
Periodismo democratizado

[Jennifer Veale](#)

- [OhmyNews.com](#),
Seúl (Corea del Sur)

El día de las elecciones, celebradas en diciembre de 2002, el diario *on line* surcoreano *OhmyNews* comenzó a publicar informes actualizados a cada minuto sobre cómo el candidato a la presidencia, Roh Moo-hyun, iba a la zaga en el recuento de votos. La exhaustiva cobertura de la web resultó ser una bendición para el candidato de izquierdas. Los jóvenes lectores de la página, hambrientos de reformas, enviaron mensajes de texto con los que instaban a sus compatriotas a votar por Roh. Al final del día, ganaba las elecciones por un escaso margen, un 2,3%. En cuanto a *OhmyNews*, se convirtió en el medio de comunicación favorito de todo el mundo. Para dar el beneplácito a este nuevo poder político, Roh les concedió en exclusiva su primera entrevista.

Hasta hace poco era inimaginable que una web disidente llegara a influir tanto. Los medios surcoreanos han sido controlados por numerosas élites durante mucho tiempo, una situación en parte heredada de los años de dictadura militar. Sin embargo, en febrero de 2000, Oh Yeon Ho, que fue reportero de la revista de izquierdas *Mahl*, se hartó de la ideología conservadora de los magnates de la prensa. "La voz de los ciudadanos ha sido desoída durante demasiado tiempo", dice Oh. "Las voces progresistas y conservadoras deberían ser escuchadas por igual".

Así fue como el periodista compró unos cuantos ordenadores y creó una web. Se valió de la afinidad que tienen los surcoreanos con la tecnología de la comunicación —alrededor de un 75% tiene un acceso a Internet de alta velocidad— para animar al ciudadano de a pie a husmear en busca de nuevas historias para colgar en la Red. Les pedía que enviaran artículos, comentarios, fotos y vídeos a través de sus ordenadores y móviles, y convirtió *OhmyNews* en el primer diario *on line* interactivo del mundo. A diferencia de la élite de los medios de comunicación del país, que según Oh no prestan atención a las inquietudes del surcoreano medio, su web permitió que todo el mundo opinara sobre temas que van desde la política a la poesía. Su eslogan es: "Todo los ciudadanos son reporteros".

La web tiene como eslogan: "Todos los ciudadanos son reporteros". Sin embargo, los lectores han advertido que en ocasiones el contenido es poco fiable

El experimento ha sido un éxito. *OhmyNews* se vanagloria de contar con cerca de 42.000 reporteros en toda Corea del Sur, cuyo trabajo es sometido a investigación por un equipo de redactores para evitar información inexacta y difamatoria. En torno al 30% del contenido es generado por periodistas profesionales. Ésta página, que lleva seis años en la Red, ha adquirido fama tan rápidamente que se considera un símbolo internacional del periodismo del siglo XXI. Expertos de la Universidad de Harvard y ejecutivos de Google han invitado a Oh a dar conferencias para estudiar cómo el diario digital combina las virtudes de los viejos medios de comunicación con las ventajas de los nuevos. La web también se ha expandido a escala internacional. Su versión en inglés se lanzó en 2004 y ya cuenta con 1.000 colaboradores procedentes de 89 países. Además, el gigante nipón de las telecomunicaciones y los medios de comunicación, Softbank Corp., invirtió 11 millones de dólares (unos ocho millones de euros) en *OhmyNews* para obtener la versión en japonés, lanzada el pasado agosto.

Aunque el diario *on line* ha obtenido halagos de los expertos, ha dejado de ser el preferido. La competencia puede ser uno de los motivos. Su repentino éxito generó una plaga de imitadores que han eclipsado sus logros. Portales surcoreanos, como el número 1 del *ranking*, Naver.com, han adquirido una gran fama por sus noticias y páginas de ocio. El 80% de los usuarios del país se conectan a este tipo de webs para obtener información.

Otra razón de la caída de popularidad de *OhmyNews* es que los lectores han advertido que el contenido a veces es poco fiable. Los colaboradores tienden a escribir sobre temas que apelan a lo emocional y estas historias plantean un problema de credibilidad para la página cuando los escritores no respaldan sus artículos con hechos. Por ejemplo, en 2002 dos soldados estadounidenses atropellaron (por accidente) con un tanque a dos estudiantes surcoreanas. Colaboradores de *OhmyNews* sugirieron que lo habían hecho a propósito, a pesar de no ser cierto. En 2003, el diario *on line* colgó un artículo que aseguraba que EE UU había ideado un plan de ataque aéreo contra una infraestructura nuclear en Corea del Norte. El reportaje resultó ser incorrecto. "La web tiene una gran influencia social y no la utiliza con el debido cuidado", dice Robert Koehler, un experto en medios que dirige un popular *blog* en inglés sobre Corea del Sur.



Pais interactivo: Corea del Sur es un buen lugar para los medios *on line*, ya que la mayoría de sus ciudadanos gozan de acceso a Internet de banda ancha.

Irónicamente, lo que perjudica a *OhmyNews* es lo que le dio la fama: su relación con Roh. Los críticos alegan que la web se resiste a criticarle porque el Gobierno concede primicias a la página. Al igual que el índice de aprobación del presidente surcoreano —por debajo del 20%—, la popularidad de *OhmyNews* también cae. "Tiende a apoyar a Roh y no refleja el punto de vista

de los demás", dice Ion Young-chul, profesor de periodismo en la Universidad Yonsei, en Seúl.

OhmyNews causó un gran impacto al aceptar una subvención de 10.000 dólares de un fondo de ayuda para medios de comunicación en declive. Los analistas preguntaron por qué Oh necesitaba dinero si aseguraba que su compañía llevaba tres años con saldo positivo. Los editores eludieron la pregunta, diciendo que el proceso era transparente. No parece preocuparles el arriesgar la independencia de la web a pesar de que la élite de los periódicos conservadores del país, a los que Oh recrimina, se vieron en una situación comprometida por su connivencia con las administraciones anteriores.

OhmyNews aún conserva la esperanza de poder captar más lectores en las elecciones presidenciales que se celebrarán este año en Corea del Sur. Con legiones de ciudadanos-reporteros a su disposición, no es de extrañar que la cobertura de la campaña será plena, aunque no está tan claro si la gente la seguirá. Las elecciones podrían al final traducirse en la pérdida de una moción de confianza por parte del periodismo ciudadano.

Periodismo democratizado. [Jennifer Veale](#)

-
- [OhmyNews.com](#),
Seúl (Corea del Sur)

El día de las elecciones, celebradas en diciembre de 2002, el diario *on line* surcoreano *OhmyNews* comenzó a publicar informes actualizados a cada minuto sobre cómo el candidato a la presidencia, Roh Moo-hyun, iba a la zaga en el recuento de votos. La exhaustiva cobertura de la web resultó ser una bendición para el candidato de izquierdas. Los jóvenes lectores de la página, hambrientos de reformas, enviaron mensajes de texto con los que instaban a sus compatriotas a votar por Roh. Al final del día, ganaba las elecciones por un escaso margen, un 2,3%. En cuanto a *OhmyNews*, se convirtió en el medio de comunicación favorito de todo el mundo. Para dar el beneplácito a este nuevo poder político, Roh les concedió en exclusiva su primera entrevista.

Hasta hace poco era inimaginable que una web disidente llegara a influir tanto. Los medios surcoreanos han sido controlados por numerosas élites durante mucho tiempo, una situación en parte heredada de los años de dictadura militar. Sin embargo, en febrero de 2000, Oh Yeon Ho, que fue reportero de la revista de izquierdas *Mahl*, se hartó de la ideología conservadora de los magnates de la prensa. "La voz de los ciudadanos ha sido desoída durante demasiado tiempo", dice Oh. "Las voces progresistas y conservadoras deberían ser escuchadas por igual".

Así fue como el periodista compró unos cuantos ordenadores y creó una web. Se valió de la afinidad que tienen los surcoreanos con la tecnología de la comunicación —alrededor de un 75% tiene un acceso a Internet de alta velocidad— para animar al ciudadano de a pie a husmear en busca de nuevas historias para colgar en la Red. Les pedía que enviaran artículos, comentarios, fotos y vídeos a través de sus ordenadores y móviles, y convirtió *OhmyNews* en el primer diario *on line* interactivo del mundo. A diferencia de la élite de los medios de comunicación del país, que según Oh no prestan atención a las inquietudes del surcoreano medio, su web permitió que todo el mundo opinara sobre temas que van desde la política a la poesía. Su eslogan es: "Todo los ciudadanos son reporteros".

La web tiene como eslogan: "Todos los ciudadanos son reporteros". Sin embargo, los lectores han advertido que en ocasiones el contenido es poco fiable

El experimento ha sido un éxito. *OhmyNews* se vanagloria de contar con cerca de 42.000 reporteros en toda Corea del Sur, cuyo trabajo es sometido a investigación por un equipo de redactores para evitar información inexacta y difamatoria. En torno al 30% del contenido es generado por periodistas profesionales. Ésta página, que lleva seis años en la Red, ha adquirido fama tan rápidamente que se considera un símbolo internacional del periodismo del siglo XXI. Expertos de la Universidad de Harvard y ejecutivos de Google han invitado a Oh a dar conferencias para estudiar cómo el diario digital combina las virtudes de los viejos medios de comunicación con las ventajas de los nuevos. La web también se ha expandido a escala internacional. Su versión en inglés se lanzó en 2004 y ya cuenta con 1.000 colaboradores procedentes de 89 países. Además, el gigante nipón de las telecomunicaciones y los medios de comunicación, Softbank Corp., invirtió 11 millones de dólares (unos ocho millones de euros) en *OhmyNews* para obtener la versión en japonés, lanzada el pasado agosto.

Aunque el diario *on line* ha obtenido halagos de los expertos, ha dejado de ser el preferido. La competencia puede ser uno de los motivos. Su repentino éxito generó una plaga de imitadores que han eclipsado sus logros. Portales surcoreanos, como el número 1 del *ranking*, Naver.com, han adquirido una gran fama por sus noticias y páginas de ocio. El 80% de los usuarios del país se conectan a este tipo de webs para obtener información.

Otra razón de la caída de popularidad de *OhmyNews* es que los lectores han advertido que el contenido a veces es poco fiable. Los colaboradores tienden a escribir sobre temas que apelan a lo emocional y estas historias plantean un problema de credibilidad para la página cuando los escritores no respaldan sus artículos con hechos. Por ejemplo, en 2002 dos soldados estadounidenses atropellaron (por accidente) con un tanque a dos estudiantes surcoreanas. Colaboradores de *OhmyNews* sugirieron que lo habían hecho a propósito, a pesar de no ser cierto. En 2003, el diario *on line* colgó un artículo que aseguraba que EE UU había ideado un plan de ataque aéreo contra una infraestructura nuclear en Corea del Norte. El reportaje resultó ser incorrecto. "La web tiene una gran influencia social y no la utiliza con el debido cuidado", dice Robert Koehler, un experto en medios que dirige un popular *blog* en inglés sobre Corea del Sur.

Irónicamente, lo que perjudica a *OhmyNews* es lo que le dio la fama: su relación con Roh. Los críticos alegan que la web se resiste a criticarle porque el Gobierno concede primicias a la página. Al igual que el índice de aprobación del presidente surcoreano —por debajo de 20%—, la popularidad de *OhmyNews* también cae. "Tiene a apoyar a Roh y no refleja el punto de vista de los demás", dice Ion Young-chul, profesor de periodismo en la Universidad Yonsei, en Seúl.

OhmyNews causó un gran impacto al aceptar una subvención de 10.000 dólares de un fondo de ayuda para medios de comunicación en declive. Los analistas preguntaron por qué *OhmyNews* necesitaba dinero si aseguraba que su compañía llevaba tres años con saldo positivo. Los editores eludieron la pregunta, diciendo que el proceso era transparente. No parece preocuparles el arriesgar la independencia de la web a pesar de que la élite de los conservadores del país, a los que *Oh* recrimina, se vieron en una situación comprometida por su connivencia con las administraciones anteriores.

OhmyNews aún conserva la esperanza de poder captar más lectores en las elecciones presidenciales que se celebrarán este año en Corea del Sur. Con legiones de ciudadanos-reporteros a su disposición, no es de extrañar que la cobertura de la campaña será plena, aunque no está tan claro si la gente la seguirá. Las elecciones podrían al final traducirse en la pérdida de una moción de confianza por parte del periodismo ciudadano.

Jennifer Veale, freelance residente en Seúl, es colaboradora habitual de Time Asia.

Fecha de creación

28 agosto, 2007