómo la participación de los usuarios ha aumentado en los medios de comunicación (Gillmor, 2010). Por un lado, se han incluido herramientas que permiten esta participación dentro de los propios medios, como comentarios, encuestas, foros de opinión, vídeo chats, intervención a través de redes sociales o envío de material multimedia y además ofrecen a los contenidos un valor añadido (Díaz-Noci, 2010). Por otro lado, los usuarios tienen a su alcance la capacidad de publicar y difundir sus propios contenidos gracias a la facilidad de usabilidad de herramientas como redes sociales o gestores de contenidos (Bowman y Willis, 2003; Scolari, 2008; Masip et al. 2015) y formar parte así de la construcción de la realidad informativa.

Estos conceptos de participación del usuario en la construcción de la información están siendo estudiados por investigadores de la comunicación, que aplican diferentes términos para referirse a esta situación. Algunos conceptos se centran únicamente en la participación de los usuarios como productores del contenido, con términos como el periodismo ciudadano, que permite generar contenido en un medio de Internet en igualdad de condiciones técnicas que el periodismo tradicional (Meso, 2005), o el periodismo participativo, que apuesta por fórmulas de integración para incorporar en los medios convencionales aportaciones de la ciudadanía (De Madariaga, 2006). Otros investigadores se centran en definir cómo la relación del periodismo con los usuarios puede fortalecer los procesos democráticos, como el periodismo público, que busca promover el compromiso y la participación de los ciudadanos en los procesos democráticos (Haas, 2005), con un concepto similar al periodismo democrático (Berger, 2000) o al periodismo cívico, que considera fundamental el uso de estrategias que permitan escuchar a la audiencia, para reforzar igualmente su papel activo en la democracia. Dentro de este tipo de definiciones también encontramos algunas que centran su atención en los avances tecnológicos, para fomentar la participación de los usuarios, como el periodismo 3.0 (Varela, 2005), o bien para situarnos en un entorno comunicacional que se encuentra en constante cambio, definido en el periodismo líquido (Deuze, 2008).

Como se ha mencionado, algunos conceptos están más vinculados con el factor tecnológico, otros con la publicación de contenidos por parte de ciudadanos, otros con el papel democratizador de los medios y otros con la apertura del periodismo hacia la transparencia, aunque todos mezclan esta idea de participación de los usuarios en la construcción de la información.

El concepto de periodismo *Open Source*, que también puede equipararse al de periodismo abierto (Sampedro, 2014) (Lewis and Usher, 2013) (Díaz-Noci, 2004) es uno de los más completos –al abordar participación, transparencia y colaboración en entornos digitales, siguiendo con los criterios del código abierto de Richard Stallman (2004) y, además, uno de los más emergentes, tanto a nivel académico como a nivel de proyectos profesionales.

En este sentido, existen algunos proyectos de comunicación, especialmente en entornos digitales, que afirman ejercer el Periodismo Abierto. *The Guardian* es uno de los medios de comunicación internacionales más conocidos que ha lanzado un modelo de periodismo abierto, en el que ha incluido conceptos como la participación, la agregación y enlace de otros contenidos, la transparencia o la diversidad. Pero además existen otros nuevos medios de comunicación nativos de la era digital que se definen seguidores de este formato. *Bottup*, una plataforma desaparecida en 2014 que aceptaba noticias de usuarios que eran moderadas después por periodistas profesionales; *Wikinoticias*, un proyecto de *Wikimedia* que sigue los mismos principios que la conocida enciclopedia del mismo grupo; *La Silla Vacía*, un medio colombiano en el que los usuarios construyen sus historias asistidos por editores; *InfoAmazonia*, un proyecto brasileño que mapea los datos de la zona a través de información aportada por usuarios, o el caso de la organización *WikiLeaks*, en el que los usuarios aportan material confidencial y cifrado y la organización se encarga de su autenticación.

Resulta interesante por tanto abordar cómo proyectos reales recogen y aplican el concepto de periodismo abierto, para comprobar qué características de éste son las más repetidas en experiencias reales y realizar un análisis sobre sus particularidades y proyección, para comprobar si nos encontramos ante un nuevo modelo que puede mejorar de forma significativa el periodismo y de qué forma o si nos encontramos ante una corriente predecible en las experiencias digitales de esta profesión.

## **2. Aproximación al Periodismo Open Source: participación, transparencia, colaboración y reutilización de contenidos**

El concepto de *Open Source Journalism* apareció por primera vez en un artículo publicado en *Salon.com* en el año 1999, que hacía referencia a un experimento periodístico impulsado por el escritor Johan J. Ingles-le-Nobel en *Jane's Intelligence Review*. El periodista incluyó a usuarios de un foro como coautores de un texto en el que le habían ayudado a complementar la información. Desde esos orígenes la participación en el contexto periodístico ha evolucionado e incluso ha sido necesaria la acuñación de términos como como prosumidor (Toffler, 1980; Jenkins, 2006), *produser* (Bruns, 2009) o mediactivos (Gillmor, 2010) para definir a los usuarios que ahora son a la vez consumidores y productores de la información.

Esta participación se incorpora en los propios medios de comunicación, especialmente a partir de la llegada del Periodismo 2.0 (Varela, 2005), en el que los medios comienzan a crear contenido específico para Internet e incorporan nuevas herramientas que promueven unos intercambios más variados y complejos que las tradicionales formas de participación que incorporaban en sus ediciones impresas o analógicas (Tejedor, 2010). Así, los medios digitales se convierten en plataformas que fomentan la interacción social para incorporar a la audiencia en el proceso comunicativo (Fenoll, 2014) a través de la incorporación de herramientas insertadas dentro de su propia web (Díaz-Noci, 2010), como los comentarios, foros, encuestas o envío de contenidos, o herramientas externas como el uso de las redes sociales. A pesar de que estas herramientas suponen a priori un fomento de la participación, para conseguir un contenido más completo y con más valor, diversos autores señalan que esta tendencia es más una forma de prestigio o una moda en el medio, más que una intervención real en la información, y que los cibermedios relegan la presencia de estas participaciones a lugares secundarios de la web (Cebrián, 2009).

Sin embargo, existen algunos ejemplos de iniciativas periodísticas que sí han incluido al usuario en la construcción de la información de una forma muy completa. El portal *Indymedia*, es un ejemplo de una experiencia colectiva que se plantea como alternativa al modelo unidireccional y vertical predominante en los medios de comunicación convencionales (De Madariaga, 2006). Surgió en 1999 en el foco de las protestas de Seattle contra la OMC (Organización Mundial de Comercio) y es uno de los primeros ejemplos que encontramos y que derivaron en la aparición de portales en los que ciudadanos participaban de forma activa, como *Oh my News* (Corea), que consiguió un éxito excepcional en los contenidos participados por usuarios (Kang, 2016) y otros

---

posteriores como Mivoz (Chile), Soitu y Bottup (España), *All Voices* (EEUU) o *Demotix* (Inglaterra).

Además de estos portales, dedicados exclusivamente a la participación ciudadana, y de todas las herramientas de participación mencionadas anteriormente en las webs de los diarios, algunos medios de comunicación han realizado experiencias aisladas que implican al usuario en la construcción de la información con unos niveles de participación o relevancia superior a los descritos anteriormente. Aitamurto (2016) en su trabajo sobre el *crowdsourcing* como método de búsqueda del conocimiento en periodismo digital presenta ejemplos de construcción colaborativa entre profesionales y usuarios en diarios europeos como *Helsingin Sanomat* (Finlandia) o *Svenska Dagbladet* (Suecia).

Otra de las formas de participación que han adoptado los medios de comunicación en su financiación es a través de “*crowdfunding*”. Un mecanismo de financiación mediante pequeñas aportaciones económicas de una gran cantidad de personas, y que combina la filosofía participativa de la web social con métodos creativos de búsqueda de financiación ciudadana en red (Sánchez y Palomo, 2014). Aunque esta participación no suponga un aporte directo en los contenidos, sí lo es indirectamente al optar los usuarios por financiar un proyecto periodístico concreto.

Entre los proyectos vinculados al periodismo que incluyen la participación del usuario también se debe destacar de forma independiente los que promueven las filtraciones. El más icónico es Wikileaks, lanzado por Julian Assange en 2006 y que en 2010 alcanzó una gran repercusión mundial gracias al *Cablegate*, que mostraba detalles de la política exterior estadounidense. Esta iniciativa se ha consolidado como un medio de comunicación transnacional, capaz de establecer relaciones de colaboración con la prensa y de generar producción propia, basándose en la filosofía de apertura del periodismo a través de la recepción de filtraciones y la completa publicación de los documentos para el libre uso por parte de la ciudadanía. El éxito de este modelo ha propiciado la aparición en todo el mundo de diferentes plataformas similares. En España dos casos representativos de plataformas que facilitan a los ciudadanos la filtración de datos de forma anónima son Xnet y Fíltrala.

Paralelamente a las herramientas de participación que han incorporado los medios de comunicación, los usuarios disponen de forma independiente de un gran número de posibilidades para buscar, producir y distribuir su propia información al margen de las grandes cabeceras. Estas herramientas, como las redes sociales, los blogs, las wikis o los foros, han alterado la dinámica de la esfera pública (Shirky, 2011) y los prosumidores se alejan de la realidad propuesta por los medios convencionales y emprenden de forma autónoma la búsqueda de respuestas en una afirmación de su independencia y con la colaboración como acción comunicativa recurrente (Islas, 2008) para construir conocimiento. Uno de los principales promotores de la noción de web 2.0 destaca el fortalecimiento de la inteligencia colectiva como uno de los principios constitutivos de este nuevo concepto (O'Reilly, 2005)). Esta idea es lo que trasladamos del Software Libre, en la colaboración de multitudes para construir y mejorar una información.

Uno de los ejemplos más evidentes de éxito de este concepto es la Wikipedia, pero además de las Wikis otras herramientas como los blogs (Bowman y Willis, 2003), las redes sociales (Caldevilla, 2010) o portales de promoción social de noticias (Torres y Guallar, 2009) son un ejemplo de la participación y colaboración de los usuarios en la construcción de la información al margen de los medios. El uso de estas tecnologías por parte de los ciudadanos para comunicar información de interés público puede marcar como fecha clave el 11 de septiembre (Gillmor, 2004), con una explosión de testimonios públicos en la red y las bitácoras superaron el flujo informativo de los medios de comunicación convencionales (Guevara et al. 2014). Aunque los medios de comunicación continúan ofreciendo cobertura de este tipo de sucesos, es cada vez más común que las primeras informaciones sean de ciudadanos conectados y no de periodistas profesionales y, en noticias relacionadas con las catástrofes naturales o los asesinatos en masa esta transición ya es completa (Anderson, Bell y Shirky, 2013). Desde los atentados del 11 de septiembre de 2001 podemos encontrar otros ejemplos en los que la información difundida por los ciudadanos ha proliferado a la altura de la de los medios de comunicación y complementado los datos que éstos ofrecían. Entre otros los atentados del 11 de marzo de 2004 en Madrid (Lara, 2004; Salido, 2006), la masacre de Virginia Tech (Pérez y Correyero, 2009), el terremoto de Chile en 2010 (Puente y Grassau, 2011) o la catástrofe nuclear de Fukushima Daiichi 2011 (Anderson, Bell y Shirky, 2013).

También encontramos ocasiones en las que el uso de estas herramientas digitales por parte de los usuarios para transmitir información como testigos directos tiene matices de activismo. Por ejemplo en la primavera árabe el uso de las redes sociales y nuevos medios digitales para, no solo coordinar y movilizar las acciones de los activistas, además permiten su visibilización a escala internacional (Eltantawy y Wiest, 2011), un factor importante para la difusión de estos conflictos porque la presencia de periodistas no estaba permitida en muchos de los actos de protesta y los únicos testimonios disponibles eran los que llegaban a través de los propios ciudadanos en sus redes sociales (Soengas, 2013). El '15M' en España es otro ejemplo del potencial de las redes sociales y las herramientas digitales para coordinar el movimiento y difundir sus acciones a nivel nacional y global (Candón y Benítez, 2014).

En este contexto de proliferación de medios y herramientas de participación para construir una información, también de forma colaborativa, cabe destacar una de las otras patas del periodismo "*Open Source*", siguiendo los principios fijados por Richard Stallman: la transparencia. Este concepto juega un importante papel con un triple objetivo: descubrir la forma de trabajar de los medios de comunicación, para formular contenidos reutilizables y aprovechar el capital social del prosumidor para colaborar en el proceso informativo (Campos y Redondo, 2015). Por ello, cada vez más medios de comunicación y proyectos periodísticos muestran diferentes mecanismos de transparencia, tanto en la financiación como en la producción de sus contenidos, a través de prácticas como las redacciones abiertas (Tuñez, 2009). Además, toda la proliferación de la participación y colaboración mencionada anteriormente ha traído consigo también la propagación y viralización de informaciones falsas o *fake news* (Allcotty Gentzkow, 2017) y la transparencia también es un importante pilar para evitar esta tendencia (Borden y Tew, 2007), porque otorga a los medios la oportunidad de

mostrar a los receptores cómo se produce la información, quién la elabora y quién la financia.

### 3. Método, hipótesis y objetivos

En el desarrollo de esta investigación se han analizado un total de 117 proyectos que reúnen al menos una de las características del periodismo *Open Source*: mecanismos de transparencia, participación de los usuarios o ciudadanos, colaboración y reutilización de contenidos. La muestra de los proyectos seleccionados se realizó a través de una búsqueda por distintas vías, como trabajos de investigación académicos, noticias en medios de comunicación, búsquedas y alertas por palabras clave en Internet o búsqueda a través de redes sociales, que deriva en una acumulación de casos susceptibles de ser estudiados. La variedad de proyectos es tan amplia que incluye iniciativas como radios comunitarias, wikis, medios de comunicación, artículos periodísticos o iniciativas activistas y ciudadanas o software aplicable al periodismo. Para poder analizar los proyectos se tomó como requisitos que tuvieran disponible la suficiente información para cubrir la mayoría de variables propuestas en el estudio, en el proceso se descartaron numerosos proyectos al no disponer ya de página web o información para ser investigados, a pesar de aparecer como referencia en noticias y estudios académicos. Se trata de un muestreo intencional y no probabilístico, que pretende ser una aproximación al estudio de este tipo de iniciativas, para detectar dentro de ellas cuál se aproxima más al concepto de periodismo abierto, así como descubrir cuál de sus características se aplica con mayor frecuencia a proyectos en los que predomina la participación, la transparencia y la colaboración.

Para la realización de esta investigación se plantean los siguientes objetivos:

- Evaluar el nivel de periodismo "Open Source" en proyectos de comunicación en los que prime alguna de sus características.
- Detectar qué característica del periodismo "Open Source" se aplica con mayor frecuencia en proyectos de comunicación.
- Determinar la continuidad del periodismo "Open Source" como modelo de éxito en los medios de comunicación en Internet

Además, se plantean las dos siguientes hipótesis,

- H1: Los medios de comunicación y proyectos periodísticos no son capaces de asumir y desarrollar de forma completa todas las características del periodismo "Open Source".
- H2: Los medios de comunicación toman características del periodismo "Open Source" (colaboración, transparencia y participación), más como una necesidad o moda que como una verdadera solución a la crisis periodística".

Para contrastar las hipótesis y llevar a cabo los objetivos, se planteó un análisis de contenido compuesto por cinco grupos de variables que registraban los datos básicos del proyecto, la autodefinición que el proyecto se otorgaba a sí mismo, para comprobar su identificación con diferentes terminologías académicas; la transparencia del proyecto, los mecanismos de participación, el grado de colaboración y la reutilización de los contenidos.

Se tomaron como base tanto propuestas metodológicas como investigaciones que ya habían analizado la transparencia (Campos y Redondo, 2015), o la participación (Sánchez-González y Alonso, 2012; García, 2012; García, 2015) en diferentes medios de comunicación o proyectos ligados a la profesión periodística a través de un análisis de contenidos. Pero no se detectó ningún estudio que evaluara de forma conjunta las características de participación, transparencia y colaboración de una muestra como la que se plantea en este trabajo.

A continuación se presentan los diferentes bloques de variables con sus correspondientes categorías:

| <b>Bloque 1: datos básicos del proyecto</b> |   |
|---|---|
| <b>Variable</b>                             | <b>Categoría</b>  |
| Nombre del proyecto                         |   |
| Año de inicio                               |   |
| Activo actualmente                          | Sí<br>No  |
| Duración                                    | Menos de un mes<br>Entre uno y tres meses<br>Entre tres y seis meses<br>Entre seis meses y un año<br>Entre uno y tres años<br>Entre tres y cinco años<br>Más de cinco años<br>No consta                     |
| Región de aplicación                        |   |
| Origen del proyecto                         | Medio de comunicación o empresa de comunicación<br>Organización sin ánimo de lucro<br>Empresa no periodística<br>Universidad<br>Iniciativa ciudadana<br>Organización gubernamental<br>Periodista individual |
| Tipo de proyecto                            | Artículo periodístico<br>Proyecto experimental en un medio u organización<br>Medio de comunicación o proyecto integral<br>Otra iniciativa   |

| <b>Bloque 2: autodefinition del proyecto</b>                       |                            |
|--|----------------------------|
| <b>Variable</b>  | <b>Categoría</b>           |
| El proyecto se define a sí mismo como <i>Open Source</i> o similar | Sí<br>No                   |
| Se aplica a sí mismo otra definición                               | No<br>Periodismo ciudadano |

|  |   |
|--|---|
|  | Periodismo participativo/colaborativo<br>Periodismo cívico<br>Periodismo 3.0<br>Wikiperiodismo<br>Otros |
|--|---|

| Bloque 3: transparencia   |           |
|---|-----------|
| Variable  | Categoría |
| Transparencia en la elección de temas a tratar en el medio  | Sí<br>No  |
| Transparencia en las fuentes utilizadas en el contenido   | Sí<br>No  |
| Transparencia en los aportes emitidos por cada participante si se trata de contenido elaborado de forma colaborativa. (Distinción de qué información ha elaborado cada autor) | Sí<br>No  |
| Transparencia en la financiación del proyecto   | Sí<br>No  |
| Transparencia en los participantes (medios, profesionales y usuarios)   | Sí<br>No  |

| Bloque 4: participación   |   |
|---|---|
| Variable  | Categoría   |
| Existen mecanismos de participación en el proyecto                        | Sí<br>No  |
| Se posibilita la participación a través de la financiación (crowdfunding) | Sí<br>No  |
| Existe participación en la edición de contenidos                          | Sí<br>No  |
| Tipo de participación en edición de contenidos                            | Propuesta de temas<br>Envío de contenidos<br>No procede |
| Participación moderada  | Sí<br>No  |

### Bloque 5: colaboración y reutilización

| Variable                                   | Categoría |
|--|-----------|
| El contenido es reutilizable               | Sí        |
|  | No        |
| Colabora con otras organizaciones o medios | Sí        |
|  | No        |

## 4. Resultados

### 4.1 Datos básicos de los proyectos

Al comprobar la fecha de creación de los proyectos, se puede observar que existe un elevado crecimiento en la aparición de iniciativas periodísticas o de comunicación que comparten características con el periodismo Open Source a partir del año 2004, con un elevado auge en el año 2009, que registró la aparición de 19 proyectos y un importante número también en los años 2010 (12 proyectos), 2011 (11 proyectos) y 2012 (12 proyectos). Desde el año 2012 y hasta 2017 se observa una caída y estabilización en la aparición de este tipo de iniciativas.

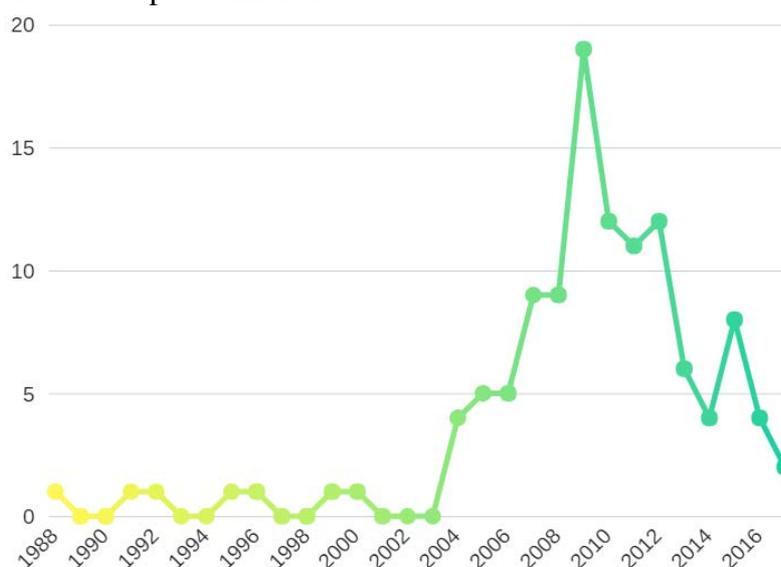


Gráfico 1. Año de creación de los proyectos analizados. Fuente: elaboración propia.

Con relación a su actividad o inactividad, la codificación muestra que el 53% de los proyectos no se encuentran en activo al término de la investigación, frente al 47% que todavía se mantienen actualizados o en funcionamiento (55 proyectos activos frente a 62 que no lo están). Respecto a los proyectos que todavía se encuentran en activo, hay que destacar que la mayoría fueron iniciados a partir del año 2004, especialmente de los años 2008 a 2015. Sin embargo existen iniciativas fundadas a finales de los años 80 o durante los años 90 que todavía mantienen actividad, aunque en su mayoría se tratan de

radios comunitarias, que se crearon antes de la expansión de Internet y han trasladado su actividad a la Red.

Respecto a la duración de los proyectos, un 40% ha mantenido o mantiene su actividad en un período de más de cinco años, por lo que puede deducirse que estamos ante proyectos que suelen tener una trayectoria amplia en el tiempo. Lo más longevos vuelven a ser de nuevo las radios comunitarias y respecto a los nacidos al amparo de Internet, encontramos algunas iniciativas como la comunidad de blogueros y activistas Global Voices o la Red de Diarios Ciudadanos de Chile. También destaca un 21% de proyectos que se ha mantenido activo en un rango de 1 a 3 meses, la mayoría se trata de iniciativas muy concretas, que especialmente han dado cobertura a catástrofes, actos de terrorismo o movimientos de protesta, como la Masacre de Virginia Tech (2007), los incendios de California (2007), la cobertura de abusos policiales en la cumbre del G20 (2009) o la Revolución de los Jazmines en Túnez (2011).

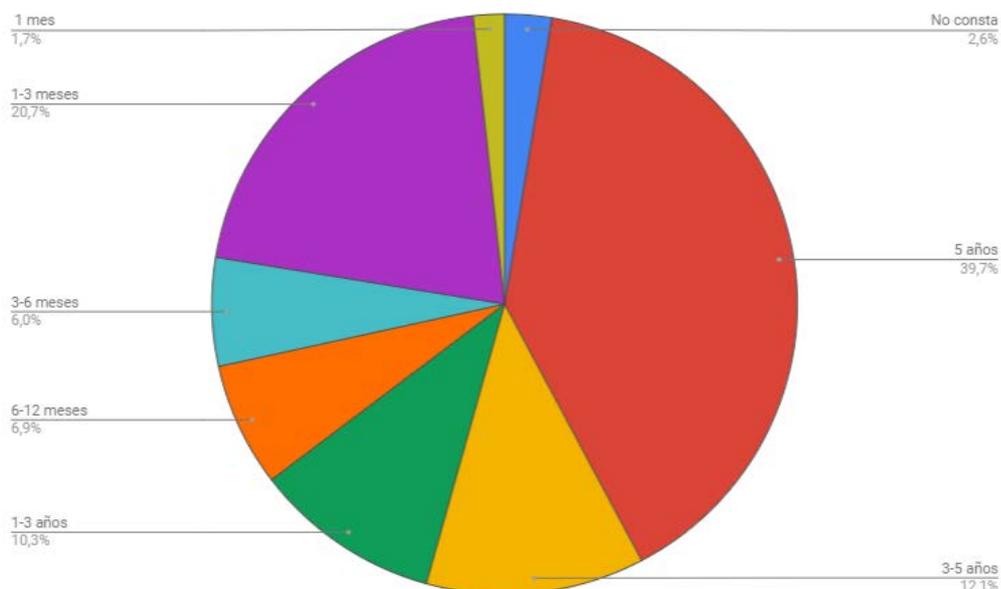


Gráfico 2. Duración de los proyectos analizados. Fuente: elaboración propia.

Es destacable que al analizar su duración en relación con si se encuentran o no activos actualmente, estos dos rangos mayoritarios de más de 5 años de duración y entre 1 y 3 meses de duración predominan el primero en los proyectos que todavía continúan funcionando y el segundo en los proyectos que ya no se encuentran activos, al tratarse de eventos puntuales en el tiempo los segundos y de proyectos con expectativas a consolidarse los primeros.

Al analizar el país de aplicación de los proyectos analizados, se ha realizado un mapeo (Gráfico 3), que muestra que la mayoría de proyectos analizados se aplican en Estados Unidos (24 proyectos) y España (22 proyectos), aunque un importante número tenía un ámbito de aplicación global (12 proyectos). En América Latina se han localizado también un número representativo de proyectos, especialmente en países como Chile (8), Argentina (4) o México (4). Respecto a Europa, Reino Unido (3 proyectos) es el

país en el que más se han localizado, seguido de Finlandia (3). En el resto de países, destaca la localización de 2 proyectos en la India (CGNet Swara, un portal de voz de libre acceso a través de móvil para comunicar historias de carácter local y el Vote Report y el proceso electoral de la India) o 2 en Birmania (cobertura de la crisis de Kenia y de los ataques terroristas en Mumbai).

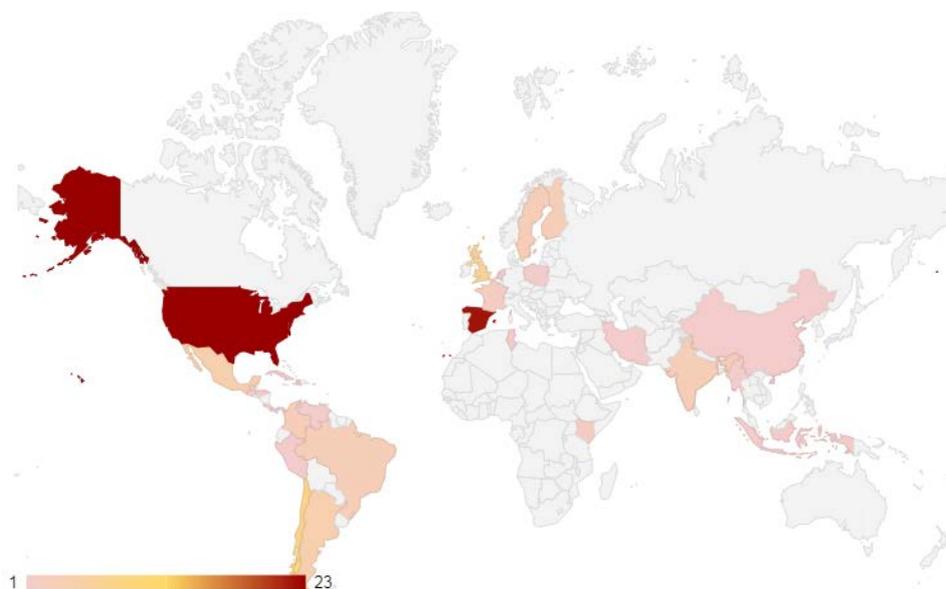


Gráfico 3. Mapeo de proyectos analizados. Fuente: elaboración propia.

En Estados Unidos, Europa y Latinoamérica se encuentran una variedad más amplia de proyectos, sin embargo en los países de Asia y África donde se han localizado proyectos, estos en su mayoría se tratan de proyectos coordinados de cobertura de catástrofes, atentados, manifestaciones o actos activistas, a excepción de la India.

Al analizar el ámbito de actuación de estas iniciativas, nos encontramos con que la mayoría están enfocadas a un ámbito nacional (67%), y un menor grupo de ámbito global (21%). Los proyectos que afectaban a un entorno regional y local se sitúan en el 4% y el 6% respectivamente y por último solo un 2% de los proyectos tenían un interés a nivel continental (dos proyectos de América Latina).

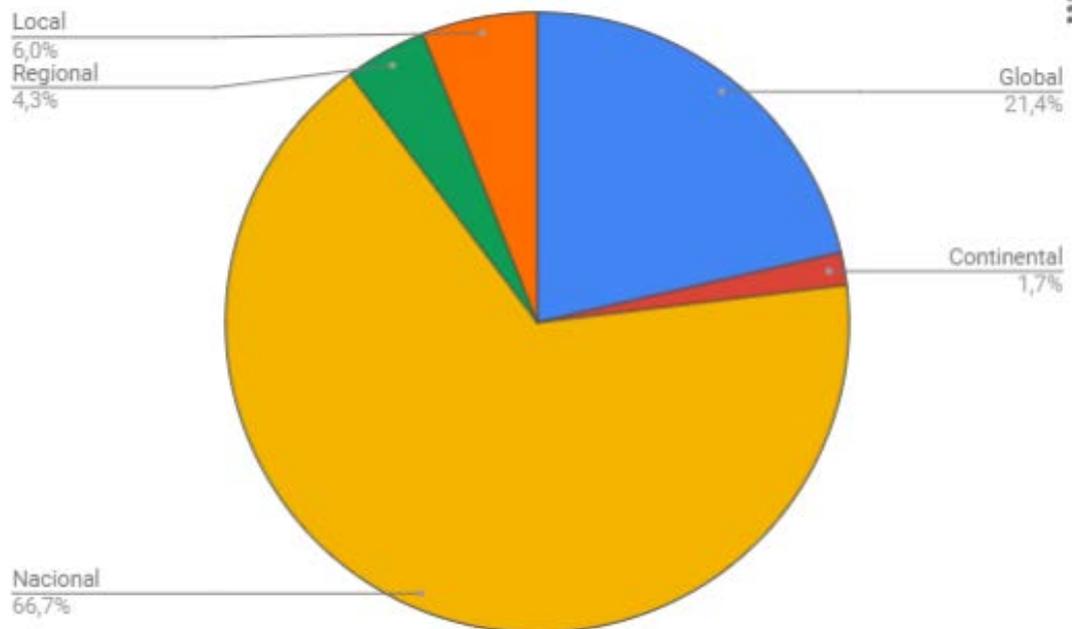


Gráfico 4. Ámbito de actuación de los proyectos. (Fuente: elaboración propia).

Respecto al origen de las iniciativas analizadas, como puede observarse en el gráfico 5, encontramos que la mayoría han sido impulsadas por medios de comunicación ya consolidados (35%) y el segundo foco de origen está en las iniciativas de origen ciudadano o activista (23%), seguido de las organizaciones no gubernamentales (18%) y las empresas (16%). Los proyectos impulsados por periodistas individuales o universidades son los menos representativos, con un 5% y 2% respectivamente, y no se encontró ningún proyecto promovido a nivel público o gubernamental, a pesar de contemplar esa variable.

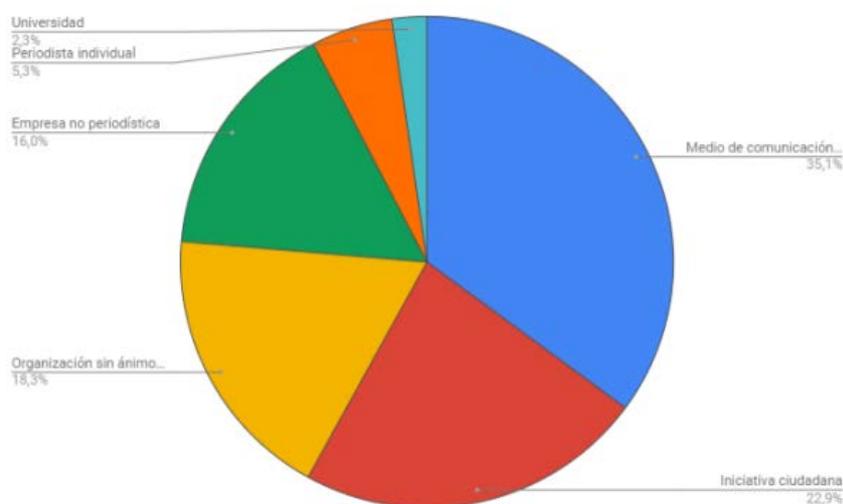


Gráfico 5. Origen de los proyectos. Fuente: elaboración propia.

Por último, respecto a la tipología de proyectos la mayoría (55%), se trataba de proyectos completos e independientes en sí mismos (medio de comunicación, iniciativa activista integral, etc). El 18% eran proyectos o portales experimentales dentro de un medio de comunicación u otra iniciativa ya consolidada y un 9% se trataba de artículos o pequeñas piezas periodísticas. El restante 18% de los proyectos analizados no cuadraba en ninguna de las categorías anteriores, al tratarse de proyectos más líquidos, especialmente cuando hablamos de los que derivan de iniciativas colectivas ciudadanas.

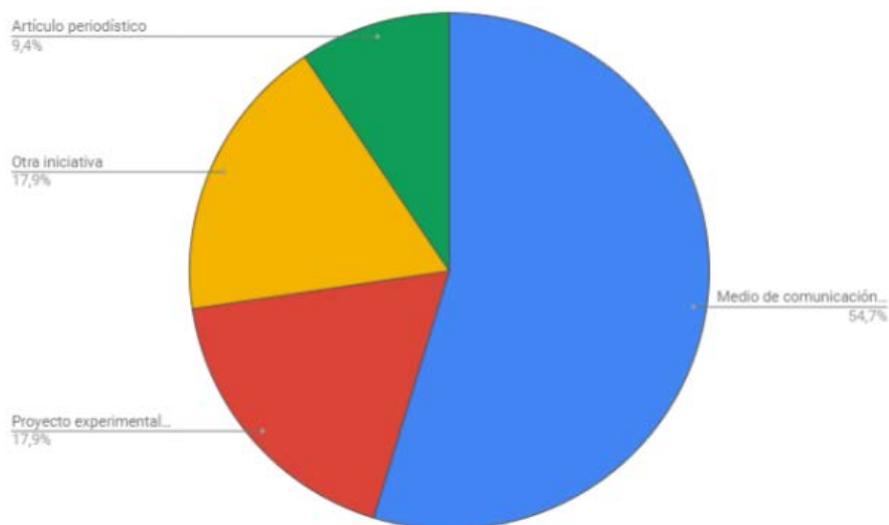


Gráfico 6. Tipo de Proyecto. Fuente: elaboración propia.

Por último, respecto a la tipología de proyectos la mayoría (55%), se trataba de proyectos completos e independientes en sí mismos (medio de comunicación, iniciativa activista integral, etc). El 18% eran proyectos o portales experimentales dentro de un medio de comunicación u otra iniciativa ya consolidada y un 9% se trataba de artículos o pequeñas piezas periodísticas. El restante 18% de los proyectos analizados no cuadraba en ninguna de las categorías anteriores, al tratarse de proyectos más líquidos, especialmente cuando hablamos de los que derivan de iniciativas colectivas ciudadanas.

#### 4.2 Definición de los proyectos

Al estudiar la definición que el proyecto se aplicaba a sí mismo, para comprobar el nivel de autodenominación de las corrientes periodísticas y de comunicación en el mundo profesional frente a las categorizaciones que de ellas se realizan en el mundo académico, se comprobó que solo 4 de los 117 se autodenominaban como proyectos de periodismo abierto: La plataforma Bottup (2007, España), el proyecto Periodismo Abierto de Agenda Propia (2015, Colombia), Belling Cat (2014, Reino Unido), y el portal The Guardian Witness (2014, Reino Unidos). Dos de los proyectos todavía se conservan en activo y dos no y al analizar, en los siguientes epígrafes sus niveles de transparencia, participación, colaboración y reutilización, ninguno de los proyectos llegaba a cumplir las máximas puntuaciones de las características de periodismo abierto. Además se comprobó si los proyectos se autodesignaban con algún otro término como Periodismo Ciudadano, Periodismo Participativo o Colaborativo, Wikiperiodismo,

Periodismo Cívico o Periodismo 3.0, utilizados también en diferentes investigaciones del mundo académico y con características similares al periodismo *Open Source*.

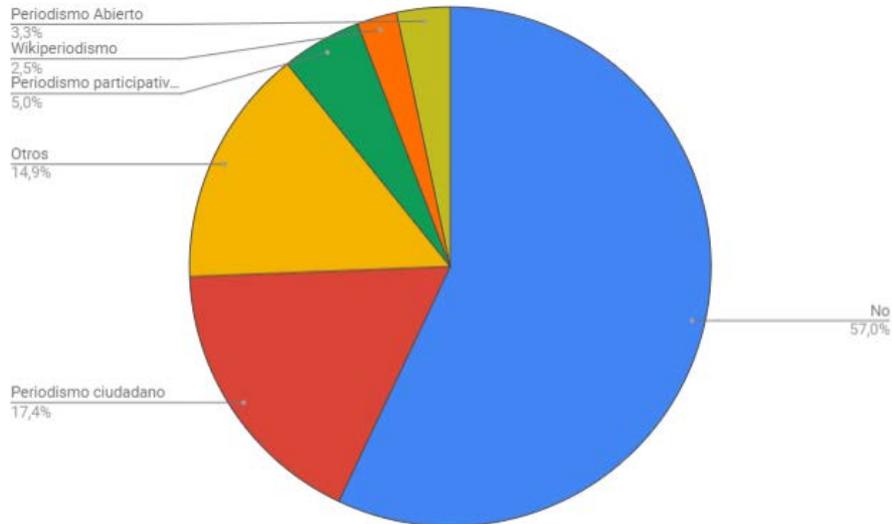


Gráfico 7. Autodenominación del Proyecto. Fuente: elaboración propia.

En los resultados, mostrados en el gráfico 7, puede comprobarse que la mayoría de proyectos no se otorgan ninguna denominación registrada en las corrientes académicas. La denominación más utilizada es la Periodismo Ciudadano (un 15% de los proyectos), seguida de Otras definiciones (15%). Ningún proyecto se autodenominaba como proyecto de Periodismo Cívico o Periodismo 3.0. Es reseñable además, que de los nueve proyectos que más puntuación obtuvieron en las variables posteriores (entre 11 y 10 en una escala de 13 puntos), que determinan las características del periodismo Open Source, cuatro de ellos se aplicaban otras definiciones, tres de ellos ninguna, uno de ellos se definía como periodismo ciudadano y otro como Wikiperiodismo.

### 4.3 Transparencia, participación, colaboración y reutilización de contenidos

Respecto a los niveles de transparencia estudiados en las variables de investigación, en general se detectó que la mayoría de los proyectos presentaban bajos niveles de transparencia.

Solo el 13,5% de los proyectos explicaban el proceso de la elección de los temas que decidían publicar, un 14,7% señalaba o enlazaba de forma directa a las fuentes (bases de datos, audios con declaraciones, informes...) que utilizaba en sus informaciones y un 21,36% eran transparentes en su financiación, un 14,52% de forma parcial y un 6,84% de forma total. Respecto a la transparencia en los sujetos que participan en la construcción de la información (autores de la información), un 63% sí indicaba siempre los aportes de cada participante (si la información había sido construida de forma colaborativa y en ese caso qué participante había aportado cada dato), y un 68,37% mostraba transparencia al aportar información sobre los autores (47,86% de forma parcial y 20,51% de forma total).

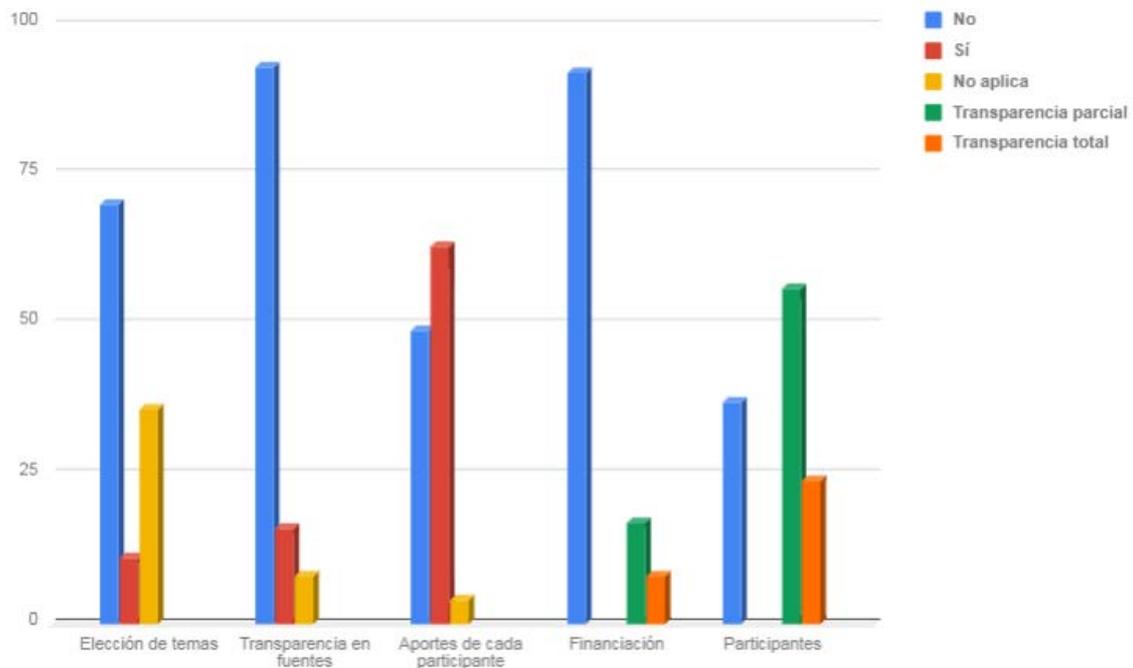


Gráfico 8. Niveles de transparencia. Fuente: elaboración propia.

Al sumar la puntuación obtenida en las variables de transparencia, solo un proyecto consiguió la puntuación máxima (7/7), la iniciativa “Panama Papers del Consorcio Internacional de Periodistas”. Los siguientes proyectos que más puntuación obtuvieron (6/7) son Wikinoticias, Wikitongues y la iniciativa People Witness.

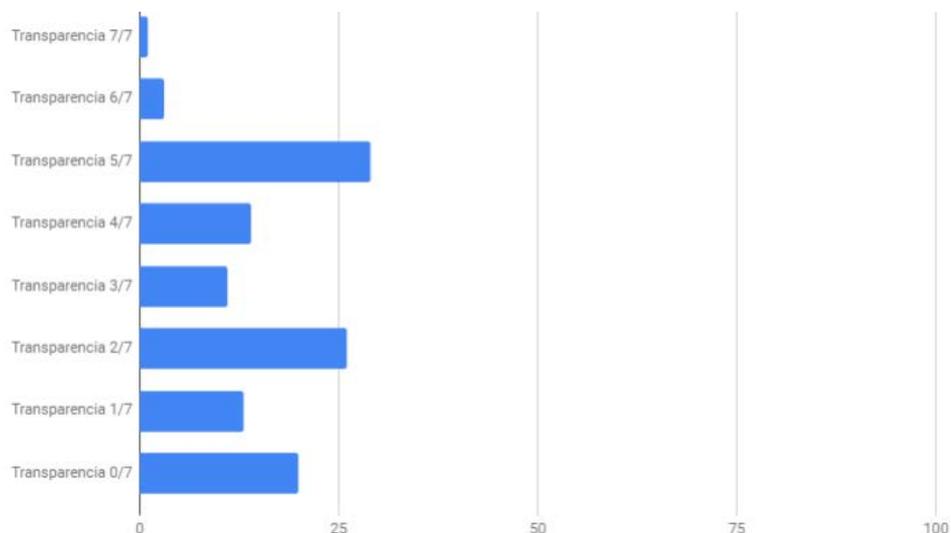


Gráfico 9. Puntuación total de transparencia. Fuente: elaboración propia.

Respecto a las variables de participación, el 100% de los proyectos mostraban algún mecanismo que permitía, en menor o mayor grado, la participación de los usuarios para interactuar con los contenidos. Un 25,6% de los proyectos facilitaba a los usuarios la opción de participar como financiadores (a través de diferentes plataformas de crowdfunding o directamente mediante sistemas de donación). Respecto al tipo de

participación con los contenidos, un 64,96% de los proyectos permitían a los usuarios proponer temas y un 92,3% facilitaba el envío de contenidos a través de algún mecanismo. Además, en un 36,7% de los casos la participación no estaba moderada por ningún profesional responsable del proyecto.

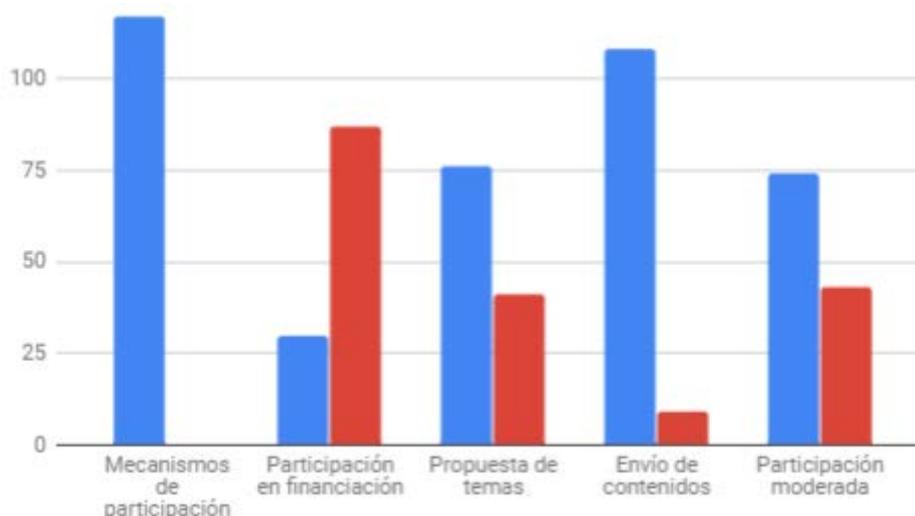


Gráfico 10. Niveles de participación. Fuente: elaboración propia.

Respecto a la colaboración con otras organizaciones o medios de comunicación, se encontró más equilibrio entre los medios que no colaboraban con ninguna otra entidad (49,57%) frente a los que sí mantenían algún tipo de colaboración para desarrollar sus contenidos (50,43%). Por último, en referencia a la utilización de contenidos un 58,11% no señalaba esta opción mientras que un 41,99% sí indicaba explícitamente que permitía compartir sus contenidos, la mayoría a través de la muestra en sus páginas web de la licencia Creative Commons.

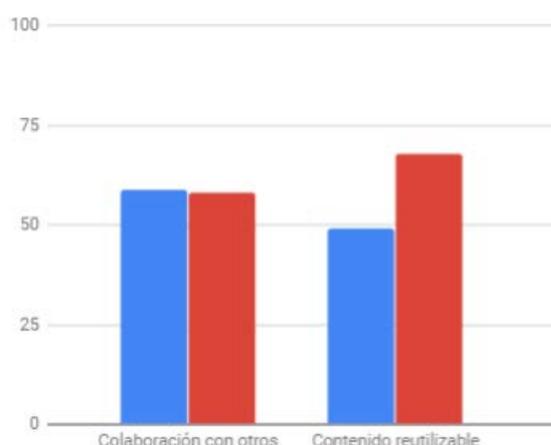


Gráfico 11. Niveles de colaboración y reutilización de contenido. Fuente: elaboración propia.

En la suma total de las variables de transparencia, participación, colaboración y reutilización de contenidos, que podía otorgar un máximo de 13 puntos, la nota media de los proyectos es de 5,68, sin obtener por tanto el aprobado general en las variables de periodismo abierto.

Entre los proyectos con mayor puntuación, destaca la plataforma Wikinoticias, con nota más alta alcanzada (11). Le siguen Project Poder, la Fundación Ciudadano Inteligente y la plataforma Civio, con una nota de 10. Los tres son plataformas fiscalizadoras del poder.

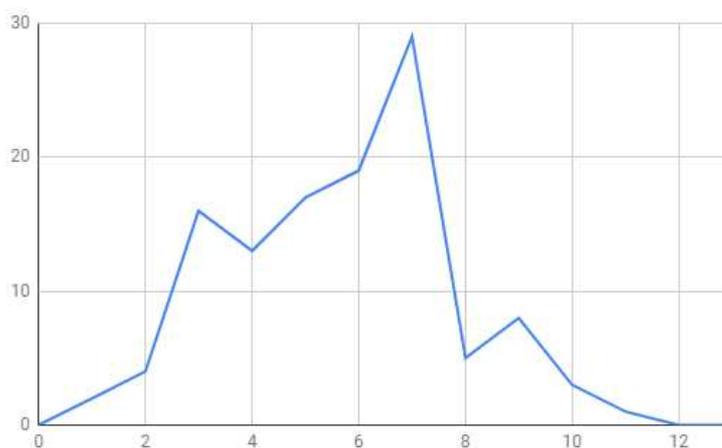


Gráfico 12. Nota media de los proyectos. Fuente: elaboración propia.

En los proyectos que menos puntuación general obtuvieron (1), encontramos curiosamente la iniciativa Periodismo Abierto (de Agenda propia), aunque en este caso se encuentra todavía en fase de desarrollo, el blog cubano Generación Y y el portal *Minnessentials* del medio estadounidense *Star Tribune*.

## 5. Conclusiones y discusión

Después de analizar el perfil de los proyectos seleccionados en el estudio, se puede comprobar cómo a partir del año 2004 comienzan a desarrollarse con más intensidad los proyectos con algún tipo de apertura mediática (transparencia, participación, reutilización o colaboración) en Internet, con un gran Boom en los años 2009 y 2010 y un descenso y estabilización a partir del año 2012. La duración de los proyectos analizados es en general de iniciativas de larga duración (más de cinco años) con un importante número destacable de iniciativas de corta duración (como artículos o coberturas de un hecho concreto) que tienen una vida de entre uno y tres meses.

En cuanto al origen y nivel de aplicación, España y Estados Unidos se sitúan a la cabeza de este tipo de iniciativas, que además tienen un ámbito de actuación principalmente nacional. Aunque es cierto que este resultado puede deberse a una limitación en la recogida de proyectos, ya que las fuentes de recogida fueron en los idiomas inglés y español en su mayoría, y es algo en lo que se debe profundizar de cara a futuros trabajos.

Un gran número de proyectos provienen de empresas mediáticas, nuevas y consolidadas, y la mayoría son además proyectos integrales (no forman parte de otro proyecto mayor o eran artículos o experimentos en el marco de otro medio). También destaca un amplio número de proyectos que parten de iniciativas activistas o ciudadanas, estos están relacionados en su mayoría con movilizaciones, manifestaciones y cobertura de catástrofes o atentados.

Respecto a la denominación de los proyectos, la mayoría no se aplica la definición de periodismo abierto ni ninguna otra. La denominación más extendida por los que sí se aplicaban alguna definición es la de Periodismo Ciudadano.

Al analizar las diferentes variables de participación, transparencia, colaboración y reutilización, se puede observar que la participación es la práctica más extendida en este tipo de proyectos (absolutamente todos presentaban algún mecanismo de participación). La principal forma de participación registrada fue el envío de contenidos. En cuanto a la transparencia, los porcentajes presentados fueron menores y los que más alto índice presentaban eran las aportaciones de los participantes y la publicación de los perfiles de los autores del contenido. Por último, la reutilización de contenidos estaba presente en el 40% de los casos y la mitad de los proyectos realiza colaboración con otros medios o instituciones.

Con esta investigación, que se aproxima al análisis de la implantación del periodismo Open Source en proyectos de comunicación, puede contrastarse la H1, que afirma que en la actualidad los medios de comunicación no implementan todas las opciones de transparencia, participación y colaboración que ofrece este tipo de periodismo. Hemos visto que la participación es la más extendida, pero no se encuentran proyectos que implementen con éxito todas las opciones analizadas.

Además, el análisis temporal ha permitido comprobar, según se planteaba en la H2, cómo en el período que va entre el 2008 y 2010 existe un auge de los proyectos que aplican la participación, que luego se desploma y estabiliza, dejando ver esta idea de aplicación de la transparencia como una moda o imitación de la competencia.

Sería interesante, en investigaciones futuras, aumentar y consolidar la muestra en base a esta investigación, descartando algunos de los proyectos que no han presentado resultados que se adecúan al concepto de "Periodismo Open Source" y ampliando la muestra y analizando con una mayor profundidad los que sí lo hacen. Además, sería interesante profundizar en el análisis de las variables y cruzar los datos del análisis de contenidos, para comprobar los motivos de éxito o fracaso de las iniciativas así como los niveles de participación y transparencia en función del origen de los proyectos o su ámbito de actuación. También de cara a futuras investigaciones sería oportuno profundizar en los mecanismos de participación, para especificar aún más los niveles de éstos y comprobar si se trata de una participación completa, fiable y reposada.

## 6. Referencias

Aitamurto, T. (2011). The impact of crowdfunding on journalism: Case study of Spot. Us, a platform for community-funded reporting, en *Journalism practice*, 5(4), 429-445.  
Allcott, H., y Gentzkow, M. (2017). "Social media and fake news in the 2016 election", en *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-36.

Anderson, C. W., Bell, E., & Shirky, C. (2013). *Periodismo postindustrial: adaptación al presente*. Huesca: e-Cicero.

Berger, G. (2000). "Grave new world? Democratic journalism enters the global twenty-first century", en *Journalism Studies*, 1(1), 81-99.

Black, J. (2013). *Mixed news: The public/civic/communitarian journalism debate*. Routledge.

Borden, S. L., & Tew, C. (2007). "The role of journalist and the performance of journalism: Ethical lessons from "fake" news (seriously)", en *Journal of Mass Media Ethics*, 22(4), 300-314.

Bowman, S., & Willis, C. (2003). *We media. How audiences are shaping the future of news and information*. Disponible en Internet: [http://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf) [Consulta: 15 de septiembre de 2018].

Bruns, A. (2009). "From prosumer to produser: Understanding user-led content creation", en *Transforming Audiences 2009*, 3-4 septiembre, 2009, Londres.

Caldevilla, D. (2010). "Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual", en *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68.

Campos, E. y Redondo, M. (2015). "Meta periodismo y transparencia informativa en el periodismo del siglo XXI". En *OBETS: Revista de Ciencias Sociales*, 10(1), 185-209.

Candón, J. y Benítez e, L. (2014). "La cultura digital global en los movimientos sociales contemporáneos. Los casos del 15M en España y el 20F en Marruecos", en *Chasqui* 127: 14-25.

Cebrián, M. (2009). "Comunicación interactiva en los cibermedios", en *Revista Científica De Educomunicación*, XVII (33), 15-24.

De Madariaga, J. M. G. (2006). Del periodismo cívico al participativo: nuevos medios, viejas inquietudes. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación*, 11(21).

Deuze, M. (2008). "The changing context of news work: Liquid journalism for a monitorial citizenry", en *International Journal of Communication*, 2, 18.

Díaz-Noci, J. (2010). "Medios de comunicación en internet: Algunas tendencias", en *El Profesional De La Información*, 19 (6), 561.

Díaz-Noci, J. (2004). "Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología", en el II Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital.

Eltantawy, N., & Wiest, J. B. (2011). "The Arab spring| Social media in the Egyptian revolution: reconsidering resource mobilization theory", en *International Journal of Communication*, 5, 18.

Fenoll, V. (2014). "Interactividad en medios digitales: la participación de los usuarios en los medios digitales españoles durante el juicio de francisco camps", en *F@ro (Valparaíso)*, vol. 2, num. 20, p. 3-26.

García, E. (2012). *Cartografía del periodismo participativo: estudio de las herramientas de participación en la prensa digital de Argentina, Colombia, España, Estados Unidos, Israel, México, Perú, Portugal y Venezuela*. Tirant humanidades.

García, X (2015). Estrategias para la participación de los usuarios en la producción de contenidos de tres cibermedios de referencia: BBC. co. uk, NYT. com y TheGuardian. com. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 21, 145-164.

Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Estados Unidos: O'Reilly Media, Inc.

Gillmor, D (2010). *Mediactive*. Dan Gillmor.

Guevara, M., Olivares M., y Pacheco, C. (2014). "Los weblogs como espacios de resistencia a la violencia simbólica de los discursos periodísticos de los medios de comunicación de masas", en *Revista Estudios Cotidianos*, 2(1), 62-78.

Haas, T. (2005). "From "Public Journalism" to the "Public's Journalism"? Rhetoric and reality in the discourse on weblogs", en *Journalism Studies*, 6(3), 387-396.

Islas, O. (2008). "La sociedad de la ubicuidad, los prosumidores y un modelo de comunicación para comprender la complejidad de las comunicaciones digitales", en *Razón y palabra*, 65, 15.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. Nueva York: New York University Press.

Kang, I. (2016). "Web 2.0, UGC, and citizen journalism: Revisiting South Korea's OhmyNews model in the age of social media", en *Telematics and Informatics*, 33(2), 546-556.

Lara, T. (2004). *Weblogs y periodismo participativo*. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en URL: <http://www.tribunadelosmedios.com/documentos/LaraPeriodismoParticipativoMedios.pdf>. [Consulta: 15 de septiembre de 2018].

Lewis, S. C., y Usher, N. (2013). "Open source and journalism: Toward new frameworks for imagining news innovation", en *Media, culture & society*, 35(5), 602-619.

Masip, P., Guallar, J., Peralta, M., Ruiz, C., y Suau, J. (2015). “Audiencias activas y periodismo: ¿ciudadanos implicados o consumidores motivados?”, en *Brazilian Journalism Research*, 11(1 PT), 240-261.

Meso, K. (2005). “Periodismo ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística”, en *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 90, 4-15.

O'Reilly, T. (2005). “What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software”. Disponible en <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

Pérez, N., Manuel, J., y Correyero, B. (2008). “El periodismo ciudadano en la cobertura de la masacre de Virginia”, en *Textual and Visual Media*, 1.

Puente, S., y Grassau, D. (2011). “Periodismo ciudadano: dos términos contradictorios. La experiencia chilena según sus protagonistas”, en *Palabra Clave*, 14(1), 137-156.

Salido, N. (2006). “Del 11M al 14M: Jornadas de movilización social. In La comunicación en situaciones de crisis: del 11-M al 14-M”, actas del XIX Congreso Internacional de Comunicación, Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra (pp. 271-284). Ediciones Universidad de Navarra. EUNSA.

Sampedro, V. (2014). *El cuarto poder en red. Por un periodismo (de código) libre*. Barcelona: Icaria.

Sánchez-González, M., & Alonso, J. (2012). Propuesta metodológica para el análisis de las tecnologías de participación en cibermedios. *Revista Latina de Comunicación Social*, (67).

Sánchez, M. & Palomo, M.B. (2014). “Conocimiento y valoración del crowdfunding en Comunicación: La visión de profesionales y futuros periodistas”, en *Comunicar*, 43, 101-110.

Scolari, C (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Shirky, C. (2011). “The political power of social media: Technology, the public sphere, and political change”, en *Foreign affairs*, 28-41.

Soengas, X. (2013). “El papel de Internet y de las redes sociales en las revueltas árabes: una alternativa a la censura de la prensa”, en *Comunicar*, 41, 147-155.

Stallman, R. (2004). *Software libre para una sociedad libre*. Madrid: Traficantes de Sueños, 2004.

Tejedor-Calvo, S. “Web 2.0 en los ciberdiarios de América Latina, España y Portugal”., en *El profesional de la información*, 2010, noviembre-diciembre, v. 19, n. 6, 610-619

Toffler, Alvin (1980). *The Third Wave*. Nueva York: William Morrow.

Torres-Salinas, D., y Guallar, J. (2009). “Evaluación de DocuMenea, sistema de promoción social de noticias de biblioteconomía y documentación”, en *El profesional de la información*, 18(2), 171-179.

Túñez, M. (2009). “Jóvenes y prensa en papel en la era Internet”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 15 503-524

Varela, J. (2005). “El asalto de los medios sociales”, en *Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, (2), 20-34.