

Carta a nuestros lectores

La responsabilidad periodística en la actual coyuntura, caracterizada por un mundo globalizado e intercomunicado, es el tema al que **Chasqui** dedica la portada de este número, tomando en cuenta que el fenómeno abarca, de una forma u otra, a toda la humanidad y, con mayor razón, a la actividad que cumplen los comunicadores

En la columna de opinión analizamos un programa de televisión procedente de la Argentina, que ha traspasado fronteras por obra y gracia de esa globalización y cuyo contenido ha provocado, y continúa provocando, controversias en todos los países en los que se exhibe.

La guerra contra el terrorismo, cuyo protagonista más caracterizado es el gobierno de los Estados Unidos, obliga a los comunicadores a enfrentar el tema recurrente del terrorismo, sus causas, modalidades y formas diferentes en las que se manifiesta.

A continuación, evaluamos los resultados de la Cumbre de la Sociedad de la Información, que por convocatoria de las Naciones Unidas se realizó en Suiza, y nos adentramos en una nueva forma de informar y comunicar: los weblogs o las "bitácoras" del Internet.

Hablamos de la comunicación política desde dos vertientes: el trabajo de los consultores y asesores de imagen que no pueden a un mediocre convertirlo en Dios, ni derrotar a un excelente rival, simplemente porque así lo deciden. El artículo sobre las elecciones de alcaldes en Colombia plantea una incógnita recurrente en el mundo electoral latinoamericano, que se refiere al triunfo de candidatos que la opinión pública, equivocadamente, los miró como perdedores. Humberto López despeja esta incógnita.

Poniendo fin a la trilogía sobre la nueva realidad mediática en los Estados Unidos, Leonardo Ferreira y Miguel Sarmiento ponen de manifiesto, sin duda para sorpresa de muchos, la práctica de la ética por los periodistas americanos que no concuerda con la tradición de la que siempre se han sentido orgullosos.

Por fin, en el amplio y siempre cambiante mundo de la informática, analizamos los problemas legales que enfrenta en Europa y Estados Unidos el gigante de la informática, Microsoft, por supuesto monopolio y vulnerabilidad ante el ataque de los virus.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación **Chasqui**

Nº 85 Marzo 2004

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial

Violeta Bazante

Lolo Echeverría

Héctor Espín

Juan M. Rodríguez

Francisco Vivanco

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador

Patricio Zuquilanda D.,
Ministerio de Relaciones Exteriores

Roberto Passailaigue,
Ministerio de Educación y Cultura
Juan Centurión,

Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos,
Organización de Estados Americanos

Gustavo López Ospina,
Consejero Regional de la UNESCO
Iván Abad, FENAPE
Héctor Espín, UNP
Rodrigo Pineda, AER

Asistente de edición

Jorge Aguirre

Corrección y estilo

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL.

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

www.comunica.org/chasqui

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

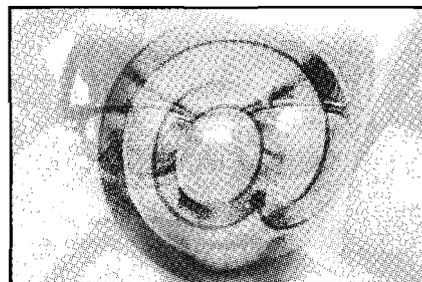
Registro M.I.T., S.P.I. 027

ISSN 13901079

Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.



CIESPAL

CONTENIDO

PORTADA

- 4** **Cómo informar en tiempos de globalización**
Gustavo Villamizar Durán

OPINIÓN

- 14** **Lectura crítica de Videomatch**
Daniel Prieto Castillo

ENSAYOS

- 20** **Muerte y terrorismo: estética bélica en los medios**
Angel Rodríguez Kauth

- 26** **Sociedad de la información: ¿utopía o panóptico?**
Octavio Islas - Fernando Gutiérrez

- 36** **Los weblogs: revolución y consolidación**
José Luis Orihuela

COMUNICACIÓN POLÍTICA

- 42** **Consultores políticos: ¿Fabricantes de dioses?**
Luis E. Proaño

- 48** **Nuevos alcaldes en Colombia:
¿Los grandes medios fueron derrotados!**
Humberto López

PRENSA

- 54** **Prensa en Estados Unidos, ¿un siglo de ética perdida?**
Leonardo Ferreira - Miguel Sarmiento

INFORMÁTICA

- 66** **Cyberterrorismo: historia de nunca acabar**
Francisco Ficarra

- 72** **Microsoft entre monopolio y ciberseguridad**
Carlos Eduardo Cortés

LENGUAJE

- 80** **Errores comunes en el lenguaje periodístico**
Cero erratas
Juan M. Rodríguez

- 82** **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

- 88** **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- 94** **ACTIVIDADES DEL CIESPAL**

WEBLOGS:



**de la revolución
a la consolidación**

Los weblogs pueden ser una magnífica plataforma de trabajo en el ámbito educativo

José Luis Orihuela ■

El fenómeno de las bitácoras (*weblogs o blogs*) y el desarrollo de los servicios de sindicación de contenidos RSS (*Rich Site Summary*) han sido dos notas dominantes del paisaje de la Red durante el año 2003, y su consolidación será una de las claves del 2004.

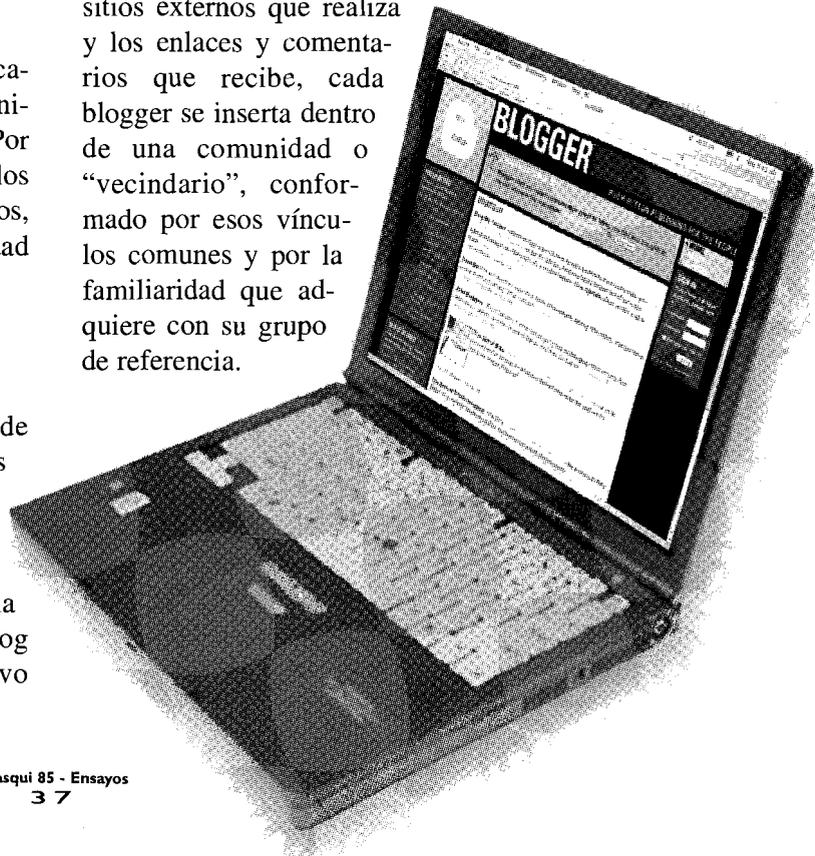
Las bitácoras constituyen un formato de publicación online centrado en el usuario y en los contenidos, no en la programación o el diseño gráfico. Por esta razón se han multiplicado las opciones de los usuarios de estar en la Red con contenidos propios, actualizados, sin intermediarios y de gran visibilidad para los buscadores.

El contenido de los weblogs

Este medio, el primero nativo de la Web, puede definirse por la cronología inversa de las historias (lo más reciente es siempre lo más visible), por los enlaces permanentes (cada historia o *post* tiene un URL propio fijo) y eventualmente por la existencia de comentarios (cada historia puede comentarse individualmente). En un blog se encuentra, normalmente, acceso a un archivo

cronológico y, eventualmente, temático de las historias publicadas, una lista de enlaces que suelen corresponder a los weblogs que el autor lee con frecuencia, un buscador interno, algún sistema de estadísticas, breve información acerca del autor y una dirección de correo electrónico de contacto.

Mediante los enlaces a sitios externos que realiza y los enlaces y comentarios que recibe, cada blogger se inserta dentro de una comunidad o "vecindario", conformado por esos vínculos comunes y por la familiaridad que adquiere con su grupo de referencia.



José Luis Orihuela, español, profesor universitario, conferencista y consultor.

Correo-e: jlori@unav.es

Weblog: [eCuaderno \(http://orihuela.blogspot.com\)](http://orihuela.blogspot.com)

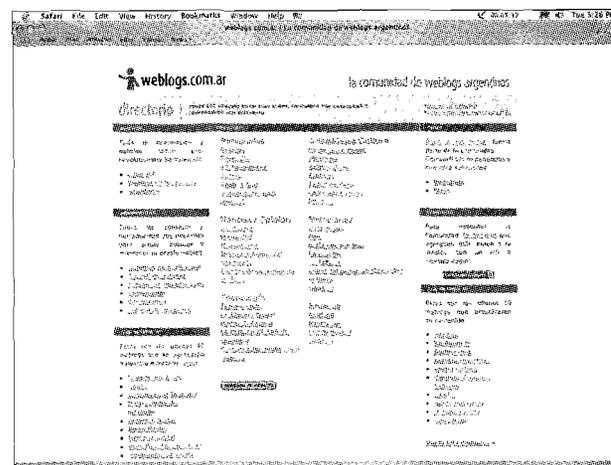
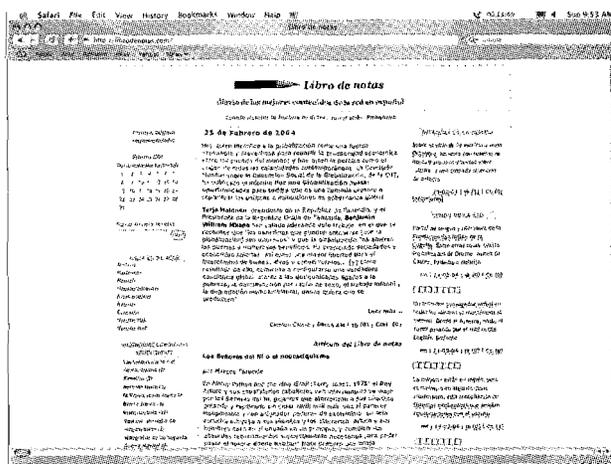
Los weblogs aportan frescura y feedback

Sistemas de revisión

Como todas las comunidades online, la blogosfera tiene sus líderes y cronistas, sus estudiosos y detractores, sus grandezas y sus miserias. En este sentido, las bitácoras, a pesar de su absoluta libertad, están sujetas a un rígido sistema de revisión de pares, por el cual todo lo que se publica (al menos en las más influyentes) está permanentemente sometido al escrutinio de los demás.

La expansión de los weblogs ha contribuido a la creciente popularización de los formatos de descripción de contenidos mediante metadatos, conocidos como RSS o sindicación, que convierten a las bitácoras en fuentes de contenido para otros sitios. Los lectores o agregadores de noticias (*news readers*), entre ellos el popular <bloglines.com>, están cambiando el modo en el que los usuarios se relacionan con la información, optimizando su tiempo y personalizando su navegación.

A su vez, como ocurre con cada nuevo medio, la expansión del volumen de información disponible genera nuevas necesidades y nuevas oportunidades: es el caso de los barómetros de tecnología y política, desarrollados por DiceLaRed.com, de los servicios de *tracking* de bitácoras (technorati.com, blogometro.blogalia.com), los portales verticales (bitacoras.net, blogdir.com, bitacoras.com.) y los servicios de alojamiento de weblogs (blogalia.com, blogia.com, mibitacora.com, bitacoras.com).



Beneficios de los weblogs

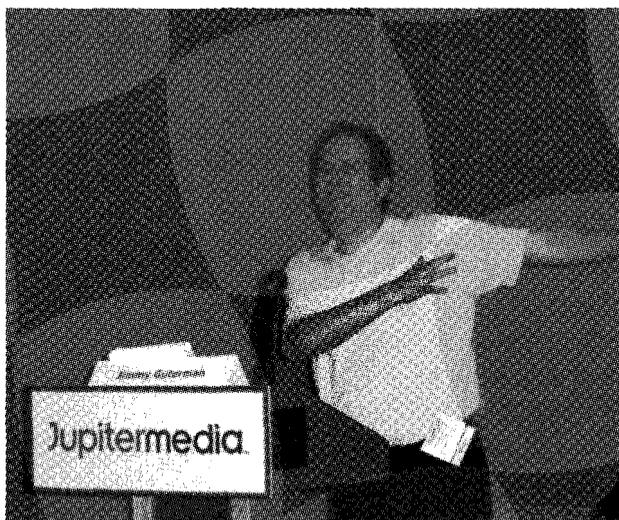
Los sitios web corporativos e institucionales pueden beneficiarse de las bitácoras como un medio ágil para mantener su atractivo y ofrecer contenidos actualizados. Hace 10 años el dictum era “pon una web en tu vida”, hoy bien podría ser: “pon una bitácora en tu web.” La desactualización es un mal endémico de los sitios web corporativos e institucionales, así como su desconexión de los usuarios: los weblogs aportan frescura y feedback.

Posiblemente, las experiencias de *Macromedia* y de *Júpiter Research* sean las más representativas del uso inteligente de las bitácoras en las corporaciones, aunque no debe descartarse su empleo como herramientas de gestión de proyectos o soporte de canales de comunicación interna. La gestión eficiente de la información en el seno de las organizaciones se ha convertido en una prioridad estratégica de las empresas, en el marco de una economía basada en la innovación.

Weblogs: fuentes complementarias

Los atentados del 11S, la Guerra de Irak y la campaña presidencial en los Estados Unidos, así como el desastre del *Prestige* y las elecciones catalanas

Los weblogs pueden definirse como la cronología inversa de las historias



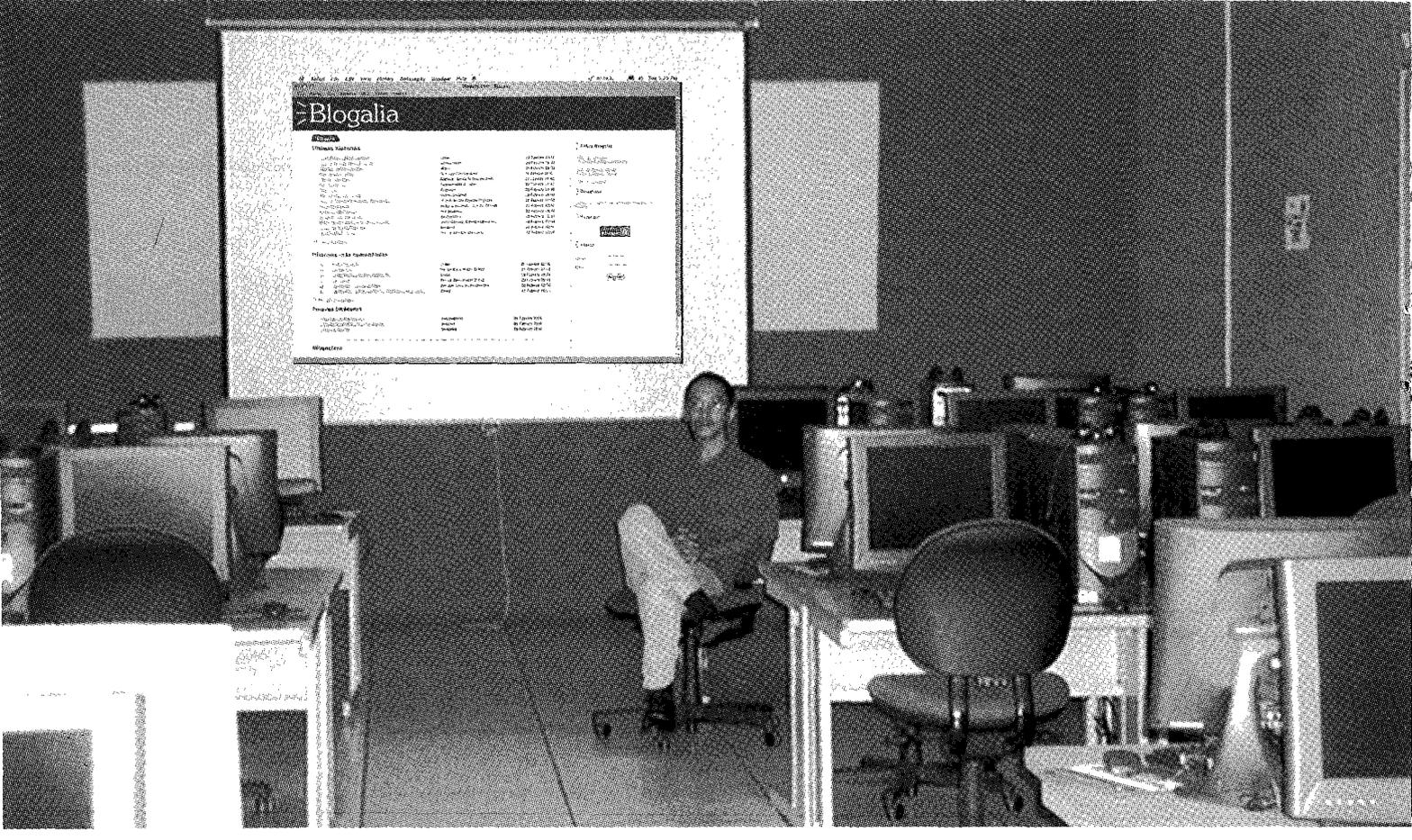
en España, han puesto de relieve la importancia informativa de los weblogs como fuentes complementarias, alternativas y críticas a los medios tradicionales.

La versión electrónica del diario *Clarín* alberga el primer weblog de un medio periodístico en español, una práctica de creciente relevancia en los medios angloparlantes, que está mejorando la relación de los medios con sus comunidades, así como las coberturas de accidentes, catástrofes y conflictos bélicos.

Ya ha sido publicada en español la primera versión en libro de un blog: *Salam Pax, el internauta de Bagdad*, que recoge lo más sustancioso de las crónicas de la guerra, publicadas por un arquitecto iraquí en su bitácora *Where is Raed?*, que acabó convirtiéndose en uno de los más importantes relatos de la Guerra de Irak.

Los weblogs y la educación

En el ámbito educativo, los weblogs pueden ser una magnífica plataforma de trabajo para alumnos de doctorado, grupos dispersos de investigadores, gestión de proyectos de investigación, difusión de resultados de investigación, publicación de noticias y referencias de interés de las diversas unidades y centros educativos, ámbito de reencuentro de antiguos alumnos o



***Los weblogs
tienen importancia
informativa
como fuentes
complementarias,
alternativas y
críticas a los medios
tradicionales***

colegas, plataforma de exposición de *portfolios* de recién licenciados y taller de escritura individual y en colaboración.

Con sus herramientas y su cultura, los bloggers están contribuyendo a hacer realidad el sueño de los visionarios de la Red: generar un vasto repertorio universal navegable, personalizable y actualizado de información transformada en conocimiento.

Las bitácoras han revolucionado el modo de generar contenidos en la Red, están impulsando un nuevo tipo de comunidades basadas en el conocimiento, y contribuyen a la ingente tarea de dotar de sentido y relevancia la información disponible en la Web. 🌐

Referencias en Internet

e-Cuaderno

- www.ecuaderno.com

Web de Blogs

- mccd.udc.es/orihuela/webdeblogs/
- <http://www.minid.net/>
- <http://www.blogalia.com/>
- <http://www.weblogs.com.ar/>
- <http://www.librodenotas.com/almacen/archivos/003805.htm>

¿Qué mismo son los Weblogs?

La página argentina <http://www.weblogs.com.ar/> sostiene que existe "mucho ruido... mucha comunidad... pero que las definiciones de weblog varían de persona a persona. Y esto es así, porque un weblog es fácil de crear y de usar, aunque un poco más complicado de explicar."

Básicamente, un weblog (también llamado blog) es un espacio personal de escritura en Internet. Se lo puede concebir como un diario online, un site que una persona usa para escribir periódicamente, en el que toda la escritura y el estilo se maneja vía web. Un weblog está diseñado para que, como en un diario, cada artículo (post) tenga fecha de publicación, de forma tal que el escritor (weblogger) y los lectores puedan seguir un camino de todo lo publicado y archivado.

Los webloggers

Los webloggers forman verdaderas comunidades online con aquellos con quienes comparten intereses. Estas comunidades pueden tener diferentes formas. Existen grupos de trabajo colaborativo, que utilizan un weblog como herramienta para comentar, opinar y escribir (postear) noticias relativas a su tarea. O una comunidad como la que dio origen a [Weblogs.com.ar](http://www.weblogs.com.ar/): diez o quince personas que un día se dieron cuenta de que se leían e interactuaban a través de los comentarios y mails. Incluso hay ejemplos de comunidades con miles de miembros, como el caso de Slashdot, orientada a la tecnología.

La explosión

El concepto de weblog existe desde los principios de Internet. Tim Berners Lee (uno de los creadores de la web), tenía una página en la que incluía los nuevos sites que se iban creando y agregaba un comentario sobre cada uno de ellos.

Cómo hacerlo

Desde hace un par de años, las herramientas para evitar el tipeo de código y programación de las páginas empezaron a popularizarse y hoy tenemos muchas disponibles en el mercado. Entre otras, se destacan Blogger, Movable Type, GreyMatter, Pitas. Con cualquiera de estas herramientas, publicar un weblog es tan sencillo como elegir un nombre de usuario, una clave, escribir, clickear y publicar en un browser. La complejidad de las páginas depende de cada persona.

Esta facilidad de uso hizo que hoy en día, solo por citar un ejemplo, Blogger esté sumando más de 45.000 usuarios nuevos por mes. La explosión también originó que los weblogs sean tema de los medios tradicionales y que generen debates sobre la utilidad/calidad de este tipo de sitios.

Afortunadamente, hay mucho más que eso en los weblogs; cada uno es la expresión única e irrepetible de un weblogger que forma parte de una comunidad. Una comunidad que da la sensación de un cuerpo vivo, creciendo a cada instante en conocimiento e información compartida, muchas veces de manera anárquica. ●