

El concepto de ‘ciudadanía’ en los cibermedios peruanos. Las perspectivas de los medios, los usuarios y los periodistas

‘Citizenship’ in Peruvian cybermedia: Media, users and journalists’ perspectives

Mendoza Michilot, M., Viaña Díaz del Olmo, B. y Espinoza Guanilo, A. ¹

Recibido: 15-01-2019 – Aceptado: 20-08-2019

DOI: <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A10>

RESUMEN: Este artículo analiza el tratamiento dado al concepto de ciudadanía en 15 cibermedios peruanos y el uso que los internautas hacen del mismo a partir de la información publicada para conocer las coincidencias y diferencias semánticas en las agendas mediática y pública. La investigación utiliza un método mixto que combina el análisis de contenido clásico de las noticias, el análisis mediado por computadora de los comentarios de los usuarios y la entrevista. Entre otros hallazgos -validados con periodistas de los medios- resalta la poca atención que las plataformas conceden al ser ciudadano y el divorcio de los enfoques de los emisores y sus usuarios. Asimismo, el trabajo propone algunas salidas a este desentendimiento en un campo de indudable interés público que repercute en el debate público y la construcción de ciudadanos conscientes de su papel en la sociedad.

Palabras clave: ciudadanía, ciudadano, comunidad, periodismo digital, agenda-setting, noticia.

ABSTRACT: This article analyses how the concept of citizenship is addressed in 15 Peruvian cybermedia platforms and how Internet users use this term on the basis of the information published, in order to know the semantic coincidences and differences in media and public agendas. This research was carried out using a mixed method which combines the classical analysis of news’ content, computer analysis of users’ comments and interviews. Among findings validated by media journalists, the little attention paid by platforms to citizens is highlighted, as well as the divergence between the approaches of the senders and users. Some solutions to the abovementioned misunderstanding in this field of unquestionable public interest that affects both public debate and the development of citizens who are aware of their roles in society are proposed.

Keywords: citizenship, citizen, community, digital journalism, agenda-setting, news.

¹ **María Mendoza Michilot** es Doctoranda y Magister en Sociología por la Pontificia Universidad Católica del Perú, Master en Periodismo y Comunicación Digital por la Universitat Autònoma de Barcelona y la Universidad Carlos III de Madrid y Docente en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima y de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. tmendoza@ulima.edu.pe, <https://orcid.org/0000-0001-7293-5110>

Branca Viaña Díaz del Olmo es Máster en Periodismo y Comunicación Digital por la Universitat Autònoma de Barcelona, Profesora asistente de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima y Asistente de investigación del Instituto de Investigación Científica de la misma universidad. BVIANA@ulima.edu.pe, <https://orcid.org/0000-0002-9862-5660>

Antonio Espinoza Guanilo es Máster en Medios, Comunicación y Cultura por la Universitat Autònoma de Barcelona y Asistente de investigación del Instituto de Investigación Científica de la Universidad de Lima. 20080360@aloe.ulima.edu.pe, <https://orcid.org/0000-0002-6679-7855>

1. Introducción

La encuesta anual Latinobarómetro revela que algunos medios de comunicación de América Latina no están mostrando las percepciones reales de la población respecto al progreso de la región (que en los últimos ocho años han sido progresivamente negativas) ni sobre la reducción del apoyo ciudadano a la política, la democracia y las instituciones; es más, se afirma que más bien destacan como importantes ciertas percepciones que no son las mayoritarias (2018).

En el Perú, algunas de esas demandas ciudadanas han contado durante el presente siglo con el respaldo y promoción ciberactivista, a través de plataformas independientes y redes sociales, para exigir desde la derogatoria de una deficitaria ley laboral hasta rechazar una candidatura que se creía ganadora. Como en otras latitudes, los protagonistas no se conocían, pero se unieron para defender causas que consideraban justas (Rheingold, 2004).

En esos eventos, los medios ejercieron más bien un periodismo tradicional (Nip, 2006). De allí la pertinencia de analizar, cuál es el concepto de ciudadanía que utilizan las plataformas informativas digitales y sus periodistas, en el tratamiento de las noticias vinculadas con este tema, así como los usuarios que las reciben, a fin de identificar las coincidencias y diferencias de sus agendas.

Explorar en estas perspectivas semánticas es relevante para plantear puntos de encuentro en la interacción de las partes involucradas, el debate y la búsqueda de soluciones a los grandes y los pequeños problemas de la democracia que terminan afectando los derechos básicos de las personas (Latinobarómetro, 2017; Fuentes, 2010).

2. Marco referencial

2.1. El contexto

Solo 11% de los peruanos está satisfecho con la democracia, 85% piensa que se gobierna para unos pocos y 72% que la corrupción ha aumentado; en los 2 últimos años, la política muestra una regresión y el Perú aparece entre los 7 países donde la corrupción ocupa los primeros lugares entre los problemas nacionales (Latinobarómetro, 2018).

El organismo público que goza de mayor credibilidad en el país es el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (Reniec), lo cual refleja la importancia que las personas confieren al reconocimiento de su identidad como sujetos con derechos y deberes (El Comercio-Ipsos Perú, 2017). En segundo lugar se halla la prensa (Latinobarómetro, 2017, 2018; Kantar Ibope Media, 2018) aunque, a lo largo del siglo XX, el periodismo ha fluctuado entre el compromiso, la indiferencia y la parcialización respecto de los fenómenos sociales (Mendoza, 2015).

Algunos politólogos consideran que el papel de la prensa en la difusión de asuntos ciudadanos ha consistido en mostrarnos el tipo de comunidad política que somos y aquella que imaginamos o hemos querido construir (Anderson, 1997; López, 1997). Desde los primeros años del siglo XXI, la confianza hacia los medios coincide con los cambios producidos en “las gentes comunes y corrientes” cuando exigieron ser tratadas como ciudadanos con iguales derechos y responsabilidades, se organizaron en grupos y empezaron a destacar más que los políticos en las acciones colectivas que emprendieron como miembros de una sociedad civil fuertemente moralizadora y movilizadora (López, 2013; Cohen y Arato, 2000). Ser ciudadano hoy en el Perú, sin embargo, significa una inclusión simbólica porque no todos los derechos (políticos, sociales y culturales) están

garantizados. La mayoría no solo desconoce el impacto de la democracia en sus vidas, sino que desconfía de las instituciones y del poder político, se siente desvinculada del Estado y limitada en el ejercicio de su ciudadanía (IEP, 2015).

En este contexto, al periodismo se le atribuye la función de difundir los asuntos ciudadanos de manera prioritaria (López, 1997) a través de especialidades que priorizan al individuo como agente social, sobre todo en entornos digitales (Gutiérrez, Rodrigo-Alsina, & Medina-Bravo, 2016; Bautista, 2016; Cytrynblum, 2009; Moreno, Molina, Corcoy, Aguilar, & Borrás, 2013). Desde una dimensión social del periodismo (Saiz-Echezarreta & Galletero-Campos, 2017), se propone que comprometa a una masa crítica para generar acciones sociales y políticas (Ortega, 2015).

Los medios de comunicación son escenarios para la discusión ciudadana cuando incursionan en el periodismo cívico o público y social, campos que privilegian temas como la calidad de vida, la pobreza, la educación, el racismo y la discriminación, la inseguridad ciudadana (Gutiérrez, Rodrigo-Alsina, & Medina-Bravo, 2016; Turati, 2007), así como la inmigración, la situación de las mujeres, los conflictos bélicos, ambientales y la cooperación para el desarrollo. Pueden buscar compromisos y priorizar el interés colectivo, así como una ciudadanía plural (Cytrynblum, 2009; Gutiérrez, Rodrigo-Alsina, & Medina-Bravo, 2016; Moreno, Simelio, Rovetto, & Buitrago, 2007).

Todo depende del tipo de relación que quieran entablar con las audiencias para alcanzar los objetivos de un periodismo público o cívico, definido por Joyce Nip como aquel orientado a involucrar a las personas como ciudadanos tanto en el proceso de creación como en el uso de las noticias (2006).

Esto implica desarrollar no solo una agenda temática que aborde lo que el politólogo Guillermo O'Donnell (2003) denomina los derechos civiles y políticos para incorporar a más personas como miembros de pleno derecho, así como a las organizaciones de la sociedad civil organizada como actores estelares y centro de la atención de los estados (Gutiérrez, Rodrigo-Alsina, & Medina-Bravo, 2016). También supone contactar con los públicos, recoger sus puntos de vista e incluso asociarse con ellos para recopilar noticias (Nip, 2006).

2.2. Ciudadanía: sus dimensiones tradicionales y digitales

Antes de identificar el concepto de ciudadanía que exponen los cibermedios, sus periodistas y usuarios, es necesario reflexionar previamente sobre las diferentes acepciones que suelen emplearse, y que provienen de la ciencia política, la sociología y la comunicación (Cytrynblum, 2009; López, 1997; Marshall & Bottomore, 1991; O'Donnell, 2008; Turati, 2007; Waisbord, 2007).

Ciudadanía (otros vocablos relacionados con su ejercicio son nacionalidad, ciudadano/a, derechos, pueblo, poblador/a, compatriota y comunidad) es un concepto polisémico que se halla en revisión ante los cambios impuestos por la globalización y el debate sobre el futuro de las naciones (Waisbord, 2007), las soberanías móviles, la formación de las translocalidades, las migraciones -que redefinen la relación nacionalidad-ciudadanía- (Appadurai, 1999; Borja, 2002; Fuentes, 2010; Kymlicka & Norman, 1996; Mato, 2004; Sassen, 2007), la crisis del Estado-nación y de los lazos ciudadanía-Estado, la calidad de la democracia y el estado de bienestar (Karl, 2003; Martínez, 2004; O'Donnell, 2003).

Es un término complejo, que ha originado tensiones a lo largo del tiempo (López, 1997). La primera y más extendida definición moderna formulada por Thomas H. Marshall hace

70 años lo entendió como el estatus que se confiere a quienes son miembros de pleno derecho en una comunidad; desde entonces las libertades individuales y las que garantizan la participación de las personas se han visto enriquecidas con la aparición de nuevos derechos motivados por preocupaciones más globales (Marshall & Bottomore, 1991; O'Donnell, 2003), como los derechos humanos de tercera generación (derecho a la paz, al desarrollo sostenido, a un medioambiente sano, al patrimonio común de la humanidad y de los grupos) y los derechos de cuarta generación (vinculados a la bioética e ingeniería genética) (Acnur, 2018; Vieira, 1998).

Ciudadanía significa nacionalidad, pertenencia o adscripción a una nación, a un Estado que reconoce derechos legítimos a sus miembros (O'Donnell, 2004; 2008); también es la expresión del voto, la “participación por iniciativa”, elegir, ser elegido e intervenir en actividades públicas, institucionalizadas y no institucionalizadas (Remy, 2005); en otras palabras, ejercer una “ciudadanía política” (O'Donnell, 2008), contestar al Estado o, como anotaba Foucault (2002), hacer “resistencia al poder” (Martínez, 2004).

Ciudadanía es la “inclusión en una comunidad de ciudadanos” (Rosanvallon, 2004, p.35). Se le ubica en las ciudades, donde se origina y donde las personas interactúan y se realizan; pero sobre todo en sociedades con instituciones fuertes y representativas. Se consolida tras procesos conflictivos, sociopolíticos, culturales y político-jurídicos o institucionales (Borja, 2002), y no existe donde no se garantizan condiciones mínimas de accesibilidad a una mesa de votación, a una plaza pública o al ciberespacio (Coleman & Ross, 2010).

Ciudadanía es sinónimo de pueblo o el conjunto de personas vinculadas, que deliberan entre sí y con otros conciudadanos para encontrar metas comunes (Cortina, 2007); para Karl W. Deutsch (1981), pueblo es la base para la formación de la nacionalidad (Schlesinger, 2007). Desde una vertiente izquierdista, significa clase social, y desde una conservadora, nación o corazón de la patria. En sistemas populistas, puede implicar multiplicidad de intereses, un confuso abanico de identidades y objetivos cambiantes (Waisbord, 2013). A juicio de Martuccelli, pueblo no es igual a ciudadanía y, en el caso peruano, es un vocablo eclipsado que en gran parte del siglo XX fue sinónimo de interpelación política; hoy ha sido sustituido por el de ciudadano y ciudadanía, que son desde su punto de vista ideas nuevas en el Perú (Martuccelli, 2015).

En el pasado, algunos historiadores señalaron que ‘vecino’ se usó en el Perú, antes que ciudadano, para hacer referencia a la nación durante la primera parte del siglo XIX, en los primeros años de la Independencia (Nuñez, 2007). En el presente, en el mundo de las comunicaciones, Dahlberg (citado por Peters & Witschge, 2015) señala que las audiencias son otro término para referirse a los ciudadanos comprometidos racionalmente, que seleccionan las noticias entre una variedad de opciones para mantenerse informados.

Sin embargo, el concepto de ciudadanía se ha transformado en la web (Fuentes, 2010): puede significar ambivalencia, heterogeneidad, poca certeza e inestabilidad; lucha por el reconocimiento y la conquista de derechos; o espacio ideal de libertad y ejercicio democrático que trasciende los límites de una institucionalidad y la legislación estatal y nacional (Lozada, 2004).

Esta ‘nueva ciudadanía’ digital sería diferente a la tradicional por las formas y soportes utilizados (Ortega, 2015), y porque estaría más dispuesta al diálogo, al debate, a la deliberación, a la acción colectiva y a la reafirmación de las identidades individuales y grupales (Sierra & Gravante, 2016). En el ciberespacio, la ciudadanía remite a una ‘comunidad’ virtual (Rheingold, 2009; Boczkowski & Mitchelstein, 2013), global o

traslocal, creada formal o informalmente por sus miembros, que no necesita del Estado para intercambiar experiencias, ventilar conflictos o emprender acciones conjuntas (Trejo, 2002; Martínez, 2004), porque está enlazada en redes que pueden carecer de organización, pero no de afinidad, compromiso y cohesión en medio de su diversidad (Aguirre Sala, 2015).

El 'ciudadano virtual' tiene una aspiración cosmopolita, afán de conocimiento y la pretensión de adscribirse territorialmente o de pertenecer a un espacio, aunque su práctica ciudadana no tenga arraigo, porque es nómada, leve y voluble (Trejo, 2002). Por eso se sostiene que el concepto de 'ciudadanía virtual' es todavía impreciso e insuficiente (Ortega, 2015) y no involucra aún un acuerdo democrático como en el mundo real (Aguirre Sala, 2015). Este ciudadano es el usuario, consumidor, cliente. Opera individual o comunitariamente, pero parafraseando a Pierre Bourdieu (2012) carece de los *habitus* para desarrollar un *capital* social suficiente y ejercer poder, influencia o actuar en el nuevo *campo* de la sociedad de la información (Schiavo, 2002). Pese a estas limitaciones, se considera que los *new media* pueden aportar diversidad, ubicuidad, representatividad sin vínculos partidistas y una participación ciudadana frente a la cual los poderes de facto no tienen ninguna oportunidad (Aguirre Sala, 2015).

2.3. La agenda mediática y la agenda pública

La exposición a las noticias digitales y la discusión pública que estas desencadenan pueden contribuir al desarrollo de una reciprocidad entre las personas y sus capitales sociales (Ardevol-Abreu, Diehl, & Gil de Zuñiga, 2018), a través de coberturas suficientes y de calidad (Peters & Witschge, 2015). Los enfoques que los medios dan a las noticias (*agenda-setting* y *framing*) pueden tener: (1) efectos significativos en la manera cómo la ciudadanía entiende e interpreta los temas públicos, sobre todo cuando las personas desconocen dichos asuntos, carecen de una opinión o de interés en ellos; o (2) efectos mínimos que también refuerzan convicciones existentes en los sujetos (Waisbord, 2013).

No obstante, investigaciones académicas de los últimos veinte años vienen cuestionando estos impactos mediáticos y quién fija la agenda en la era digital; se basan en que los *mass media* no son los únicos intermediarios en el espacio público y que los *new media* - digitales y redes sociales- han asumido mayor protagonismo en las agendas mediática, política y ciudadana (Carazo, 2018; Charron, 1998).

De otro lado, la histórica falta de coincidencia entre las agendas mediáticas y ciudadanas (Martín-Barbero, 1987; McCombs, 2006) parece mantenerse en la relación de las audiencias, usuarios o consumidores virtuales y las nuevas plataformas digitales noticiosas. Estudios previos han hallado que los criterios de relevancia de los periodistas digitales y de los prosumidores no concuerdan necesariamente, que existe una brecha entre la oferta y la demanda de noticias, que va más allá de la orientación de las líneas editoriales y que solo disminuye en períodos de intensificación política. Hay un disloque temático: mientras los cibermedios destacan la política, la economía y en general la noticia dura, los usuarios privilegian el deporte, el clima, la noticia policial, el entretenimiento, la noticia blanda (Boczkowski & Mitchelstein, 2013; Carazo, 2018).

Uno de los cambios más significativos del periodismo de la última década ha sido el aporte de los ciudadanos en el proceso informativo, la cultura periodística y la comunicación ciudadano-periodista (Suárez-Villegas, 2017). Pero la diferencia de agendas está limitando la función de servicio público de los espacios mediáticos

dominantes y su aporte a la democracia, como anotan los estudios de Boczkowski y Mitchelstein (2015). También está invisibilizando al “ser ciudadano” explícita o implícitamente en el discurso (Ruiz, 2014; Wodak, 2003), y obstaculizando que los cibermedios actúen como intermediarios sociales, autónomos e independientes (Rincón, 2017), que contribuyan al control social del Estado y de los funcionarios públicos (Rosenberry, 2017; Peters & Witschge, 2015; Dalhberg, 2011; Rincón, 2017; Brambilla, 2017; Amado, 2014; Yezers'ka, 2008; Legoas, 2007), y sean voceros de un consumidor cada vez más participante, demandante e independiente (Peters & Witschge, 2015).

Como anotan Westlund y Ekström, no solo los periodistas producen noticias como una forma de conocimiento. Los públicos han pasado de suministrar fotos o datos a convertirse en aliados de la creación de noticias (periodismo público) en los cibemedios o a generarlas independientemente (periodismo participativo) en sitios diferentes. Hay un interés por debatir. Lo que falta es que los cibermedios, como otras plataformas individuales, involucren más a la audiencia en formas positivas de participación y generación de contenidos veraces (Westlund & Ekström, 2018).

3. Método

La investigación tiene como objetivo analizar el tratamiento dado por los diarios digitales peruanos más influyentes a los asuntos vinculados con el ejercicio de la ciudadanía, y su repercusión en los potenciales usuarios. Por eso, se buscó contestar a las siguientes interrogantes: ¿cuáles son los recursos periodísticos-digitales y los enfoques temáticos utilizados por las plataformas informativas en esta cobertura? ¿Cuál es la respuesta de los usuarios cuando se informa sobre sus derechos y deberes? ¿Qué apropiación hacen del concepto de ciudadanía los periodistas, responsables de la mediación de estos asuntos?

El trabajo propone como hipótesis que: (1) la prensa digital peruana hace una cobertura limitada de los temas vinculados a la ciudadanía, entendida como el conjunto de prácticas que definen a una persona como miembro de pleno derecho dentro de una sociedad (Giner, Lamo, & Torres, 2006); (2) existe un divorcio entre los significados que le conceden a este concepto los medios y los usuarios; (3) los periodistas difieren de las agendas de sus medios, pero las hacen suyas. Y, para comprobar estos supuestos, se construyó un método cuantitativo y cualitativo, con tres componentes.

En primer lugar, se hizo un estudio exploratorio para, a través del análisis de contenido clásico de las noticias (documentos), cumplir dos actividades: (1) identificar las plataformas digitales que incluían con mayor frecuencia la palabra ‘ciudadanía’ u otros 15 vocablos vinculados (ciudadano/a, vecino/a, poblador/ora, pueblo, usuario/a, consumidor/a, compatriota, nacionalismo, nacionalista, peruano/a); (2) determinar los vocablos de más frecuente uso (unidades de análisis en adelante denominadas ‘palabras clave’). Para validar la selección de los medios se utilizaron los *rankings* de popularidad para el Perú de Alexa.com, TopSiteWebs, Page Rank Google, Montt.pe. y Comscore. Asimismo, las palabras clave se seleccionaron con base en los marcos de referencia de la investigación sobre el concepto clásico de ciudadanía (Marshall & Bottomore, 1991; Deutsch, 1981), y las dimensiones y acepciones planteadas por propuestas teóricas más contemporáneas (O’Donnell, 2003; López, 1997; Martuccelli, 2015; Waisbord, 2007).

En esta etapa se analizaron 15 plataformas digitales en su mayoría pertenecientes a empresas de comunicación convencionales de trayectoria en la prensa, radio y televisión peruanas (AméricaTV.pe, CanalN.pe, Correo.pe, Depor.pe, DiarioUno.pe, ElBocón.pe,

elcomercio.pe, ElPeruano.pe, Expreso.pe, Gestión.pe, LatinaTV.pe, Larepública.pe, Perú21.pe, RPP.pe y el sitio web LaMula.pe).

Este estudio exploratorio, realizado entre mayo y julio del 2018, permitió reunir un universo de 7,534 documentos -tras la revisión diaria de las páginas de entrada de los buscadores de cada plataforma-, del cual se obtuvo una muestra compuesta por 1,925 documentos publicados en cinco plataformas (Elcomercio.pe, Larepública.pe, ElPeruano.pe, CanalN.pe y Gestión.pe). Luego de la cuantificación, se encontraron estas seis palabras clave más frecuentes: ciudadanía, ciudadano/a, pueblo, usuario/usuario.

Para seleccionar la muestra se tomaron en consideración los siguientes criterios: (1) Tamaño de la muestra: calculado bajo el supuesto de la máxima dispersión ($p=q=0.5$), con un nivel de confianza de 95% y margen de error de $\pm 1,9\%$. (2) Los cybermedios seleccionados difunden noticias que exhiben la mayor cantidad de palabras clave. (3) Las palabras clave se localizan en las 10 primeras páginas de entrada de los buscadores de cada plataforma (véase la tabla 1). (4) Los cybermedios seleccionados muestran líneas y enfoques editoriales (generalista y especializado) diferentes y, en la medida de lo posible, provienen de formatos diferentes (prensa, radio, televisión y web).

Tabla 1. Muestra de documentos en las plataformas seleccionadas según palabras clave

Palabras	Medios analizados/Número de documentos				
	Elcomercio.pe	Larepública.pe	CanalN.pe (*)	Gestión.pe	Elperuano.pe
Clave					
Ciudadanía	100	100	25	100	100
Ciudadano/a (**)	100	100	100	100	100
Pueblo	100	100	100	100	100
Usuario/a (***)	100	100	100	100	100

Nota: (*) La palabra ciudadanía en este medio no fue muy frecuente en los últimos 4 años

(**) Se recogieron 50 notas con la palabra ciudadano y 50 con la palabra ciudadana

(***) Se recogieron 50 notas con la palabra usuario y 50 con la palabra usuaria

Elaboración propia

Luego de codificar y digitar la información revisada se procedió a elaborar un Plan de Cuadros con la finalidad de organizar y analizar los contenidos mediante la determinación de variables generales, categorías e indicadores, para formular inferencias sobre las condiciones de producción del mensaje (Bardin, 2002). El procesamiento de datos se realizó empleando el paquete estadístico SPSS versión 24.

Las variables generales se operacionalizaron como sigue: (1) características del mensaje (temáticas, origen de la noticia, actores sociales involucrados por indicadores sociodemográficos y por roles); (2) tratamiento de la información (ubicación de palabras clave en el texto, por área y sección periodística, por géneros, recursos digitales y fuentes); (3) nivel de vinculación con el concepto de ciudadanía (directa, cuando la ciudadanía fue el tema principal o detonante de la noticia; indirecta, se menciona el tema, pero no se explica; y referencial, cuando se hace mera referencia a alguna de las palabras clave vinculadas al concepto) (véase la tabla 2).

El segundo componente de la investigación consistió en el análisis de los comentarios y reacciones de los usuarios ante los contenidos propalados por las plataformas digitales en las que la ciudadanía fue el tema principal o el detonante de la noticia. Para ello, se observaron los comentarios publicados en las cuentas de Facebook de los cybermedios (1.228), a través del Computer-Mediated Communication (CMC), basado en el

paradigma de ‘codificación y conteo’ para contenidos virtuales (Herring, 2001). Se utilizó esta técnica de investigación para descubrir las actitudes de los cibernautas hacia el concepto de ciudadanía, de qué hablaron (temas) y de quién hablaron (actores). Los comentarios se clasificaron, digitaron y codificaron con el software cualitativo *NVivo*, a fin de reconocer los tipos de participación e interacción verbal del internauta que pueden ser: emocional (usuario responde Me Gusta o comparte la noticia), de reacción (comenta la noticia), de compromiso de acción (analiza el tema en un post que publica) y acción final (usuario pasa a la acción; eventualmente el medio comenta o responde).

Tabla 2. Variables generales y categorías analizadas en la muestra

Características del mensaje	Tratamiento de la información	Vinculación con el concepto
Temáticas	Ubicación de las palabras clave	Directa
Origen de la noticia	Géneros periodísticos	Indirecta
Actores involucrados	Recursos digitales Fuentes	Referencial

Elaboración propia

Para un mayor esclarecimiento del nivel de participación, los comentarios de acción (78) fueron codificados según los siguientes indicadores: definición (el usuario publica enfoque propio), crítica (aprueba o desaprueba el concepto, al medio o el tratamiento de la información), ejemplo (hace referencia a un caso en particular) y participación (detalla cómo participará o actuará frente al hecho) (Herring, 2001; Masip & Suau, 2014; Brandtzaeg, Folstad, & Mainsah, 2012; Chauca, 2012).

El tercer componente del trabajo implicó la aplicación de una entrevista a profundidad a diez periodistas de trayectoria destacada en los cybermedios analizados, mediante un cuestionario semiestructurado, para recoger sus puntos de vista sobre cuatro variables: significado del concepto ciudadanía y sinónimos o nomenclaturas empleadas para definirlo; valoración del rol de los medios (convencionales y digitales) en la difusión de los asuntos de interés ciudadano; actitudes hasta el ‘ciudadano virtual’ y propuestas para una cobertura social. Sus respuestas fueron codificadas también mediante el software cualitativo *NVivo*.

4. Resultados

Por razones de espacio, se presentan los hallazgos más importantes en los tres componentes abordados: mensaje y tratamiento del concepto de ciudadanía en las noticias digitales; significaciones para los usuarios, reacciones, actitudes y compromisos sobre ser ciudadano; y percepciones y agenda de los periodistas.

4.1 Mensaje y tratamiento del concepto de ciudadanía en las noticias digitales

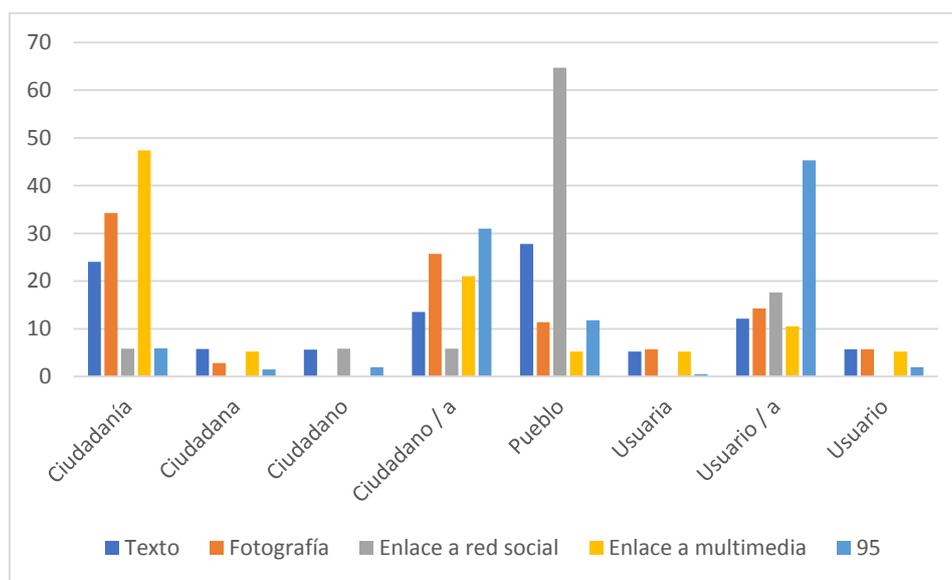
Las palabras analizadas o palabras clave (ciudadanía, ciudadano/a, pueblo y usuario/a) aparecen principalmente en el cuerpo de las noticias (72%), en desmedro de los titulares (9,2%) y los subtítulos o bajadas (8,5%) que son el primer nivel de lectura (macroestructuras) (Van Dijk, 2009).

Un hallazgo a considerar es que en 9,9% de la muestra (200 documentos) las palabras clave no estaban en el cuerpo o en los titulares, sino en el hipertexto o en la URL; también

sucedió que su *link target* era distinto (es decir, el texto ancla incluía términos que no aparecían en el link). Se optó por considerarlos en la cuantificación final (código 95) porque forman parte del tratamiento de la información y porque traducen las estrategias SEO (Search Engine Optimization) aplicadas por los medios para visibilizar mejor sus contenidos en los resultados orgánicos de los motores de búsqueda.

Entre todos los vocablos, 'pueblo' es el más resaltante tanto en los titulares (52,9%) como en el cuerpo de las noticias (25%); así como en los enlaces o *links* (54,7%). La segunda palabra más frecuente es 'ciudadanía', sobre todo en las bajadas o subtítulos de las informaciones (21,4%); en los espacios multimedia, aparece en videos o audios (47,4%), y en las fotografías (34,3%) (véase la figura 1).

Figura 1. Palabras clave y recursos digitales más frecuentes



Fuente: elaboración propia

La tematización de 'ciudadanía' se da en el área Política (16,9%) y más en las informaciones nacionales (62%) que en las internacionales (25,6%). Del total de documentos analizados, 501 tienen como origen geográfico el Perú; le siguen Venezuela (52), Estados Unidos (47), el mundo en general (13), Colombia (12), Corea del Norte (12), Nicaragua (12), América Latina en general (10), etc. Las menciones a estos países deben entenderse en el contexto noticioso vigente al momento de la captura de la información. Por ejemplo, la crisis en Venezuela y sus efectos en la migración de connacionales a América Latina y al Perú; y la frustrada reforma migratoria en Estados Unidos bajo el mandato de Donald Trump, y el futuro incierto de los llamados 'dreamers' latinos.

La mayor cantidad de palabras clave (50%) se halla en documentos en los que los protagonistas principales no son individuos, sino otros actantes (Latour, 2008); entre los más citados aparecen las organizaciones no gubernamentales-ONG (71,4%) y los grupos o colectivos (47,2%).

En aquellos documentos donde el individuo es el protagonista aparecen más varones (27,4%) que mujeres (11,3%). Por rango de edad, los jóvenes sobresalen en las noticias que emplean el término 'ciudadanía' (42,9%) y 'ciudadano/a' (42,9%).

Las palabras clave aparecen mayoritariamente en los documentos informativos (82%); las fuentes son diversas -locales (34,3%), nacionales (29,7%) e internacionales (25,5%)- en concordancia con el origen y naturaleza de los acontecimientos.

Uno de los resultados más importantes se refiere al nivel o grado de vinculación de la nota periodística con el concepto operativo de 'ciudadanía', sus dimensiones y redefiniciones; y la profundidad con que se abordó, es decir, si el interés del periodista fue referirse a este tema de manera superficial o referencial, indirecta o directamente.

De 1,925 documentos revisados, apenas el 1,6% (32) versaron sobre algún tema relacionado directamente con las definiciones de ciudadanía. En 73,4% (1,404) las palabras clave aparecen como simples menciones, como sinónimos de población, pobladores, personas o peruanos; y en 13,9% (265) fueron referencias indirectas, en las que se desarrolla brevemente alguno de los conceptos. En los documentos donde se hace referencia directa al concepto se utilizan estas acepciones:

- a. 'Ciudadanía' como ejercicio de los derechos civiles (47%) del 'pueblo' o de los 'usuarios' a una identidad, intimidad, al trabajo, a un ambiente limpio; a interactuar en el mercado como consumidores libremente y a disponer de servicios públicos de calidad, en los mundos offline y online.
- b. 'Ciudadanía' como sinónimo de 'nacionalidad' o adscripción a una comunidad (19%).
- c. 'Ciudadanía' y migración (22%), derechos del 'ciudadano/a' a cruzar las fronteras; del ciudadano global y del migrante que, más allá de sus países de origen, gozan de prerrogativas garantizadas por normas supranacionales.
- d. 'Pueblo' para hacer referencia a los derechos de sectores menoscabados (9,4%), como los pueblos indígenas y las mujeres, conglomerados cuyos derechos políticos a elegir y ser elegidos fueron reconocidos en el Perú hace apenas 39 años (Mendoza, 2015).
- e. 'Ciudadanía' como sentimiento y expresión de prácticas sociales de fuerte raigambre popular, como el fútbol (6,4%), generadoras de sentimientos de pertenencia a una colectividad.

A diferencia del resto de la muestra, en estos documentos se abordaron más asuntos internacionales y globales, que locales y nacionales. Es el caso de crisis en Venezuela y la frustrada reforma migratoria en Estados Unidos, antes mencionados, hechos que tuvieron una amplia cobertura en la que primó la palabra 'pueblo'. Otros temas internacionales fueron: el centenario de Azerbaiyán y el desarrollo de su democracia; el otorgamiento de la ciudadanía a minorías étnicas que contribuyen con el estado de bienestar de Francia; las mujeres, su derecho a sufragio y a postular a la presidencia de sus país; restricciones a los derechos de los indígenas en América Latina; derecho a la intimidad y las políticas inmersivas de Facebook y otras redes sociales; protección de los derechos de los consumidores frente a los abusos de los servicios de telecomunicación en la región andina, garantizados por acuerdos supranacionales; y la promoción de una ciudadanía ambiental mundial.

Entre las noticias nacionales figuran: la doble nacionalidad de expresidentes y políticos peruanos, y los riesgos que ello implica; la participación del Perú en el Mundial de Fútbol 2018; el restringido derecho de los medios de comunicación peruanos para acceder a la publicidad estatal; y una serie de noticias sobre limitaciones a derechos laborales y del consumidor (telefonía, transporte y acceso a programas estatales de ayuda social). Se halló que solo un medio digital -Larepublica.pe- tiene una sección denominada Reportero

ciudadano que recoge las aportaciones informativas de sus usuarios sobre problemas que afectan su cotidianeidad.

4.2. Significaciones para los usuarios, reacciones, actitudes y compromisos

La cobertura motivó diversas reacciones en los consumidores de los medios digitales. Del total de comentarios recogidos, la respuesta mayoritaria fue reactiva (93,6%), es decir, además de reaccionar emotivamente, el usuario publicó un comentario breve vinculado al tema. Solo 6,35% se mostró comprometido con la discusión, analizó el tema y dio su concepto de ciudadanía. En 73,2% los comentarios fueron de varones y 23,2% de mujeres; no se pudo identificar a los autores de 3,5% de las respuestas.

Tabla 3. Temas dominantes en las agendas digitales mediática y ciudadana

Agendas temáticas	
Medios digitales	Cibernautas
Política	Inmigración/Identidad
Economía	Sociedad y pobreza
Ciudad/ violencia	Economía
Democracia/participación	Política

Fuente: elaboración propia

Los usuarios más comprometidos reconocen en sus comentarios una preocupación mayor por otros individuos que por las instituciones; por ejemplo, los migrantes venezolanos residentes en el Perú, así como personajes de la política y realidad peruana (como el presidente de la República, Martín Vizcarra, otros expresidentes y líderes deportivos). Resaltan cuatro rubros temáticos: asuntos relacionados con la inmigración e identidad, la sociedad y pobreza, la economía y globalización, y la política. Se trata de una agenda coincidente en algunos campos temáticos con la mediática, pero diferente respecto a la priorización e importancia de los asuntos (véase la tabla 3).

Tabla 4. Prioridades informativas para los medios y usuarios

Enfoques de las noticias digitales	Enfoque de los comentarios de usuarios
Derechos civiles 50%	Migraciones venezolanas 64,1%
Ciudadanía digital	Derechos civiles 20,5%
Usuarios digitales	Ciudadanía digital
Normas supranacionales	Usuarios digitales
Migraciones venezolanas 22%	Normas supranacionales
Nacionalidad 19%	Nacionalidad 8,9%
Nacionalidad EE.UU.	Nacionalidad EE.UU.
Pueblos indígenas 9,4%	Pueblos indígenas 3,5%
Derechos políticos (mujer)	Derechos políticos (mujer)
Fútbol, construye ciudadanía 6,4%	Fútbol, construye ciudadanía 2,5%

Elaboración propia

Algunas preocupaciones ciudadanas no son destacadas por los medios digitales: mientras a los primeros les preocupa las repercusiones de las migraciones de los venezolanos en la vida nacional, los segundos valoran, aunque de manera abstracta, la defensa de los derechos de los peruanos (véase la tabla 4).

La codificación y procesamiento de los comentarios en el programa cualitativo *NVivo* arrojó que la palabra más frecuente para significar ‘ciudadanía’ fue ‘nacionalidad’, concepto que los usuarios definen en función de sus vivencias, el accionar de los actores políticos, de las instituciones y de otros peruanos (véase la figura 2).

Figura 2. Significado de la palabra ciudadanía para el usuario



Elaboración propia

Además de las definiciones señaladas (Definición), los usuarios critican a quienes atentan contra los derechos de las personas (Crítica), ejemplarizan el ejercicio de la ciudadanía (Ejemplos) y toman una posición (Participación) (véase la tabla 5):

Tabla 5. Actitudes de los ciudadanos

Palabra clave	Definición	Crítica	Ejemplo	Participación
Ciudadanía	Perú, nacionalidad, Doble nacionalidad, peruano, [la tierra] de mi padre, todos, fútbol peruano, Pasaporte	Políticos y su doble Nacionalidad Prensa Manipuladora	[Nadie dice] nada sobre Doble nacionalidad de políticos	Aprobarían Doble Nacionalidad
Ciudadano/a	Los peruanos somos ciudadanos, los extranjeros son ciudadanos. Los que pagan impuestos. Los que tienen derechos Derechos	Pocos beneficios para los peruanos. Muchos beneficios para los venezolanos Venezolanos	Venezolanos son Ciudadanos Merecen respeto	[Todos tienen que pagar impuestos]

Pueblo	Peruano, pobre, crítico de la Corrupción	Al Estado, a los medios de comunicación, presidente de la República	Pueblo venezolano tiene derechos y deberes	Pueblo rechaza corrupción; apoya Lucha Anticorrupción de Gobierno Peruano
Usuario/a		A Facebook por vender Datos		Demanda sanción para Servicios tradicionales y digitales (Facebook)

Elaboración propia

- Definición: Ciudadanía como sinónimo de nacionalidad. Se entiende como la tierra donde nacieron sus padres y la pertenencia a un Estado; es el status del ciudadano, que le confiere derechos y deberes ante la ley. Ciudadano es todo peruano, pero también lo es el extranjero; el ciudadano peruano acepta que los políticos tengan doble nacionalidad, pero rechaza la corrupción política; considera que todos -peruanos y extranjeros- deben pagar impuestos; ama el fútbol.

-Crítica: No hay una crítica explícita a la 'ciudadanía', pero sí a determinados actores sociales como el Estado, por no defender los derechos del ciudadano y por aplicar una política migratoria que ha generado un problema social laboral que castiga al peruano versus el extranjero; los políticos que usufructúan con su doble nacionalidad; la prensa porque manipula la información deportiva; y a Facebook por filtrar datos privados de sus usuarios.

-Ejemplo: sacrificado pueblo venezolano; migrantes venezolanos son ciudadanos, pero como tales tienen derechos y deberes que deben cumplir en el Perú.

-Participación: Aprueban doble nacionalidad; demandan que todos los ciudadanos -incluyendo los extranjeros- paguen impuestos; apoyan lucha contra corrupción; rechazan servicios públicos deficientes (telefónicos, digitales, entre otros).

4.4. Percepciones y agenda de los periodistas

Para los periodistas, la palabra 'ciudadanía' es sinónimo de 'derechos'; en otras interpretaciones la definen como el ejercicio del voto universal, del control social ciudadano y como la pertenencia a una colectividad (véase la figura 3).

- Sinónimos. Para referirse a ciudadanía, los periodistas entrevistados utilizan como sinónimos dos tipos de categorías: unas principales y otras secundarias. Las principales suelen ser acepciones generales: 'ciudadanía' es 'sociedad', 'población', 'civilización', 'vecinos', 'público' y 'público adulto'. Las secundarias son más acotadas: 'ciudadanía' como 'nación', 'nacionalidad', 'sociedad organizada', 'civismo' y 'cultura ciudadana'.

- Rol de los medios. La lista de asuntos relacionados con la ciudadanía es amplia y diversa. Los 10 periodistas consideran que difundir este concepto es una responsabilidad ineludible del periodismo como actor social, fiscalizador de la cosa pública, intermediario entre las instituciones y la población, constructor del ciudadanía y de un país mejor, e incluso el compromiso de un periodismo activista.

Figura 3. Definición de ciudadanía para los periodistas



Elaboración propia

La mitad, sin embargo, piensa que la prensa en el Perú no cumple estas tareas a cabalidad por diversos motivos: existe “desinterés” en generar noticias e investigaciones propias y el tema no forma parte de la línea editorial (E.C), “es tarea de las instituciones de la sociedad civil” (J.C.) o porque “eso lo hacen las redes” (G.A). La otra mitad de entrevistados dijo que las funciones se cumplen parcialmente, aunque “podrían ser llevadas a cabo de una manera más profesional” (F.L.), contextualizada, interpretativa y sustentada en fuentes (M.B.). Una periodista señaló que frente al incumplimiento, los públicos deben exigir mayor compromiso como lo hace el llamado periodismo ciudadano (M.A.).

- Convencionales o digitales. Siete de los diez periodistas aseguraron que la prensa convencional cumple con difundir los temas ciudadanos, aunque ello no garantiza calidad y transparencia. Las posiciones estuvieron divididas respecto al periodismo social (Cytrynblum, 2009; Rodríguez-Martínez, Codina, & Pedraza-Ramírez, 2012) que realizan las plataformas digitales; es decir, el conjunto de prácticas orientadas a escuchar a los usuarios (Salaverria, 2005), entregarles información relevante sobre los temas que les interesa (Anderson, *et al.*, 2014; Orihuela, 2012; Gallas, 2014) y sobre los derechos ciudadanos. Cuatro entrevistados dijeron que el periodismo más influyente sí da espacio al tema; otros cuatro consideran que no es una labor sostenida ni prioritaria. Dijeron que la excepción es la nueva prensa digital nativa que hace una cobertura heterogénea y “no depende de los anunciantes, lo cual garantiza su independencia” (E.C.). Dos periodistas creen que esta función ha sido asumida en el Perú por las redes sociales (G.A.).

Solo la mitad de periodistas interactúa de manera sostenida con los cibernautas. Señalan que una dificultad es la cantidad de mensajes que deben leer y contestar “para saber qué necesitan o quieren saber” (M.F.); los atienden según importancia, urgencia, veracidad y especificidad (F.L.).

Cinco periodistas consideran que los ciudadanos deben tener una sección especial en la que expresen sus puntos de vista; otros cinco postulan que los temas ciudadanos deben ser abordados de manera transversal en todo el discurso periodístico digital con el despliegue que ofrecen los recursos multimedia (J.C.).

5. Discusión

Esta investigación confirma los tres supuestos planteados inicialmente. Primero, que los cibermedios hacen una cobertura limitada de los temas vinculados con el ejercicio de la ciudadanía por parte de los peruanos. Segundo, que hay un divorcio entre el concepto de ciudadanía que exponen las plataformas digitales y el de sus destinatarios usuarios. Tercero, que las agendas de los periodistas responsables de estos contenidos no siempre coinciden con los enfoques de los medios donde laboran.

Respecto a la cobertura limitada de las plataformas digitales analizadas habría que señalar que no se condice con el estatus que han alcanzado como organizaciones que gozan de un alto nivel de credibilidad, superior a otras instituciones y estamentos públicos y privados.

Desde una perspectiva semántica, se constata que la palabra 'ciudadanía' es la menos citada y también la menos destacada en la muestra, sobre todo en las macroestructuras del discurso, donde se sintetiza, engloba o jerarquiza el significado o idea dominante de un texto periodístico. Es más, se emplea en cortas notas informativas, sin contexto, desarrollo ni profundidad, lo cual revela la superficialidad con que se abordan estos temas frente a la creciente ebullición de una sociedad civil -cuyo despegue documenta Sinesio López en los primeros años del presente siglo-, que exige respeto, justicia y moralización.

En su lugar, los cibermedios utilizan el vocablo 'pueblo', que tiene un sentido más colectivo, pero que no se equipara al de 'ciudadano', reconocido como la mejor expresión atribuible al individuo en una sociedad democrática moderna (Martuccelli, 2015). Si bien el discurso periodístico personifica la acción de la ciudadanía en el quehacer de los grupos o de las organizaciones no gubernamentales (ONG), como interlocutores y protagonistas en el debate y como públicos activos y representantes de la sociedad civil organizada, no sucede lo mismo con la caracterización de los 'ciudadanos' que aparecen por lo general como sujetos sin identidad, invisibilizados explícita o implícitamente (Ruiz, 2014; Wodak, 2003).

Desde la perspectiva del usuario, se confirma que sus criterios de relevancia son diferentes a los expuestos por los medios (Boczkowski & Mitchelstein, 2013), lo cual explicaría las características de su participación. No obstante, como demuestran los comentarios más comprometidos, a los usuarios les interesa participar en el debate (Westlund & Ekström, 2018).

El trabajo confirma que los cibermedios peruanos y sus eventuales usuarios difunden dos conceptos diferentes sobre el 'ser ciudadano'. Mientras que, para los emisores, la ciudadanía es sinónimo de 'defensa de derechos', para los usuarios es igual a 'nacionalidad'.

La primera acepción más frecuente en los cibermedios -ciudadanía en función de los derechos civiles- es muy pertinente en una sociedad caracterizada por el irrespeto a las libertades individuales, pero puede devenir en tradicional, retórica y abstracta para ciudadanos con acceso a varios canales de información que no requieren necesariamente de la prensa para informarse, sino de interpretaciones más profundas a fin de entender los alcances de los fenómenos que los afectan (Peters & Witschge, 2015).

La segunda acepción más frecuente en los cibermedios relaciona la ciudadanía con las migraciones, un tema que, para los usuarios, es el más importante como pudo verificarse en sus comentarios, donde exponen una serie de críticas y demandas sociales que la agenda mediática no atiende a profundidad. Las migraciones marcan un antes y un después en las preocupaciones ciudadanas probablemente, como señalan los analistas,

porque redefine la relación nacionalidad-ciudadanía (Appadurai, 1999; Borja, 2002; Fuentes, 2010; Kymlicka & Norman, 1996; Mato, 2004; Sassen, 2007).

Un caso que se comenta es la preocupación que estos cibernautas muestran por la migración venezolana, sus alcances y efectos en la economía local; un tema que tampoco aparece como prioridad en la agenda mediática virtual. Los usuarios peruanos entienden que el ser ciudadano trasciende a cualquier diferencia, incluyendo la geográfica, y reconocen que el estatus de ciudadanos alcanza a todos los nacidos en el Perú y también a los venezolanos que se vieron obligados a abandonar su tierra en busca de mejores condiciones de vida, o los latinos que la reforma migratoria de Estados Unidos quiere expulsar. Sin embargo, subsiste en el imaginario, dudas y resquemores que afectan la sana convivencia del peruano y que se traducen en expresiones como “el gobierno favorece al extranjero y sanciona al peruano”, cuando cuestionan la solidaria política de apertura del Estado Peruano hacia los venezolanos.

A diferencia de otros trabajos, que sustentan que las agendas de los usuarios pueden ser más superficiales que las ofrecidas por los cibermedios, en esta investigación se observa que los temas ciudadanos resultan de interés y son valorados por un sector de los cibernautas (Boczkowski & Mitchelstein; 2013; Van Dijk, 2009; Sádaba, 2016; Castells, 2014), sobre todo cuando los afecta y obliga a tomar una posición.

Este análisis sobre los contenidos y la respuesta de los usuarios se ve ratificado por los periodistas entrevistados quienes reconocen que -por línea editorial, desconocimiento, desinterés o simplemente falta de tiempo- las noticias vinculadas a estos temas son de escasa importancia informativa para la prensa digital, pese a las potencialidades que ofrece el interactivo lenguaje digital y sobre todo la urgencia de difundir asuntos de notable interés público y ciudadano, que permitan construir ciudadanía. En otras palabras, como anota O'Donnell (2003), incorporar a más personas como ciudadanos iguales ante la ley.

En este esfuerzo, será valioso el compromiso con las audiencias que expresan y mantienen los periodistas, intensificado en las rutinas del ciberperiodismo (Yezerka, 2008; Mendoza, 2017), sobre todo en el caso de aquellos que laboran en plataformas virtuales noticiosas más consolidadas. En estos casos, los periodistas suelen definirse como piezas fundamentales en el proceso democrático de informar a los ciudadanos (Hermida, y otros, 2011), para entregarles contenido que los forme o actualice respecto a aquello que altera su cotidianidad y los compromete con el futuro de sus naciones (Peters & Witschge, 2015; Schudson, 2000).

6. Conclusiones

En concordancia con el marco referencial recogido para este trabajo y el análisis realizado se concluye que:

- Las agendas mediáticas digitales peruanas están distanciadas de las públicas respecto a la discusión de temas ciudadanos no solo por una cuestión semántica -la ciudadanía significa cosas diferentes para los cibermedios y sus públicos-, sino porque hay diferencias en los enfoques temáticos y en la priorización narrativa de los asuntos vinculados con el ser ciudadano. Las visiones pueden ser complementarias, pero prevalecen disonancias que ponen en evidencia un divorcio y dos discursos.

Como sucede en el periodismo convencional, donde las líneas editoriales de los medios no suelen coincidir con las expectativas de los públicos, el distanciamiento digital demanda un giro en la fijación de las agendas informativas que contempla lo siguiente:

(1) Reorganizar la tematización, a favor de una mirada menos política y pensada en función del usuario. (2) Abordar los asuntos más complejos de la realidad nacional vinculados directamente con los derechos ciudadanos; actualmente se refieren sobre todo a acontecimientos de origen internacional. (3) Dar identidad a las personas; hoy los actores principales son las instituciones, organizaciones, autoridades o el Estado, más que el individuo, el 'ciudadano' o el sujeto de los derechos y de los deberes. (4) Reorientar las asociaciones temáticas más frecuentes -'ciudadanía-política', 'ciudadanía-ONG' y 'ciudadanía-cuestión de adultos'- para incorporar otros ámbitos de la vida ciudadana, otros actores y derechos; las minorías étnicas y las mujeres por ejemplo están ausentes en las prioridades de los cibermedios y también de los usuarios.

- Una tarea gravitante para el periodismo digital será participar en la transformación del concepto de ciudadanía en la web. El llamado periodismo cívico o público -que en otros países latinoamericanos explora en los derechos civiles y políticos- es un camino pendiente por recorrer en las plataformas digitales analizadas. Hoy la presencia de los ciudadanos digitales es heterogénea y ambivalente; de reconocimiento de derechos, pero también de escaso compromiso. La esperanza mayor tal vez sea que a diferencia de otras realidades, un porcentaje de los cibernautas peruanos busca, reclama y crea agendas socialmente responsables en plataformas externas.

Si bien los cibermedios no son todopoderosos, su prestigio en barómetros nacionales y extranjeros, los convierte en voceros autorizados de la ciudadanía. El estudio exploratorio realizado entre mayo y julio del 2018 revela las prioridades de la agenda pública peruana (inmigración e identidad, sociedad, pobreza y economía), pero también problemas estructurales que no son recogidos suficientemente por los medios digitales.

- Los resultados señalan la necesidad de repensar la cobertura para, como señalan los defensores y críticos de una "ciudadanía digital", consolidar una nueva relación entre periodistas y ciudadanos, mantener la credibilidad de la prensa, facilitar el diálogo, establecer nuevos canales de colaboración y de fiscalización a través de foros, redes y otras culturas (moblogging, microblogging, periodismo hiperlocal y de datos). El vertiginoso desarrollo del periodismo digital y de las redes sociales abre posibilidades interesantes en el esfuerzo de construir una ciudadanía sólida donde prime el respeto de los derechos de todas las personas y una mejor convivencia.

- En síntesis, la prensa digital peruana tiene que definir su concepto de ciudadanía que, en principio, debería recoger las expectativas de los ciudadanos para hacer un periodismo con los usuarios y no solo para los usuarios. Las divergencias son positivas en el debate público, pero poco convenientes cuando se trata de avanzar hacia consensos, contribuir al mejor entendimiento de la realidad y a reconocernos como miembros de una misma colectividad. La agenda de la prensa peruana ha girado históricamente en torno a la política, la economía, lo judicial y los deportes. Falta visibilizar al ciudadano, tarea que podría asumir la prensa digital.

Bibliografía

- Acnur. (2018). *¿Cuáles son los derechos humanos de tercera generación?* Obtenido de UNHCR/ACNUR La agencia de la ONU para los refugiados: <https://eacnur.org/blog/derechos-humanos-tercera-generacion/>
- Aguirre Sala, J. (enero de 2015). La emergencia de la ciudadanía de Internet y sus influencias en el Estado. *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*.
- Amado, A. (2014). Periodistas modelo o modelos de periodismo: agendas y prácticas para pensar el periodismo en el siglo XXI. *FES Comunicación Comunicación para América Latina* (4).
- Anderson, B. (1997). *Comunidades imaginadas*. México, DF: Fondo de Cultura Económica.
- Anderson, C., Bell, E., & Shirky, C. (2014). Post-Industrial Journalism: Adapting to the present. *Post-Industrial JourTow Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School*. doi:<https://doi.org/10.7916/D8N01JS7>
- Appadurai, A. (1999). Soberanía sin territorialidad. Notas para una geografía posnacional. *Nueva sociedad*(163), 109-124.
- Ardevol-Abreu, A., Diehl, T., & Gil de Zuñiga, H. (2018). Building Social Capital. How the news and the strength of the ties in the political discussion foster reciprocity. *Revista Internacional de Sociología*, 76(1). doi:10.3989/ris.2018.76.1.16.147
- Bardin, L. (2002). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal Ediciones.
- Bautista, I. (2016). *Evaluación de las hemerotecas de la prensa digital: el caso de los principales diarios iberoamericanos*. Tesis para optar el doctorado por la Universidad Complutense de Madrid. Recuperado el 3 de noviembre de 2016, de <http://eprints.ucm.es/36508/1/T36969.pdf>
- Boczkowski, P., & Mitchelstein, E. (2013). *The New Gap. When the information preferences of the media and the public diverge*. Cambridge Massachusetts: The MIT Press.
- Boczkowski, P., & Mitchelstein, E. (2015). *La brecha de las noticias. La divergencia entre las preferencias informativas de los medios y el público*. Buenos Aires: Manantial.
- Borja, J. (febrero de 2002). Ciudadanía y globalización. *revista del CLAD Reforma y Democracia*(22). Obtenido de <http://siare.clad.org/revistas/0041400.pdf>
- Bourdieu, P. (2012). *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Santillana.
- Brambilla, A. (2017). Microperiodismo en las redes sociales: una revisión de los valores-noticia y del rol del público en el periodismo digital. Tesis para optar el doctorado en Comunicación de la Universidad Austral.
- Brandtzaeg, P., Folstad, A., & Mainsah, H. (2012). Designing for youth civic engagement in social media. *Proceedings of the IADIS conference on Web Based Communities and Social Media 2012*, 65-73.
- Carazo, C. (2018). Periodismo y agenda setting: una discusión sobre el interés por asuntos públicos de la ciudadanía. *Revista de Ciencias Sociales* 160, 15-35.

- Castells, M. (2014). *El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global*. Obtenido de Open Mind: <https://www.bbvaopenmind.com/articulo/el-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global/>
- Charron, J. (1998). Los medios y las fuentes. Los límites del modelo de agenda-setting. En G. Gauthier, A. Gosselin, & J. Mouchon (Edits.), *Comunicación y política* (págs. 72-94). Barcelona: Gedisa.
- Chauca, L. (2 de marzo de 2012). *¿Cómo es la participación ciudadana en la web 2.0?* Obtenido de [clasesdeperiodismo.com](http://www.clasesdeperiodismo.com): <http://www.clasesdeperiodismo.com/2012/03/02/como-es-la-participacion-ciudadana-en-la-web-2-0-ii-niveles-de-participacion/>
- Cohen, J., & Arato, A. (2000). *Sociedad civil y teoría política*. México DF: FCE.
- Coleman, W., & Ross, K. (2010). *The Media and The Public: "Them" and "Us" in Media Discourse*. Massachusetts: Wiley & Blackwell.
- Cortina, A. (16 de octubre de 2007). *Ética de los medios y construcción de la ciudadanía*. Obtenido de Conferencia Magistral: oclaac.org/.../adela-cortina-2007-etica-de-los-medios-y-construccion-de-la-ciudadania...
- Cytrynblum, A. (2009). *Periodismo social. Una nueva disciplina*. Buenos Aires: La Crujía.
- Dalhberg, L. (8 de febrero de 2011). Re-constructing digital democracy: An outline of four 'positions'. *New Media & Society*, 13(6), 855-872. doi:Re-constructing digital democracy: An outline of four 'positions'
- Deutsch, K. (1981). *Las naciones en crisis*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- El Comercio-Ipsos Perú. (1 de octubre de 2017). Encuesta: ¿en qué instituciones confían los peruanos? *elcomercio.pe*, pág. s/p.
- Foucault, M. (2002). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión* (1ra. reimpresión Argentina ed.). Buenos Aires: Siglo veintiuno editores Argentina.
- Fuentes, L. (1 de noviembre de 2010). El concepto de ciudadanía en Internet. *Aracne. Revista electrónica de recursos en Internet sobre Geografía y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona*(139). Obtenido de Aracne. Revista electrónica de recursos en Internet sobre Geografía y Ciencias Sociales: <http://www.ub.edu/geocrit/aracne/aracne-139.htm>
- Gallas, D. (diciembre de 2014). A contribuição do jornalismo para o saber social. Caminhos para uma prática responsável e para o fomento da cidadania. *Chasqui*(127), 48-56. Obtenido de <http://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2293/2309>
- Giner, S., Lamo, E., & Torres, C. (2006). *Diccionario de Sociología*. Madrid: Alianza Editorial.
- Gutiérrez, S., Rodrigo-Alsina, M., & Medina-Bravo, P. (2016). El papel social del periodismo en momentos de crisis. El tratamiento del suceso de Ayotzinapa en dos diarios mexicanos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22(2), 729-745. doi:<http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.54232>

Hermida, A., Singer, J., Domingo, D., Heinonen, A., Paulussen, S., Quandt, T., . . . Vujnovic, M. (2011). *Participatory Journalism. Guarding Open Gates at Online Newspapers*. Massachusetts: Wiler-Blackwell.

Herring, S. (2001). Computer Mediated Discourse. (D. Schiffrin, D. Tannen, & H. Hamilton, Edits.) *Handbook of Discourse Analysis*, 612-634.

Instituto de Estudios Peruanos y Fundación Gustavo Mohme Llona. (2015). *La ciudadanía desde la escuela: vivir en el Perú*. Obtenido de Estudio de opinión pública para conocer percepciones y expectativas sobre ciudadanía y formación ciudadana de estudiantes, docentes y familias en Arequipa, Ayacucho, Callao, Iquitos, Lima y Piura: https://iep.org.pe/wp-content/uploads/2015/12/ciudadania_desde_la_escuela___estudio_encarte.pdf

Kantar Ibope Media. (3 de diciembre de 2018). *10 Trends in media*. Obtenido de [gestion.pe: https://img.gestion.pe/tendencias/estilos/85-anuncios-plataformas-digitales-serian-tv-252720?href=tepuedeinteresar](https://img.gestion.pe/tendencias/estilos/85-anuncios-plataformas-digitales-serian-tv-252720?href=tepuedeinteresar)

Karl, T. (2003). América Latina: ciclos virtuosos o perversos. En G. O'Donnell, O. Iazzetta, & J. Vargas Cullel (Edits.), *Democracia, desarrollo humano y ciudadanía* (págs. 269-280). Santa Fe: Homo Sapiens Ediciones.

Kymlicka, W., & Norman, W. (1996). El retorno del ciudadano. Una revisión de la producción reciente en teoría de la ciudadanía. *Cuadernos del CLAEH*, 1(75), 81-112.

Latinobarómetro. (2017). *Informe 2017 Latinobarómetro*. Obtenido de Banco de datos en línea: <http://www.latinobarometro.org>

Latinobarómetro. (2018). *Informe 2018 Latinobarómetro*. Obtenido de Banco de datos en línea: <http://www.latinobarometro.org>

Latour, B. (2008). *Reemsablar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial.

Legoas, J. (julio-diciembre de 2007). Watchdogs. Ciudadanía y discursos del desarrollo. *Tábula rasa*(7), 17-46.

López, S. (1997). *Ciudadanos reales e imaginarios: concepciones, desarrollo y mapas de la ciudadanía en el Perú*. Lima: Instituto de Diálogo y Propuestas.

López, S. (2013). *Alan García: Los años del Perro del Hortelano*. Lima: Lápix Editores.

Lozada, M. (2004). El ciberciudadano: representaciones, redes y resistencias en Venezuela y América Latina. En D. Mato (Ed.), *Políticas de Ciudadanía y Sociedad Civil en tiempos de globalización* (págs. 167-180). Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela.

Marshall, T., & Bottomore, T. (1991). *Ciudadanía y clase social*. Buenos Aires: Alianza Editorial.

Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. México D.F.: Editorial Gustavo Gili.

Martínez, G. (2004). Internet y ciudadanía global: procesos de producción de representaciones sociales de ciudadanía en tiempos de globalización. En D. Mato (Ed.),

Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización (págs. 181-200). Caracas: Faces. Universidad Central de Venezuela.

Martuccelli, D. (2015). *Lima y sus arenas*. Lima: Cauces Editores.

Masip, P., & Suau, J. (2014). Audiencias activas y modelos de participación en los medios de comunicación españoles. *Hipertext.net* (online)(12). doi:<https://doi.org/10.26441/RC16.2-2017-A2>

Mato, D. (2004). Redes transnacionales de actores globales y locales en la producción derepresentaciones de ideas de sociedad civil. En D. Mato (Ed.), *Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización* (págs. 67-93). Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela.

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda*. Barcelona: Paidós.

Mendoza , M. (2017). *El rostro de los diarios digitales*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.

Mendoza, M. (2015). *La comunidad política en siglo XX y el rol del periodismo escrito en la producción de significados (Tesis de maestría)*. Lima: PUCP.

Moreno, A., Molina, P., Corcoy, M., Aguilar, A., & Borrás, M. (2013). Infoparticip@: periodismo para la participación ciudadana en el control democrático. Criterios, metodologías y herramientas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19(2), 783-803. Obtenido de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/43471/41118>

Nip, J. (2006). Exploring the second phase of public journalism. *Journalism Studies*, 7(2), 1-10. doi:10.1080/14616700500533528

Núñez, F. (2007). El concepto de vecino/ciudadano en Perú (1750-1850). *Araucaria. Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades [en línea]*, 9(17), 235-253.

O'Donnell, G. (2004). El Estado: presupuesto de la democracia. En PNUD, *La democracia en América Latina. Hacia una democracia de ciudadanos y ciudadanas* (pág. 65). Buenos Aires: Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.

O'Donnell, G. (2008). Hacia un Estado de y para la Democracia. En R. Mariani (Ed.), *Democracia/Estado/Ciudadanía. Hacia un Estado de y para la Democracia en América Latina* (págs. 25-64). Lima: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo-PNUD.

Orihuela, J. (2012). *80 claves sobre el futuro del periodismo*. Madrid: Anaya Multimedia.

Ortega, W. (Setiembre/Diciembre de 2015). *Reseña: Ciudadanía digital. Entre la novedad del fenómeno y las limitaciones del concepto*. Obtenido de SciELO: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212015000300010&lng=es&tlng=es.

Peters, C., & Witschge, T. (2015). From Grand Narrative of Democracy to Small Expectations of Participation. Audiences, citizenship, and interactive tools in digital journalism. En S. Steensen, & L. Ahva (Edits.), *Journalism Practice. Theories of Journalism in a Digital Age* (págs. 19-34). Taylor & Francis Online. doi:<https://doi.org/10.1080/17512786.2014.928455>

Remy, M. (2005). *Los múltiples campos de la participación ciudadana en el Perú*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

- Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes*. Barcelona: Gedisa.
- Rheingold, H. (2009). *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Madrid: Gedisa.
- Rincón, O. (Mayo-Agosto de 2017). Periodismo mutante y bastardo. *Revista CS en Ciencias Sociales Universidad ICESI*(22), 15-31. Obtenido de https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/revista_cs/article/view/2394/3128
- Rodríguez-Martínez, R., Codina, L., & Pedraza-Ramírez, R. (2012). Indicadores para la evaluación de la calidad en cibermedios. *Española de Documentación Científica*, 61-93.
- Rosanvallon, P. (2004). Ciudadanía y comunidad de ciudadanos. En PNUD, *La democracia en América Latina. Hacia una democracia de ciudadanos y ciudadanas* (pág. 52). Buenos Aires: Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.
- Rosenberry, J. (1 de marzo de 2017). Revitalizing the Bonds of Journalism, Citizenship, and Democracy. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(1), 282-285. doi:<https://doi.org/10.1177/1077699016684779>
- Ruiz, J. (Abril-Junio de 2014). El discurso implícito: aportaciones para un análisis sociológico. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 171-190. doi:<http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.146.171>
- Sádaba, C. (2016). Innovación en el sector de los medios. En R. Salaverría (Ed.), *Ciberperiodismo en Iberoamérica* (págs. 424-433). Barcelona: Ariel y Fundación Telefónica. Obtenido de http://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado
- Saiz-Echezarreta, V., & Galletero-Campos, B. (2017). El periodista como agente social: Propuesta didáctica para la intervención comunicativa en comunicados cercanos. *El profesional de la información*, 26(1). doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.13>
- Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en Internet*. Pamplona: Eunsa.
- Sassen, S. (enero de 2007). *Una sociología de la globalización*. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/251919848_Una_sociologia_de_la_globalizacion
- Schiavo, E. (2002). Los ciudadanos de la Sociedad de la Información: entre los “señores del aire” y el pueblo natal. En S. Finquelievich (Ed.), *¡Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio* (págs. 40-50). Buenos Aires: La Crujía.
- Schlesinger, P. (2007). Nación y espacio comunicativo. En L. Luchessi, & M. G. Rodríguez (Edits.), *Frontera globales. Cultura, política y medios de comunicación* (págs. 65-87). Buenos Aires: La Crujía.
- Schudson, M. (1 de Abril de 2000). The domain of journalism studies around the globe. *Journalism*, 1, 55-59. doi:<https://doi.org/10.1177/146488490000100110>
- Sierra, F., & Gravante, T. (enero-junio de 2016). Ciudadanía digital y acción colectiva en América Latina. Crítica de la mediación y apropiación social por los nuevos movimientos sociales. *La Trama de la Comunicación*, 20 (1), Páginas 163 a 175 .

- Suárez-Villegas, J. (2017). El periodismo ciudadano. Análisis de opiniones de periodistas profesionales de España, Italia y Bélgica. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*,(74). doi:<https://doi.org/10.29101/crcs.v0i74.4383>.
- Trejo, R. (2002). Internet y vida urbana: cuando el ciberespacio y la calle se complementan. En S. Finkelievich (Ed.), *¡Ciudadanos, a la Red! Los vínculos sociales en el ciberespacio* (págs. 26-50). Buenos Aires: La Crujía.
- Turati, M. (16 de abril de 2007). *Apuntes para un periodismo social*. Obtenido de Periodistas de a pie: <https://periodistasdeapie.wordpress.com/aceca-del-periodismo-social/>
- Van Dijk, T. A. (2009). *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa.
- Vieira, L. (1998). *Ciudadanía y control social*. Obtenido de <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/clad/unpan000170.pdf>
- Waisbord, S. (2007). Los medios y la reinención de la nación. En L. Luchessi, & M. G. Rodríguez, *Fronteras globales. Cultura, política y medios de comunicación* (págs. 29-63). Buenos Aires: La Crujía.
- Waisbord, S. (2013). *Vox Populista*. Buenos Aires: Gedisa.
- Westlund, O., & Ekström, M. (2018). News and Participation through and beyond Proprietary Platforms in an age of social media. *Media and Communication*, 6(4), 1-10. doi:10.17645/mac.v6i4.1775
- Wodak, R. (2003). El enfoque histórico del discurso. En R. Wodak, & M. Meyer, *Métodos del análisis crítico del discurso* (págs. 101-142). Barcelona: Gedisa.
- Yezer'ska, L. (octubre de 2008). *Perfil profesional del periodista digital peruano en la primera década del ciberperiodismo*. Obtenido de Researchgate.net: <https://www.researchgate.net/publication/305346752>