

# Wikiperiodismo

El wikiperiodismo es al periodismo lo que la Wikipedia a las enciclopedias clásicas. Aunque aparentemente se trata de productos parecidos y pretenden responder a una demanda similar, las diferencias que albergan son profundas. En el mundo wiki, la **interacción instantánea** es la clave, **el conocimiento es colectivo** y, en principio, **no hay liderazgo visible o demostrable** al que atribuir la responsabilidad del rigor intelectual o la constatación de las noticias. Lo que se gana en participación **se pierde en la calidad del producto**.

## JUAN LUIS CEBRIÁN

En 1778, el capitán James Cook desembarcó en el archipiélago hawaiano. Él y sus hombres eran los primeros occidentales en poner el pie en aquellas islas, donde encontraron un pueblo acogedor y primitivo. Sus habitantes vivían en plena naturaleza y poseían un idioma cantarín, casi musical, que no merecía expresión escrita. Cook y su tripulación procuraron transcribir los fonemas del olelo y construyeron una lengua con solo doce consonantes y unos signos de puntuación especiales. Codificándola así, pensaban que sería posible, por una parte, entenderse y, por otra, defenderla

de la invasión de culturas que llegaron con los colonizadores. El empeño no fue exitoso y los aborígenes se acostumbraron a utilizar una jerga local, trufada de vocablos aparentemente ingleses. Así nació el término “wiki”, deformación del *quick* o el *quickly* inglés, expresión que se utilizó para meter prisa al prójimo cuando el clima y el ambiente incitaban a una cierta galbana. ¡Wiki, wiki!, ¡deprisa, deprisa!

En 1909, Jack London escribió *Martin Eden*, la lucha de un autor novel por publicar en las revistas de su época. Una de las obras que acaba dando fama y dine-

**Juan Luis Cebrián** es periodista, fundador y presidente de honor de *El País* y miembro de la Real Academia Española

ro al protagonista se llama precisamente *Wiki wiki, un cuento hawiano*, lo que demuestra que la expresión estaba ya muy extendida. En 1963, Irene Tsu, una actriz de Hollywood nacida en Shanghai, se convirtió en la primera chica wiki wiki en aparecer con una falda de ramas y flores en la publicidad de las gasolineras Chevron. Como anunciaba una rebaja en el precio, la campaña mereció el apelativo del wiki wiki dólar. Pero nada de esto sabía Ward Cunningham, creador de la wikiweb, cuando en 1994 llamó así a la página de internet que permitía intervenir a los usuarios en los textos e imágenes a los que accedían. Se inspiró en el nombre de la red de autobuses que enlazaba las terminales del aeropuerto de Honolulu: la Wiki Wiki Shuttle. Desde entonces, los wikis constituyen un sistema común de elaborar documentos colectivos.

Es enorme la multitud de análisis publicados a fines del pasado siglo, advirtiéndonos de los futuros efectos de la sociedad digital en nuestra convivencia. Las premoniciones (entre ellas, las profecías de Negroponte -*Being Digital*- y el *Goodbye, Gutenberg* de Anthony Smith) coincidían en un talante de relativo optimismo y fe en el futuro de los medios de comunicación. A condición, eso sí, de que sus directivos fuéramos conscientes del significado de la nueva cultura. Llama la atención que siendo tan abundantes y frecuentes los avisos al respecto, las compañías tradicionales fueran tan perezosas a la hora de su transforma-

ción. Ninguna de las operaciones exitosas llevadas a cabo en este terreno en los dominios de internet ha sido fruto de los grandes conglomerados clásicos, sino de la actividad desacomplejada y lúdica de los dormitorios universitarios. Facebook, Google o Microsoft son buenos ejemplos. Y han derrotado en apenas unos años a los antiguos imperios mediáticos.

El éxito de los wikis responde a una constante del sistema digital: la interacción y la cooperación. Por ello, la cuestión no reside tanto en preguntarse sobre el papel de los medios en la sociedad digital, sino si van a existir medios en el sentido clásico de la palabra. En definitiva, si la esencia del periodismo, que consiste en contar a los demás lo que pasa, va a sobrevivir en un mundo en el que cada cual es capaz de comunicar sus experiencias por sí mismo, dirigirse al orbe entero, y escucharlo también, sin necesidad de mediación alguna. ¿Es esto verdad? ¿O no es más cierto que sí existen mediaciones, pero son de otro género y especie a las que estábamos acostumbrados?

En la política, la desintermediación parece confundirse con la democracia directa, la primera forma de democracia que recuerda la Historia. Esta, salvo en el caso de la Confederación Helvética, se ha deslizado siempre hacia el populismo y ha sido un instrumento frecuentemente utilizado por dictadores y regímenes totalitarios. El deseo de los líderes por comunicarse directamente con su pue-

blo no solo es inevitable, sino que va en aumento, y también afecta desde luego a los políticos democráticos. Es famosa la frase de Felipe González, cuando ocupaba la jefatura del Gobierno, en el sentido de que hay que distinguir entre la opinión pública y la publicada. Respondía al hecho de que mientras la mayoría de los medios se mostraba crítica respecto a su tarea, él ganaba reiteradas elecciones.

Partidos políticos y medios de comunicación han sido facetas dinámicas y contrapuestas de un único mecanismo de funcionamiento del Estado y de articulación del poder que ha pervivido en las democracias por más de 200 años. Hoy el sistema ha entrado en crisis a partir de la revolución digital. Wikipolítica y Wikimedia han venido a sustituirle.

La facilidad con que el wikiperiodismo se desliza hacia el wikipopulismo en el manejo de la información es demasiado evidente

El wikiperiodismo es al periodismo lo que la Wikipedia a las enciclopedias clásicas. Aunque aparentemente se trata de productos parecidos y pretenden responder a una demanda similar, las diferencias que albergan son profundas. En el mundo wiki, la interacción instantánea es la clave, el conocimiento es colectivo y, en principio, no hay liderazgo visible

o demostrable al que atribuir la responsabilidad del rigor intelectual o la constatación de las noticias. Lo que se gana en participación se pierde en la calidad del producto.

Aunque eso no parece preocupar al usuario; antes bien, sería un aliciente añadido. Saber que uno es capaz de influir hasta ese extremo en la elaboración de una enciclopedia universal o en la vertebración de la opinión pública global puede ser, quizás, un espejismo; pero, al fin y al cabo, constituye solo uno más de los mitos y ensoñaciones que alimentan los deseos de felicidad de los humanos.

La democracia se basa empero en la opinión pública y, sin los elementos que facilitan la representación política, el poder del pueblo quedaría reducido a la aclamación. Para que el sistema funcione necesita por ello de la opinión publicada, de la discusión y la contradicción. La facilidad con que el wikiperiodismo se desliza a menudo hacia el wikipopulismo en el manejo de la información es demasiado evidente. Es preciso averiguar cómo podemos los mediadores, periodistas o políticos ayudar a los ciudadanos a ejercer sus opciones y a que no desaparezca el principio de alteridad en las deliberaciones del poder.

Lo mismo que los estudiantes de todo el mundo parecen más a gusto en sus consultas en la red manejando la Wikipedia en vez de la Enciclopedia Británica, muchos ciudadanos otorgan una credibilidad inaudita a las mentiras,

rumores, calumnias y disparates de los confidentiales y blogueros, de los tuiteros y tictokteros que desdicen del rigor periodístico de los medios tradicionales.

Este es el debate que se abre sobre el futuro de los periódicos a partir de su irrupción en la red. La cuestión de si han de seguir publicándose en papel o únicamente en soporte electrónico resulta absolutamente marginal. Importa saber cómo la eliminación de los elementos tiempo y espacio en el universo digital va a influir en la construcción de la convivencia y en el método de conocimiento y comunicación entre los ciudadanos.

El obstáculo mayor para encontrar una respuesta es la suposición de que la norma en el mundo de la red sigue siendo la ley, cuando por el momento es el *software*. Es en él, y no en la actualización de los viejos códigos, donde debemos bucear para resolver las numerosas interrogantes que la sociedad digital propone. Y eso vale tanto para la ordenación jurídica como para la regulación económica o la definición de los modelos de negocio de los llamados medios de comunicación.

La cuestión reside no tanto en saber cómo se han venido transformando dichos medios, sino si subsistirán y en qué ámbito, si serán reemplazados por otros, o si la nueva realidad virtual se basta tanto a sí misma que puede prescindir de ellos. La buena noticia es que contamos con un sistema de distribución universal. No tenemos que invertir en

infraestructuras, lo que aligera el peso de la financiación. Lanzar hoy un periódico o un medio audiovisual es más barato que nunca. Nuestros libros, nuestras películas, nuestras revistas y diarios son difundidos en el mercado global, de forma directa. Aunque siempre hay un lado oscuro: la desaparición de muchas intermediaciones está dando pábulo a la creación de una nueva: la de las grandes plataformas propietarias del *software*, que acaban siéndolo también de la información que circula a través del sistema y de los datos de identidad de quienes lo utilizan.

Son máquinas y algoritmos funcionando 24 horas sobre 24 los que gobiernan el lábil universo de la información

No voy a insistir en las condiciones diferentes en las que hemos de desarrollar nuestro trabajo a partir del hecho de que hoy en día todo el conocimiento existente se encuentra en la red. También todas las falsedades imaginables. Independientemente de las facilidades técnicas y del cambio en las condiciones económicas, de rentabilidad y financiación del proceso, este se caracteriza porque se centra en la personalización del usuario, en su habilidad para relacionarse con el emisor y en la universalización de las noticias.

Vivimos en un mundo en el que la información es instantánea, se ha convertido en lo que los anglosajones llaman una *commodity* y a mí me gusta calificar de bien mostrenco. Algo al alcance de todos, en cualquier momento y lugar del planeta. Nuestros lectores o usuarios son asaltados de forma constante por miles de tentaciones que compiten con las pobres sugerencias que habitualmente les hacemos, y tenemos que ser capaces de individualizar sus demandas. Lo que el propietario de un terminal móvil quiere hacer, y de hecho hace, es pasearse por un ecosistema complejo y gigantesco que le permite no solo acceder al conocimiento universal, sino participar de su elaboración. La tarea del periodismo profesional no puede ser otra que la de servirle de guía y acompañante durante ese paseo; en definitiva, la de ejercer el liderazgo de una colectividad, agrupada quizá en redes sociales que desconocemos. Nuestra misión es facilitarle la entrada a ese ecosistema y mejorar su estancia en él, sus capacidades de comprensión y análisis, potenciando sus descubrimientos y siendo capaces de atraer su curiosidad, prestando mayor y más decidida atención al periodismo investigativo, a la calidad y rigor de las informaciones, a la comprensión de las mismas.

Lo sucedido con otro *wiki* famoso, el caso Wikileaks, llevó a insistir en la recuperación de algunas características propias del periodismo tradicional: la explicación de las noticias, la organiza-

ción de los debates, su confirmación y contextualización; la capacidad de los diarios de referencia, también, para estampillar con el marchamo de su título una garantía de calidad, en un mundo en el que las marcas blancas han ganado mucho terreno.

Hasta hace relativamente poco tiempo, llegar antes consistía en uno de los mandamientos de la ley de piedra del periodismo. Los periódicos adoraban las primicias e inventaban mil maneras de acceder a las filtraciones. Ahora son las filtraciones las que buscan caminos y derroteros distintos. Se organizaban debates sobre la moralidad y licitud de utilizar, por parte del periodismo profesional, documentos robados, partiendo de la muy liberal convicción de que el fin no justifica los medios. También se protegía la vida privada, incluso la de los personajes públicos.

Hoy nadie llega antes que nadie en el mundo de la instantaneidad. Nuestros lectores ya conocen las noticias cuando abren el periódico, incluso si lo hacen en un soporte digital, y no solo eso: han discutido sobre ellas, han participado en debates en la red o a través de tuits o de wasaps. La privacidad y la intimidad cotizan a la baja y, desde luego, nadie dudó, a comenzar por mí mismo, de la moralidad y oportunidad de publicar los documentos de Wikileaks, producto de un hurto perpetrado por un joven soldado que pagó con la cárcel su osadía, aunque de su acto se derivaron enormes bienes

para la transparencia democrática.

Los periodistas de hoy se dirigen no solo a un tipo de lectores muy variado y disperso, incapaz de ser identificado únicamente como lector de ese periódico concreto, sino cuyo comportamiento es volátil y diferente según los terminales que utilice en cada momento. En muchos casos, las decisiones y jerarquizaciones sobre las noticias no las toma un equipo de periodistas, como tampoco es un grupo de expertos el que clasifica y ordena los resultados de las búsquedas semánticas. Son máquinas y algoritmos funcionando 24 horas sobre 24 los que gobiernan el lábil universo de la información. Y apenas ha irrumpido todavía la inteligencia artificial.

Para los nostálgicos, los clásicos, los espíritus más evolucionados y los amantes de educar a su perro amenazándole con un periódico plegado, seguirán estando durante algún tiempo las ediciones en papel, que ya ocupan en el universo mediático e intelectual el espacio que en el comercial ostentan las *boutiques* de lujo, las marcas de alta gama y, en definitiva, el sentimiento elitista y aristocrático que Platón reclamaba para encomendar el gobierno de la polis a los mejores.

Este sentimiento elitista tiene que ver con el liderazgo, que debe ser ejercido en la sociedad virtual como en la analógica. El populismo reinante, nacido como reacción al absolutismo burgués, no puede perdurar por mucho tiempo. Los ciudadanos aman la libertad de elegir, pero

les cansa hacerlo a cada minuto. Aun sin ellos saberlo, son las máquinas las que les están sustituyendo en sus voliciones, lo que destruye el mito de la absoluta libertad e independencia que la red propala. Asistimos hoy a una lucha entre los valores que emanaron de la Ilustración, sobre los que se construyó el viejo orden, y los que se derivan de la identidad, reclamados por la personalización que la sociedad digital promueve.

Paradójicamente, la amenaza de pérdida de esa identidad en el océano proceloso de la red permite a los más avisados alzarse con el santo y la limosna. Los medios de comunicación han sido siempre fabulosos creadores de mitos, y el wikiperiodismo es capaz de fabricarlos por toneladas, de manera inmediata y a escala planetaria. La labor del periodismo responsable, ni wiki ni friki, del periodismo a secas, es contribuir a desmontarlos.

No creo que haya nadie que pueda anunciar sin asomo de dudas que los periódicos sobrevivirán como tales en el plazo de apenas una década. Pero estoy seguro de que lo harán los periodistas, se llamen como se llamen, y seguirán siendo necesarios. La ciudadanía precisa, quizá más que nunca, gente con las tripas, el corazón y la voluntad de servir a sus vecinos mediante el ejercicio de contarles la verdad y desvelarles los secretos que el poder pretende ocultar. Esas gentes han de tener la inteligencia y la capacidad de análisis, el sentido común y el bagaje de formación necesarios

para ejercer su tarea de forma racional, apoderarse del *software* y ponerlo a disposición de la comunidad. Un mundo sin maestros es un mundo de impostores. Para combatirlos seguirán siendo necesarios los periodistas, pertenecientes a una profesión que se hace con tres cosas: cerebro, corazón y tripas. Antes

las acompañábamos de otra santísima trinidad hoy en descrédito: café, copa y puro. También en esto los fundamentalistas de turno llegarán a un compromiso con nuestra profesión, lo mismo que esta tiene que llegar al suyo con los creadores de algoritmos. Eso sí: wiki, wiki, deprisa, deprisa. ■