

Conversaciones en la red: **Weblogs,**

Galería de Papel. Anteojos. Iván Petrovsky 1963



periodismo 3.0 e infocidadanía

“Hay tres maneras de ver cómo es informada una sociedad. La primera es que las personas son crédulas y leerán, escucharán o verán casi todo. La segunda es que la mayoría de las personas requieren un intermediario informado para decirles qué es bueno, importante o significativo. La tercera es que las personas son muy inteligentes. Dados los medios, pueden organizar las cosas para sí mismas y encontrar su propia versión de la verdad”.

Dale Peskin, Media Center.

Premisa uno: la mejor forma de saber qué es un weblog es conectarse a Internet y navegar por uno, y luego otro, y luego saberse enganchado. Premisa dos: la mejor forma de saber cómo funciona un weblog es crearlo y empezar a publicar, es gratuito y resulta tan sencillo como abrir un correo electrónico. Premisa tres: es difícil pensar un texto plano como éste para explicar el funcionamiento de un sistema de publicación en línea que trabaja con recursos multimedia, permite la participación inmediata de los lectores y además posee el atractivo del hipervínculo, que lo llevará a usted a otra página o diccionario o referencia, producida por otra persona, en un instante y sin despegarse de la pantalla.

Aquí escribiremos para páginas impresas y trataremos de no naufragar en el intento de aprehender una pequeña pero agitada parte de la red de redes: las bitácoras participativas. La sacudida que han ocasionado los usuarios de la red permite hablar de cambios reales en un mundo que cada vez es menos virtual. La irrupción de los weblogs, wikis, foros de discusión, listas de correo y otras plataformas de generación de contenidos de for-

ma participativa, han acelerado un cambio en el periodismo digital que permea en el resto de los media.

Para empezar, un weblog no es un medio periodístico por sí mismo. Es una herramienta de publicación y transmisión de contenidos, como un cuaderno, un libro, un teléfono o una valla ambulante. En este caso se caracteriza por depender de la infraestructura informática, tener forma de página web tipo columna y que su contenido (anotaciones, entradas, apuntes o *posts*) aparece en forma cronológica. Puede referirse a ellos indistintamente como blog, weblog o bitácora, y su autor puede denominarse *blogger*, *bitacore-ro*, escritor o lo que desee. El uso del medio será lo que lo defina luego, y su uso depende obviamente del usuario que lo genere. Así, un weblog no es periodístico a menos que su autor lo use con ese fin.

Servicio como el site español Bitácoras.com o Blogger.com, que desde 2003 es parte del emporio digital Google, permiten publicar weblogs y mantenerlos mediante una interfaz tan sencilla como la de envío de e-mails. No se requieren conocimientos de diseño web pues hay plantillas prediseñadas y gratuitas para los usuarios.

La publicación en prensa ya no es la última palabra sobre un tema. La web en mano de los usuarios, con mayores recursos de publicación independiente, está transformando el escenario de la sociedad de la información. Se favorece una nueva forma de periodismo heterodoxo, múltiple y altamente participativo. Con otras reglas de juego, los weblogs demuestran que los medios son de la gente y se hacen desde ella. Es el periodismo construido recíprocamente, con respuesta inmediata y con roles de producción y consumo informativo que no se habían visto antes. Las conversaciones públicas en la red son otro paso de la ciudadanía conectada con la actualidad

■ Luis Carlos Díaz V

Pero además, el sistema abierto permite que los diseños sean intervenidos con programas como wordpress. El escritor, una vez creado el espacio, debe preocuparse solamente de escribir y mantenerlo actualizado, sin mayores trámites.

Además del carácter personal que quiera imprimirle cada autor a su morada electrónica, el auge de los blogs se debe en gran parte a la capacidad de interacción que tiene con otras páginas. Un artículo puede referirse a otros escritos de terceros o aparecidos en medios “tradicionales” en la web. El universo blog (o “blogosfera”) conforma una innumera nebulosa conversacional, en la que cada artículo publicado en cada bitácora permite la participación de sus lectores en forma de comentarios. Son páginas dinámicas. Versar y conversar, así se alimentan y crecen exponencialmente las relaciones interpersonales en la red de redes. El conocimiento se desarrolla de forma dialógica y los procesos de consumo cambian cuando cada usuario puede ser un nodo multiplicador de mensajes a muchos.

NEGROPONTE = VERNE

En su libro *Ser digital*, del año 1996, Nicolás Negroponte se apuntaba la creación de un “The Daily Me”, como el medio creado individualmente por cada usuario de Internet que estuviese dispuesto a construir su propia plataforma de generación de contenidos, aprovechando las características de la red:

Ésta es **autoorganizada**: que es una forma de decir que no está organizada realmente, sino que se autogenera, se regula y crece con el motor de sus usuarios y empresas interesadas. Está estructurada de forma horizontal, conformando un tejido real no burocrático.

Su estructura es **Abierta**: a todo el que acceda a la tecnología necesaria, que cada día se tambalea entre democratizarse o abrir más la brecha. Sin embargo, una vez adquirido lo necesario (un computador con conexión a internet), las reglas del juego son otras y pasa a depender estrictamente de la capacidad del usuario para interactuar o crear dentro del sistema. Para escoger del menú de botellas lanzadas al mar.

Posee una **arquitectura interactiva**: conforma una especie de ampliación de las conversaciones públicas en el que hay una relación de diálogo constante entre lecturas de lecturas y más lectores. Genera comunidad y suma conexiones múltiples como las neuronas de un gran cerebro en

“

Cambió el flujo informativo digital: somos parte de un reordenamiento en su crecimiento; y éste se ha tornado más caótico, o más libre, para ser apropiados. Asistimos al mar revuelto de los odiseos, en el que naufragar no siempre es un fracaso

”

formación. La plataforma tecnológica está pensada para que, según la arquitectura de la información, deje a la vista del usuario los contenidos, su generación y manipulación, en interfaces amigables y relativamente fáciles de utilizar; y deja por detrás, como estructuras invisibles, los códigos en html y lenguajes de programación con los que lidian los programadores.

Nuevos medios generan nuevas formas de mediar y crean nuevos universos culturales, con referencias y metalenguajes incluidos. De esta forma, si en algún momento los hombres y mujeres fueron excluidos por no saber leer y escribir, o por no poseer un aparato telerreceptor (recordemos a Mafalda en la época pre-TV); así como Manuel Castells separaba a los centros y periferias según el acceso a nuevas tecnologías, igualmente Internet crea un nuevo grupo: los que se apropian del uso tecnológico de los actuales sistemas informativos.

Gracias al universo weblog, más personas pueden acceder a un tipo de información que tan solo depende de la transferencia de bits, como apuntaba Negroponte. En la actualidad, la publicación de bitácoras soporta no sólo texto e imagen, sino sonido o video, de forma gratuita. Los sonidos pueden ser canciones en formato mp3 o locuciones hechas por los

usuarios (popularizadas como podcasting: del iPod y bradcasting) que pueden ser escuchadas en línea o descargadas a un aparato reproductor. Los videos, por su peso en megabytes dependen todavía de la velocidad de conexión de los usuarios. Basta que en poco tiempo los anchos de banda aumenten un poco, para que las velocidades de transferencia de grandes paquetes de datos se reduzcan, y podremos ver hasta canales de televisión digital generados por usuarios de esta nueva ola.

Incluso desde 2004, el servicio de mensajería instantánea MSN puso a disposición gratuita de sus usuarios la creación de *spaces*. Sitios web interactivos, prediseñados, que conjugan el formato blog con el de álbum de fotos. Con una tónica bastante personalizada, onanista y de proyección personal, los *spaces* se han hecho populares entre los usuarios adolescentes y adultos jóvenes. El hecho de poder generar su propio medio, de una manera sencilla, les permite hacerse públicos ante un mundo incógnito y mantener actualizadas a sus amistades. La vida de la gente pasa a ser el medio y el mensaje.

SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

“Hay que aprender a sumar las grandes cantidades de materia y de antimateria, de cuerpos y anticuerpos, para entender. O para vacunarnos”.

Jaime Sabines, Actualidad.

Cambió el flujo informativo digital: somos parte de un reordenamiento en su crecimiento; y éste se ha tornado más caótico, o más libre, para ser apropiados. Asistimos al mar revuelto de los odiseos, en el que naufragar no siempre es un fracaso. Internet es un sintetizador de medios de comunicación. Navegar en la red de redes al encuentro con el otro, dejando margen para el azar, se ha convertido en una experiencia cotidiana para buena parte del mundo desarrollado y sus periferias.

Hay una transformación de los soportes tecnológicos para la palabra. Hace años pasamos del papel a la coexistencia con la pantalla. Ahora esa pantalla puede ser portátil, la navegación web a través de teléfonos celulares permite descargar las actualizaciones de los weblogs registrados e irlos leyendo durante el día. No se necesita estar “estacionado” frente a un computador para interactuar en la red: ahora somos la red y nos movemos en ella y con ella.

Otra experiencia participativa en la web ha sido la aparición de los wikis, suerte de enciclopedia social construida por los propios lectores. Desde la aparición de la wikipedia en el 2001, la cantidad de artículos en las lenguas del mundo han pasado del millón, con predominio en el inglés. Cada artículo de la wikipedia ha sido escrito por algún usuario y luego está a disposición, abierto para que otro lo complemente, lo corrija o haga observaciones. Con total libertad, los usuarios se regulan a sí mismos. Todo usuario puede manipular la información y ésta quedará registrada como un historial de cambios. Toda entrada nueva posee el artículo escrito con su apoyo intertextual, un foro de discusión y el historial de cambios. En un escenario así, se borran las fronteras entre consumidores y productores de conocimiento.

La wikipedia se sostiene bajo el principio de confianza y honradez común entre los lectores, y aunque no puede ser precisa aún, es orgánica y altamente referencial. Cuenta con la premisa del Punto de Vista Neutral (NPOV), enciclopédico, y si un artículo es altamente discutido o conflictivo (vea las biografías de algunos presidentes) aparecerá una advertencia al inicio del mismo avisando que no está cumpliendo con esa premisa.

Proyectos como la Wikipedia, los foros de discusión o las listas de correo (públicas o privadas), hablan de una red viva y socializante. Socializar la web, hacerla más humana, es un paso decisivo para la conformación de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, que pasa por la apropiación de la misma que hagan los ciudadanos. De esta manera, pueden coexistir de forma cooperativa el mundo digital y analógico. Echaríamos por tierra la idea de “mundo real” y “digital”, pues ambos serían impensables de manera excluyente si se desea caracterizar la realidad, donde coexisten y se alimentan una de otra.

PERIODISMO EN LA BLOTECA DE BABEL

En un principio, el periodismo para la web significó colocar en línea los contenidos producidos por los medios de comunicación convencionales. Sólo eso. El periodista escribe el texto, un fotógrafo trae una imagen y en lugar de imprimirlo se colocaba en la web. ¿Y dónde queda ese trabajo si se cuenta hoy con estas nuevas herramientas?

Para el periodista argentino, Darío Gallo, mantener esa dinámica después de

“

La web ciudadana es un archipiélago de voces, el directorio Technorati registra más de 15 millones de blogs a finales de 2005, y las audiencias de estos millones de nuevos micromedios son igualmente unas nanoaudiencias en comparación al total de usuarios de Internet

”

10 años de ejercicio es menospreciar al cyberperiodista al darle las funciones que hoy realiza un chico de 13 años con su blog.

Juan Varela (2005), experto en nuevas corrientes de periodismo online, define de entrada los pasos del uso de herramientas para llegar al periodismo 3.0:

- **Periodismo 1.0** es el que traspaasa contenido tradicional de medios analógicos al ciberespacio.

- **Periodismo 2.0** es la creación de contenido en y para la Red, sumando sus características de hipertextualidad, interactividad, multimedia, etc.

- **Periodismo 3.0** es la socialización de la información periodística a través de una conversación virtual en la que los participantes intervienen en el propio mensaje.

En el año 2003 el American Press Center publicó en Estados Unidos y para la red el libro **Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información**. En él perfilan el periodismo participativo y la utilidad de los weblogs en estas nuevas redes. La obra está inspirada en el poder de la ciudadanía y la responsabilidad del periodismo como servicio público del que también se hacen eco Bill Kovach y Tom

Rosenstiel en su libro *Los elementos del periodismo*, indispensable para el presente de reacomodos en la identidad y funciones de los profesionales de la información periodística.

La adopción de nuevas tecnologías es el aderezo para los nuevos desafíos de la prensa. Anota Dan Gillmor, del The San Jose Mercury News: “*Soy optimista, en gran parte porque la tecnología será difícil de controlar en el largo plazo, y porque a la gente le gusta contar historias. La nueva audiencia estará fragmentada más allá de cualquier cosa que hayamos visto, pero las noticias serán más relevantes que nunca*”.

La web ciudadana es un archipiélago de voces, el directorio Technorati registra más de 15 millones de blogs a finales de 2005, y las audiencias de estos millones de nuevos micromedios son igualmente unas nanoaudiencias en comparación al total de usuarios de Internet. Pero su influencia y legitimidad ha dado pasos gigantados, llegando al punto de contarse como hitos contemporáneos el uso de weblogs para contar experiencias como las explosiones en Londres o Madrid, el huracán Katrina en EUA, las manifestaciones en Francia a fines de 2005 o el movimiento islámico mundial por la publicación de unas caricaturas de Mahoma en Dinamarca.

Gillmor comentó en su propio weblog y lo recoge el documento **Nosotros, el medio** una serie de principios para periodistas ante escenarios actuales:

- “Mis lectores saben más que yo.
- Ésta no es una amenaza sino una oportunidad.
- Podemos usar este principio para crear juntos algo intermedio entre un seminario y una conversación que nos eduque a todos.
- La tecnología de la interactividad y las comunicaciones –en la forma de correo electrónico, weblogs, tableros de mensajes, sitios web y más– hacen que esto pase”.

No solamente es múltiple e inconmensurable el océano de bitácoras, también se mueve en tiempo real. Al periódico hay que esperarlo cada mañana, los noticieros tienen horas pautadas, o sus agendas son reducidas para los intereses de todos los televidentes, pero en la blogosfera, algo *posteado* (publicado) hace un minuto en otro lado del globo puede ser recibido de inmediato con un servicio de sindicaciones y actualizaciones y puede

ser contestado al instante. De allí la filosofía de no dejar para mañana el post que se pueda publicar hoy.

Además del paso del tiempo, todo blog guarda un registro de sus artículos en vínculos permanentes, para que puedan ser abiertos en cualquier momento, sin importar el tiempo que haya transcurrido. Esos *permalinks*, permiten que el artículo sea vinculado desde otras páginas o sea referido en trabajos escritos como éste, sin necesidad de indicar cuándo fue visualizado. La diferencia es que en el formato digital, al producir el artículo puede colocarse un código html que con un solo clic en la palabra resaltada nos lleve hasta allí de inmediato. Aquí dependemos de ir a un ordenador y buscar el artículo.

Tomás Eloy Martínez definió al blog como un “boletín informativo personal”, cuando se refirió al enorme éxito logrado por el periodista brasileño Ricardo Noblat con su página (www.noblat.com.br) al lograr casi un millón ochocientos mil visitas sólo en el mes de agosto de 2005, “*El éxito de Noblat demuestra que cualquier reportero con talento e imaginación podría ahora convertirse en un empresario respetable y afortunado casi de la noche a la mañana*”.

RELACIONES ENTRE PERIODISMO Y BLOGS

Cuando irrumpieron las PCs algunos decían que eran más efectivos en la vieja máquina de escribir. O cuando llegaron las PDA, muchos insistían que es más cómoda la agenda de papel. Muy pronto, tal vez un blog sea el mejor currículum”.

Darío Gallo

Opinar, valorar y comentar lo que acontece resulta sencillo. Una de las características de la especie humana es su capacidad de observar y contar su entorno. Sin embargo, la práctica profesional de trabajar los hechos no resulta tan espontánea, se debe a métodos que con el paso del tiempo están a disposición de los ciudadanos.

Mucho blogs se asemejan a una columna periodística referidas a mostrar lo que piensa su autor acerca del mundo. El tema lo escoge él mismo, no tiene ningún editor, está a disposición en la web y permite comentarios en tiempo real. El periodista español Arcadi Espada (www.arcadi.espasa.com) publica entradas casi a

“

Mucho blogs se asemejan a una columna periodística referidas a mostrar lo que piensa su autor acerca del mundo. El tema lo escoge él mismo, no tiene ningún editor, está a disposición en la web y permite comentarios en tiempo real

”

diario y llega a recibir más de 600 comentarios visibles e identificables, eso sin contar las entradas al sitio (el índice de lectura efectiva no puede ser medido fiablemente), las referencias que logra en otras páginas, y su incidencia como líder de opinión en otras conversas ciudadanas o del poder político y mediático.

En este estilo de blogs-columna de opinión está presente el ejercicio sintetizador de un bloguero que combina sus conocimientos con lo obtenido por observación directa de los acontecimientos y los datos extraídos de otras fuentes (la mayoría de las veces al alcance de un clic, si el bloguero quiere demostrar transparencia en su trabajo).

Pero escribir algo y publicarlo en un blog no te hace un periodista, o reportero digital, si el trabajo no va acompañado de los mismos principios que se le exigen a la “prensa formal”: exactitud, investigación y verificación. Pero en la medida que los ciudadanos conozcan el proceso de producción de una noticia, y los periodistas sepan que son leídos con exigencia crítica, la apropiación del acontecer informativo será más confiable.

Asimismo, los blogs pueden ser fuente inagotable de temas para los reporteros convencionales, pueden guiarlo en la búsqueda de datos, o para sondear las opinio-

nes respecto a alguna temática. De igual forma, los blogeros, como infocidadanos, requieren de una prensa seria, consistente y con significación social para nutrirse de la información que necesitan para seguir comentando. Es decir, son otro tipo de consumidores activos de información, con capacidad de potenciar más lecturas sobre un tema.

Pero el periodismo mantiene sus espacios en la sociedad, sólo que la llegada del periodismo 3.0 en la red o el participativo en general, exige de una resignificación del espacio. Para Real Rodríguez (131, 2005) “*El Periodismo es una clase de comunicación colectiva, de índole informativa y opinativa, que se caracteriza principalmente por su actualidad e interés social. La noción de actualidad en el ejercicio del Periodismo implica la puesta en conocimiento de aquellos hechos del tiempo presente que resultan más relevantes, que atraen la atención de los públicos en un momento dado*”. Es algo distinto, pero no excluyente a lo planteado por Juan Varela (2005) al decir que:

“El Periodismo 3.0 recoge algunas de las características de las mayores revueltas del siglo pasado contra la concepción tradicional de la información y, sobre todo, de la posición del autor; la subjetividad y su empleo y el cuestionamiento de la objetividad. Pero también del cambio en las estructuras y el estilo de la información. (...) Las noticias eran otra cosa, pero con el Periodismo 3.0 las noticias están al alcance de los ciudadanos que participan en medios hiperlocales o tratan todo tipo de acontecimientos con las cámaras de sus teléfonos móviles y que ya no se conforman con ver la realidad y esperar a que los medios se la cuenten: prefieren contarla ellos mismos gracias a las herramientas digitales”.

El experto español, José Luis Orihuela, define que “los weblogs pueden ser periodísticos, pero no por ser weblogs”. Es el uso que se le da a la plataforma lo que la define. Por eso no se le llama periódico a toda hoja impresa. Y luego aclara que para hacer periodismo se necesitan periodistas, con las técnicas, métodos y alcances de su oficio. Tratar de hacer periodismo sin periodistas sería intentar hacer “*medicina sin médicos: deberíamos llamarla brujería o curanderismo*”.

Se le exige al generador de contenidos, llámese ciberperiodista o blogger, dejar de pensar en formato de escritura lineal y utilizar hipervínculos. El llamado es a ser estratégico con el uso de recursos interactivos, multimediáticos y amigables

para comunicar al usuario de forma inteligente. El periodista se pasea por el escenario de repensar su comunicabilidad con las audiencias, y el cómo valerse de ellas para la construcción de sus agendas informativas e incluso como fuentes o colaboradores. Convierte el proceso unidireccional de información mediática a la necesaria conversación. Entonces primero se debe entender cómo la gente se relaciona con los medios y paralelamente innovar en la creación de otro nexo entre periodistas y ciudadanía basado en la reciprocidad y la ganancia mutua que delegue en la gente la apropiación de los contenidos emitidos.

EL PODER DE LOS LECTORES

“A nivel sociológico, entendí que los comentaristas tampoco estaban muy a gusto con mi discurso, y noté que hacían esfuerzos para equilibrar mi ausencia de ideas con ideas propias, generando que los comentarios, en casi todos los casos, fuesen mucho mejor que el post que los disparaba”.

Hernán Casciari

www.orsai.bitacorras.com

La iniciativa brasilera del grupo informativo Estado invita a sus lectores a ser “Fotoreporteros”. Todo interesado puede enviar sus fotografías vía e-mail o celular a los editores del grupo que se encargarán de seleccionarlas. Luego éstas pueden ser publicadas en el diario Estado de Sao Paulo, su vespertino Jornal da tarde, en sus ediciones web o ser parte de la agencia informativa. Si las fotos son seleccionadas para la web, estarán bajo la figura de “cedidas”, pero si son impresas o vendidas por la agencia, serán remuneradas a sus autores como lo exige la legislación brasilera, en igualdad de condiciones que un fotoperiodista profesional. De esta forma, atendiendo a la calidad y variedad, el medio puede nutrirse de sus lectores y éstos se hacen parte del proceso informativo de su propia sociedad.

Desde que algún periodista decidió colocar su correo electrónico junto a su firma le dio a la gente la posibilidad de consultarlo directamente, pero de forma privada. No hay ningún tipo de garantías para que el comentario del lector o televidente logre su cometido. Pero si el medio está en línea, y decide saltar a la participación con sus lectores, cada información puede generar un foro de discusión públi-

“

Entonces primero se debe entender cómo la gente se relaciona con los medios y paralelamente innovar en la creación de otro nexo entre periodistas y ciudadanía basado en la reciprocidad y la ganancia mutua que delegue en la gente la apropiación de los contenidos emitidos

”

co basado en los comentarios. Las versiones digitales de medios como *El Tiempo* de Bogotá, *El Nacional* de Venezuela o *The Washington Post*, han coqueteado con la web participativa, aunque regulando a sus usuarios. *El Tiempo* decidió eliminarlos alguna vez debido al revuelo levantado por un artículo de opinión de Daniel Samper Pizano.

El director de *The Washington Post*, Jim Brady, optó por cerrar sus comentarios en su blog debido a la incapacidad para responder a la cantidad de críticas recibidas por publicar una información no exacta sobre tráfico de influencias políticas entre demócratas y republicanos. Los lectores exigían transparencia en las fuentes informativas y capacidad de verificación de la información. El disgusto es doble (junto a la arremetida) cuando al cierre de los comentarios se le suma que los Ombudsman o defensores de los lectores, salgan en defensa de los periodistas o el medio.

Así que la lección para el *Washington Post* debe servir para madurar su trato con la ciudadanía. El silencio por abuso de poder no puede ser una opción si se intenta ampliar la democracia. Si el periodismo es falible, que lo es, debe saber que cuenta con dos alientos: la capacidad de sus lectores para complementar la información y su propia capacidad para hacerlo mejor

mañana. Por eso, no puede jugarse jamás con la credibilidad del medio dejando de asumir los errores de publicación.

Los usuarios están sumándose espacios como protagonistas de la web. Los medios son de carácter participativo o social, no se necesita ninguna acreditación o privilegio para opinar en la web acerca de un producto o el servicio ofrecido por alguna empresa. Los comentarios sólo pueden ser regulados por los mismos ciudadanos que dirigen sus bitácoras y cuyas reglas pueden estar preacordadas: no insultos, no publicidad y dejar comentarios referidos al tema tratado. “Todo comentario personal envíelo a mi mail, discuta aquí lo escrito nada más”, reza una advertencia en la web de un periodista chileno. Cada blog es un mundo y pone sus reglas.

Pero además, en la temática de info-ciudadanos gerentes de blogs, entran a discusión temas como la especialización y la autoridad. Como ocurre en la mayoría de los casos, si quiere buscar información especializada, seguramente habrá otro ciudadano como usted buscando la misma información, y es posible que un tercero ya haya *posteado* algo al respecto. Es más, cabe la posibilidad de que haya hecho una búsqueda anteriormente y haya puesto a disposición los vínculos a esas páginas específicas. Así, los gustos y necesidades encuentran nichos en la red. Coleccionistas de dedales, fanáticos de Les Luthiers o ciudadanos afectados por no poder sacarse el pasaporte, pueden encontrarse en el ciberespacio sin importar dónde se ubiquen geográficamente.

A pesar de la publicidad continua, o gracias a ella, la página venezolana “Concafé”, ofrece casi a diario lo último en tecnología celular y de comunicaciones en nuestro país. Más rápido que las distintas compañías de telefonía y con la posibilidad de respuesta casi inmediata vía e-mail.

También han aparecido blogs sobre gastronomía, desde acontecimientos culinarios en Caracas y otras ciudades del mundo, hasta el diario de un estudiante de cocina o el blog de su profesor: Sumito Estévez. Así se tejen los ingredientes de una comunidad electrónica. Adiós a la visión del ciberdicto de guarida, y bienvenida la “vida social” extendida a la red.

En todo caso, la participación ciudadana en la elaboración de conocimiento se trata de una nueva experiencia que el uso de la red ha proporcionado. De allí la terminología extendida como periodismo de dos vías, de fuente abierta, cívico, de comunidad o “hazlo por ti mismo”. El glo-

sario es abundante para designar lo que en principio es el mismo ejercicio periodístico de interés social, pero que se sostiene en la interactividad de la red de redes. De esta manera, el rol de los usuarios es más activo y participa en el análisis y discusión contrastada de las informaciones. Son los nuevos medios sociales.

QUÉ TENEMOS EN VENEZUELA

Veneblogs: el portal de los blogs en Venezuela o de venezolanos en el exterior. Funciona como un directorio que registra ya más de dos mil bitácoras de cualquier temática. Su característica principal es la vitrina de últimas actualizaciones, en tiempo real. Cada blog registrado envía un mensaje cuando es actualizado y aparece de primero en la lista de veneblogs. A esto se le llama “hacer ping”. El usuario ocasional puede ver si alguna bitácora conocida acaba de actualizar o puede arriesgarse con algún nombre llamativo. En ella están contenidas cualquier cantidad de experiencias weblogs, desde páginas colectivas como EnDiálogo, hecha por venezolanos dentro y fuera del territorio, hasta un noticiero en inglés sobre Venezuela: The Devil's Excrement.

Noticierodigital.com: se encarga de seleccionar, digitalizar y poner a disposición pública los artículos de opinión de articulistas políticos de la prensa venezolana (Periodismo 1.0). Tiene como característica llamativa que sus lectores pueden registrarse, crear una identidad web cualquiera y comentar cada artículo (algo del 3.0). En conjunto, su tendencia política es de oposición y sus comentarios pocas veces son moderados, por eso resultaría interesante realizar algún estudio sobre la polarización política en sus espacios de discusión. Sin embargo, aunque su plato fuerte es la política opinativa, también hace espacio a blogs personales sobre música o tecnología.

Aporrea.org: La Asamblea Popular Revolucionaria proporciona dos fuentes, el reportero continuo para web (periodismo 2.0) y una lista de artículos de opinión. Se identifica abiertamente como seguidora del gobierno, y agrupa distintas tendencias dentro del chavismo, incluida la radical. No permite los comentarios en sus artículos, y los trabajos reporteriles provenientes de cualquier parte del país, aunque la mayoría de las veces están firmados, pasan por la selección previa de los editores de la página.

Las experiencias de periodismo 3.0, o interactivo, aún están en pañales en Venezuela pues el rasgo principal de las bitácoras nacionales es el carácter personalista tipo “mi diario”. Las páginas personales dedicadas a la actualidad noticiosa son de carácter reactivo, con temática política o ciudadana y en su mayoría desprendida de lecturas de otros medios de comunicación. Aunque valiosas, son pocas y no sostenidas, las experiencias de reporteros de calle que luego publiquen artículos (así se han cubierto algunas marchas, concentraciones, y recientemente el Foro Social Mundial). Sin embargo, es una tendencia que seguramente crecerá en los próximos meses cuando el debate electoral se profundice.

No obstante, no es despreciable que nuestra blogosfera tricolor sea catártica o que en ocasiones deje de lado algunas discusiones que deberían preocupar más a los ciudadanos. Algunos de estos vacíos temáticos (que podemos denominar no-post) pueden ser la muestra del cansancio o agotamiento general después de épocas de intensas movilizaciones sociales.

Pero como los escenarios cambian, evitemos que nos tome por sorpresa la activación de estas redes sociales en puntos álgidos de la historia por venir. Recordemos que nadie o casi nadie hablaba de weblogs en el año 2002, cuando el país entero jugó a la ruleta rusa, hoy el escenario es distinto. Hay más de dos mil bitácoras activas en Venezuela y siguen creciendo, ocupando espacios en programas de radio y páginas de periódicos. Portales como Aporrea o NoticieroDigital, pese a su desequilibrio o tal vez por ello, se hacen imprescindibles para seguir el día a día del país... pero también las bitácoras son eco de una voz mucho más grande: la ciudadanía digital activa que puede modificar, desde su pluralidad e interacción, la opinión pública en la red y permear a la sociedad de formas que aún no nos preparamos a estudiar. La plataforma está dada, veamos cómo nos absorbe más allá de una moda o participemos de ella antes de quedar por fuera.

■ Luis Carlos Díaz V.

Asistente del consejo de redacción
de *Comunicación*

PRINCIPIOS DE UN PERIODISMO PARA LA GENTE

Un decálogo para los periodistas de hoy y siempre, sin importar su plataforma tecnológica.

De **Tomás Eloy Martínez**.

- 1) El único patrimonio del periodista es su buen nombre. Cada vez que se firma un artículo insuficiente o infiel a la propia conciencia, se pierde parte de ese patrimonio, o todo.
- 2) Hay que defender ante los editores el tiempo que cada quien necesita para escribir un buen texto y el espacio que necesita dentro de la publicación.
- 3) Una foto que sirve sólo como ilustración y no añade información alguna no pertenece al periodismo. Las fotos no son un complemento, sino noticias en sí mismas.
- 4) Hay que trabajar en equipo. Una redacción es un laboratorio en el que todos deben compartir sus hallazgos y sus fracasos.
- 5) No hay que escribir una sola palabra de la que no se esté seguro, ni dar una sola información de la que no se tenga plena certeza.
- 6) Hay que trabajar con los archivos siempre a mano, verificando cada dato y estableciendo con claridad el sentido de cada palabra que se escribe.
- 7) Hay que evitar el riesgo de servir como vehículo de los intereses de grupos públicos o privados. Un periodista que publica todos los boletines de prensa que le dan, sin verificarlos, debería cambiar de profesión y dedicarse a ser mensajero.
- 8) Hay que usar siempre un lenguaje claro, conciso y transparente. Por lo general, lo que se dice en diez palabras siempre se puede decir en nueve, o en siete.
- 9) Encontrar el eje y la cabeza de una noticia no es tarea fácil. Tampoco lo es narrar una noticia. Nunca hay que ponerse a narrar si no se está seguro de que se puede hacer con claridad, eficacia, y pensando en el interés de lector más que en el lucimiento propio.
- 10) Recordar siempre que el periodismo es, ante todo, un acto de servicio. Es ponerse en el lugar del otro, comprender lo otro. Y, a veces, ser otro.

<http://www.lanacion.com.ar/737489>

Referencias bibliográficas

- Berrios, Olga. *El papel de los blogs en la acción social. Blogs en ONG, una oportunidad poco conocida*. En *Telos, Cuadernos de comunicación tecnología y sociedad*. N° 65, octubre-diciembre de 2005.
- Bowman, Shayne y Willis, Chris (2003). *Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. Traducción de Guillermo Franco (2005). The Media Center del American Press Institute. Descargado en: www.hypergene.net/wemedia/espanol.php
- Estalella, Adolfo. *Anatomía de los blogs. La jerarquía de lo visible*. En *Telos, Cuadernos de comunicación tecnología y sociedad*. N° 65, octubre-diciembre de 2005.
- Fumero, Antonio. *Un tutorial sobre blogs. El abecé del universo blog*. En *Telos, Cuadernos de comunicación tecnología y sociedad*. N° 65, octubre-diciembre de 2005.
- Haber Guerra, Yamile. *El texto periodístico en la era digital. Hacia un nuevo estatuto epistemológico del periodismo*. Revista *Estudios sobre el Mensaje periodístico*. Universidad Complutense de Madrid. 2005, 11. pp. 45-52
- Kovach, Bill y Rosenstiel, Tom (2004). *Los elementos del periodismo*. Ediciones El País.
- Martínez, Tomás Eloy. Los titulares de mañana. Diario La Nación, 10 de setiembre de 2005. <http://www.lanacion.com.ar/737489>
- Negroponte, Nicolas (1996). *Ser digital*. (Edición digital en pdf)
- Real Rodríguez, Elena. *Un intento por clarificar los actos propios del ejercicio periodístico*. Revista *Estudios sobre el Mensaje periodístico*. Universidad Complutense de Madrid. 2005, 11. pp. 129-151
- Sáez Vacas, Fernando. *El poder tecnológico de los infocidadanos. Diarios y conversaciones en la Red Universal Digital*. En *Telos, Cuadernos de comunicación tecnología y sociedad*. N° 65, octubre-diciembre de 2005.
- Varela, Juan. *Periodismo 3.0, la socialización de la información*. En *Telos, Cuadernos de comunicación tecnología y sociedad*. N° 65, octubre-diciembre de 2005.
- Guía Legal del Blogger: Recursos sobre Libertad de Expresión, Derecho de Autor, Privacidad y Derechos Laborales*. www.derechosdigitales.org/glb/glb.pdf
Wikipedia.org
Grupo Estado. www.estadao.com.br
- Global Voices. Abanico de blogs de todos los colores y razas. (www.cyber.law.harvard.edu/globalvoices/)
Colombia www.blogscolumbia.com
Venezuela www.veneblogs.com
- Darío Gallo** www.blocdeperiodista.com
Un nuevo periodismo.
<http://www.lanacion.com.ar/766976>
Periodismo 3.0 Argentina.
www.3puntocero.blogspot.com
- Juan Varela** www.periodistas21.blogspot.com
<http://periodistas21.blogspot.com/2004/08/periodismo-3.html>
<http://periodistas21.blogspot.com/2006/01/silenciar-los-lectores-no-es-la.html>
http://www.escolar.net/wiki/index.php/Periodismo_3.0_la_socializacion_de_la_informacion
http://www.escolar.net/wiki/index.php/Blogs_periodisticos_en_castellano_o_lenguas_espanolas
- José Luis Orihuela** www.ecuaderno.com
Los Medios de la Gente. En <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n46/jlori.html>
Los 10 paradigmas de la e-Comunicación
http://mccd.udc.es/orihuela/jlo/Periodismo_participativo
<http://www.ecuaderno.com/2004/10/21/periodismo-participativo/>

Buscadores y portales

www.google.com/blogsearch
www.technorati.com
www.bitacoras.com
www.blogger.com



**Esquina de La Luneta,
Edif. Centro Valores,
P.B. Apartado 4838.
Telfs.: 564.9803
564.5871. Fax: 564.7557.
Caracas 1010-A. Venezuela.**



TARIFAS DE SUSCRIPCIÓN REVISTA SIC

VENEZUELA

Correo ordinario	Bs. 45.000
Suscripción de apoyo	Bs. 90.000
Número suelto	Bs. 4.500

Para suscripciones desde el extranjero comunicarse con el Centro Gumilla

Buzones correo electrónico

REDACCION SIC / sic@gumilla.org.ve
REDACCION COMUNICACION / comunicacion@gumilla.org.ve
UNIDAD DOCUMENTACION / documentacion@gumilla.org.ve
ADMINISTRACION / administracion@gumilla.org.ve