

*Periodismo de **dominio público**: utopía,
reflexiones e interrogantes*

Susana López-Urrutia

[0] Introducción

El objetivo de este ensayo es esbozar una utopía, hacer un ejercicio de imaginación. Quiero aprovechar las siguientes páginas para pensar un periodismo muy nuevo y, a la vez, muy viejo: un periodismo democrático y –sobre todo- libre. No pretendo ser realista, ni ofrecer demasiadas respuestas, sino más bien romper con la estrechez de un pensamiento que nos impide llevarnos al periodismo a los nuevos contextos que habitan nuestro tiempo y dejarle experimentar en ellos: ¿Qué podría ‘ser’ el periodismo si los periodistas dejáramos de creer que sabemos lo que es y lo que *debe* ser? ¿Qué clase de transformaciones experimentaría si cejásemos en nuestra machacona obsesión por encorsetarlo –a él y a quienes lo practican-? En este ensayo me dispongo a hacer un secuestro (teórico) del periodismo. Liberarlo de las barreras (poco importa si son las del Estado, las de los todopoderosos *big media* o las del *copyright*) que le impiden reinventarse y dejarlo ‘ser’ libremente en el único lugar en el que –hipotéticamente- puede hacerlo: ese abstracto terreno de lo que es de todos y, a la vez, no es de nadie, el del procomún. Un no-lugar, por otra parte, habitado ya por las fascinantes experiencias de comunidades como las del software libre, en las que buscaré inspiración para dar forma a esta utopía.

Mi empeño en empujar, al menos teóricamente, al periodismo a ese limbo –en el que, en muchos sentidos, ya habita, aunque no sea reconocido como tal por los profesionales del sector- que es el dominio público no es casual. Se trata una cuestión de simple justicia y coherencia democráticas: “Las producciones ‘nobles’ del ser humano” (como el conocimiento, los conceptos o las ideas), proclamaba David Boyle en ‘El Dominio Público’, deben ser “libres como el aire”. “La información”, nos decía McKenzie en ‘Un manifiesto Hacker’, “es el potencial del potencial”. Una fuerza que “cuando es desencadenada, libera las capacidades latentes de todas las cosas y de la gente (...) cuando la información no es libre la clase que la posee o controla revierte su capacidad hacia sus propios intereses”. El periodismo, entendido como el relato veraz e independiente de los hechos en pro de la igualdad y la democracia, es un derecho fundamental de las sociedades que no debe ni puede ser gestionado en ‘espacios cerrados’ (grandes empresas o Estados) sometidos a intereses egoístas poco compatibles con el bien común. La información es poder: es el petróleo que nutre la Sociedad de la Información (valga la redundancia) y debe servir al beneficio del bien común.

Aunque ni Boyle ni McKenzie se refieren explícitamente al periodismo, es evidente que el denominado “Cuarto Poder” es una fuente esencial de información. Una fuente hasta hace muy poco acotada a un puñado de selectos ‘mediadores’, que han venido decidiendo qué y cómo conocen los ciudadanos sus sociedades, lo que les ha conferido –tal y como advertía McKenzie- un inmenso poder más orientado a servir al interés personal que al bien común.

El Imperio mediático, sin embargo, ya no es el que era. En los últimos treinta años su ‘espacio vital’ se ha ido reduciendo, paulatina pero imparablemente, conquistado por los antaño receptores pasivos de la mediación: los ciudadanos, ahora, ‘soberanos’ e interconectados. El periodismo de ‘masas’ se enfrenta a una audiencia tecnológicamente empoderada que, nó sólo juzga con puño de hierro la información que

consume, además se transforma en una inaudita competidora, *productora (prosumidora*, que diría Alvin Toffler)¹ de infinidad de valiosas alternativas informativas. En la Era digital los consumidores ya no son tales, sino *usuarios*: ¿en qué se transforma el espacio de su conquista? ¿Podemos hablar, efectivamente, de un espacio *libre*? ¿Y de un periodismo *libre*?

El dominio público (en adelante DP) se define por asimilación al concepto de ‘libertad’ y por oposición al de ‘privatización’, lo que en este trabajo me llevará, inevitablemente, a hablar de la engorrosa propiedad intelectual. En palabras de Boyle “El DP no es el residuo pegajoso que queda cuando todo lo bueno ha sido cubierto por leyes de propiedad. El DP es el lugar donde extraemos los ladrillos para construir nuestra cultura”. ¿Forma nuestro periodismo parte del DP? ¿Y los nuevos proyectos periodísticos? ¿Qué papel tienen las licencias CC en esta historia? Si adoptamos la terminología propia de las comunidades de código abierto, sólo es genuinamente libre aquella información que es accesible y susceptible de ser libremente modificada y distribuida. Si no cumple estos requisitos, si no se ‘revela el código’, sino se ofrecen todos los datos ‘en bruto’ y de forma ‘trabajable’ la información no es más que una “mera cosa”, que diría McKenzie, una “representación” de una realidad que recibimos de forma mediada. Pero, ¿cuál es el código del periodismo?, ¿lo tiene? ¿puede el periodismo –el lenguaje, las interpretaciones– no ser otra cosa que una mediación?

Y si todo esto fuera posible, ¿de qué viven los periodistas?, ¿se come de los *commons*? En los años 90, en pleno apogeo de la ‘filosofía hacker’ y el software libre, personajes como Richard Stallman –padre del sistema operativo GNU y fundador de Red Hat Software– llevarían la cuestión a la arena pública: ¿Se puede ‘ser bueno’ y vivir dignamente? ¿Es el sueño del procomún y la libertad un cuento para románticos (o niños ricos)? Las experiencias cosechadas en el terreno del software libre (el caso de Red Hat es paradigmático) prueban que, como poco, tenemos ante nosotros una alternativa que merece ser tomada muy en serio. Sin embargo, es necesario recordar que el periodismo no es software y que lo que funciona en un ámbito puede no hacerlo en otro. La pregunta, sin duda, es: ¿En qué se transforman las prácticas del software libre cuando nos las llevamos al periodismo? El interrogante es, cuando menos, apasionante. La Historia del Periodismo de dominio público está por escribir, y no es mi intención hacerlo en estas páginas. Sí lo es otear el horizonte tras la misteriosa puerta, atisbar la utopía, el desafío y la cruda realidad (que reflejaré relatando, brevemente, algunas experiencias pioneras en este campo). En todo caso, tengo pocas respuestas, y muchas preguntas.

[1] *Commons, libertad & dominio público*

Para empezar a disertar sobre la abstracción que planteo en este trabajo (ese ‘periodismo de dominio público’) es importante clarificar algunos términos. En la introducción he hablado indistintamente de DP y procomún y, sin embargo, existen matices que distinguen ambos conceptos, aunque se suelen usar de forma intercambiable.

El **procomún** (los *commons*, en inglés) es un concepto escurridizo y difícilmente acotable. En este ensayo

parto de la definición de Antonio Lafuente, que en ‘Los cuatro entornos del procomún’ da cuenta de la profundidad (casi infinitud) del término. La acepción más básica de procomún es aquella que lo describe como un ‘intangible’, un imaginario al que (debe) pertenecer todo aquello que es de todos y, a la vez, no es de nadie: el conocimiento, el patrimonio, el aire o –buscando un ejemplo más actual- Internet.

El matiz (ese verbo *deber* entre paréntesis) es importante. Que algo sea legítimamente ‘de todos’ no implica que su gestión también lo sea. Lafuente entiende que los comunes “sostienen y son sostenidos por colectivos humanos” organizados de forma autónoma y abierta al margen del Estado y de la propiedad privada. Que existen bienes (hipotéticamente) comunes que han sido *expropiados* por unos u otros es un hecho objeto de acalorados debates entre los que se pueden incluir los de la cultura y el software libres, las reclamas de los colectivos *Open Government* o, sin ir más lejos, el tema que nos ocupa, el periodismo.

Con esta introducción como punto de partida podemos aproximarnos al concepto de ‘**dominio público**’ (DP). Aunque las dos ideas (*commons* y DP) son muy similares, el DP se centra más en los aspectos jurídicos del término y menos en las formas de gestión comunitarias. Según el ‘manifiesto del Dominio Público’², estrictamente hablando, es aquel espacio (imaginario) “libre de barreras de acceso o de reutilización usualmente asociada a la protección de la propiedad intelectual, ya sea porque está libre de cualquier protección de derechos o porque los titulares de derechos han decidido eliminar dichas barreras”. El propio manifiesto, sin embargo, amplía esta definición para incluir a las obras con licencias libres o ‘excepciones a los derechos de autor’ (como los ‘usos justos’ –*fair uses*- a menudo citados por Boyle).

“Además de las obras que se encuentran formalmente en el dominio público, también hay muchas obras valiosas que los individuos voluntariamente comparten bajo condiciones generosas **creando un procomún (no debería decir un DP?) construido privadamente** que funciona en muchos sentidos como el dominio público. Por otra parte, los individuos también pueden hacer uso de muchas obras protegidas mediante excepciones y límites a los derechos de autor, el uso y el trato legítimo”. (**Manifiesto del Dominio Público**)

¿Son todas las obras cubiertas por licencias libres parte del DP? Depende. El concepto de DP, tal y como lo refleja el manifiesto que cito en este trabajo, se vincula estrechamente a la noción de ‘**libertad**’ acuñada en las comunidades de *software libre*. Este tipo de libertad es de carácter último y absoluto e implica que para que algo sea genuinamente libre debe ser –en términos generales- susceptible de ser accesible, versionable y difundible. Llevada a su grado máximo la libertad abarcaría también el derecho del usuario a comercializar versiones modificadas (o no) de los bienes libres. Este punto es determinante ya que, como insiste Richard Stallman “libre no es [necesariamente] igual a gratis” (“*free as in freedom, not as in free beer*”).

“El usuario legítimo de una copia digital de una obra del dominio público debe ser libre de (re-) utilizarla, copiarla y modificarla” (**Manifiesto del Dominio Público**)

Para terminar de matizar este punto recojo las palabras que Stallman dedica al asunto en relación al software libre. En los próximos epígrafes aplicaré estos ‘cuatro mandamientos’ al caso concreto del periodístico y los ejemplificaré con la labor de varios prototipos diseñados en este sentido.

“Un programa es software libre si:

- Eres libre de utilizarlo para cualquier propósito.
- Eres libre de modificarlo para adaptarlo a tus necesidades (para lo que debes tener acceso al código fuente: hacer cambios en un programa sin él es extremadamente complicado).
- Eres libre de redistribuir copias, gratis o no.
- Eres libre de distribuir versiones modificadas del programa para que la comunidad pueda beneficiarse de tus mejoras”

En este trabajo, de acuerdo a lo expuesto hasta aquí, considero que pertenecen efectivamente al DP aquellas ‘[obras culturales libres](#)’³, periodísticas o no, protegidas por una licencia que garantice la cesión de los derechos enumerados por Stallman al DP - como veremos, no todas las licencias libres contemplan todos estos derechos y, por eso, las obras a las que se vincula una licencia CC no pueden considerarse libres en todos los casos-. Además, no se considerarán obras libres aquellas que, pese a estar amparadas por licencias permisivas, restrinjan las libertades esenciales citadas a través de mecanismos técnicos u omitiendo datos esenciales (por ejemplo: una obra que se distribuye en un formato privativo, -un .doc de Microsoft- no es una obra libre; un reportaje no da acceso a los datos que lo conforman no es un reportaje libre).

¿Porqué un periodismo de dominio público y no uno del procomún, de código abierto o libre?

Una vez tanteados los conceptos que manejo en este trabajo, me gustaría explicar por qué he elegido la expresión ‘periodismo de dominio público’ en lugar de otras como ‘periodismo del procomún’, ‘de código abierto’ o, simplemente, ‘periodismo libre’.

Si de lo que se trata es de aplicar la ‘plantilla’ de las comunidades de software libre al periodismo, lo más fácil habría sido hablar de un ‘periodismo libre’. El término libre, sin embargo, está desgastado y ha perdido su significado por exceso de (mal) uso, por lo que no resulta adecuado para expresar las ideas novedosas que quiero transmitir en estas páginas.

El concepto ‘periodismo del procomún’ tampoco casa con los principios formulados en este texto. La noción de procomún implica una cierta forma de gestión –comunitaria y abierta- de la que quedarían excluidas, para empezar, todas las iniciativas de la empresa privada, incluidas las más vanguardistas. Imaginemos, por ejemplo, que existe un medio privado que trabaja con licencias CC by –las más abiertas- y ofrece sus datos de forma accesible y abierta. En la práctica, ese medio generoso está alimentando el *procomún*, pero en la teoría no forma parte de él porque su gestión es privada, por lo que el concepto no es aplicable en este caso.

¿Y por qué no un periodismo ‘de código abierto’? La expresión conecta directamente con los movimientos del mismo nombre, pero se queda corta. La apertura es condición necesaria, pero no suficiente, para hablar de libertad. Si atendemos a la filosofía de las comunidades de software libre, es indispensable incluir en el paquete otros conceptos, como la accesibilidad, reutilización, divulgación o derecho de copia.

¿Y un ‘periodismo de dominio público’? Aplicado estrictamente el concepto tampoco es válido, ya que es un término jurídico que se refiere específicamente al ‘espacio’ ocupado por las obras libres de derechos de autor. La acepción más amplia e informal, sin embargo, reconoce como elementos del dominio público a las obras registradas bajo licencias generosas (como la CC by) sin inmiscuirse en si la gestión de la obra o ‘bien’ es privada, estatal o comunitaria. Desde esta perspectiva, aquello que es libre –en los términos definidos por Stallman- alimenta la cantera del dominio público. No importa el *quién*, sino el *cómo*.

[2] Un periodismo de dominio público:

Ha llegado el momento de echar a volar la imaginación y dibujar, por qué no, un periodismo utópico, pero posible: un periodismo de dominio público. Para esbozar este concepto me basaré en la experiencia de los movimientos open source y en algunas experiencias periodísticas ‘en pruebas’.

Si asumimos que algo perteneciente al ‘dominio público’ es algo libre –entendido este concepto en su acepción más amplia e informal) el periodismo de dominio público es aquel en el que se garantizan las condiciones que aseguran la apertura, accesibilidad, reutilización y libre divulgación de los trabajos periodísticos. Un periodismo ejercido en estas condiciones estaría en disposición de salvar barreras y convertirse en un recurso para favorecer la construcción colectiva de sociedades más transparentes, justas, democráticas y, en definitiva, servir como instrumento para la conquista del ‘bien común’.

Periodismo abierto

En el tablero del dominio público la partida se juega en abierto. La apertura se practica en dos sentidos, hacia afuera y hacia adentro. De dentro hacia afuera la apertura se traduce en transparencia y desnudez: mostramos lo que hacemos y cómo lo hacemos –este concepto va unido al de accesibilidad-, no sólo vale con exponer las entrañas del proyecto, además ha de hacerse de tal forma que analizarlas no suponga demasiados quebraderos de cabeza para quienes quieran hacerlo –profundizaré en este punto más tarde-.

De fuera hacia adentro la apertura conlleva una actitud. Implica la asunción de que, por muy brillantes que seamos, no podemos competir con la brillantez colectiva. La apertura en este sentido es una llamada a la cooperación transversal entre unos y otros, sin prejuicios. Estas dos dinámicas tienen dos efectos inmediatos que repasaré en las próximas páginas: por una parte generan ‘prototipos’ que en ningún momento dejan de ser tales (como las aportaciones son infinitas, estos nunca se cierran: simplemente, cambian de forma); por otra alumbran nuevos modelos de negocio y financiación basados en la comunidad y el valor añadido.

Para que algo sea parte efectiva del dominio público ese algo debe ser abierto –debe estar

disponible para todos- pero, además, también debe ser accesible –debe mostrársenos de forma que podamos tomarlo, analizarlo y hacer variaciones a partir de el-. Si se cumplen estas condiciones y no existen otros condicionantes –como el copyright- que lo impidan, se inicia un proceso que Robert Young –impulsor de Red Hat Software- define como similar al de “una planta de ensamblaje de coches”: se toma lo mejor de aquí y de allá, se comparte y se crea algo nuevo y abierto a posteriores reutilizaciones (el concepto de ‘reutilización’ tiene un inmenso arraigo en las comunidades de software libre: se ‘destripan’ ordenadores para aprovechar sus piezas y, por supuesto, se reutiliza el código). E alimentándose, las comunidades de software libre se valen de una licencia (la General Public License) que garantiza que el código es y seguirá siendo libre: si alguien lo utiliza para hacer alguna variación deberá hacerlo bajo la misma licencia abierta.

¿Qué ocurre si nos llevamos estas prácticas a otros ámbitos fuera del software, como el del periodismo? Al pasar de un contexto a otro, la esencia se desnaturaliza y la ‘libertad’ queda tocada. Las licencias Creative Commons que se aplican en contextos culturales, por ejemplo, no garantizan que una obra sea efectivamente abierta, accesible, ni mucho menos ‘libre’ en los términos en los que Stallman entendería esta palabra. La única garantía en este sentido es la predisposición de las comunidades a ser transgresoras y adoptar el estilo acuñado por las comunidades de software libre hasta sus últimas consecuencias. Por suerte, existen experiencias en el ámbito periodístico y en nuestro propio país que ya se han empapado de este carácter. Son pocas y aún están dando sus primeros pasos, pero recogen toda una serie de tendencias que sin duda definirán el futuro del periodismo a medio plazo.

Resulta enormemente interesante analizar de qué formas tan diferentes han entendido el concepto de ‘apertura’ (tanto de dentro hacia afuera como a la inversa) los proyectos periodísticos más pioneros en nuestro país. Si hablamos de apertura ‘desde dentro’ –es decir, de transparencia y accesibilidad- debemos hablar del semanario digital Vía524. Vía52 expone públicamente –y en formatos accesibles- los datos cosechados por sus periodistas para elaborar los diferentes reportajes. La información se publica en la red social de datos ‘Buzzdata’ que “permite almacenar y compartir bases de datos con gran facilidad entre personas y entidades especializadas en el mundo de la investigación y comunicación”. Así lo han hecho en numerosas ocasiones como, por ejemplo, a lo largo de una profusa investigación sobre los bebés robados en España: “Nosotros hacemos un trabajo, pero si cualquiera quiere continuarlo, cree que puede mejorarlo o le va a ser útil para cualquier cosa, ahí está. Se trata de aplicar el creative commons de forma proactiva sobre materiales que no se suelen facilitar. El sentido es la reutilización”, explica David Rojo, impulsor de la iniciativa. “No somos los que más sabemos sobre nada, así que pedimos ayuda y consejo (...): pedimos en Facebook que se nos dijeran qué temas querían que tratásemos. Y así surgió el número que estamos preparando sobre gasto militar (<http://goteo.org/project/via52-creando-un-nuevo-semanario-digital/updates/957>) y también el periodista que lo está coordinando, que no colaboraba con nosotros y fue el que lo propuso (...), exponía Rojo.

Otras iniciativas, como ‘The Reset Project’⁵, navegan en esta misma dirección: en este último caso proponiendo la creación una ‘Red-acción-, una red abierta de periodistas independientes

(ciudadanos o no, no importa el carné sino aquello que cada uno puede contar) en la que el trabajo se realizaría de forma abierta y cooperativa. Los ‘periodistas’ propondrían temas que se desarrollarían con el apoyo otros miembros interesados de la red. Si el asunto propuesto tuviese la suficiente acogida, la comunidad podría costear colectivamente la financiación del reportaje.

Este tipo de propuestas amplían el espacio periodístico atrayendo hacia él a un nuevo tipo de ‘lector’ que deja de ser parte de una masa pasiva y se transforma en un usuario activo que conforma, junto a otros usuarios, parte de una inteligencia colectiva global prosumidora: todos somos potenciales periodistas.

La invitación a la cooperación puede venir en sobres muy diferentes: en Fixmedia.org, por ejemplo, se invita a los lectores-usuarios a que corrijan las informaciones elaboradas por los periodistas. En la cooperativa MásPúblico –editora del Diario La Marea- no se publican las bases de datos, como en Vía52, pero a cambio se ha concebido un proyecto ‘100% propiedad de sus trabajadores y lectores’. Los socios –denominados ‘socios usuarios’- cuentan con derecho de voto en la asamblea general, en la que se decide sobre aspectos cruciales para el medio. Además, los socios usuarios se han autoorganizado en diferentes nodos locales desde los que han gestionado por su cuenta la difusión y promoción del diario, llevándolo en tiempo récord a más de 20 ciudades. Otras iniciativas, como la #pizarradigital20m6, de 20 minutos, abren la redacción a la calle y brindan a los usuarios la oportunidad de participar (eso sí, por Twitter y una vez las decisiones ya están prácticamente tomadas) en los debates editoriales. En esta misma línea, el New York Times puso en marcha un experimento bautizado como ‘la redacción transparente’: a través de un programa diario (TimeCast) mostraba a modo de ‘reality’ el ambiente y los debates en el seno del prestigioso diario⁷.

Se trata de mecanismos diferentes encaminados, cada uno a su manera, a abrir un espacio que antes estaba profesionalizado y cerrado y que hoy han abierto la caída de los costes de producción (cerca de cero en Internet) y la emergencia de un nuevo tipo de público, muy despierto, formado por usuarios activos e interconectados. En palabras de Keltly un ‘recursive public’ (público recursivo). Hablamos, en definitiva, de “colectivos independientes de formas de poder constituidas capaces, sin embargo, de dirigirse a ellas a través de la producción de alternativas”. Los públicos recursivos relegan fórmulas como el recurrente ‘hilo de comentarios’ a la obsolescencia. La consigna de nuestro tiempo (“¡La información debe ser libre!”) implica que la exposición de los contenidos en un escaparate público no basta. La sociedad quiere participar, ser responsable y garante de sí misma.

Rizando el rizo: periodismo accesible

Para que algo pertenezca al DP debe ser abierto, pero también debe ser accesible. Richard Stallman sucumbió a la ira cuando descubrió que el código fuente de la impresora con la que trabajaba en MIT AI Lab era opaco. Las reclamas de los movimientos open source, sin embargo, van mucho más allá. No sólo basta con poseer el código, además es necesario que este se libere en

un formato accesible: un código publicado en un PDF no es accesible, como no lo es uno escrito en una servilleta de papel.

La apertura primero y la accesibilidad después son las condiciones esenciales que permiten la ‘reutilización’ de los datos, la puesta en marcha de la máquina de ensamblaje que describía Young en el punto anterior. Estas dos cualidades unidas a la libertad para distribuir versiones modificadas son las que garantizan que el usuario es el que controla la tecnología, y no al revés. Young lo explicaba así: “Lo bueno de usar Linux no es su fiabilidad, su usabilidad o su fortaleza (...) Es el beneficio del control que resulta de las dos características que definen a Linux: básicamente, que se entrega con acceso completo al código fuente y que puedes usarlo para lo que quieras sin si quiera pedirnos permiso”.

¿Qué implicaciones podrían tener estos principios aplicados al periodismo? ¿Qué sería, de acuerdo a estas premisas, una información accesible? Volviendo a McKenzie, sería aquella que no sólo nos ofrece una representación mediada de la realidad, sino que además se nos revela en toda su desnudez: es decir, un reportaje periodístico no es accesible (y, por lo tanto, no es libre) sino nos muestra el ‘código’ que se oculta tras el relato, lo que en términos periodísticos equivaldría a abrir los datos y los testimonios, imágenes o grabaciones completas (el ‘bruto’) que conforman una historia.

La cuestión, sin embargo, no se queda ahí: para que una serie de datos pueda ser considerada accesible debe presentarse en un formato estandarizado y ‘procesable’. Los movimientos de Open Data, OpenGovernment y Data Journalism han insistido en este punto: cuando se les reclama a los diputados españoles, por ejemplo, que liberen la información relativa a sus patrimonios se les pide que lo hagan de forma que esa información pueda sea procesable, requisito que no se ajusta a formatos como el PDF, mucho menos si se trata de copias de escritos torticeramente caligrafiados. Precisamente este tipo de ‘chapuzas’ en la Administración son las que han motivado el trabajo de ciudadanos organizados de forma autónoma como los que, tras la plataforma ‘Qué hacen los Diputados’⁸, recogen la maraña de datos (malamente) vertida por el Congreso, la procesan y la traducen en informaciones y visualizaciones que nos permiten saber qué hacen efectivamente nuestros representantes.

Actualmente no se aprecian en nuestro país indicios –al margen de honrosas excepciones, como el semanario Vía52- que permitan adivinar el surgimiento de una tendencia encaminada a incentivar el periodismo accesible. El debate, que fomentan organizaciones como Civio y los grupos de periodismo de datos, se ha centrado en exigir a las administraciones una ley de transparencia y acceso a la información pública que permita su análisis y reutilización, pero apenas ha considerado la aplicación de estos estándares a los datos generados por el propio trabajo periodístico.

Merece la pena pararse a pensar, sin embargo, en la importancia que en este sentido tienen fenómenos como Wikileaks o las retransmisiones en streaming de protestas, que tanto se han popularizado últimamente. La singularidad de ambos radica en que la información se ofrece ‘en

bruto', sin mediación de ningún tipo. En el caso del streaming cualquiera con un Smartphone y una aplicación gratuita como la popular Bambuser puede retransmitir, en directo y en sin interrupciones, un evento. La larga duración de estas retransmisiones (las que acompañaban a las asambleas o manifestaciones podían durar horas), su abundancia y la ausencia de filtrado previo las ha transformado en una opción decididamente fiable para informarse que compite con las coberturas parciales generadas por los medios. En este sentido, es muy significativa la decisión del portal de noticias Terra de utilizar esta fórmula para cubrir acontecimientos como el cierre del hospital La Princesa⁹.

[3] Licencias y nuevos modelos de negocio

Apertura porque todos sumamos, accesibilidad por un mundo legible y editable colectivamente y licencias libres para que la inteligencia colectiva beba de sí misma, crezca y se expanda sin barreras de por medio. Estas tres condiciones nos permitirían hablar de un efectivo periodismo de dominio público. Una utopía circunscrita, sin embargo, a los estrechos márgenes del dinero. En los círculos periodísticos a menudo se recuerda, con cierta sorna, que “los periodistas también comen”, una afirmación que nos devuelve a la Tierra: el periodismo de dominio público no puede ser la trampa que condene a los periodistas, pero la necesaria búsqueda de un modelo de negocio tampoco puede secar el dominio público. El dilema está servido.

¿Es posible conciliar ambos mundos? La primera aproximación a la cuestión deja muchas dudas. Para empezar, sólo dos de las seis licencias Creative Commons¹⁰ se ajustan a la definición de ‘dominio público’ que he esbozado en este trabajo (CC by y CC by SA), el resto impone restricciones sobre la reutilización de las obras (no se admiten obras derivadas) o los usos de estas (no se permiten usos comerciales, por ejemplo) que limitan en exceso el campo de libertades que se le supone al DP.

Pero el asunto es aún más complejo. Las licencias CC (incluso las más abiertas) tampoco garantizan que los ‘contenidos’ se compartan de forma abierta y accesible. El redactor de un artículo sobre corrupción protegido por una licencia CC BY, por ejemplo, no tiene ninguna obligación de aportar al DP los datos que justifican sus afirmaciones. Este tipo de circunstancias hacen que, en la práctica, existan muy pocas diferencias entre una información publicada en la web de El País bajo copyright y otra publicada en otra bajo una licencia CC BY NC –por ejemplo-. Los periodistas compartimos ‘representaciones’ de la realidad, no datos. Nos resistimos a desvelar el ‘código’ y tenemos poderosas razones para hacerlo: la más obvia, que no vamos a servir en bandeja nuestro trabajo a la competencia.

Este comprensible miedo parte de la falta de definición de modelos alternativos y, sobre todo, del razonamiento que nos dice que la única forma de obtener ingresos es intercambiar un bien ‘exclusivo’ por dinero. En este contexto, la lógica del copyright es la de crear una ‘murallla’ que

asegure que el intercambio se produce sin incidencias, un proceso que se ha hecho extremadamente difícil en el ámbito digital. Las opciones son sencillas: resistir o dejarse llevar por la marea. Las comunidades de software libre han optado por la última opción y los resultados son, cuando menos, sorprendentes: merece la pena reflexionar sobre ellos teniendo en cuenta, eso sí, que el software no es periodismo.

Así, en una increíble vuelta de tuerca, estas comunidades han desafiado la lógica que ha brindado el éxito a compañías de la talla de Microsoft o Apple: en vez de usar una licencia para levantar una barrera e impedir el acceso de los usuarios al código fuente (que se oculta como la fórmula de la Coca Cola para obtener los máximos beneficios a través de la comercialización en exclusiva del software), han apostado por conceder libertad y control absolutos al usuario, cualidad que han convertido en su valor añadido por antonomasia y de la que beben los modelos de negocio que han surgido en este contexto. Estas libertades han permitido que las comunidades de software libre generen una cantera pública de innovación y conocimiento de la que se han nutrido infinidad de iniciativas, empresas (como por ejemplo, IBM o Apple) y organizaciones del carácter de la NASA, para las que el software opaco y privativo se queda muy pequeño y que necesitan acceder al código para adaptarlo a sus propias necesidades.

La apertura, en definitiva, crea comunidades y las comunidades oportunidades de negocio compatibles, a priori, con el bien común. Keltly, que habla de la ‘economía del compartir’ ofrece alguna pista: “Quien trabaja para mejorar un programa open software puede no trabajar para IBM o Red Hat, pero esas compañías se benefician de su contribución tanto como él de ellas”, es decir, el altruismo de ambas partes se transforma de facto en un bien cuantificable. A medida que el procomún gestionado en red crece, mayores son los beneficios para los miembros de la comunidad. La información compartida se transforma en un conocimiento que crece de forma exponencial a medida que lo hace la red, ello se traduce en una valiosa ‘experiencia’ que es posible monetizar (por ejemplo, a través de servicios de consultoría).

¿Hasta qué punto es aplicable esta ‘filosofía’ al periodismo? Se trata de un terreno poco explorado en el que, sin embargo, ya existen algunas iniciativas interesantes. La comunidad que surgió entorno a la cooperativa MásPúblico, por ejemplo, permitió la actual existencia del diario La Marea (CC By SA)¹¹. El proyecto cooperativo continúa abierto: cualquiera puede convertirse en socio-usuario con una aportación de 1.000 euros. Eldiario.es, por otra parte, ofrece sus contenidos en abierto en su web bajo una licencia CC By (la más libre de todas). El proyecto se financia –en parte- gracias a las aportaciones de sus socios (3.100 en la actualidad)¹², que gozan de ciertos privilegios, como la oportunidad de participar en el desarrollo del proyecto a través de reuniones fuera de la red con el personal de la redacción etc. Evidentemente, ni las cooperativas ni las suscripciones son nada nuevo. La novedad aquí estriba en que el que paga no lo hace a cambio de un producto del que ya puede disponer gratis, sino más bien como forma de compromiso con algo en lo que se siente implicado. Cuando nos suscribimos a eldiario.es no estamos comprando un periódico (no se vende, es ‘gratis’), sino una forma de hacer periodismo.

¿Tiene futuro este modelo? Sí, en la medida en la que exista una comunidad comprometida

dispuesta a sostener una iniciativa. Hoy por hoy es interesante apuntar que la principal fuente de financiación de Eldiario.es continúa siendo la clásica publicidad¹³, lo que no significa que no exista compromiso sino que –probablemente- es necesario que esta nueva forma de concebir el mundo cale más.

Sin embargo, las suscripciones no son la única vía de ingresos posible para proyectos periodísticos abiertos. Son numerosos los casos de iniciativas que se han lanzado a buscar financiación a través de la red, como Vía 52 o la revista local catalana Café amb Llet. El caso de esta última es muy significativo. Los editores lograron un hito inimaginable para un medio que ellos mismos definen como “de pueblo”: recaudar más de 14.000 euros con los que seguir investigando sobre corrupción en el ámbito de la sanidad pública catalana¹⁵. El dinero, que obtuvieron en menos de 24h a través de la plataforma de crowdfunding Verkami, servirá a Marta Sibina y Albano Dante, (ninguno de los dos periodista, por cierto) para afrontar la demanda de Josep M  Vía, alto cargo de Sanidad, asesor de Artur Mas y amigo de Bag  –uno de los implicados en la trama de corrupción destapada por la revista- por vulneración de su “derecho al honor”.

Además de las microdonaciones, ya sean en forma de suscripción o aportación aislada, existen otras iniciativas interesantes, como la de Nxtmedia. Nxtmedia S.L. es una consultora que se define a sí misma como especialista en ‘comunicación horizontal y nuevos medios’. La plantilla está formada por profesionales de los campos del periodismo, la tecnología y el diseño, que trabajan juntos para ofrecer servicios tecnológicos a terceros (diseño, usabilidad y creación de contenidos). Su fundador (Pau Llop) la describe como una ‘fundación’ porque los beneficios que genera (en 2010 facturó 33.600 euros) se reinvierten en los proyectos del equipo (Bottup.com y fixmedia.org son los más populares). Nxtmedia funciona como paraguas de todos ellos y es su única fuente de ingresos.

[4] Conclusiones

 Es posible un ‘periodismo de dominio público’? En este trabajo, estableciendo una comparativa con el software libre, he definido a ese periodismo como aquel que es abierto, accesible, editable y libremente difundible. En estas páginas hemos comprobado cómo existen ciertas tendencias que, de formas diversas, apuntan a la redefinición del periodismo en algunos de esos términos, pero raramente en todos a la vez. El periodismo libre difcilmente vestir  el traje del software libre: hablamos de cosas muy diferentes, lo que no implica que la una sea más libre o mejor que la otra.

Los espacios cerrados se est n abriendo, y no por casualidad. Las masas silentes se han transformado en públicos activos, comprometidos y participativos. Los consumidores han dejado paso a los ‘usuarios’: tienen voz, tienen talento y tienen recursos tecnológicos para expresarlos, no tolerarán un periodismo que les trate como ovejas, ni siquiera lo necesitan –son constructores

de alternativas, ‘desintermediadores’, natos-.

Vivimos en un tiempo de experimentación: muchos han ‘captado’ el mensaje y abundan los intentos por establecer formas de diálogo y cooperación entre los periodistas y los ‘públicos recursivos’. En algunos casos la apertura llega a tal punto que pone en cuestión la figura misma del ‘periodista’ tal y como la veníamos entendiendo hasta ahora –como profesional-. En Vía52, por ejemplo, existe la posibilidad de que un usuario con una buena historia que contar y que se haya ganado la confianza de la comunidad coordine un número del semanario –de hecho, ya ha ocurrido-. Otras iniciativas, como Eldiario.es o La Marea mantienen la separación entre ‘periodistas’ y ‘lectores’ y, sin embargo, buscan otras fórmulas a través de las que integrar a sus audiencias en los proyectos: en el caso de La Marea, por ejemplo, invitándoles a formar parte de la cooperativa, participar en las asambleas, votar y marcar el rumbo del diario junto a la redacción.

Abierta la puerta, la corriente circula en un doble sentido. Los nuevos proyectos periodísticos integran lo que viene de fuera, pero también buscan fórmulas a través de las que insertarse y alimentar el dominio público. Lo hacen cuando, como en el caso de Vía52, liberan sus bases de datos para que cualquiera pueda completarlas y perfeccionar su trabajo cooperativamente: se busca evitar la duplicación de esfuerzos, reutilizar lo que ya está hecho y mejorarlo colectivamente. Se pretende, en definitiva, abrir una puerta a la labor de las ‘inteligencias colectivas’.

Como resultado de estos esfuerzos iniciativas como las que cito en este trabajo han sido capaces de sembrar las semillas para que a su alrededor florezcan comunidades de usuarios dispuestos a pagar por ellas. Estos usuarios no ofrecen su dinero a cambio de un ‘bien’, sino porque apoyan lo que consideran que se hace bien y ‘hace bien’ (valga la redundancia): su lazo con los proyectos no es monetario, sino moral. Se trata de una tendencia incipiente, pero que evoluciona notablemente rápido. En el futuro, me atrevo a sugerir, conoceremos medios más pequeños y humildes sostenibles en buena parte gracias a las aportaciones de sus usuarios, consumidores y productores de aquello que financian.

Todos estos esfuerzos redundan, sin lugar a dudas, en una ampliación de un espacio hasta ahora muy acotado. El lienzo, sin embargo, es caótico. Si somos fieles a la definición de DP (muy similar a la del término ‘libre’) que he defendido en este trabajo la mayoría de estas iniciativas quedarían fuera de él por no respetar principios básicos que sí se siguen a rajatabla en las comunidades de software libre: no se garantiza la accesibilidad, no se ofrece el material bruto y a menudo se restringen derechos como el de modificación o difusión –por ejemplo, no permitiendo los usos comerciales de las obras-. Sin embargo, los retazos de un lado y del otro permiten remendar –muchas veces desde el ámbito privado- un procomún que los públicos recursivos recogen, analizan y alimentan como buenamente pueden. Lo hacen desde un espacio difuso y contradictorio –nada que ver con el ‘limpio’ DP-, a menudo saltándose la Ley a propósito o por desconocimiento.

El caos emerge de la propia naturaleza del periodismo. Nada tiene que ver este con el código de los programas de software libre y, por eso, no encaja en sus premisas. Forzar ese encaje nos llevaría a cuestionarnos por completo nuestra interpretación actual acerca de qué es periodismo. El periodismo como interpretación de la realidad, como mediación entre el intelecto del periodista y los hechos, el periodismo de las 'representaciones', quedaría fuera del modelo: los datos (¿el 'código'?) cobrarían el protagonismo. Datos en abierto, datos para construir historias cooperativamente, datos para conquistar la verdad colectivamente, datos accesibles, datos editables y difundibles ¿Es el periodismo del futuro un periodismo de datos? La Historia aún está por escribir.

Anexo: entrevista a David Rojo (Vía52)

Correo electrónico (01/2013):

Hola Susana. Te respondo en rojo intercalado en tus preguntas:

(1) En el apartado 'quiénes somos' utilizáis dos expresiones que han captado mi atención. Decís que los periodistas de Vía52 trabajan "de forma colaborativa" y que eso les ayuda a crear "una red social propia" ¿De qué habláis exactamente? ¿Cómo es ese trabajo cooperativo y por qué es necesario?

Como de partida, los impulsores estamos divididos principalmente entre Santander y Madrid, desde el principio el trabajo se ha coordinado a través de internet: correos, dropbox, gdocs, etc. Ese problema logístico lo hemos querido convertir en virtud aplicándole también una filosofía de trabajo: cada número tiene un coordinador, que es el que escoge los enfoques y los colaboradores. El resto del equipo participa en la conversación aportando ideas, contactos, lecturas... Así es cómo vamos puliendo cada número, que lleva una autoría de su editor ocasional, pero con el apoyo de todos, que en cualquier momento pueden aportar sus propuestas. Se podría decir que para cada número se crea un 'nodo' de conversación entre todos los que tienen interés en ese tema.

Es necesario hacerlo así por varios motivos: no podemos mantener reuniones periódicas como las que hay en una redacción física; además nos permite que nadie se sobrecargue de trabajo, que teniendo en cuenta nuestras limitaciones no es una cuestión menor.

(2) Afirmáis que: "Las bases de datos que Vía52 utilice o elabore serán difundidas en un catálogo abierto a disposición de otros periodistas para que puedan utilizarlas en sus propios trabajos". ¿Podrías explicarme el sentido de esta decisión?

El sentido es la reutilización. Nosotros hacemos un trabajo, pero si cualquiera quiere continuarlo, cree que puede mejorarlo o le va a ser útil para cualquier cosa, ahí está. Se trata de aplicar el creative commons de forma proactiva sobre materiales que no se suelen facilitar: cuando publicas una foto o un texto con licencia CC lo haces porque a otro le puede ser útil; esto es lo mismo pero aplicado a las bases de datos.

Algunos ejemplos:

<http://buzzdata.com/via52>

http://via52.com/archivos/BBRR_visualizaciones.php (con enlace a gdocs)

http://via52.com/archivos/cine_visualizaciones.php

No se trata de dar la fuente, sino también los datos ya depurados.

y(3) No suena a obviedad: ¿A qué os referís cuando decís que "utilizaremos las redes sociales como herramienta para construir cada número con la mayor participación posible y no como simples canales de difusión del resultado"?

No somos los que más sabemos sobre nada, así que pedimos ayuda y consejo. Ejemplos recientes sobre el número sobre China que estamos a punto de lanzar:

https://twitter.com/via_52/status/276359627577380864

https://twitter.com/via_52/status/274474520717455362

Por este canal hemos conseguido contactar con varias empresas y periodistas que han colaborado con nosotros para hacerlo.

Otro ejemplo: pedimos en Facebook que se nos dijeran qué temas querían que tratásemos. Y así surgió el número que estamos preparando sobre gasto militar (<http://goteo.org/project/via52-creando-un-nuevo-semanario-digital/updates/957>) y también el periodista que lo está coordinando, que no colaboraba con nosotros y fue el que lo propuso.

Así pues: nos referimos exactamente a lo que ahí se dice: preguntamos antes qué temas interesan, si alguno nos convence y tenemos gente con el perfil para hacerlo lo ponemos en marcha y durante la fase de elaboración seguimos conversando con nuestros lectores por si hay oportunidad de mejorar.

Eso es todo David. Perdona la simpleza de mis preguntas, pero mi objetivo es que hables tú :)

Espero haberte podido ayudar. Cualquier cosa me dices. Y si quieres que un día quedemos para que te cuente alguna cosa más, que sea después de estas fechas tan complicadas ;-)

Un saludo.

Notas

- [1] Prosumo & prosumidores, Alvin Toffler: <http://es.wikipedia.org/wiki/Prosumidor>
- [2] Manifiesto del dominio público de Communia: <http://www.publicdomainmanifesto.org/spanish>
- [3] Obra cultural libre: <http://freedomdefined.org/Definition/Es>
- [4] Vía52: www.via52.com
- [5] [Theresetproject.org](http://theresetproject.org)
- [6] La ‘pizarra digital de 20 minutos’ <http://blogs.20minutos.es/premios20blogs/la-pizarra-digital-empezamos-twittear-reuniones-de/>
- [7] La ‘redacción transparente’ de NYT: <http://www.clasesdeperiodismo.com/2010/03/23/nyt-y-su-redaccion-transparente/>
- [8] Quehacenlosdiputados.es
- [9] Terra retransmite en streaming las protestas por el cierre del hospital La Princesa de Madrid: <http://noticias.terra.es/en-vivo/5301/>
- [10] Licencias Creative Commons: <http://es.creativecommons.org/licencia/>
- [11] Cooperativa MásPúblico <http://www.lamarea.com/participa-en-el-proyecto/>
- [12] Socios de Eldiario.es a febrero de 2013 <https://twitter.com/juanlusanchez/status/299143143331356672>
- [13] Eldiario.es: socios y modelo de negocio http://www.eldiario.es/hazte_socio/
- [14] Periodismo y crowdfunding contra la corrupción: http://www.eldiario.es/hazte_socio/

Bibliografía

- BOYLE, JAMES. The public domain: enclosing the commons of the mind. Yale University Press, 2008
- HIMANEN, PEKKA. La ética del hacker y el espíritu de la era de la información. Barcelona. Destino, 2002
- KELTY, CRISTOPHER. Two Bits: The cultural significance of free software. Durham, N.C.: Duke University Press, 2008
- LAFUENTE, ANTONIO. Los cuatro entornos del procomún. Cuadernos de Crítica de la Cultura, 77-78: 15-22. Editorial Archipiélago, 2007
- MCKENZIE, WARK. A hacker manifesto. Cambridge. Harvard University Press, 2004
- STALLMAN, RICHARD. The GNU Operating System and the Free Software Movement. Open Sources: voices from the open source revolution. Ed. O’Reilly, 1999
- YOUNG, ROBERT. Giving It Away: How Red Hat Software Stumbled Across a New Economic Model and Helped Improve an Industry. Open Sources: voices from the open source revolution. Ed. O’Reilly, 1999

