



:: [portada](#) :: [Mentiras y medios](#) :: [Entrevistas](#)

25-08-2015

Entrevista con el comunicólogo español Víctor Sampedro

"Internet está posibilitando un cuarto poder en red en el que los ciudadanos pueden liberar, generar y procesar información"

Fernando Arellano Ortiz

Cronicón.net

El desarrollo de Internet ha generado un nuevo paradigma en el periodismo por los cambios que se han dado en los flujos informativos y las interacciones sociales. El punto determinante de esta realidad fue en 2010, con la filtración de información gubernamental a través de los cables que la red WikiLeaks develó al mundo y que permitió a la vez demostrar las falencias de los medios de comunicación.

Internet, además, ha permitido que los nativos digitales protagonicen una revolución. "Hackean el periodismo para convertirlo en un flujo de contrapoder mancomunado. Libre de ser reutilizado, modificado y difundido, abierto a ser contrastado y contestado, fruto de la colaboración entre los periodistas y las comunidades a las que sirven". Esta visión sobre los nuevos retos de la comunicación y la información ante los avances vertiginosos de las tecnologías, están recogidas en un provocador libro titulado "El cuarto poder en red. Por un periodismo (de código) libre". Su autor es Víctor Sampedro, un científico social español, docente e investigador universitario, con una acumulada producción bibliográfica.

Sampedro presentó su libro que invita al debate y suscita inquietudes respecto del nuevo rol del periodismo, en desarrollo del Congreso Internacional Comunicación e Integración Latinoamericana desde y para el Sur, que organizó el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), con sede en Quito, Ecuador, a finales del pasado mes de julio, con motivo del décimo aniversario del canal interestatal Telesur.

Temas como la nueva arquitectura comunicacional, el rol de los hackers, el código abierto y libre en los procesos comunicacionales, las actuales necesidades mediáticas, las ciberguerras, el control de la red, las cibermultitudes, entre otros, son tratados de manera didáctica y provocativa por este autor, doctorado en Ciencias de la Información, con posdoctorado en Ciencias Sociales Avanzadas. Se desempeña actualmente como catedrático de Opinión Pública y Comunicación Política.

Además de su labor académica, colabora con proyectos sociales de intervención y empoderamiento comunicativos. Ha escrito más de una decena de libros sobre campañas y elecciones, nuevas tecnologías de la comunicación, movilización social y electoral, identidades colectivas y medios, y nuevos géneros de información política, además de numerosos artículos. Varias de sus producciones están publicadas en: <http://blogs.publico.es/el-cuarto-poder-en-red/>; <http://propolis-colmena.blogspot.com/>; <http://www.victorsampedro.com/>; <http://www.ciberdemocracia.net/>.

Para hablar sobre la temática de El cuarto poder en red, mantuvimos en la capital ecuatoriana el siguiente diálogo con Víctor Sampedro.



WikiLeaks, la metáfora de un rompehielos

- En tu último libro señalas que prácticamente WikiLeaks rompió la estructura del periodismo mundial y que en consecuencia se vislumbra a partir de las filtraciones de Julian Assange un nuevo rumbo en el ámbito de la información y la comunicación. ¿Por qué?

- Porque WikiLeaks evidencia la posibilidad, hace real en una dimensión muy radical, muy llevada a sus últimas consecuencias, la propuesta del libro que es que la sociedad civil puede ejercer el Cuarto Poder en la red. Si se enreda suficientemente, si actúa de manera inteligente y de manera consecuente con su condición de ciudadanía digital puede fiscalizar a los poderes y puede llegar a ejercer sanción política en tiempo real. Quiero decir, puede autoconvocarse, lo estamos viendo, yo no intento ser ningún tipo de político del deseo ni de utopía digital. Lo estamos viendo desde hace cinco años: en 2010 con la Primavera Árabe, con las multitudes, las cibermultitudes se autoconvocan exigiendo la participación y la transparencia, empezaron en Madrid, continúan sin cesar hasta Honduras, con el 11M español de por medio. Entonces, ¿qué es lo que hace WikiLeaks? WikiLeaks dice, miren trabajadores y trabajadoras del capitalismo cognitivo, o sea todos y cada uno de nosotros que contamos con inmensas cantidades de bases de datos, porque no las gestionamos, con lo cual lograremos desligar al poder con la mediación de unos periodistas responsables, lo cual constituye una propuesta noble. Al respecto recomiendo la película el Cuarto ciudadano (Citizenfour) que es apasionante. Edward Snowden les dice a Glenn Greenwald y a los otros periodistas de The Guardian, yo no voy a lanzar esto (documentos clasificados como alto secreto sobre varios programas de la Agencia de Seguridad Nacional estadounidense -NSA-) así sin más a la red, no, yo confío en ustedes y en su criterio para ver qué hacemos público, cómo lo hacemos y en qué momentos. Ustedes son los que deciden. Aquí tienen los datos. En el fondo Assange, sus colaboradores y otros hackers visibles del mundo perfilan ahora cómo se definen como comunicadores, como periodistas, lo que están es asumiendo una ética periodística y unos protocolos periodísticos. WikiLeaks, entonces, es la metáfora de un rompehielos como lo explicamos en el libro. O sea, rompe y traza nuevas vías en un mundo que estaba congelado. El periodismo tradicional estaba congelado, congelado como contrapoder, no era contrapoder, es uno más de los poderes.

- ¿Es una extensión del poder económico transnacional?

- Totalmente. Y además sirve para despolitizar de manera continua situaciones conflictivas; sirve para vincular ansias y protagonismos sociales única y simplemente por la vía del consumo; sirve para promocionar la información convencional más degradada; es pura mercancía que atrae atención del público para venderla a los publicitarios o al líder político de turno. Esto es un cambalache, no hay servicio al público sino instrumentalización del público. No hay trabajo en interés del público sino captación del interés del público para vendérselo directamente a los centros de poder existentes, disfrazando además lo que es verdaderamente propaganda y publicidad, propaganda política, propaganda administrativa, propaganda partidaria, propaganda electoral como información y lo que es publicidad corporativa como noticias o reportajes, eso es el 75% u 80% del contenido de un telediario convencional o de un periódico convencional. Esto es lo que es, realmente, seamos sinceros. Bueno, la propuesta hacker, la de Assange y de otras muchísimas personas, algunas de ellas con carné de periodistas es: nosotros somos una plataforma de expresión de la sociedad civil que ya esta empoderada tecnológicamente y que como no le hagamos caso va a pasar por nosotros, nos va a ignorar, es decir, no va a comprar nuestros periódicos, que es lo que está ocurriendo, no va a encender nuestras pantallas, que es lo que está ocurriendo.



- Eduardo Galeano decía que la utopía sirve para caminar y una frase de tu libro afirma que "este ensayo aunque no parezca es una encendida defensa del periodismo, no del que ahora existe, sino del que viene". ¿No es un poco utópico pensar en un Cuarto Poder en Red aplicando códigos digitales nos va a asegurar a los ciudadanos autonomía?

- Yo les suelo decir a mis alumnos que mi discurso nunca es utópico, en todo caso, porque se suele hablar de la utopía como aquel ideal y lo puedes presentar de dos formas: el ideal al que nunca vas a alcanzar por lo cual degradas la realidad, degradas tus esfuerzos, en fin, los vacías de contenido porque nunca lo vas a alcanzar, o lo puedes pensar como una utopía positiva. Y una utopía positiva es concebir la democracia como un punto de partida, nunca de llegada, igual que se concibe el amor realmente o la amistad verdadera, las relaciones verdaderas afectivas: hoy te quiero más que ayer pero menos que mañana. Bueno, esa es la utopía en la que yo creo, ese es el periodismo en que yo creo.

- El periodismo que viene...

- Sí, el periodismo que viene es el que vuelve a sus orígenes. Hay que refundar los medios para que recobren sus fines. Porque se trata de eso: que retomen los objetivos que dieron legitimidad democrática a esta profesión. La prensa de un Cuarto Poder en red consiste en una plataforma de encuentro para ciudadanos que liberen, generen y procesen información. Hay algunos ejemplos, sé de periodismo latinoamericano que reseño en el libro. Estuve en contacto con varios, sobre todo de periodismo digital. Voy a poner otros ejemplos de mi país, prensa que nació después del 15 de mayo de 2011 (15M) que marca los cambios políticos en España, como el diario.es (www.eldiario.es), Público.es (www.publico.es), La marea (www.lamarea.com), Diagonal (www.diagonalperiodico.net), que también obedece a otros intereses, no nos engañemos. Todo periodismo es interesado, no pasa nada por reconocerlo, lo único que tienes es que ser transparente y decir quién está detrás de ti. La transparencia es la garantía de defensa del público. Si yo sé quién te paga, sé que sesgos puedes tener, punto, no hay nada más. Creo que estamos frente a un periodismo que está en ciernes y que poco a poco va ir teniendo sentido.

Por mis estudios de tecnopolítica a mí me preguntan cómo va a ser el partido político del siglo XXI y lo que puedo contar es que es un movimiento como Podemos que irrumpió en España en 2014, estructuralmente como organización no tiene nada que ver con lo que son el PSOE y el PP. Utiliza otro tipo de comunicación, cuenta con otro tipo de organización y otro tipo de planteamiento. Que tiene cosas del pasado, claro, todo es un mezcal, lo nuevo y lo viejo convive actualmente. Su esquema comunicacional ha sido muy exitoso. Si no hubiese sido por el programa de televisión La Tuerka (que dirige Pablo Iglesias Turrión, el líder de Podemos) que en América Latina y en buena parte del mundo se ve por internet, no se hubiera conocido a sus líderes y al movimiento. Fíjate, utilizan no solo el internet sino el vídeo, las redes sociales que viralizan, etcétera, y luego lo utilizan también para mantener deliberaciones, la plataforma de debate ciudadano lo cual ha tenido un éxito de convocatoria con unos criterios de deliberación apabullantes. Nunca se había usado esa plataforma con tanta intensidad en ningún caso. Estamos hablando de nuevas formas de redes políticas que han roto el mapa electoral anterior. Sin embargo, insisto: en el momento actual lo nuevo y lo viejo conviven y es muy importante ser consciente de ello porque muy probablemente las fórmulas de éxito sean aquellas que combinan las dos cosas.



- Durante tu intervención en el Congreso Internacional de CIESPAL con motivo del décimo aniversario de Telesur hablaste de la nueva arquitectura de la comunicación y de la información. En ese sentido, ¿explícanos qué es el periodismo de código abierto y libre?

- Estos son términos prestados de la informática. Claro, es un código de nuestro siglo, no podemos obviar que ahora todo se comunica con ceros y que además se graba en soportes magnéticos, que el coste de multiplicación es mínimo y que casi se puede hacer en tiempo real y alcance global. Esto es una realidad de las propiedades de la tecnología digital. Curiosísimo que los utilizamos y que no seamos conscientes de sus consecuencias. Una de las dos consecuencias que son obvias y que es la que más nos importa a nosotros es sí o sí van a liberar el contenido. Sí o si nuestro contenido va a ser liberado. Podemos poner un muro y decir usted me tiene que pagar si quiere leer esto sin publicidad. O ustedes me tiene que pagar si quiere ser el primero en leerlo porque el resto lo va a leer ocho horas más tarde o veinte horas más tarde o dos días más tarde. Pero va a ser temporal, o sea tu discurso ya sea escrito, visual, audiovisual o transmedia va a ser liberado, quiere decir que va a ser reproducido. Eso es código libre. Quiere decir que puede ser reutilizado y usado por cualquiera e incluso opuesto a lo que tú quieres. Además lo que nos ha enseñado Snowden es que todos y cada uno de tus movimientos, todos y cada uno de tus comunicaciones están almacenadas y pueden ser interceptadas, pueden ser filtradas y ser obviamente usadas en tu contra en un futuro. Entonces el periodismo del siglo XXI va a tener código libre, convenzámonos ya de ello. Lo segundo es abierto. Cuando el código se abre se está permitiendo que la gente entre a ver cómo es, lo mejore, lo ajuste a sus necesidades, por lo tanto el periodista tiene que poner los links a los bancos de datos que avalan su información, los vídeos y los audios enteros de la entrevista que se ha realizado, si no lo hace es sospechoso. Así como el amor tiene que ser fiel y comprometido, el periodismo tiene que ser de código libre y abierto.

- En ese sentido, ¿qué implica la comunicación como bien común?

- Esto es muy importante porque además es el mundo digital y la esfera digital la que reactualiza, la que pone de nuevo un valor a los bienes comunes como el lago, el río, el monte que se cuidan comunalmente, que son competencia de la comunidad y que no se pueden enajenar nunca, no se pueden privatizar. La economía del bien común no es opuesta a la iniciativa privada, simple y llanamente obliga a que la iniciativa privada colabore y revierta en beneficio comunitario. No es tampoco opuesta a la planificación estatal, hablar de la economía del bien común es también exigir con autoridad que mediante determinadas legislaciones se autorice explotar un bien común. Entonces, ¿qué es la información como bien común?, pues aquello que la comunidad y su representante periodístico gestionan juntos en beneficio de esa comunidad. Yo lo único que quiero es evidenciar que cuando nosotros hablamos de libertad de expresión estamos refiriéndonos a responsabilidad comunitaria. Porque el ejercicio de la libertad de expresión sin ningún tipo de responsabilidad equivale a que no hay una responsabilidad con los hechos, ni con las vidas de las personas, ni con la supervivencia ni la calidad de la comunidad. A mí no me interesa ese tipo de información, es malísima, hace daño. Yo lo único que estoy diciendo es que la información es un bien común que es gestionado por profesionales de la comunicación en representación de los intereses y con la colaboración constante de unos públicos que en muchos casos saben bastante más que el periodista. Organizaciones que tienen mayor competencia que el periodista para hablar y hay que dejarlas hablar y hay que nutrirse de ellas. Es el modelo de las redacciones expandidas.



- Pero entonces si es un bien común, ¿la información también se puede asimilar como un servicio público?

- Sí, estamos hablando de lo mismo. Sabes por qué no empleamos ahora la cuestión del servicio público, porque hemos visto tantas veces los medios públicos ser puros medios gubernamentales, es decir, de las autoridades políticas de la administración que los financian o de cuotas particulares de los funcionarios que se eternizan, se encastillan ahí y se funcionariza un servicio público que parece más responder a las necesidades de esa organización que de la comunidad a la que sirve, pero obviamente no es tanto servicio público sino servicio al público y con el público. Porque ahora tenemos no audiencias sino gente que simplemente está oyendo, que habla, gente que debate, gente que remezcla, que cuestiona, que da la vuelta a los discursos. Ahora lo que tenemos es públicos activos y la fortaleza del periodista debe caracterizarse por la independencia y la autonomía frente a esas comunidades. Un periodista tiene el valor que tienen sus fuentes, su agenda de fuentes. Es que ahora lo que tiene no son solo fuentes, tiene creadores de discurso. Gente que está hablando, que está debatiendo, gente que está generando comunicación.

- Uno de los retos del periodismo es descubrir significados y sentidos. Sin embargo, hojeando el libro me encontré con una anécdota según la cual tus estudiantes ya no leen periódico sino que los diarios impresos que llegan a la universidad donde dictas clases simplemente están destinados al reciclaje. ¿Qué debe hacer el periodista en cuanto a su preparación, en cuanto a su investigación? ¿Remitirse básicamente a otras fuentes, a otro tipo de información?

- Yo no digo que el periódico vaya a desaparecer y muchísimo menos que los periodistas sean prescindibles, al contrario, el periódico se va a reformular. Se va a reformular en qué. En un proveedor de flujos de información constante, porque estamos todo el día, 24 horas al día, siete días a la semana conectados con nuestros móviles a una información, a un flujo de información. Entonces se acabaron los dispositivos estáticos excepto para guardar en casa, el fin de semana cuando se vaya la luz y leer en cama tranquilamente la colección de reportajes que más te ha gustado a lo largo de unos meses y que quieres releer y que quieres subrayar, en fin, pero quiero decir, no va a desaparecer el papel. Esto tiene que ver con otra cuestión y es cuál es el modelo de negocio para el periodismo. Estamos hablando de la función. La función ahora del periodista es ser un hacker, un militante de la transparencia, de la participación.

- ¿Desde ese punto de vista tú reivindicas la figura del hacker?

- Sí, pero además el periodista hace más cosas que el hacker, es el que crea el significado social. ¿Cómo? Ordenando una arquitectura descentralizada de flujos de comunicación; ordenando el debate; calificando los términos del debate; eliminando a los participantes ignorantes, fraudulentos, corruptos, de la esfera pública; largándolos fuera. Eso es lo que hace el periodismo de investigación, si yo no estoy inventando nada. Lo único que estoy intentando es conceptualizar un mundo de cambios muy drásticos que en vez de meter miedo deberían de dar esperanza, porque el periodista es más necesario que nunca, por cuanto nunca hubo tantísimo flujo de información y la peor censura es la mentira, la confusión, la verdad dada la vuelta, y es ahí donde nos quieren, es ahí donde el poder nos quiere.



- Cuando la economía del mundo está corporativizada y la concentración mediática es infame, ¿cómo se puede vislumbrar un periodismo más democrático que coadyuve al Cuarto Poder en red, en medio de una sociedad consumista en la que el capitalismo criminal impera?

- Yo no puedo pronosticar el futuro, nunca pensé que iba a haber un 15-M, tampoco imaginé que Podemos iba a estar donde está ahora. Creo que lo que viene está ocurriendo ya, que lo que viene está pasando, que solo tenemos que abrir bien los ojos a los discursos más emancipatorios que están, estén en los medios o no. La imprenta se inventó a mediados del siglo XV y tuvimos que esperar 120 años para que surgiera un periódico. En contraste llevamos dos décadas utilizando protocolos de internet, los cuales se han popularizado hace muy poco. Cómo voy a saber yo cómo va a ser el periodismo orientado para ser leído por las nuevas generaciones en dispositivos móviles. Lo que sí sé es que van a convivir distintos tipos de periodismos, por distintos sectores, porque además es más fácil ahora identificar tendencias y por tanto intentar satisfacerlas y más fácil también rentabilizarlas ahora porque el internet permite sobrevivir con un círculo suficientemente amplio y costos bajos. Yo jugaría al ejercicio intelectual de ver con perspectiva lo que no existía hace cinco años en mi país para darse cuenta de que dependiendo del nivel de penetración de internet, y de la capacitación tecnológica de los periodistas, de sus códigos éticos y de su formación intelectual, etcétera, los resultados son diferentes. Entonces las cosas están cambiando y creo que nuestra mirada está demasiado teñida de lo viejo, no tenemos ni conceptos y nos tenemos que inventar terminologías para las cosas que están, pero también es cierto que el periodismo que vaya a triunfar, el periodismo de verdad, será el periodismo de siempre, curioso y con coraje.

Fuente original: <http://www.cronicon.net/paginas/ediciones/Ediciones108/nota11.htm>

Rebelión ha publicado este artículo con el permiso del autor mediante una [licencia de Creative Commons](#), respetando su libertad para publicarlo en otras fuentes.