

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“Blogs y periodismos en México, ¿Herramienta ideal del periodista actual?”

Autor: Teresa Alejandrina Godínez Valdés

**Tesis presentada para obtener el título de:
Licenciada en Ciencias de la comunicación**

**Nombre del asesor:
LCC: Sebastián Armando Gonzales de la Vega Alcántara**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“BLOGS Y PERIODISMO EN MÉXICO
¿HERRAMIENTA IDEAL DEL PERIODISTA ACTUAL?”**

**Que presenta para obtener el título de:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Teresa Alejandrina Godínez Valdés

Clave: 16PSU0012S

Acuerdo: LIC000202

**Asesor: L.C.C Sebastián Armando González De La
Vega Alcántara**

Morelia Michoacán, Octubre 2009

INDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1

PERIODISMO

- 1.1 PRIMERAS FORMAS DE COMUNICACIÓN.
- 1.1.1 ANTECEDENTES DEL PERIODISMO MUNDIAL Y EN MÉXICO.
- 1.2 ANTECEDENTES Y NUEVOS ESPACIOS PERIODÍSTICOS.
- 1.3 GÉNEROS PERIODÍSTICOS.

CAPÍTULO 2

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

- 2.1 INTERNET HISTORIA Y DESARROLLO.
- 2.2 INTERNET HISTORIA Y DESARROLLO EN MÉXICO.
- 2.3 SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN.
- 2.4 CIBERPERIODISMO HISTORIA Y DESARROLLO
- 2.5 WEB 2.0

CAPÍTULO 3 BLOGS

- 3.1 ANTECEDENTE Y DESARROLLO DEL BLOG
- 3.2 ELEMENTOS DEL BLOG
- 3.3 FENÓMENO DEL BLOG

CAPÍTULO 4

BLOG PERIODISMO

- 4.1 FENÓMENO DEL BLOG PERIODISMO EN MÉXICO
- 4.2 PERIODISMO CIUDADANO EN MÉXICO

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

Introducción

Una conversación con mi hermano durante las vacaciones de diciembre donde me explicó y me enseñó el mundo de los blogs fue lo que me llevó a sumergirme en la Blogófera , fue su blog el primer contacto que tuve con estos espacios, fue interesante saber que mi hermano contaba con una especie de página personal donde eventualmente escribía historias, anécdotas, pensamientos que me daban una idea de cómo estaba, ya que hace unos años se había mudado al DF a trabajar, su blog llegó a ser una forma diferente de tener contacto con él ,poco a poco fui visitando los blogs de sus amigos , pero fue cuando empecé a visitar blogs mas allá de los de mis amigos y conocidos que me di cuenta del fenómeno que representan, encontré información valiosa en ellos y personajes interesantes usando este medio.

El uso del Internet desde la secundaria siempre fue normal en mi vida diaria lo usaba como herramienta escolar, para estar en contacto con familiares y amigos, me acoplaba a los nuevos espacios que brindaba la red, al observar las ventajas que los blogs en particular brindaban a la sociedad y en especial a un sector que constantemente está luchando por hacer su trabajo que es el periodismo , fue que me interesó sumergirme en la red explorando los beneficios y concretamente mostrar a través de un reportaje como las nuevas tecnologías están de nuestra parte sí le sabemos sacar provecho.

Esta investigación se centró en los blogs y el periodismo, en cómo este último ha sabido explotar el espacio que le brinda este medio, me enfoqué en México ya que el desarrollo de los blogs es diferente en cada país según diversos factores.

Estos espacios han generado todo un fenómeno mundial, ahora se habla no sólo del periodismo como profesión, sino del periodismo ciudadano el cual no podría existir o sería muy difícil de mantener si no tuviera las herramientas y beneficios que brindan los blogs.

Es muy sencillo, el hecho que te lean mundialmente y que publiques de forma relativamente gratis es algo que ningún otro medio ofrece, entonces si brinda esto a la sociedad en general, qué no le puede ofrecer a un profesional que siempre ha estado en constante lucha por hacer su trabajo, donde se topa con el límite de espacio para publicar, con la censura y con la periodicidad, los blogs les da una opción más para realizar su labor.

Esta investigación fue un reportaje porque me interesó mostrar el fenómeno tal cual, que fuera accesible para todo tipo de público, un reportaje porque es un género completo donde no sólo se recopilan textos y documentos si no que se enriquece con entrevistas a personas involucradas que nos dan un panorama diferente.

Este reportaje comienza mostrando un poco de la historia del periodismo y, explicando las tecnologías de la información y su desarrollo que nos lleva al fenómeno del blog y periodismo .

En el Capítulo 1

Se plantea la historia del periodismo, iniciando desde las primeras formas de comunicación, así como los antecedentes del periodismo mundial en México y un poco de los géneros periodísticos donde se muestra el reportaje y sus características. Es necesario identificar el origen del periodismo para observar su contexto, desarrollo y obstáculos por los cuales ha pasado y los medios que ha utilizado a través de los años.

Dentro del capítulo 2 se encuentra el desarrollo de las tecnologías de la información y la historia del periodismo electrónico que sería un antecedente de lo que es hoy el blog periodismo.

El capítulo 3 muestra lo que son los blogs explicado de una forma detallada, las características esenciales así como sus herramientas , la relación con la sociedad y como se ha adaptado en diferentes vertientes como , empresas, medios , personal etc.

Finalmente en el capítulo 4 mostramos el fenómeno del blog periodismo principalmente cómo este fenómeno se está acoplando a nuestra sociedad, se encuentran diversas entrevistas a periodistas que han usado los blogs y que nos dan su punto de vista y nos relatan los beneficios que han obtenido de estos espacios.

Espero que este reportaje permita ampliar las perspectivas que se tienen actualmente sobre el tema y de la misma forma hacer una aportación hacia aquellos interesados en este gran fenómeno que une al periodismo y a un nuevo medio el blog situación que generará grandes cambios.

Planteamiento del problema

Desde siempre la finalidad de los medios de comunicación ha sido mantenernos informados de lo que sucede en nuestro entorno.

A lo largo de la historia, los medios de comunicación fueron avanzando de acuerdo a las capacidades del hombre para configurar su mundo físico.

Así culturas buscaron entenderse; la escritura desde la más remota antigüedad, resolvió enormemente y significó un paso gigantesco en la búsqueda del entendimiento y la comunicación entre las personas. A partir de eso el hombre no paró de buscar formas de comunicación cada vez más directas y rápidas como la imprenta, prensa, el teléfono, radio, televisión, cine y recientemente Internet.

Cada medio utiliza sus herramientas para transmitir la información necesaria y jerarquizada.

En Internet podemos decir que se engloban las características de los medios tradicionales por que podemos encontrar: imagen, sonido, permanencia, retroalimentación pero lo que sobresale de los otros es la inmediatez de la información.

Esto se debe a que existe una posibilidad de actualizar permanentemente la información sin necesidad de esperar un momento concreto del día, la constante actualización es necesaria por que vivimos en un mundo globalizado donde siempre hay noticias nuevas provenientes de cualquier rincón del mundo.

El fenómeno Internet destaca particularmente por que se trata de un instrumento que facilita a las personas el rápido acceso a cantidades infinitas de información, a un costo relativamente bajo, sobre cualquier índole y proveniente de cualquier rincón del mundo. Según la reflexión de Francis Bacon filósofo del siglo XVII *“por medio de la innovación tecnológica se contribuye al mejoramiento cualitativo de la vida humana, determinado la sugerencia de que el progreso tecnológico en sí es positivo y la sociedad debe adoptarlo como algo históricamente inevitable”*

Será por esta razón que se escucha hablar de una sociedad de la información, un conglomerado humano que parece tener ahora toda la información que se desea al alcance.

¿Pero qué implica vivir en una sociedad donde la base es la información?

Nuestro entorno ya no es el mismo ya no estamos limitados a nuestra ciudad o colonia ni siquiera a nuestro país, nuestro horizonte es ilimitado. En el pasado nuestros abuelos crecieron con la radio, se asombraban de las primeras transmisiones y se entretenían con radio novelas, para qué una carta llegara a su destino tardaban días y meses si se provenía del extranjero, para viajar era lo mismo; recorrían distancias lentamente y los medios más comunes era el tren y el barco.

La siguiente generación creció con la televisión y para ellos fue asombroso ver con sus propios ojos acontecimientos como el primer hombre que llegó a la luna.

Pero ahora en esta generación hemos crecido con televisión por satélite, con vuelos aéreos y para nada nos asombra el Internet porque crecimos a la par, frecuentamos el Chat, nos vemos cada noche con parientes y amigos por el MSN, usamos el correo electrónico para informar o simplemente para entretener, si necesitamos información la encontramos en poco tiempo, tenemos música y video incluso estaciones de radio, tenemos amigos del extranjero y mandarles una foto tarda cuestión segundos en recibirla.

Esta es la sociedad de la información que gracias a las Tecnologías de la información TICS y las herramientas que nos proporcionan ,que básicamente tratan sobre el empleo de las aplicaciones informáticas para transformar, almacenar, gestionar, proteger, difundir y localizar los datos necesarios para cualquier actividad humana, podemos estar al día de lo que sucede en el mundo.

El beneficio de las TICS depende en gran medida, de cómo se use en una determinada comunidad y cuánta importancia les otorguen en su desarrollo.

Los medios de comunicación se han convertido en el espacio de interacción social por excelencia.

BLOGS

Una de las herramientas que nos brinda Internet son los blogs , espacios gratuitos de publicación que están al alcance de aquellos que les interese, basta tener una cuenta de correo electrónico para poder generar uno:

- *Es un medio masivo por lo cual llegan a cualquier rincón del mundo.
- *La creación de un espacio es gratuita y mantenerlo también.
- *Hay accesibilidad de publicar cuando quieras y las veces que quieras.
- *La libertad de expresión, aquí la información no pasa por ningún filtro, ni está sometida a intereses particulares.
- *Al publicar por este medio existe una comunicación con otros profesionales a través de los comentarios, o los links existiendo un intercambio y discusión de ideas.
- *Existe una comunicación directa.
- *Es un archivo personal de ideas, noticias e iniciativas periodísticas.

A partir de estos espacios surge el periodismo ciudadano donde varias personas pensaron que sus ideas, opiniones y sentimientos no estaban bien representados en la información que ofrecen los medios.

Término que debido sobre todo al uso generalizado de los blogs en los últimos años, con los que los ciudadanos exponen su visión de diversos asuntos sociales, culturales, políticos, económicos, locales, deportivos, etc.

Además, muchos medios digitales, algunos de los cuales tienen edición escrita fomentan la participación ciudadana a través de espacios alojados en sus páginas web para que den su visión de diversos acontecimientos. Es un término polémico: para algunos periodistas no existe nada que se pueda llamar periodismo ciudadano, ya que el periodismo es una disciplina profesional que no se puede democratizar para la ciudadanía. Para otros, sin embargo, supone una realidad el asalto de los ciudadanos al mundo de la información y además es algo eficaz.

De acuerdo con las diferentes opciones que nos brinda el internet y los blogs como herramientas de periodismo, encontramos que tanto impacto han generado y los cambios que ocurren en los medios gracias a estos.

Por lo cual a partir de esta investigación se buscó responder las siguientes preguntas

- ¿Son los blogs la herramienta ideal para el periodista actual en México?
- ¿Existe credibilidad suficiente para el periodismo ya sea de investigación como el ciudadano frente a los medios tradicionales?
- ¿Cómo ha sido la magnitud de este fenómeno?
- ¿Su uso podrá ser tan relevante en México como en otros países tal como España?
- ¿Cuál es la percepción futura de este medio en nuestro país?

Justificación

El fenómeno del blog actualmente es tema de estudio e investigación en el mundo ya que cuenta con características que hasta el momento ningún otro medio había presentado.

Existen diversos estudios, libros, tesis alrededor del mundo, en España principalmente, en México es un fenómeno comentado y estudiado pero no del todo, hace falta investigación en esta área. Hasta el momento no he encontrado ningún libro mexicano que aborde este tema tal cual y mucho menos la pregunta que planteamos en este trabajo ¿Los blogs son la herramienta ideal del periodista actual?

Existen publicaciones en revistas especializadas, existen grandes aportaciones de diversos países sobre el tema, pero hay poco material que exponga este importante fenómeno en nuestro país que esté al alcance de la sociedad.

Es importante saber qué puede generar no sólo en el mundo si no principalmente en nuestro país ya que directamente nos puede perjudicar o beneficiar.

Esta investigación nos permitió saber que tanto impacto han generado estos blogs en nuestro país y sobretodo si realmente pueden ser la herramienta predilecta de nuestros periodistas.

Es un reportaje por preferencia personal, me pareció importante crear un documento que fuera de fácil comprensión, con datos reales, ya con un proceso de investigación previo, no para demostrar lo que es este fenómeno, sino mostrarlo tal cual.

Según Julio del Río Reynaga en su libro *Periodismo interpretativo : el reportaje* es el género que puede satisfacer todas las exigencias del lector contemporáneo y permitir al reportero captar con profundidad esa realidad; llegar a la esencia de los hechos y de los acontecimientos, en síntesis responder al *por qué* y al *para qué*.

Las funciones del reportaje son básicamente:

Informar sobre un hecho de interés para la sociedad.

Describir detalladamente el suceso.

Que la información recopilada en el reportaje sea captado por quien lo recibe.

Es lo que se hizo con este proyecto; informar sobre la realidad de los blogs y las herramientas que proporciona al periodismo pero en especial mostrar que es un espacio útil para la sociedad.

Esto a través de investigaciones previas en documentos, libros, revistas electrónicas y entrevistas a periodistas mexicanos que utilizaron estos espacios, así generando una fuente nueva de información que puede ser consultada por quien le interese el tema.

Hasta el momento la biblioteca no cuenta con ningún libro o tesis que aborde el tema y siendo parte de mis objetivos que mi trabajo sea útil como herramienta de investigación .

Se recopiló toda la información posible sobre el tema aportando testimonios, , el reportaje fue la mejor herramienta para realizar este proyecto.

Esta investigación pretende aportar a la sociedad en general una guía sobre el fenómeno del blog planteado de manera accesible y no sólo para el investigador o estudiante de ciencias de la comunicación , tiene por objeto concientizar a la sociedad que estamos viviendo en una sociedad de información llena de tecnologías que modifican nuestra forma de comunicarnos e informarnos.

Según el reglamento de titulación de licenciatura de esta Universidad, mi proyecto será una investigación de tipo exploratorio, ya que mi tema está orientado a un tema poco estudiado en la búsqueda de tesis relacionadas en esta Universidad sólo encontré dos ; El periodismo digital en México de Gilberto Vega del Río y otra de Cecilia Pita sobre La brecha digital : el olvido del hombre en tiempos desiguales de Internet y tecnologías de información y comunicación. Ninguna de las dos aborda el fenómeno del blog, y ninguno es reportaje.

Dentro de los libros y artículos revisados ninguno aborda la pregunta realizada en esta tesis sobre si el blog es la herramienta ideal del periodista actual, de igual manera en esta institución Universidad Vasco de Quiroga no existe ninguna tesis relacionado con el tema de los blogs.

En la actualidad es posible hacer periodismo, informar y decir lo que piensas sin barreras, tal ves sólo la del lenguaje pero ya no te topas con interés particulares que limitan tu información .

Gracias a estos elementos también podemos estar informados en cualquier hora del día sin tener que esperar el horario del noticiero o comprar el periódico.

Herramientas como los blogs han modificado los medios de comunicación, ya la mayoría de los noticieros de televisión cuentan con ellos, igualmente revistas y periódicos, esto se debe a que la población quiere dar su punto de vista pero no de una manera superficial como hablar por teléfono y dejar un comentario, sino exponer sus ideas y saber que es leído por muchos, y que estos le digan lo que piensan para establecer un diálogo y retroalimentación. Este movimiento ha generado la libertad de expresión total en los periodistas los cuales pueden publicar sin el temor de ser censurados, es un espacio gratuito de gran alcance y accesible.

Objetivos

General

Mostrar el desarrollo, impacto y los cambios que ha generado los blogs al periodismo en el área de la comunicación en México actualmente y que tanto se puede considerar como la herramienta ideal del periodista actual.

Particulares

Exponer brevemente la historia básica del periodismo, el ciberperiodismo los movimientos periodísticos en México y una visión general de los mismos en el mundo.

Escribir un reportaje que sea de fácil comprensión y de acceso para el público general que este interesado en conocer el fenómeno del blog de una manera clara y sencilla.

Conocer qué beneficios o cualidades posee este medio que la hace tan irresistible para la sociedad en general, no sólo para expertos.

Mostrar el fenómeno del blog en México

Discutir sobre el que futuro le espera a este medio en nuestro país.

Hipótesis

El fenómeno del blog ha alcanzado magnitudes impresionantes mundialmente, siendo un espacio de publicación ideal para el periodista actual en nuestro país gracias a las características que proporciona este espacio en la web. A pesar de que Internet no es tan accesible para el pueblo mexicano, varios periodistas han encontrado en estos lugares una buena forma de informar, opinar y retroalimentarse de sucesos y temas importantes para su desarrollo profesional. Es un medio alterno que esta revolucionado no solo el periodismo, si no la forma de comunicarnos, expresarnos generando así el periodismo ciudadano.

Metodología

Se utilizó el Reportaje como base de este proyecto con la finalidad de mostrar, y no de demostrar.

El reportaje es considerado como el género periodístico más completo, es nota informativa ya que casi siempre tiene como antecedente una noticia, es crónica porque con frecuencia asume esta forma para narrar los hechos. Es entrevista por que en ella se sirve para recoger palabras de testigos.

El método del reportaje pude sintetizarse de la siguiente manera:

- 1) Proyecto de reportaje
- 2) Recopilación de datos
- 3) Clasificación y ordenamiento de los datos
- 4) Conclusiones
- 5) Redacción.

La recopilación de datos fue básicamente de libros que abordaron los temas mencionados, de artículos de Internet pero de portales como “Razón y Palabra” y “El Portal de la Comunicación” donde constantemente especialistas están publicando.

Se hicieron entrevistas a periodistas mexicanos que están usando los blogs como herramienta de trabajo tal es el caso de Salvador García Soto periodista y columnista del Universal a 2 periodistas independientes así como integrantes del movimiento “Blogs por la resistencia de México” que al realizar esta actividad se convierten en periodistas ciudadanos , también se obtuvo la entrevista de especialistas como el caso del Dr Octavio Islas, Director Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) y Coordinador de los consejos editoriales de Razón y Palabra.

CAPÍTULO 1

PERIODISMO

Las definiciones de este término varían, según el punto de vista de quienes las darán o la línea editorial que sigan.

El Filósofo Alemán Georg Hamann ofreció a sus contemporáneos la primera definición que decía “narración de los acontecimientos más recientes y dignos de recordar”.

Carlos Marín en su libro “ Manual de Periodismo” lo define así:

Es una forma de expresión social sin la cual el hombre conocería su realidad únicamente a través de versiones orales, resumen, interpretaciones, relatos históricos y anecdóticos.

Satisface la necesidad humana de saber que pasa en su localidad, en su país, en el mundo, de conocer hechos, declaraciones y reflexiones de interés público.

Es una profesión moderna y brillante, que tiene como finalidad comunicar, analizar y valorar con veracidad y ser un elemento fundamental para la vida social y personal de los hombres. Las expresiones periodísticas en prensa, radio, cine y televisión constituyen un servicio popular y una fuerza indiscutible, así piensa Horacio Guajardo.

Dentro de esta misma publicación encontramos las definiciones de Carlos Septién y Sara Moirón .

Carlos Septién García: es una síntesis de conocimiento con el fin de divulgar y enjuiciar la conducta humana de importancia colectiva.

La periodista Sara Moirón decía que es un oficio pero también una pasión que se retroalimenta con el afán de conocer la verdad, la intensidad con que se vive, participando en los acontecimientos y la energía de este constante suceder, redundando en un mecanismo de retroalimentación, constituye un hecho cotidiano tanto para el emisor como para el receptor.

En sí el periodismo es dar a conocer los sucesos que ocurren en nuestro alrededor de la manera más completa y rápida posible siendo veraces. El origen de este suele asociarse con las primeras formas de comunicación y transmisión de mensajes

1.1 Primeras Formas de Comunicación

El ser humano en la prehistoria comenzó a crear una serie de métodos para hacerse entender como: los sonidos, señales de humo y posteriormente las pinturas en el interior de las cuevas con la finalidad de darles permanencia a lo ya descubierto comenzando con jeroglíficos hasta la escritura fonética

La necesidad de comunicarse fue el motor de todo tipo de codificaciones expresivas.

Manuel Vázquez señala en su libro “Historia y Comunicación Social” que existen 4 etapas de la historia de la codificación de signos y fonemas de la relación interhumana

La primer etapa es Mnemónica (de memoria) se caracterizó por el empleo de objetos reales como datos o mensajes entre gente que vivían alejadas y no pertenecían al mismo sistema convencional de comunicación.

Ejemplo de esta etapa es el “quipu” era una serie de cuerdas anudadas para conmemorar acontecimientos felices, para transmitir ordenes o para servir como instrumento de cálculo .

La segunda etapa es la Pictórica, la comunicación se transmite mediante la pintura, la representación de objetos, estos grabados aparecen no sólo en las pinturas rupestres, sino en objetos variados como utensilios y armas.

La tercera etapa es la ideográfica que resulta de una asociación de símbolos pictóricos con objetos e ideas. Los signos se empelan cada vez más en la representación de ideas.

La cuarta fase es la Fonética y se establece cuando el signo representa un sonido, fuera de las palabras enteras, de sílaba o de las que hoy llamamos letras, como unidad fonética menor.

La invención del alfabeto fue el punto máximo de la primitiva forma de comunicación y fue propiciada por aquellos pueblos de mayor desarrollo social y de mayor interrelación comercial con otros pueblos.

El hombre desde un principio vivió en grupos, es decir socialmente, tuvo que apelar a su ingenio, su inteligencia para poder alimentarse y sobrevivir.

Mientras que en Centro Europa los seres humanos iban de un lado a otro como cazadores y recolectores, los sumerios crearon la primera gran cultura de la humanidad en Mesopotamia.

Los sumerios buscaron cómo retener las cosas importantes en algún lugar que no fuera la simple memoria. Al principio utilizaron pequeñas imágenes que representaban por ejemplo, a un hombre a una mujer, una vaca, una cesta de fruta. De aquellas figuras derivó con el tiempo un sistema de signos que les permitió dejar constancia de sucesos e informes. Imprimían los signos presionando con bastoncillos en forma de cuña sobre tabletas de arcilla blanda que luego cocían para fijar lo escrito. A partir de ese momento la comunicación oral dejó de ser el único medio de comunicación

La Escritura

Las primeras palabras escritas fueron dibujos simplificados que se conocen como pictografías. Estos signos se trazaban sobre arcilla húmeda con una caña de punta afilada.

Eloy Caloca cita en su libro “Recuento Histórico del Periodismo” la cronología de la escritura según la publicación de Robert Clairborne:

Del año 100 000 a. de C. el hombre se hace capaz de hablar.

Hacia el año 30 000 a. de C: aparecen en Europa las primeras pinturas rupestres.

Del 20 000 al 6500 a. de C., se inicia el registro de datos mediante muescas en huesos de animales.

Del 3 500 al 3000 a. de C., aparece en Sumeria la primera escritura pictográfica conocida.

Hacia el 3000 a. de C., los egipcios usan en las tumbas y templos la escritura jeroglífica.

Del 2800 al 2000 a. de C., la escritura cuneiforme se difunde por el oriente.

Por el 1500 a. de C., los chinos desarrollan sus ideogramas y los graban en recipientes de bronce

Hacia el 1400 a. de C., el pueblo o el puerto comercial de Ugorit inventan un alfabeto.

De 1100 al 900 a. de C., los fenicios difunden por el Mediterráneo su alfabeto

Hacia el 800 a. de C., los griegos que habían adoptado el alfabeto fenicio, desarrollan el moderno concepto de alfabeto al añadir las vocales.

La imprenta

En el libro “Los Orígenes del periodismo en nuestra América” de J. Benítez encontramos que las primeras impresiones con tipos móviles de madera fueron practicadas en India, Japón y las Filipinas. Pero fue Gutenberg quien a mediados del siglo XV, plasmó la idea en tipos móviles de metal y desarrolló los fundamentos para la impresión tal como se conoce en nuestros días. En 1456, terminó su famosa Biblia de las 42 líneas.

Un gran número de los libros se imprimieron en Europa desde el descubrimiento de Gutenberg, alrededor de un siglo posterior a la invención.

Las primeras hojas que comenzaron a salir de las imprentas, solamente contenían una noticia relatada en todos sus detalles.

Los impresores alemanes hicieron que se conociera el invento por muchas partes del Viejo Mundo, y antes de que concluyese el siglo XVI era conocido en casi todas partes. En 1464 fue llevada a Roma. En Francia, la imprenta aparece en 1470, instalada en Sobona. En España fue introducida en 1473, en la ciudad de Zaragoza. México recibió la primera imprenta que hubo en América.

Los pesados tipos góticos de Gutenberg, evolucionaron rápidamente. En Italia se crearon los tipos llamados *romano* e *itálico*, simultáneamente con la invención de los caracteres móviles progresó la fabricación del papel y las prensas de imprimir. A principios del siglo XVIII se inventa el papel continuo en sustitución del papel de tina. Simultáneamente la prensa de madera deja paso a la de hierro. A comienzos del siglo XIX se aplica la fuerza del vapor a la imprenta y se inventa una maquina de fundir tipos, perfeccionada en 1835 por el norteamericano David Bruce, Ricardo Hoe inventa en 1856 la rotativa, perfeccionamiento coronado por los de la linotipia en 1886 y del monotipo .

1.1.1 HISTORIA DEL PERIODISMO MUNDIAL

Panorama General

El periodismo es el reflejo de la sociedad que siempre ha necesitado de herramientas que faciliten la circulación de información y con el afán de registrar por escrito todo lo que le deparaba a los hombres surgieron bloques de documentos concebido a medio de comunicación social, así lo expone Jisep L. Gómez Mompert en su libro “Historia del Periodismo Universal”:

Las crónicas: compendiaban los sucesos protagonizados por los monarcas y lo singular de las actividades ciudadanas.

Las cartas-diario. Eran redactadas por los agentes de las casas comerciales a fin de notificar a sus patronos, los grandes mercaderes, cualquier asunto relativo a posnegocios, después añadiéndoles a los modelos funcionales de la correspondencia mercantil informaciones de índole política o militar.

Los almanaques, incluían en sus páginas, los cálculos del tiempo, predicciones astrales, pronósticos, consejos proverbios, moralizantes. Discursos como “literatura de cordel” sirvieron de vehículo culturalizador.

Los “avissi” “fogli a mano” “price-currents” “folios plegados con noticias útiles relacionados con el tráfico de mercancías, precios o sucesos curiosos o de interés público.

Europa

De acuerdo con Eloy Caloca ,cuando la noticia impresa vino a disputarse el mercado a la noticia manuscrita, no la hizo desaparecer; las dos coexistieron durante el siglo XVI.

Los grandes preferían noticias manuscritas hechas para ellos solos, no censuradas, suministradas por informadores que les merecían confianza.

De las hojas manuscritas las más importantes proceden de los Fugger; ellos eran unos poderosos banqueros de Ausgsburgo, que concedieron tanta importancia a los reporteros manuscritos que quisieron tener un servicio propio de noticias. Este sistema acometió con mucho éxito en Francia, a comienzos del siglo XIX.

Las plazas públicas de Venecia, Roma y Florencia, eran los principales centros de información del mundo antiguo, se leían las actas divinas, que eran escritas por el secretario para dar cuenta al senado de los acontecimientos importantes ocurridos en la ciudad.

El periódico en Roma debe su origen a Julio César quien reconoció el valor de la opinión pública y durante el año de su consulado, hizo reunir diariamente, para la utilidad general, las noticias de los acontecimientos más importantes, con lo que apareció *El Diario Romano*.

En Francia durante el siglo XVII los periódicos han adquirido carta de ciudadanía pero los gobernantes le imponen una obediencia completa. La realeza francesa va más lejos; quiere crear órganos que serán inspirados, casi dirigidos por ella. De ahí los modelos de una prensa de Estado: prensa política, con *Gazzete*; prensa científica con el *Journal de Savants*; prensa literaria y mundana con el *Mercure*.

En Alemania comenzó un fenómeno trascendental para el periodismo; la necesidad de recibir y difundir información orilló a las organizaciones a valerse de corresponsales.

En 1618 surgen muchas facetas con información militar motivando a la opinión pública a favor de uno y otro bando. Martín Lutero imprime la Biblia en Alemán durante la guerra de Francia. En 1648, Los Tratados de Westfalia culminan la guerra de los 30 años y se firma la paz en la ciudad de Münster.

Inglaterra en 1577 se fundó la sociedad de librerías, a la que acudían impresores, editores, escritores, periodistas, etc. iniciándose el intercambio de información y los comentarios a la misma, lo que originó la aparición de las primeras gacetas manuscritas.

En 1633 surgió una época de apertura en la que se eliminaron los periódicos y publicaciones independientes con la condición de que los nuevos sólo podían publicar noticias de interés general pero sin hacer comentarios o emitir juicios sobre las noticias, creándose para el cumplimiento de lo anterior un consejo de vigilancia denominado la Cámara Estrellada.

PERIODISMO EN AMÉRICA

Estados Unidos

La Nueva Inglaterra fue la cuna del periodismo estadounidense, la iniciativa la asumió un periodista inglés perseguido por la justicia, Benjamín Harris fundador en Boston del primer periódico norteamericano, el *Public Occurrentes, Both Foreign and Domestic*, inmediatamente cerrado por las autoridades en 1690, luego le siguieron los pasos John Campbell y William Brooker, introductores en la misma ciudad del gacetismo semanal. En vísperas de la revolución independentista hacia 1765, existían en América anglosajona al menos 23 semanarios en 11 de las 13 colonias con Massachusetts, Pennsylvania y Nueva York a la cabeza, ellos diseñaron las notas de identidad del periodismo en aquel ámbito: información local y comercial, comentarios de opinión y anuncios describe Joseph L. Gómez Mompert en su libro, *Historia del periodismo Universal*

Latinoamérica

La llegada de Cristóbal Colón dotó a la comunicación cierto instrumento valioso ya que dos años después de este hecho aparece, la primera hoja volante escrita con los impresos que se conocen con los nombres de *relaciones, nuevas, noticias, sucesos*. En siglo XVII se publicaban con mayor frecuencia estas hojas impresas que informaban de sucesos militares o de interés popular.

Las hojas volantes impresas daban preferencia a las noticias del exterior y las locales aparecían profusamente en pasquines, edictos y murales y satisfacían en esa forma por el momento la necesidad de los lectores.

Los periódicos debido entre otras cosas a la escasez de lectores y al alto grado de analfabetismo, tenían que enfrentar el monopolio de las publicaciones españolas con destino final a las colonias, pero sin duda fue el vehículo fundamental para transmitir las ideas revolucionarias, para comunicar los pensamientos y sentimientos, y para poner en circulación los juicios y los criterios de periodistas y patriotas.

La información que transmitían era también un elemento de formación que se vinculaba al destino social y a la suerte política de los pueblos.

Periódicos en Hispanoamérica

Eulalio Ferrer describe en su publicación , “Información y comunicación” los inicios de los periódicos más sobresalientes de Hispanoamérica;

La Gaceta de Lima 1745 , en Perú: *La Gaceta de Caracas* 1808 en Venezuela; *El Mercurio* 1827 en Chile; *El bien Público* 1878 y *el Día* 1886, En Uruguay; *El Espectador* 1887 y *El tiempo* 1911 en Colombia; *El Listin Darío* 1889, en Republica Dominicana .Argentina se distinguiría por la diversidad de periódicos y riqueza de lectores, a partir de *La Gaceta de Buenos Aires*, en 1781, pasando por diarios prototípicos como *La Prensa* 1869 y *La Nación*, dos diarios argentinos Clarín 1946 y *La Razón* . En Brasil , *el Folha* de Sao Paulo es cabeza con 531000 ejemplares , seguido de *O Globo* 1925, con 500 000 y posteriormente , los diarios de *Jornal de Brasil* 1891 con 400 000 y *O Estado de Sao Paulo* 1879, con 350 000 .

México

Imperio azteca

La pintura jeroglífica en lo general venía a reducirse a efemérides que consignaban con claridad los años y la sucesión; de modo que tenían una cronología perfecta, base principal para la precisión de la historia. Al lado del año correspondiente colocaban el hecho o acontecimiento, uniendo así la cronología la relación de los sucesos históricos y usando en sus pinturas de caracteres figurativos, simbólicos ideográficos que daban la idea bastante completa de lo que querían representar. Así consignaron la exaltación de sus reyes y su muerte, sus batallas y conquistas, las pestes, terremotos y eclipses, hambres, todo con sus fechas precisas.

Los códices prehispánicos eran hechos, con tiras de piel de venado y posiblemente de jaguar, aderezadas con un barniz blanco sobre el cual se dibujaba y coloreaba.

Colonia

Al margen de quienes elaboraban los códices surgió la figura del primer reportero, cronista o corresponsal: Bernal Díaz del Castillo, cuya Historia verdadera de la conquista de la Nueva España, es el primer antecedente de los que podríamos llamar “prensa” pues bajo las órdenes de Hernán Cortés relataba las Crónicas de las noticias.

Así lo describe Francisco de la Torre en el libro “Taller de análisis de la comunicación”

Las hojas volantes o papeles sueltos informativos, que en Europa tenían una tradición que arranca desde el siglo XV, empezaron a circular en la nueva España dos años después de la fundación de la imprenta, puesto que la más antigua que se conoce data del 10 de septiembre de 1541. A mediados del siglo XVI las noticias de los acontecimientos que sucedían dentro o fuera se daban a conocer por medio de hojas volantes que se imprimían para su venta en las calles de la ciudad.

La flota que arribaba a Veracruz con el correo de la metrópoli proporcionaba las noticias que aprovechaban los primeros periodistas. Así se sabía del fallecimiento de reyes, guerras en Europa y calamidades.

Según Carlos Alvear, la hoja más antigua que se conoce es “La relación del Terremoto acaecido en Guatemala” el sábado 10 y 11 de septiembre 1541.

En el siglo XVII el año de 1693 apareció el “Mercurio Volante” con la noticia de la recuperación de las provincias del nuevo México.

El primer periódico del continente corresponde a Juan Ignacio de Castorena en enero de 1722, la gaceta de México y noticias de nueva España de la cual sólo aparecieron 6 números mensuales.

Primeros Periódicos Ideológicos 1810.

El diario de México 1805 es la primera publicación diaria del país y sirve como lazo de unión entre el periodismo colonial y el independiente. Fue fundado por Jacobo de Villaurrutia de origen antillano y por el periodista e historiador oaxaqueño Carlos Maria Bustamante.

Los criollos ilustrados estratégicamente colocados dentro del sistema colonial, tomaron conciencia de los cambios provenientes y crearon una cultura política en busca de una solución que les permitiera participar en las decisiones del estado.

Lo mismo hicieron los grupos realistas en defensa del gobierno colonial quienes pudieron propagar sus ideas para amedrentar a los indecisos e intimidar a los potenciales simpatizantes de los insurgentes.

Periódicos realistas

Anti-Hidalgo

Acerario y Moros

El Aristarco

El Verdadero Ilustrador Americano

El Centinela contra los Seductores

El Amigo de la Patria

El Fénix
El Ateneo
El Nuevo Aristarco.

Periódicos insurgentes

El Despertador Americano
El Ilustrador Nacional
El Ilustrador Americano
Semanario Patriótico Americano
La Gazeta del Gobierno Americano del Norte
El Correo Americano el Sur.

El Porfiriato

La prensa Porfirista proclamaba la paz y reprueba las tendencias revolucionarias al orden que debe reinar en el país.

La función de la prensa según dichos órganos, es colaborar con el gobierno en su labor de regeneración alejar al pueblo toda idea revolucionaria.

La reforma de los artículos 6 y 7 constitucionales consumada en 1883, conservó el derecho de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia, se entregó a los escritores públicos, sin defensa alguna a los tribunales de orden común.

El antídoto de la prensa opositora, consistía en la prensa subvencionada por el estado, Porfirio Díaz aumentó considerablemente, las subvenciones a los periódicos oficiales y favoreció con empleos y oportunidades a los escritores, a la par que organizaba el vacío oficial en torno a los grupos profesionales, iniciada a raíz del triunfo de la reforma, favoreció los designios de la dictadura. señalado en la publicación “ La prensa en México” de Navarrete y Aguilar .

A principios del siglo empiezan a surgir los diarios de carácter revolucionario que plantean cambio de régimen.

Cuando Díaz llegó a la presidencia había unos 200 periódicos en circulación del país, sin embargo eran contados los que mantenían su aparición por

tiempo considerable y menos aun los que habían logrado ganarse una sólida reputación como “El Siglo XIX” “El Monitor Republicano” “El Diario del Hogar” y “El Federalista”, que sin embargo significaba una minoría y ninguno de ellos llegaría al final de la dictadura.

Revolución

Los años de la dictadura Porfirista habían conducido a la prensa a un amordazamiento insostenible, por lo que al caer el gobierno de Díaz se vivió un clima de libertad de expresión que se convirtió en libertinaje; en abuso de la capacidad de manejo de la información del periodismo contrarrevolucionario.

Madero permitió una libertad que se volvió contra el mismo y Huerta recurrió a la censura para acallar las demandas de democracia, libertad y tierras, necesidades por las que había desatado el movimiento social. Para ambos presidentes la libertad de expresión se convirtió en un dilema. El primero experimentó negativamente las practicas del viejo cuño de la prensa mexicana de opinión: la burla y el sarcasmo de los personajes públicos: el segundo sólo volvió a las practicas anteriores: amordazar y comprar a la prensa

Obregón, Calles y Cárdenas

De los diarios que aparecieron durante el régimen Obregonista, destacan “La crónica” en Puebla, diario independiente de vasta información y erudición “El Universal Gráfico” diario vespertino y Jueves de Excelsior. Estas publicaciones surgieron respectivamente de los periódicos en circulación “El Universal” fundado en octubre 1916 por Félix f. Palavicini y Excelsior fundado en marzo de 1917 por Rafael Alducin.

Durante el Cardenismo 2 hechos vinculados a la prensa pueden destacarse: Surge la productora e importadora de papel. S.A PIPSA, empresa del estado destinada a proveer de papel a la industria editorial en su conjunto En segundo termino; el gobierno crea el Departamento Autónomo de Publicidad Y Propaganda(DAPP).

La prensa en Mexico

La práctica periodística en nuestro país ha tenido un desarrollo que de acuerdo al gobierno que prevale se adapta, siempre ha buscado nuevos espacios y alternativas para continuar con su labor de informar.

De acuerdo con Eulalio Ferrer, el primer periódico en 1722 es la Gaceta de México, gracias a la iniciativa de Juan Ignacio de Castoreana.

1826 a 1832, el historiador Lucas Alamán y el escritor Rafael Dávila publican el periódico *El Toro*.

En 1805 aparece el diario de México dirigido por Carlos Maria Bustamante, enlazado propiamente la post era era virreinal y la primera independiente.

El imparcial, tutelado por la dictadura de Porfirio Díaz,

El Universal 1916 y *Excelsior* 1917, dos diarios que compiten hoy con circulaciones superiores a los 100 000 ejemplares.

Pasa de 200 000 la *prensa*, fundada en 1928, arquetipo del periódico popular de información y *Esto en* 1945 el primer diario deportivo en rotograbado de México.

En la historia moderna se resaltan 2 diarios tabloides: *La Jornada* y *El Financiero* con tirajes aproximados de 80 000 ejemplares cada uno. En este rango de circulación se encuentra Reforma, editado a todo color, en su tamaño estándar fundado en 1993.

En la capital de México se editan 31 diarios cuya suma total de circulación apenas rebasa el millón y medio de ejemplares.

1.2 Inicios de Espacios Periodísticos

Expansión de las grandes agencias de noticias siglo XIX

Los periódicos necesitan satisfacer la demanda informativa de los ciudadanos. El instrumento base para el desarrollo de estas agencias es el telégrafo.

La agencia Havas 1835 fue la primera agencia de noticias. Es el antecedente de la actual France Press. Las primeras funciones que tiene la agencia es tener servicios de traducción de noticias para después venderlas.

Joseph L. Gómez Mompert describe el proceso:

Noticiarios cinematográficos

Cuando la prensa estaba alcanzando la cumbre de su desarrollo, el cine, inventado por los hermanos Lumiere 1895, rompió el monopolio que periódicos y revistas ejercían sobre la información, las primeras visitas se limitaban a reproducir escenas reales de la vida cotidiana, pero pronto los pioneros del cine pasaron a recoger con sus cámaras hechos noticiosos, nació propiamente el periodismo cinematográfico que era un periódico audiovisual, una selección de hechos de actualidad montados.

A pesar de contar con un sistema de trabajo bien organizado, les era muy difícil superar la inmediatez a la prensa, por lo que optaban por dar imágenes de hechos ya conocidos por el público a través de los periódicos.

Diversos problemas encarecieron los noticiarios como el aumento de precio de la película virgen, el inicio de la costumbre de cobrar al noticiero por tomar escenas en exclusividad, fue en la década de los sesenta cuando desaparecieron varios noticiarios, mientras que otros optaron por la transformación, pero fueron desapareciendo en los años siguientes.

Este avance coincidió con la expansión de un nuevo medio de comunicación social, la radio que utilizaba exclusivamente el sonido.

Periodismo Radiofónico

A partir de 1920 se inició en los países más desarrollados la radiodifusora regular con varias horas diarias de emisión pública. El invento de Marconi fue perfeccionado por otros científicos y desde 1906 se pudo transmitir por primera vez la voz humana a través del Atlántico. Las aplicaciones de la radio fueron inicialmente militares , pasando después a las comunicaciones civiles sobre todo la marina mercante, las agencias de información y algunos grandes periódicos comenzaron hacer uso de la radiodifusión en sus comunicaciones.

Las revistas de noticias

La revista *TIME* es iniciadora y principal representante del modelo de la revistas noticiosas, era sencilla clásica y uniforme, lo que provocaba una sensación de seriedad y garantía, aunque en un principio fue dirigida hacia un publico culto de nivel universitario , pronto logró una expansión del tipo del lector, abriéndose al público en general y a los mercados exteriores. Hoy sigue siendo una de las publicaciones más influyentes en el mundo, siendo esta fórmula recogida por gran parte del mundo.

Revistas Gráficas Fotoperiodismo

Al principio las fotografías no podían ser publicadas en la prensa por falta de procedimientos técnicos, las primeras fotografías publicadas en los periódicos representan objetos o personas estáticas.

Hubo que esperar a la tercera década del siglo XX para conocer una verdadera revolución del periodismo gráfico, en el que una o varias fotografías acompañadas por textos muy sencillos, relataban un acontecimiento.

El inicio de estas nuevas tendencias puede situarse en Alemania, el fotógrafo de prensa dejó de ser un empleado subalterno para convertirse en un periodista de rango profesional elevado.

Periodismo Televisivo

Es inicialmente continuador del noticiero cinematográfico y del periodismo radiofónico, el lenguaje informativo televisivo se desarrolla a partir del documental, el reportaje y el noticiero. Las primeras transmisiones eran verdaderamente primitivas si se compara con lo de hoy, básicamente era el presentador detrás de un escritorio y relataba los sucesos, al principio no había imágenes de los hechos, pero más adelante se empezó a tener películas muy sencillas.

Primeros Periódicos Digitales

A finales de los años ochenta comenzó a darse el gran salto al periodismo digital. En 1988 comenzó Prodigy, un servicio de publicación electrónica, que difundía noticias y permitía realizar transacciones. En 1990 este sistema se extendió al resto del mundo. Así comenzó la expansión de los servicios de redes, desembocando en la popularización de Internet. Los productos de la compañía Dow Jones (que incluían publicaciones como the Wall street journal y Barron's a través de prodigy o directamente), dieron inicio al periodismo electrónico multimedia en línea.

El primer periódico que lanzó su versión en línea, en los Estados Unidos, fue The Chicago Tribune, en 1992 por medio de América On Line.

Nuevos Espacios Periodísticos

Periodismo en la era del Internet

Según Javier Fernández del Moral dentro de su texto "Modelos de Comunicación Científica para una Información Periodística" la información periodística evoluciona y se adapta a los nuevos formatos y reacciona ante las exigencias tecnológicas.

La aparición de un nuevo medio genera expectativas en cuanto a nuevos formatos, así como oportunidades para la diversificación de contenidos, Internet aporta una serie de valores que se concretan en la multimedialidad, interactividad, hipertextualidad y la actualización constante.

Así el periodista ha encontrado oportunidad para conversar con la audiencia (interactividad), para producir textos para distintos soportes (multimedia) tiempo para encontrar los enlaces oportunos para enriquecer la información, comprobar su autenticidad y veracidad (hipertextualidad) y hacer un seguimiento de la actualidad para detectar que información nueva hay disponible.

La **multimedia** se aplica a cualquier objeto que usa simultáneamente diferentes formas de contenido informativo como texto, sonido, imágenes, animación y video para informar o entretener al usuario.

Delia Covi señala en su publicación “Sociedad de la información y Conocimiento” que la red es hipertextual, porque facilita el trabajo a través de la consulta de ventanas que es posible abrir de manera simultánea o consecutiva. Los usuarios disponen de información a partir de una estructura no lineal, constituida por nodos y enlaces que conducen hacia otros documentos.

El término hipertextual fue acuñado por Theodor Nelson para definir una estructura no secuencial, enriquecida en algunos casos por fotos e imágenes en movimiento, en la que a cada uno se le permite elegir un recorrido personal .

Raúl Trejo Delabre en su texto “Vivir en la Sociedad de la información” dice sobre la **interactividad** A diferencia de la comunicación convencional (como la que ofrecen la televisión y la radio tradicionales) los nuevos instrumentos para propagar información permiten que sus usuarios sean no sólo consumidores, sino además productores de sus propios mensajes. En Internet podemos conocer contenidos de toda índole y, junto con ello, contribuir nosotros mismos a incrementar el caudal de datos disponible.

Actualizable: El periodismo electrónico renueva la información conforme se vaya generando la noticia y las informaciones de interés.

Ciberperiodismo

El ciberperiodismo, surgió a consecuencia de que las herramientas de trabajo para las publicaciones impresas comenzaron usar la tecnología y dejaron atrás la típica maquina de escribir para cambiarla por una computadora y todas su comodidades, ante el “boom” del Internet varios periódicos comenzaron a tener sus publicaciones en línea y el periodista ahora no sólo redactaban la información si no comenzaba a usar todos los medios digitales posibles para estar en sintonía con la red, usando videos, links, fotografías digitales, etc.

Pero el ciberperiodismo no se vio limitado a los periódicos oficiales, sino que gracias a los espacios generados en la red, los periodistas tienen la oportunidad de crear páginas especializadas, foros, blogs donde practican su profesión, con beneficios como la libertad de expresión ya que al no estar sometidos a ningún monopolio el único interés que los mueve es el personal.

El periodismo digital lo define Quim Gil, periodista español y consultor sobre periodismo digital, *“es el periodismo en red, el que rompe con la comunicación lineal y unidireccional e implica una serie de cambios fundamentales respecto a rutinas del periodismo tradicional”*.

Se distinguen dos etapas de este proceso, la primera en la cual la tecnología fue implementada al servicio de los diarios impresos permitiéndoles desarrollarse y evolucionar. Y una segunda etapa, en la cual se desarrolla la segunda generación de periódicos, los diarios en línea, que sustituyen el papel por la pantalla de la computadora, generando así los que se denomina como periodismo en línea.

Formas de periodismo digital

La forma de transmitir contenidos noticiosos se puede desempeñar en varias formas dependiendo de la tecnología que se utilice y del carácter aficionado o profesional de la actividad.

Las formas de difundir información valiéndose de las herramientas que nos proporciona el Internet son varias dentro de las más populares se encuentran las siguientes:

Portales de noticias: paginas de Internet, que presentan información y noticias existen páginas especializadas de interés general y blogs.

Blogs : José Luis Orihuela define a los blogs de la siguiente manera: son sitios Web estructurados originalmente como diarios personales, basados en enlaces, noticias y opiniones que se actualizan de modo regular, escritos con un estilo informal y subjetivo. La blogósfera constituye uno de los espacios más dinámicos de la Red. Los blogs han dejado de ser exclusivamente diarios personales, se han convertido en nuevos medios de comunicación

Los blogs brindan al periodismo grandes ventajas

Es un medio masivo por lo cual llegan a cualquier rincón del mundo

La creación de un espacio es gratuita y mantenerlo también

Hay accesibilidad de publicar cuando quieras y las veces que quieras

La libertad de expresión, aquí la información no pasa por ningún filtro, ni está sometida a intereses particulares.

Al publicar por este medio existe una comunicación con otros profesionales a través de los comentarios, o los links existiendo un intercambio y discusión de ideas.

Existe una comunicación directa.

Es un archivo personal de ideas, noticias e iniciativas periodísticas.

Periodismo participativo

De acuerdo el coautor y traductor del libro “ Nosotros el Medio ” Shayne Bowman, y Guillermo Franco *es el acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos que juegan un papel activo en el proceso de coleccionar, reportar, analizar y diseminar información. La intención de esta participación es suministrar la información independiente, confiable, exacta, de amplio rango y relevante .*

El periodismo participativo es un fenómeno emergente que se produce de la base hacia arriba y en el cual hay poca o ninguna supervisión o flujo de trabajo periodístico formal de un cuerpo administrativo.

En su lugar, es el resultado de muchas conversaciones simultáneas y distribuidas que pueden florecer o atrofiarse rápidamente en la red social de la Web

La existencia de alternativas para la navegación contribuye a reducir la distancia entre emisores y receptores. En Internet la audiencia puede sugerir ideas para plantear alternativas.

Los sitios alternativos de noticias tienen gran capacidad para asumir la función de vigilancia en el entorno. Cada usuario se convierte en un ser capaz de aportar información precisa de lo que sucede en su entorno más próximo a partir de su experiencia directa.

La consulta de blogs especializados puede resultar de interés para el profesional tanto para encontrar ideas e información alternativa que confirmen sus percepciones como para detectar nuevas fuentes expertas y técnicas no oficiales, que puedan ayudarle a interpretar la realidad.

1.3 Géneros periodísticos

De acuerdo con Lorenzo Gomis en su publicación “Géneros periodísticos como modo de interesar en la actualidad”, los géneros periodísticos nacen como herederos de los géneros literarios, pero la necesidad de los géneros es en el periodismo más inmediato y urgente que en la literatura.

Los géneros representan la sedimentación de la experiencia del trabajo colectivo en diversos medios de información.

En el periodismo como método de interpretación sucesiva de la realidad social corresponde a los géneros periodísticos cumplir distintas funciones para responder también a diversas necesidades sociales y satisfacerlas.

La información y el comentario son dos necesidades sociales distintas. Necesitamos estar informados para saber qué pasa y que significa cada uno de los hechos en el conjunto de los acontecimientos actuales.

Es necesario formarnos una opinión de las cosas y comentarlas para saber en qué van a afectarnos y qué podemos hacer para sacar provecho de ellas o hacerles frente eficazmente.

Los géneros tal y como explica Cebrián Herreros nacen por el impulso intuitivo y creativo de un autor para plasmar una necesidad comunicativa, para alcanzar esa comunicación entre autor y público, el emisor debe dotar a su trabajo de unos recursos y códigos que son comprendidos e interpretados por el público.

El estudio de los géneros ha estado históricamente vinculado al análisis de las producciones textuales.

Es decir se ha entendido que los géneros eran distintas modalidades de expresión lingüística que adoptan los mensajes para su comunicación con el público.

En sus inicios el periodismo utilizaba exclusivamente formas de expresión escritas. Sin embargo en la actualidad emplea variadas formas de expresión y comunicación que han provocado la gran variedad de géneros periodísticos. Unas formas de expresión son textuales, otras han trascendido al género visual, sonoro, audiovisual y también de géneros que provienen de la interrelación entre lo textual y lo visual.

Los géneros se distinguen entre sí por el carácter informativo, interpretativo o híbrido así lo expone Carlos Marín y Vicente Leñero .

Una clasificación de los géneros periodísticos:

Informativos: noticia, entrevista, reportaje

Opinativos: artículo, editorial

Híbridos: crónica, columna.

Nota: información de un hecho de interés humano, actual y trascendente, que debe ser de interés para la sociedad. Es el género fundamental del periodismo, el que nutre a todos los demás y cuyo propósito único es dar a conocer los hechos.

En la noticia no se dan opiniones, se informa del hecho y nada más. El periodista no califica lo que informa, no dice si le parece justo o injusto, conveniente o no. Se concreta a relatar lo sucedido y permite así, que cada receptor de su mensaje saque sus propias conclusiones.

Entrevista; charla que sostiene un entrevistador con un entrevistado para conocer aspectos o temas con mayor profundidad de lo que al lector le interesa recogen noticias, opiniones, comentarios, interpretaciones, juicios.

Como método indagatorio la entrevista se emplea en la mayoría de los géneros periodísticos. La entrevista logra ahondar en los protagonistas, mediante el diálogo inteligente, exhaustivo y reposado, pero no complaciente, el periodista puede recabar la información que un experto posee, indagar en las ideas de un reportaje.

Crónica: relato de un acontecimiento, presentado en orden cronológico, que contiene matices descriptivos y observaciones personales de quien lo realiza. Es la exposición, la narración de un acontecimiento, en el orden en que fue desarrollándose. Se caracteriza por transmitir además de información, las impresiones del cronista. Más que retratar la realidad este género se emplea para recrear la atmósfera en que produce un determinado suceso.

Suple el afán del público por conocer la narración pormenorizada de los acontecimientos: no busca la presentación esencial de datos sino la meticulosidad de sus detalles y, sobre todo, es fiel a su transcurso en el tiempo.

Reportaje: investigación amplia generalmente integra todos los géneros periodísticos su propósito es presentar de manera objetiva y subjetiva la explicación de sucesos considerando sus antecedentes, situación actual, consecuencias y posibles soluciones. El reportaje profundiza en las causas de los hechos, explica los pormenores, analiza, reproduce ambientes, sin distorsionar la información; esta se presenta de forma amena, atractiva de manera que capte la atención el público.

Columna: se caracteriza porque aparece en forma periódica en una publicación, siempre con el mismo título, generalmente en lugar exclusivo y firmada por el autor que siempre la realiza quien comenta, interpreta y analiza hechos y acontecimientos.

Trata con brevedad uno o varios asuntos de interés y cuya característica singular es que aparece con una fisonomía, una presentación tipográfica constante.

Artículo: escrito en el que se comenta un acontecimiento que puede ser o no actual y expresa el punto de vista de quien lo escribe.

Es el género subjetivo clásico, donde el periodista expone sus opiniones y juicios sobre:

Las noticias más importantes

Los temas de interés general, aunque no necesariamente de actualidad inmediata

Editorial: Texto que ofrece valoraciones de los hechos de relevancia, enmarcándolos en línea política del periódico al que pertenecen; nunca va firmado, ya que el responsable del contenido es el mismo periódico y/o director y siempre aparece en la página editorial, da criterios, emite juicios de valor, pretende persuadir y a menudo conducir a la acción con la información del periodista busca decir qué sucede.

Chiste Gráfico: es una noticia imaginaria que cumple con la función de comentario. El chiste difunde las fantasías que alientan en la sociedad y da expresión placentera a las tendencias agresivas que existen en el ambiente.

Gracias a las nuevas tecnologías se ha permitido trabajar los mensajes periodísticos contribuyendo a implementar nuevos géneros combinando mensajes textual, visual, o audiovisual, los géneros antes mencionados son los básicos del periodismo.

REPORTAJE

Para definir al reportaje Eduardo Ulibarri en su libro *Idea y Vida del Reportaje* afirma que la noticia es un adecuado punto de partida, ya que con ella se origina mucha de la actividad periodística, con ella el reportaje mantiene múltiples nexos, pero también importantes contrapuntos.

La noticia

La noticia, materia prima del periodismo y sobre todo del periódico de nuestros días, es una de las formas más antiguas que se conoce en la transmisión y en la comunicación de hechos entre los hombres.

El hombre en su incesante búsqueda, acumuló experiencias, desarrolló su instinto descubridor, se vio ante la necesidad de un procedimiento práctico para transmitir a sus semejantes un hecho acaecido, y ese camino lo condujo al dibujo, al alfabeto, a la escritura, a la imprenta.

Los corredores precolombinos eran llamados *chasquis*, voz quechua que significa mensajero o emisario, o sea indios que servían de periodistas.

En México fueron los corredores *paguanis* los que llevaron a Moctezuma la noticia de la llegada a Tabasco de Hernán Cortés, el 12 de marzo de 1519 de acuerdo con José Antonio Benítez, en *los orígenes del periodismo en nuestra América*.

La noticia sirve para comunicar con exactitud y eficacia un hecho nuevo. La forma que ha llegado a adquirir con el tiempo responde perfectamente a la función que cumple. Su aportación al conjunto es conseguir que el lector u oyente se entere con claridad, exactitud y rapidez de hechos que han sucedido y que pueden interesarle.

Pero hay también necesidades informativas que la noticia no satisface. El lector quiere ver, sentir, entender las cosas como si hubiera estado en el lugar del suceso, comprender la articulación de una serie de hechos y las circunstancias en que se han producido, esta es la función del reportaje. El reportaje representa una doble aproximación.

El reportero se acerca al lugar de los hechos, a sus actores, a sus testigos, pregunta, acopia datos, los relaciona y después de todo esto lo acerca al lector de acuerdo con Lorenzo Gomis, en su libro *Teoría del periodismo*.

El reportaje según Julio del Río Reynaga es el género que puede satisfacer todas las exigencias del lector contemporáneo y permitir al reportero captar con profundidad esa realidad; llegar a la esencia de los hechos y de los acontecimientos, en síntesis responder al *por qué* y al *para qué*.

La palabra reportaje tiene su origen en la lengua francesa Reportage que significa una *compete rendí*, información sobre un acontecimiento o viaje escrita por un periodista.

El reportaje es capaz de redescubrir el pasado y diagnosticar el futuro para mostrar el presente.

Fernando Benítez periodista y escritor dice que *el reportaje es el relato de un acontecimiento presente o pasado, con un interés concreto, en general muy actual y vivo, el acontecimiento que se relata debe de ser real; fundamentado en hechos reales, no como la novela donde la ficción opera a sus anchas.*

Antonio Rodríguez, escritor, periodista, investigador, y crítico de arte.

El reportaje es una información completa sobre un asunto de interés general, tanto cuanto posible, importante, con exposición, desarrollo y fin que expresa por su factura y cualidades formales, una voluntad creadora y una intención humanística, trascendente.

Luís Suárez, periodista.

Es un relato objetivo de un hecho, en cuyo centro esta el hombre, por lo que ese hecho es importante siempre, el lector no debe de recibir solamente una simple reseña, por eso el reportero debe leer lo que se relaciona con el tema.

José Natividad Rosales periodista.

Investigación exhaustiva de un hecho en un momento dado, la simple exposición de un hecho que debe tener una gran calidad literaria; pero sobre todo es la transmisión de la verdad de un momento, lo más importante es observar lo hechos, ya que ellos no mienten como las personas.

Eduardo Ulibarri Periodista.

El reportaje no consiste sólo en un esfuerzo de escritura y organización, sino también de indagación y razonamiento.

El reportaje engloba y cobija a las demás formas periodísticas. Tiene algo de noticia cuando produce revelaciones: de crónica cuando emprende el relato de un fenómeno: de entrevista cuando transcribe con amplitud opiniones de las fuentes o fragmentos de diálogos con ellas, realiza análisis con el afán de interpretar hechos y utiliza la crítica cuando el autor cae en la tentación de dar sus juicios sobre aquellos que cuenta o explica, sin embargo el reportaje no es un simple depósito de posibilidades múltiples o collage de géneros diverso.

De acuerdo al Manual de periodismo de Vicente leñero y Carlos Marín señalan los siguiente puntos del reportaje en conjunto con los demás géneros.

El reportaje y la noticia.

El reportaje puede abordar un suceso noticioso pero la forma de abordar ese suceso establece la diferencia básica, el reportaje sirve para complementar, para ampliar, para profundizar, para dar contexto a una noticia.

Reportaje y la entrevista

Al ir reuniendo elementos para este género, el periodista se ve obligado a consultar expertos en determinada materia, también a realizar entrevistas de información y de opinión.

El reportaje y la crónica

Se asemeja cuando relata la historia de un acontecimiento y sigue para ello una relación secuencial. En su estructura, el reportaje puede contener un relato cronológico o una crónica periodística.

El reportaje y artículo

En el reportaje orientado al análisis de problemas de interés permanente, el periodista se verá obligado a establecer conclusiones a señalar errores, sin embargo en el reportaje no es la opinión del periodista la que más importa sino la de sujetos involucrados directamente en los temas que se tratan.

El reportaje es:

Informativo: dar conocer un suceso o situación de interés, en el reportaje el interés es permanente; en la nota informativa es momentáneo.

Narrativo: muchas novelas se han basado en reportajes y en la actualidad el reportaje forma parte de la literatura contemporánea.

Investigación social :

Ni si quiera el tema más sustancioso puede hacerse trascendente si no es estudiado hasta sus raíces, existe la necesidad de observar, leer libros y documentos y de preguntar.

Objetivo:

Una de las principales finalidades es encontrar la verdad que sólo se consigue cuando hay objetividad.

Contribuye al mejoramiento social, debido a la investigación que se realiza se aportan nuevos conocimientos que son útiles para la sociedad o para un sector determinado.

TIPOS DE REPORTAJES

Demostrativo: Es donde el periodista descubre problemas, fundamenta reclamos sociales, denuncia vicios. Va siempre al fondo del asunto, no se queda en la superficie ni se entretiene en los aspectos secundarios, profundiza en las causas básicas, con el propósito de dar un panorama lo más completo y exacto posible.

Generalmente, es parte del establecimiento de una hipótesis que el propio periodista formula. La investigación, la recolección de datos, lo han de llevar conforme su afirmación.

Descriptivo: se puede comparar con una pintura. Una imagen literaria periodística, que dibuja personas, lugares u objetos reales. Su finalidad es mostrar a los lectores a lo que el periodista observa con profundidad.

Narrativo: relata un suceso, hace la historia de un acontecimiento. Tiene semejanza con la crónica, con el ensayo histórico, con el cuento y la novela corta.

Instructivo: divulga un conocimiento científico o técnico; ayuda a los lectores a resolver problemas cotidianos. Tiene semejanza con el ensayo técnico o con el estudio pedagógico.

Entretenimiento; sirve principalmente para hacer pasar un rato divertido al público para entretenerlo. Tiene semejanza con la novela corta y con el cuento.

En si en la estructura del reportaje entran los diversos géneros periodísticos con la finalidad de realizar un trabajo de investigación más completo y profundo, la metodología depende del periodista, Eduardo Ulibarri divide este proceso en 8 pasos:

La idea: simplemente es algo que de pronto se inserta en nuestra mente; es la posible base para un reportaje. Se puede ver leer, hablar, oír, padecer, disfrutar sometido a una multiplicidad de estímulos y experiencias.

En lo que a simple vista puede parecer un mero detalle, quizá se esconda un gran tema.

El propósito: una de las formas de convertir la idea en el eficaz motor del proceso periodístico, es buscarle algún fin, considerarla en función de algo o para algo. Ver si forma parte de una realidad más amplia, por qué se da y quiénes son sus responsables.

El enfoque: el enfoque es lo más parecido que tiene el periodismo a la hipótesis que formulan los científicos, en esta etapa se trata de definir con la mayor precisión posible qué vamos a investigar, qué queremos ofrecer con nuestro reportaje. Ello implica salir aún más de lo simplemente intuitivo y buscar alguna información indispensable que nos ayude en la tarea de enmarcar con precisión lo que hasta hace poco era una simple idea con determinados propósitos

La investigación. Es la búsqueda de información con base a cierto método. En ella el periodista entra en contacto sistemático con las fuentes de los datos, conceptos, ideas o descripciones que debe recopilar para fundamentar su enfoque.

La selección: la principal función de la selección es decidir qué debemos dejar fuera de todo el material recopilado, no qué más debemos buscar. Para iniciar esta etapa es conveniente replantearnos el enfoque a la luz de lo que hemos investigado. Una vez reafirmado, la pregunta es qué incluir para sustentarlo o hacerlo más interesante, atractivo o convincente.

Razonamiento: se debe indagar conscientemente las posibilidades relacionadas de causalidad o la ausencia de ellas entre los elementos de que disponemos, sobre las similitudes y diferencias entre el caso de investigación.

Elaboración: incluir en nuestro trabajo, es necesario ajustarlos a las características formales del reportaje, esto comprende, al menos cuatro aspectos: lenguaje, estructura, estilo y tono.

Presentación: la diagramación los efectos especiales o la musicalización, con todo lo que esto implica, son parte del mensaje total que recibe el público, regularmente no se hallan bajo control del periodista, pero influyen en el resultado de su trabajo, por ello debe tenerlos en cuenta y ofrecer ideas sobre cómo emplearlos.

Carlos Marín recomienda estructurar el reportaje de la siguiente manera.

Una vez elegido, el asunto, el periodista prepara la realización del reportaje.

1. determinar la clase de reportaje que se pretende: demostrativo, descriptivo, de entretenimiento etc.
2. determinar a las personas, lugares y documentos que se requieren.

Personas: se determina a qué personas convendrá consultar para obtener información y a quienes hacer entrevistas de información de opinión o de semblanza. Algunas de estas entrevistas formarán parte del reportaje, otras servirán únicamente como apoyo, como orientación y de ellas sólo se aprovecharán los datos.

Lugares: se determina qué lugares habrá de acudir el reportero, tanto para recabar información y realizar entrevistas como para hacer su propia observación en reportajes descriptivos, el lugar visitado es fundamental y a veces tema central de las entrevistas. En ocasiones el reportero debe poner en juego su capacidad de observación y tomar nota de lo que percibe.

Documentos; se determina qué periódicos, revistas, libros y documentos en general será necesario consultar para fundamentar con cifras la investigación.

Cada reportaje amerita una investigación especial, sobre todo si se consideran distintos temas, finalidades y público al que está dirigido.

CAPÍTULO 2

2.1 Historia del Internet

A principios de la década de 1970, el departamento de defensa de Estados Unidos estaba preocupado por la vulnerabilidad de su red de computación a un ataque nuclear. El pentágono no deseaba perder toda su capacidad cibernética y de comunicación a causa de alguna bomba atómica, en consecuencia los expertos en informática de la defensa descentralizaron todo el sistema al crear una red interconectada de computadoras. La red estaba diseñada para que todas las computadoras se conectaran entre si. La información se concentraba en un paquete, llamado protocolo de Internet que contenía la dirección de la computadora destinataria, posteriormente las mismas computadoras enviaban el paquete, por consiguiente si una parte de la red resultaba averiada, el resto podría seguir funcionando de forma normal. El sistema desarrollado por el pentágono se llamó "ARPANET" ,así lo describe Gustavo Vega del Río en su tesis " El periódico digital en México".

Casi al mismo tiempo, las compañías crearon los programas para enlazar las computadoras a las redes locales, con lo cual crecieron aun más. Los primeros científicos y expertos en alta tecnología, no obstante la Nacional Science Foundation, cuya red estaba conectada al sistema, creó algunos centros de supercomputación en las universidades de Estados Unidos a fines de la década de 1980, la nacional Science foundation construyó su propio sistema basado en el protocolo de Internet y enlazó los eslabones de las redes regionales que quedaron finalmente unidos a una gran computadora fue así como nació Internet.

A pesar de todo, Internet seguía siendo exclusiva del pequeño grupo de personas que poseían una computadora. Sin embargo, hubo tres elementos que contribuyeron a la popularidad del Internet, de acuerdo con la compilación hecha por Oscar robledo en su blog "Pioner@s de Internet"

El surgimiento de la red mundial WWW en 1990:Un grupo de ingenieros de un laboratorio de física en Suiza creó un conjunto interconectado de computadoras en red, este programa sacó provecho del hipertexto, una herramienta de navegación que une un documento electrónico, texto o gráfica la red empezó como un recurso electrónico de información para la comunidad científica, pero el resto de los participantes de Internet la descubrieron e iniciaron a utilizarla, cualquier organización o individuo podía crear su propia página, siempre y cuando utilizara los mismos estándares de comunicación desarrollados en Suiza, se calcula que en 1998 había más de un millón de sitios en operación.

El segundo elemento que facilitó fue el primer **explorador llamado Mosaci** tenía la capacidad de recuperar datos, determinar en que consistían y configurarlos para que aparecieran en pantalla.

El tercer elemento fue **el motor de búsqueda**, utilizaría que escanea en el Internet términos seleccionados por el usuario y muestra resultados de acuerdo con algunos criterios predeterminados esto son Google, Altavista y Excite, estos avances ayudan a los usuarios a entender Internet y utilizarla como una herramienta de información útil.

Internet ha marcado una revolución sin precedentes en el mundo de la informática y de las comunicaciones, cuyos antecedentes principales se remontan a la aparición de inventos como el telégrafo, así la red significa para muchos una gran oportunidad de difusión , un mecanismo de propagación de la información y una vía de colaboración en interacción entre los hombres.

Internet representa uno de los ejemplos más exitosos de globalización, ya que se trata de un sistema que no conoce las fronteras, solamente podríamos mencionar la barrera del idioma y los protocolos para acceder a las posibilidades que brinda el Internet.

Este fenómeno es complejo ya que abarca varias posibilidades y herramientas para la sociedad para que esta se comunique, se informe y produzca su realidad

Raúl Trejo Delarbre en su publicación “La Nueva Alfombra Mágica” describe al Internet así:

No hay nada parecido a ella, Internet no tiene un centro que la controle ni depende de un gobierno o una institución, sólo de manera metafórica, pero forzada se le puede comparar con una telaraña, en vista que no hay un punto de convergencia de sus millares de hilos invisibles. Más bien se le podría considerar como una especie enorme y creciente océano , en donde confluyen numerosos riachuelos pero con la diferencia de quien incursiona en el mar que es Internet puede quedarse como un chorrito de la información que hay ahí, para empaparse, incluso ahogarse en dosis inconmensurables de datos de toda índole.

Este invento tecnológico ha repercutido en la cotidianidad del individuo y su comunicación con el resto de la sociedad. Internet es una interconexión de redes de computadoras que intercambian infinidad de datos entre si, una interconexión que se logra de manera mundial, cualquier persona no sólo puede acceder a un número casi infinito de información, ocio y entretenimiento, sino que tiene la posibilidad de estar en contacto con personas que habitan en estados, países e incluso continentes distintos, en tiempo real e instantáneo, acabando con cualquier frontera a causa de la distancia.

Se dice que en Internet encuentras lo que estás buscando pero son estos servicios específicos los que han generados que la red se vuelva tan atractiva para el público en general .

De alguna manera han modificado el estilo de vida a partir del surgimiento de estos y de la modalidad de uso; antes para realizar una tarea escolar tenías que asistir a la biblioteca a consultar libros , después reunirte con tus compañeros donde perdías prácticamente toda la tarde, ahora es distinto para consultar información están las enciclopedias en línea y textos especializados , para reunirte con tus compañeros esta msn, y esto lo puedes hacer desde tu hogar o en un cibercafé los tiempos se han reducido notablemente tan sólo por mencionar un ejemplo.

Servicios del Internet

www

La World Wide Web es el servicio más utilizado dentro de Internet, mediante un programa navegador, que utiliza un protocolo http con el cual podemos acceder de una forma rápida y sencilla a los documentos textuales y gráficos definidos en el lenguaje HTML. El sistema de identificación de recursos permite que cada página tenga un nombre que indique su dirección en la red

Correo electrónico

El correo electrónico ofrece la posibilidad de enviar mensajes a través de la red. El funcionamiento es el siguiente.

El emisor envía un mensaje a la dirección del correo electrónico del receptor , quien lo recibe cuando se conecta a Internet. Para enviar se utilizan programas específicos.

Las direcciones de correo siguen un estándar, según el cual primero se pone la identificación personal del usuario, a continuación el símbolo @ (arroba), y por ultimo la información relativa al proveedor.

El primer programa para el envío de correo electrónico fue creado en 1971 por Ray Tomlinson. En un primer momento sólo era posible enviar texto plano en la actualidad se puede dar un formato y es factible enviar textos, fotos, programas etc.

Foros

Los grupos de noticias, foros, o news permiten el debate en torno a diversos temas. Los participantes envían mensajes que leerán todos los miembros que se conecten al foro igualmente es posible remitir mensajes de forma privada. Un antecedente de estos fue en 1979 cuando Tom Truscott y Jim Ellis, dos graduados de Duke University, Carolina del Norte, escribieron un programa para news y lo instalaron en dos computadoras Unix.

Chat

IRC es el acrónimo de Internet Relay Chat o Charla Interactiva por Internet, un protocolo que permite mantener a los usuarios conversaciones en tiempo real, a través del teclado y la pantalla de la computadora. Para ello es necesario conectarse a un servidor.

El protocolo IRC fue desarrollado en 1988 por el finlandés Jarkko Oikarinen. En la actualidad existen gran variedad de servidores IRC conectados entre sí.

Como antes se había mencionado Internet forma parte de las nuevas generaciones, la red se ha desarrollado brindando servicios que complementan las necesidades de estas generaciones, hace tiempo el Chat era de lo más novedoso, en la época adolescente cuando surge la necesidad de establecer lazos afectivos, relacionarse y formar nuevas amistades con el plus de que no te iban a juzgar por tu apariencia sino por tu personalidad, estos espacios eran concurridos. Como todo la red fue creciendo y aportando nuevas herramientas para las generaciones que también crecían y que necesitaban de más espacios para expresarse, para comunicarse, para establecerse y para formarse una identidad, pero esto no solo ocurrió con la sociedad, sino con instituciones, empresas y naciones que vieron la necesidad de estar en red.

De acuerdo con Miquel de Moragas en su publicación *internet: facilidades tecnológicas, dificultades de comunicación* El Internet es utilizado básicamente en estas áreas:

- Militar
- Educativo y científico
- Intercambio comercial (Finanzas,compras y publicidad)
- Gestión diaria de información personal (E-Mail, agenda y contactos)
- Gestión empresarial de información (Intranet / Internet)
- Difusión institucional (proyectos, grupos ideológicos, gobiernos,)
- Información "periodística"
- Entretenimiento (juegos, sexo, viajes, chats, ficciones, noticias, deporte, etc.)

Este autor señala que las áreas de periodismo se han desarrollado muy rápidamente en Internet debido a la participación en ellas de los grandes medios e industrias de la comunicación, que han sabido utilizar sus excepcionales capacidades de producción cultural e informativa.

La primera de estas experiencias fue la de los periódicos, que inicialmente se limitaron a ofrecer "on line" sus ejemplares diarios. Posteriormente, fueron las agencias de noticias que comprendieron que Internet representaba el final de la separación de funciones tradicional entre los mass media y las agencias de información.

2.2 Internet en México

La historia del Internet en México empieza en el año de 1989 con la conexión del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, en el Campus Monterrey, ITESM hacia la Universidad de Texas en San Antonio (UTSA), específicamente a la escuela de Medicina. Una Línea privada analógica de 4 hilos a 9600 bits por segundo fue el enlace. Así lo señala el Ing en Sistemas Oscar Robles en el blog *Pioneros de Internet*

En 1992 se crea Mexnet A.C. una organización de instituciones académicas que buscaba en ese momento promover el desarrollo de Internet Mexicano , crear y difundir una cultura de redes y aplicaciones en relación al Internet y contar con conexiones a nivel mundial. Formación de MEXNET

El crecimiento de MEXNET fue registrando a usuarios como: UdeG, IPN, CINVESTAV, UAdeC, UdeM, INAOE, en 1992; UAM, UAG, Universidad Panamericana, CIMIT, UAP, UA de Chapingo, UAAAN, COMIMSA, UASLP, Universidad Veracruzana, UANL y Universidad Autónoma de Puebla entre otros, esto durante 1993.

En 1994, con la formación de la Red Tecnológica Nacional (RTN), integrada por MEXnet las instituciones educativas y de investigación lograron realizar su enlace a Internet.

La incorporación de la red en los hogares y centros de trabajo se llevó a cabo de manera paulatina, por lo menos hasta 1995, *“en gran parte debido al ambiente de monopolio que existía para la formación de redes; estábamos atados a lo que un proveedor ofrecía como tecnología, la cual no era de punta”* afirma Lourdes Velázquez, Directora de Telecomunicaciones Digitales de la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico (DGSCA), entrevista publicada Enter@te en línea revista de la UNAM.

Una serie de factores marcaron el arranque de Internet en nuestro país.

El ITESM inicia un home page experimental.

La UDLA desarrolla Mosaic.

La UDG presenta su Mosaic y desarrolla una sección sobre arte y cultura mexicana.

Bajo el dominio de .mx en 1994 estaban declaradas 44 instituciones académicas, cinco empresas en com.mx y una institución en gob.mx.

Se había asignado 150 direcciones IP en México.

Para ese año existían nueve enlaces internacionales : dos del ITESM, dos de Red UNAM, uno de CETYS, uno del Instituto Tecnológico de Mexicali y uno de UABC (Universidad Autónoma de Baja California).

En 1995 se tenía la posición 31 en base al número de host registrados.

El número de servidores World Wide Web creció 160% entre 1994 y 1995.

Para diciembre de 1996 los dominios .mx eran 2618.

De acuerdo con Lourdes Velázquez, algunos de los factores que han contribuido al acelerado desarrollo de esta tecnología son:

*La demanda de aplicaciones por parte de los usuarios, ya que su uso hace más rápida, confiable y cómoda la comunicación y el proceso de la información.

*La utilidad de esta tecnología para las tareas diarias, aunado a una apertura de información apabullante, lo que amplía considerablemente el conocimiento de la tecnología por sus usuarios.

*La industria compitiendo por los mercados.

*La investigación de tecnologías por parte de las universidades, y el desarrollo de las mismas por la industria.

*La globalización de mercados que ha permitido las relaciones comerciales entre empresas nacionales e internacionales.

La llegada de Internet personalmente la recuerdo en la secundaria cuando por primera vez teníamos un laboratorio de computo y sólo alguno podían acceder a este si formabas parte del taller de computación, existió un *boom* de cibercafes alrededor de las escuelas donde la principal finalidad era agilizar la tarea y *Chatear* , después crear tu cuenta en *Hotmail* y empezar a sentirte parte de este fenómeno, esto en el año 2001 . Poco apoco observé que Internet no solo era socializar y hacer tarea rápido, era un nuevo medio de comunicación.

Raúl Trejo Delarbre menciona en su publicación en línea *Espacio para Irradiar y Hacer Cultura* diversos aspectos que abarca la red.

- Internet es en sí misma medio de comunicación, con posibilidades de interactividad, acceso y especialización que no tienen los medios tradicionales.
- *El periodismo que se hace en la Red y esta apreciación podría ampliarse a muchas otras formas de creación y/o difusión cultural tal es el caso de los blog.*
- *En Internet se desarrollan o amplían formas de expresión e intercambio de productos culturales que aprovechan la versatilidad de formatos, así como la intemporalidad y la ausencia de barreras geográficas que tiene permite que sus usuarios hagan consultas, pidan ayuda y se ofrezcan respaldo en asuntos de toda índole, entre ellos cuando requieren apoyo.*
- *Internet puede llegar a localidades remotas o a comunidades que experimentan alguna forma de marginación y en donde no se difunden otros medios. Internet permite abrir espacios para la reflexión y la evaluación crítica de todas las formas de expresión cultural. tienen numerosas opciones para discutir, contrastar y difundir opiniones. Los espacios para deliberar acerca de estos temas en los principales sitios de chats y/o de foros en línea son de los más frecuentados.*

- *Internet permite difundir, más allá de los cauces tradicionales, la actividad de artistas y creadores.* Por ejemplo el sitio MySpace, originalmente creado para colocar bitácoras personales de jóvenes estudiantes, ha sido aprovechado por músicos de todo el mundo

Como vemos Internet es un espacio abierto que brinda posibilidades que otros medios no han podido manejar

Para México ha sido un proceso lento, pero se ha podido sumergir en este mundo en red Para el 2007 el estudio del AMPICI arrojó los siguientes datos:

23.7 millones de internautas en México

19.9 millones son usuarios de 13 años en adelante en zonas urbanas

1.8 millones son usuarios de 13 años en adelante de zonas no urbanas

1.8 millones son usuarios de 6 -12 años en zonas urbanas

El 59 % de las computadoras instaladas en México están conectadas a Internet

Edades de los internautas

De 12 a 19 años 35%

De 20 a 24 20%

De 25 a 34 34%

De 35 a 44 13%

De 45 a 54 7%

De 55 a 69 2%

48% de los mexicanos de 12 a 19 años están en Internet

Leer las noticias en línea continua siendo la principal actividad relacionada con medios de comunicación

El correo electrónico es el espacio mas utilizado en cuanto a los espacios para socializar

56% de los internautas consultan blogs

El tiempo promedio de conexión al día en México es de 2:42 min. Siendo en tercer medio en tiempo de exposición.

Hubo un 12.75% de crecimiento del 2005 a la fecha
77% de los internautas han leído un blog y el 38% tiene uno.

Lo que nos proporciona una idea de cómo en México poco a poco Internet toma más fuerza, aun existiendo limitantes, pero ya hay un avance significativo en esta área. El gobierno federal dice que, para 2012, 70 millones de mexicanos serán usuarios regulares .

2.3 Internet y la sociedad informada

Carmen Gómez Mont. Señala que estamos viviendo la transición de una sociedad industrial a una sociedad de la información, la denomina así porque en ella la tecnología de la información es la infraestructura primaria de toda producción industrial así como de la distribución de bienes y servicios. Gracias a estas tecnologías existe un cambio en nuestra sociedad en las formas de a informarse, comunicarse y expresarse.

De acuerdo a investigadora Claudia Benassini Félix, a Daniel Bell corresponde el mérito de haber introducido, a mediados de la década de 1960, la noción de “sociedad de la información”. De igual modo, en *La Tercera Ola*, Alvin Toffler, futurólogo y prospectivista, anticipó con notable claridad algunos de los rasgos fundamentales de la “sociedad de la información”. La “Tercera Ola” afirma Toffler- introducirá una nueva sociedad, la cual descansará en la información, el conocimiento y la creatividad. En las sociedades de la “Tercera Ola”, la productividad dependerá del desarrollo de nuevas tecnologías, las cuales permitirían al hombre hacer menos y pensar más.

De acuerdo con Octavio Islas las avanzadas tecnologías de información y comunicaciones (TIC) asumen un rol estelar. Las TIC son causa y consecuencia de las transformaciones estructurales que favorecen la transición de las sociedades industrializadas del mundo globalizado a “sociedades de la información”. Uno de los rasgos distintivos de “la sociedad de la información” es el ilimitado acceso a los recursos de información.

De una manera muy similar piensa el Coordinador General del Centro Estatal de Tecnologías de Información y comunicaciones CETIC , Omar Alejandro Aburto Tena en la entrevista realizada afirmó que El uso de las tecnologías de información es detonante para el desarrollo de las sociedades ya sea en gobiernos, o en iniciativa privada.

“Nos hemos topado con cierta resistencia de utilizar las nuevas tecnologías dentro de la sociedad por lo cual es una labor de impulsar y generar proyectos que tengan impacto donde las tecnologías de información sean orientadas al ciudadano donde puedan percibir el cambio de usar las tecnologías como herramientas, para llegar a los servicios de gobierno tan simple como a través de una computadora realizar tramites que usualmente harías en una oficina de gobierno y con la ventaja de no tener que desplazarte hasta ellas , con la facilidad de realizar estos tramites en cualquier cibercafé o un lugar donde exista una computadora y el servicio de Internet . La visión es acercar el gobierno a la gente aprovechando las tecnologías de la información”

En dicha declaración podemos ver la importancia y las ventajas que brindan las tecnologías de la información a la sociedad, donde nuestro gobierno ya se está preocupando por acoplarnos a la sociedad de la información.

De acuerdo con la Unión Internacional de Telecomunicaciones, la sociedad de la información es una sociedad: en la que todas las personas, sin ningún tipo de distinción, tendrán el poder efectivo de crear, recibir, compartir y utilizar la información y el conocimiento en cualquier medio de información, prescindiendo de las fronteras.

Para el desarrollo de esta sociedad de la información, es esencial, entre otras cosas, el respeto de los derechos humanos y las libertades fundamentales, tales como la libertad de opinión y expresión, así como la existencia de medios de comunicación independientes, pluralistas y libres.

La era de la información es un periodo histórico caracterizado por una revolución tecnológica centrada en las tecnologías digitales de información. Es un proceso de transformación multidimensional que es a la vez incluyente y excluyente en función de los valores e intereses dominantes en cada proceso, en cada país y en cada organización social.

Martín Becerra señala en “La sociedad de la información” las profundas contradicciones que existen en la sociedad actual como las desigualdades,

distancias o abismos entre países ricos y países pobres; las barreras de acceso para el disfrute de las tecnologías de la información y de otros beneficios sociales lo que se denomina La “brecha digital” que se manifiesta en la desigualdad de acceso a la información, al conocimiento, a la educación a través de las tecnologías de la información. Pero estas distancias no son solamente de carácter tecnológico sino que también inciden factores socioeconómicos, políticos y culturales y son el reflejo de infraestructuras de telecomunicaciones o informáticas deficientes e incluso de ausencia de políticas públicas al respecto. Además, las desigualdades no son sólo de acceso tienen que ver también con los contenidos que las personas pueden obtener, producir y colocar en la red.

Esas brechas pueden crear enormes diferencias entre la calidad de vida de los países del mundo, divididos en *inforricos e infopobres* de acuerdo con Raúl Trejo Delarbre: los primeros con una alta densidad de conectados y una creciente industria de fabricación e investigación tecnológica, mientras que los segundos con altos grados de dependencia tecnológica y una baja densidad de “conectados”. Incluso, los abismos pueden llegar, en el interior de los países, a presentar ventajas para algunos sectores, los grandes en otros sectores o pequeños usuarios, y pueden llegar a establecer diferencias entre individuos o ciudadanos como las mujeres, niños, minorías étnicas y sexuales.

A pesar de disponer de un alto desarrollo tecnológico y de flujos muy grandes de información, el acceso a la información y el conocimiento sigue siendo restringido entre otras causas debido al atraso tecnológico de los países en desarrollo, los altos costos de conexión a las redes, la imposibilidad económica de la mayoría de las personas para comprar computadoras como lo indican Delia Covi, *el acceso no sólo depende de la infraestructura disponible sino de las habilidades de la población para manejar los nuevos desarrollos tecnológicos.*

Las tecnologías han brindado al usuario espacios que antes no hubieran imaginado que podrían manejarlos y el hecho de que uno puede actuar sin intermediario cuando quiera, sin filtros ni jerarquías y lo más importantes en tiempo real, esto proporciona un sentimiento de libertad absoluta.

Dominique Wolton describe en su libro *¿Internet y después?* la relación de las nuevas tecnologías y el individuo donde explica que las dimensiones psicológicas son en efecto, esenciales en la atracción por las nuevas tecnologías, ya que éstas reúnen el profundo movimiento de individualización de nuestra sociedad, son el símbolo de la libertad y de la capacidad para organizar el tiempo y el espacio, el éxito de las tecnologías se debe a la autonomía, organización y velocidad.

Acceder, escoger, circular uno mismo y crearse su propia información permite no sólo ganar tiempo, sino también acceder a conocimientos totalmente imprevistos.

Las nuevas tecnologías satisfacen una necesidad de actuar. Estas tecnologías son a la vez, otras formas de cultura y lugares de creación de la cultura contemporánea.

Internet ante los medios

Raúl Trejo Delarbre en su publicación "Internet la Gran Conversación" sitúa al fenómeno del Internet ante los otros medios de la siguiente manera:

" Internet seguirá definiendo sus propias características que la distinguirán de otros medios de comunicación. Gracias a ello se ampliará la oferta de contenidos entre los cuales los públicos de los medios pueden elegir sus opciones de entretenimiento, ilustración, información o incluso educación."

Paso a paso que da con gran rapidez, la Red precisará los rasgos mediáticos que comparte y sobre los mensajes en Internet es claramente distinto: se trata de paquetes de información digitalizada que son conducidos

a través de una estructura reticular, a diferencia de la transmisión o edición centralizadas que define a los medios tradicionales.

Ese formato nos permite acceder a contenidos muy diversos, casi ilimitados, desde donde sea y en cualquier momento: sin restricciones espaciales ni temporales.

El **contenido** es en parte el mismo de los medios convencionales pues las empresas mediáticas, a Internet se le puede considerar como el espacio en donde se despliegan innumerables pláticas en busca de interlocutores. De sus usuarios depende que Internet se convierta en una inagotable y estéril suma de diálogos de sordos, en simple cháchara inservible o como sería deseable, en una conversación ilimitada.

El **contexto** que Internet les impone a sus usuarios y aquel en el que se desarrolla como medio la socialización ocurre gracias a las redes que nos comunican con otros pero no delante de ellas ni solo como consumidores pasivos de lo que otros dicen como cuando leemos en los diarios las ideas o informaciones de otros.

Las vías técnicas para apropiarnos de los contenidos de Internet evolucionarán de manera drástica y constante.

Cada año se desarrollan nuevas herramientas de comunicaciones en Internet, las cuales introducen prácticas comunicativas. La innovación es permanente, y los alcances de Internet definitivamente resultan insospechables.

Internet contribuye a reconfigurar las funciones informativas de los gobiernos, de las empresas, de la industria de la información en su conjunto y de todo tipo de instituciones, dedicadas a la cultura y a la educación. Además, cada nueva aplicación de Internet definitivamente contribuye a extender la tecnología que comprende a la industria de la informática, los medios de difusión colectiva, las telecomunicaciones, la multimedia, la realidad virtual, la robótica, la industria del entretenimiento, entre otras.

Internet es un espacio abierto para nuevas formas de comunicación este autor maneja claramente como en gran medida depende de lo que nosotros como usuarios hagamos en la red, los espacios que ocupemos y solicitemos existe una innovación en función de lo que la sociedad reclama y a diferencia de los medios tradicionales la evolución que se pueda dar es en la necesidad que se requiera.

Actualmente es común encontrar en la red un trabajo periodístico que se debe a la necesidad de los periódicos por tener presencia en este medio, en un principio surgieron versiones en línea de las ediciones impresas donde podías tener acceso a pocas secciones, si querías leer toda la edición debías realizar un pago o tener una suscripción,

Antecedentes tecnológicos del periódico Digital

Videotex. Precursor de los actuales periódicos en línea. Utilizando la pantalla del televisor y transmitiendo a través de ondas, se hacía llegar información y noticias a suscriptores.

Audiotex: es un sistema de servicio informativos a través del teléfono se podían realizar compras e informarse, en algunos países se daba como un servicio gratuito, sólo se pagaba el costo de la llamada, en otros era un servicio de paga.

Periódicos por fax: por medio de fax se ofrece una versión resumida y en algunos casos personalizados de los diarios se considera como un complemento del periódico impreso.

Recientemente ha surgido una alternativa al periodismo utilizando la tecnología, es el caso de los servicios de noticias por teléfono celular, por medio del servicio de mensajes escritos que las compañías han puesto a disposición del usuario, este puede recibir en su teléfono noticias de diversos temas, por una cuota mensual.

2.4 Ciberperiodismo

El periodismo digital o ciberperiodismo es aquel que se ejerce en publicaciones que están presentes en Internet, y que pueden ser fácilmente consultados gracias al empleo de un navegador para la web. Así lo describe Javier Díaz Noci en su publicación “Una aproximación a la investigación sobre medios de comunicación en Internet”

El periodismo digital, esta ligado a la extensión del uso de Internet y , fundamentalmente a la aparición de la World, Wide Web, a principios de los noventa en 1993 , diarios norteamericanos como Mercury y Century, The Chicago Tribune ofrecían determinada información sin imágenes , a través de los grandes proveedores de servicios para Internet como AOL .

Javier Díaz Noci asegura que es en la década de los 90 cuando nacen los primeros periódicos electrónicos multimedia e interactivos las primeras empresas interesadas en dar el salto al ciberespacio son estadounidenses.

Este medio ha marcado pautas, como por ejemplo la convivencia de zonas de libre acceso similares a la información que suministra la edición en papel con otras de pago, para segmentos más especializados, el facilitar servicios a la población, la búsqueda de anuncios clasificados, etc que marcan la diferencia respecto al tradicional periódico impreso.

La introducción de la computadora innovó por completo la forma de trabajar en redacciones, y el periodismo en sí, en la actualidad, el proceso de elaboración de un periódico ha cambiado mucho con la intervención de la tecnología, tanto en el aspecto editorial, como en le reportero.

Los periodistas pueden enviar la información a su redacción a través de Internet

y no es necesario que se encuentren físicamente en ella para que participen de la construcción de los diarios, todo esto ha contribuido a mejorar la calidad en la presentación de los diario y ha obligado a tener las noticias mas actualizadas.

Ciberperiodismo en México

De acuerdo con la publicación electrónica “Perspectiva del Periodismo Digital en México” de David R. Díaz el ciberperiodismo comenzó en México cuando las empresas periodísticas de vanguardia decidieron finalmente enfrentar la lucha en el terreno donde se encontraban en desventaja: la publicación de noticias en tiempo real y la comercialización de sus páginas Web, mediante la publicidad digital.

Con la poderosa transformación y la multiplicación de medios de informaciones totalmente digitales, el acceso cada vez más barato a Internet y la constante declinación de los medios impresos, en cuanto a circulación; los medios impresos líderes se vieron obligados a incursionar en la auto competencia.

Este fenómeno se da en México inicialmente con el periódico Norte de Monterrey a principios del 2000 y es seguido por, La Crónica, El Financiero, Proceso.

Ahora, estos periódicos mixtos compiten en el medio periodístico no sólo contra otros medios totalmente digitales, los cuales les aventajan en el concepto de noticia, sino contra su propia edición impresa.

Durante el 2005 de acuerdo con el sistema electrónico de posicionamiento *Alexa* , el ranking de los principales diarios mexicanos en línea durante el 2005 fue el siguiente

- 1) La jornada
- 2) Reforma
- 3) El universal
- 4) Milenio
- 5) La crónica de hoy
- 6) El Economista
- 7) El Financiero
- 8) El Herald de México

Los nuevos modos de informarse han reducido el éxito de los periódicos impresos , puesto que cuentan con ciertas características que los hacen más atractivos para determinados sectores de la población , aunque los periódicos digitales contaran siempre con la limitante de la necesidad de una conexión a Internet y una computadora.

Jesús Canga Larequi, catedrático de la Universidad del país Vasco asegura que el uso de Internet ha de ser considerado como la aparición de un nuevo medio la prensa que en un principio sólo busca un nuevo medio soporte de distribución , ha de adaptarse rápidamente a esta competencia entrando en la red con nuevos productos. La prensa y el nuevo medio son complementarios. La aparición de uno no tiene por qué suponer la desaparición del otro, ya que el negocio no es el soporte sino la información.

Formas de Periodismo Digital

La forma de transmitir contenidos noticiosos se puede desempeñar en varias formas dependiendo de la tecnología que se utilice y del carácter aficionado o profesional de la actividad. Internet nos ha dado la capacidad de informar, de difundir información, no sólo esporádicamente mediante los grupos de discusión o grupos de noticias y blogs.

Las formas de difundir información valiéndose de las herramientas que nos proporciona el Internet son varias dentro de las más populares se encuentran las siguientes:

Portales de noticias: páginas de Internet, que presentan información y noticias existen páginas especializadas y de interés general.

Correo electrónico: utilizando el correo electrónico se difunden noticias a los suscriptores de este servicio a manera de breves resúmenes llegan directamente a la cuenta personal de e-mail las noticias mas importantes del día, o de la semana , según el servicio que se adquiera , este resumen, redirige al usuario a información mas amplia, mediante el hipertexto.

Foros de discusión: grupos de personas que valiéndose de una dirección de correo electrónico vierten sus opiniones en una página común para todos los usuarios, en la cual pueden leer las respuestas a esta opinión o a algún evento noticioso.

Versiones electrónicas de periódicos: son una variación de los portales de noticias, la diferencia radica en que estas páginas dependen de una versión impresa y en la mayoría de los casos se conjugan con esta para presentar la información

Portales de interés general. Son páginas de Internet que presentan contenidos generales, no sólo noticiosos, presentan áreas de entretenimiento, buscadores, correo electrónico y juegos entre, otro.

GÉNEROS EN EL PERIODISMO DIGITAL

Foro

Basa su funcionamiento en las distintas noticias temáticas existentes en Internet y ya comentadas con anterioridad en este mismo tema. En los foros, es el propio medio de comunicación el que propone el tema de debate y son los lectores los que dan sus puntos de vista al respecto. Estos temas están ligados a la actualidad donde se puede encontrar un amplia documentos sobre la cuestión propuesta a debate en las propias páginas de la publicación digital.

Entrevista .

Junto al foro, la entrevista de los lectores puede ser considerada como otro de los nuevos géneros surgidos a la sobra del periodismo digital, la entrevista es a la vez un medio de obtención de información mediante el diálogo y un género Periodístico.

De esta forma, el periodismo digital acaba con el sistema tradicional de comunicación fundamentalmente unidireccional propio de la prensa escrita, radio y televisión, donde se establece entre emisor y receptor una relación lineal ,en cuanto a formato también son diferentes ya que en estas versiones podemos encontrar en un solo portal la imagen que nos brinda la televisión y el audio de la radio y el texto de la prensa.

Elementos del diseño digital

Textos

Los textos de cada noticia se suelen ofrecer a una única columna, ocasionalmente acompañados de alguna fotografía. El cuerpo de estos textos no es algo tan determinante como ocurre en el soporte papel ,ya que el lector puede configurar su navegador para ver las letras a un tamaño mayor o menor según sus preferencias.

Videos

Algunos diarios digitales incluyen en sus páginas vídeos de las noticias más destacadas del día, la grabación se va reproduciendo en la computadora del usuario a medida que se va recibiendo en el mismo. Esta técnica permite un ahorro considerable en los tiempos de descarga.

Audio Digital

Algunos diarios ofrecen la posibilidad de recibir emisiones de audio digital a través de sus páginas Web.

La recepción es posible mediante el empleo de formatos como Real Audio.

Enlaces

Los enlaces o links nos permiten ampliar la información sobre un determinado tema mediante el hipertexto; un vinculo en una o varias palabras de un texto o una imagen que nos manda a otra página Web.

Utilidades de acceso a la información

Entre las utilidades de acceso a la información se destaca las temáticas dentro de la propia publicación. Algunos diarios incluyen la posibilidad de iniciar una búsqueda en la red desde sus propias página, a través de un motor de búsqueda tipo google.

Permiten que el lector cargue en su ordenador una version en PDF.

Publicidad y comercio electrónico

El hecho de que los diarios digitales sean gratuitos hace que la publicidad se constituya como su principal fuente de ingresos. Al igual que los periódicos en papel dispone del módulo como unidad mínima de inserción publicitaria dentro de una sección.

Otra variante de la publicidad en la red la constituyen los patrocinios. Mediante está fórmula determinada marcas patrocinan ciertas información Junto a la publicidad otra fuente de ingresos la constituyen el comercio electrónico. Es habitual que determinados diarios digitales ofrezcan la posibilidad de adquirir a través de sus páginas determinados productos o contratar ciertos servicios como viajes.

El Ciberperiodista

La dinámica y la forma de trabajo del periodista ha evolucionado, las tecnologías están plenamente incorporadas en el ámbito periodístico, Quim Gil lo define de así: *“El periodista digital es el creador y el encargado de consolidar procesos de comunicación multimedia, multilineal e interactiva”*.

El periodista es el sujeto dedicado a la recopilación, organización, presentación y difusión de información y hechos relevantes, por medios de las herramientas informáticas disponibles.

Las características de Internet , como medio interactivo , proponen y requiere que el periodista realice funciones que, tradicionalmente eran ejecutadas por otros profesionales, o simplemente no eran necesarias.

En la actualidad se cuenta con nuevas herramientas, que amplían las posibilidades en su labor, se tiene una fuente inmensa de información para realizar investigaciones, igualmente sirve para transferir la noticia a su redacción, para difundir la versión final que llegara al público, y como una fuente de información que ayuda a contextualizar sus notas y compararlas con otros medios.

Este panorama redefine a los usuarios no sólo como consumidores de información sino también como activos productores de contenidos y de nuevos conocimientos.

Delia Covi Druetta en su artículo "Periodistas de un Nuevo Siglo" menciona como actualmente, buena parte de los periodistas ejercen su profesión en empresas integradas a enormes conglomerados donde se cubren igual la información radiofónica que la televisiva, la impresa o los portales en Internet.

En términos prácticos, esto quiere decir que su trabajo igual puede estar destinado a un periódico impreso en papel que a uno digital; puede también escribir para un informativo radiofónico o para una producción televisiva. La novedad es que ya no hay alternancia entre un medio y otros y mucho menos separación en el tiempo: en una sola jornada laboral el periodista del siglo XXI debe poder explorar todos los medios y lenguajes, así como moverse simultáneamente entre ellos

El periodista de hoy debe tener los conocimientos necesarios para manejarse en la red ya que gracias al proceso de evolución que surgió con el Internet y la Web 2.0 le brinda nuevos espacios y opciones para realizar y complementar su labor periodística.

2.5 Web 2.0

El término Web 2.0 fue acuñado por O'Reilly Media en 2004 para referirse a una segunda generación de Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios.

Cristóbal Cobo en “El conocimiento open source. La apertura estratégica como arquitectura para la gestión del conocimiento” *señala que* la Web 2.0 es una forma diferente de entender la tecnología en red, que simplifica el intercambio entre las personas. En este contexto las aplicaciones en línea utilizadas por millones de usuarios constituyen la principal riqueza de la Red.

Los ejemplos más populares de esta etapa son: *blogs, wikis, podcast*, comunidades virtuales, periódicos ciudadanos y miles de aplicaciones que favorecen el intercambio, las redes sociales y la creación colectiva .

Desde esta perspectiva esta *web social* es el resultado de nuevos servicios en línea de fácil uso y de actualización continua que mejoran en la medida que aumenta la cantidad de usuarios .

Esto hace posible que los individuos consuman y mezclen datos de diferentes fuentes mientras construyen sus propios contenidos, que luego serán complementados por otras personas.

Cobo señala que el concepto original de la web (en este contexto, llamada *Web 1.0*) era páginas estáticas HTML que no eran actualizadas frecuentemente. El éxito de las punto-com dependía de webs más dinámicas (a veces llamadas *Web 1.5*) donde los CMS servían páginas HTML dinámicas creadas al vuelo desde una actualizada base de datos. En ambos sentidos, el conseguir visitas y la estética visual eran considerados como unos factores muy importantes.

Es decir, los sitios Web 2.0 actúan más como puntos de encuentro, o webs dependientes de usuarios, que como webs tradicionales, Francis Pisani, periodista especializado en las nuevas tecnologías de la comunicación concibe la web 2.0 como una plataforma que permite la comunicación escrita, oral y visual y sobre todo, el trabajo colectivo:

Lo más importante de la web 2.0 es la posibilidad de modificar tanto el contenido como la estructura además del fácil acceso y la posibilidad de poner material en línea y de participación.

El apogeo del web 2.0 ha sido gracias a los contenidos aportados por los propios usuarios, los cuales están configurando una nueva arquitectura de participación.

Según el experto, el auge de los foros de participación y los weblogs tiene lugar en un contexto de mejora de la educación y de la libertad de expresión.

Francis Pisani reflexiona sobre el cambio de naturaleza de la noticia: "*Ante la colonización de información periodística, los ciudadanos se están dando cuenta que aquello considerado noticia no es lo mismo para todos, las noticias son un servicio y no la exposición de lo que es verdad sino una función social que tiene que crear impacto de hechos y realidades y generar debate al respeto*".

Pisani asegura que quienes dudan de la influencia de la interactividad y de la capacidad de sacarle provecho a la colaboración que ofrece web 2.0 corren el riesgo de descubrir su error de manera poco agradable.

Con esas herramientas a la mano los usuarios están utilizando la web a su manera, muy diferente a la que se practicaba. Una de estas herramientas es el objeto de esta investigación; los blogs espacios que han generado un fenómeno mundial por diversas características que finalmente han cubierto necesidades de varios grupos como los veremos más adelante.

Capítulo 3

Blogs

Es un sitio web donde se publican artículos informativos o consideraciones personales de una extensión normalmente breve. Los artículos están ordenados cronológicamente, normalmente empezando por el más reciente. El contenido de los mismos abarca desde diarios personales hasta noticias políticas, pasando por casi cualquier tema imaginable. Algunos son mantenidos por una sola persona, otros por colectivos de todo tipo.

Tom Wolfe lo define así: *“Los blogs son probablemente algo bueno. Seguramente, es lo mejor que le ha ocurrido al periodismo. La mayoría de los blogs es una basura, pero si se busca, siempre se puede encontrar algo interesante. Los blogs pueden reproducir rumores que la prensa no publica, son fuentes posibles que nos dan una información que no teníamos antes”*

De acuerdo con José Luís Orihuela en su publicación “Blogs: la conversación que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos”, el término blog fue acuñado por John Barger en diciembre de 1997 para referirse a aquellas páginas en las que un usuario daba a conocer al resto de usuarios cuáles eran sus páginas de Internet preferidas.

Los blogs, afirma este autor, son páginas web personales que, a modo de diarios en línea, han puesto la posibilidad de publicar en la red, al alcance de todos los usuarios. Esto al ser un formato de publicación en línea centrado en el usuario y en los contenidos, no en la programación o el diseño gráfico; esos espacios han multiplicado las opciones de las personas de aportar a la Red contenidos propios, sin intermediarios, actualizados y de gran visibilidad.

De acuerdo con Juan Carlos Luján en su publicación en línea: “Periodismo Digital y la Relación con los Usuarios en la Era Digital”, estos espacios surgen gracias al fenómeno de las páginas web donde comenzaron a recibir comentarios de los usuarios, esto alrededor de los años noventa. Por primera vez en la historia de los medios, existía una línea para la publicación de información a nivel mundial sin editores.

Se puede definir a un blog como un espacio de publicación en línea donde se actualiza regularmente y existe una retroalimentación a base de comentarios, un espacio abierto sin filtros de censura, el blog esta esencialmente al alcance de cualquiera que sienta la necesidad de decir algo, tal vez no sea tan fácil como escribir en un cuaderno, pero con un poco de práctica e interés son sencillos los pasos que debes de seguir para tener un espacio propio de publicación a nivel mundial.

De acuerdo con la investigación realizada de Antonio Fumero para la revista en línea “Telos, un tutorial sobre los blogs”, el fenómeno comienza en 1999 con la inauguración del primer portal dedicado a los *blogs*: *Eaton Web Portal*.

En julio aparece *Pitas*, la primera herramienta web para la publicación personal en este formato, y se produce el lanzamiento comercial de *Blogger*; el servicio gratuito de publicación vía web de *Pyra Labs*.

El primer servicio de alojamiento de blogs fue Blogalia, lanzado en enero de 2002, en otoño de 2002 nace Zonalibre, en el verano de 2003, Blogia, el servidor hispano de *blogs* más popular.

Comenzaban a aparecer, por otro lado, los primeros portales sobre *blogs*; el primero fue *Bitácoras.net*, con noticias, un directorio de *blogs* y un agregador de contenidos. En enero de 2003 se creaba *Bitácoras.com*, con un objetivo y unos contenidos similares.

Pero técnicamente, ¿qué es un blog?

Se conoce como *blog* a un sitio web que exhibe una serie de funcionalidades distintivas, una dinámica peculiar dominada por una frecuencia de actualización relativamente alta, y un formato donde los contenidos se organizan en orden cronológico inverso, apareciendo en primer lugar (arriba) los más recientes.

La frecuencia de actualización y el contenido se consideran características definitorias.

El contenido ha evolucionado, dando cabida a elementos cada vez más variados. La presencia de los enlaces (links) ha sido considerada la característica clave, puesto que resulta fundamental para la existencia de las conversaciones, elemento básico en la dinámica de la blogósfera.

En el *Blog Herald*, podemos encontrar una definición más precisa: “Un *blog* es una jerarquía de texto, imágenes, objetos multimedia y datos, ordenados cronológicamente, soportados por un sistema de distribución de contenidos capaz de proporcionar al autor la funcionalidad necesaria para distribuir esos contenidos con cierta frecuencia, exigiéndole unas capacidades técnicas mínimas, y que puede facilitar la construcción de conexiones sociales significativas o comunidades virtuales alrededor de cualquier tema de interés.”

En la publicación, *Blogs, en la vanguardia de la nueva generacion web*, de Antonio Fumero y Fernando Sáez. Aseguran que "un blog será lo que nosotros queramos que sea". el blog, como formato o estadio evolutivo de la Web, no deja de ser un paso relativamente importante hacia la construcción de una nueva "textualidad" multimodal (que trasciende el texto como formato en su camino hacia lo visual y lo multimedia) y fragmentaria (en el contenido, pero también en los procesos de creación o distribución) El principal elemento de un blog son las anotaciones o posts.

Se le denomina post al escrito publicado en dicho espacio, donde se ordenan cronológicamente en forma inversa; cada una de las cuales tiene una dirección URL permanente lo que facilita su enlace desde los sitios externos.

La información puede archivarse por meses y años; y temáticamente por categorías, suele existir un buscador interno para facilitar su localización.

La mayor parte de los blogs incluye una selección de *links* que acumula aquellos sitios leídos o al menos recomendados por el autor.

Los posts llevan, además de su dirección permanente, la fecha, y en ocasiones la hora en la que fueron publicadas; un título normalmente breve y significativo, el cuerpo de la historia y en la mayor parte de los casos, un sistema de comentarios que permiten a los lectores participar con

sugerencias y opiniones. La firma de cada historia, en los blogs, es la referencia básica para identificar al autor.

De acuerdo con el blog especializado, *Ayuda y consejos para convertirse en bloggers profesionales*, la estructura de un blog se divide básicamente en 4 partes: encabezado, columna lateral, contenido central, y pie.

En el encabezado, se ubica el nombre del blog así como una pequeña descripción, el contenido central es donde se publican los posts.

La columna lateral es donde se pueden alojar diversas herramientas para personalizar el blog, que son útiles tanto a lectores, como al propietario del blog, y estas van desde calendarios y contador de visitas hasta los feeds.

La posibilidad de comentar cualquiera de las entradas que haya publicado el autor, es un rasgo característico de los *blogs*; con los comentarios surgen las conversaciones, que pueden desarrollarse alrededor de una anotación, en un *blog* cualquiera.

Puede ocurrir también que un determinado *post* dé lugar a que otro bloguero escriba el suyo, ampliando o comentando la aportación original.

Los blogs tienen una diferencia importante de las páginas habituales, desde que aparecieron, que es el feed; lo que le permite propagar la información de un modo nunca antes visto, permitiendo a los interesados recibir de forma sindicada los contenidos sin tener que ir a buscarlos

El feed es una fuente de información generada dinámicamente por los blogs y algunos sitios web de noticias, que engloban todos los contenidos publicados.

El feed nos permite suscribirnos al contenido que se genera en el blog, para que en vez de ir nosotros a buscarlo cada vez, escribiendo su dirección web en el navegador, ese contenido acuda a nosotros en nuestro lector de feeds/agregador de noticias, cada vez se publique algo nuevo.

¿Qué accesorios puede tener un blog?

Reloj, contador de visitas, encuestas, caja de comentarios, fotos, música, estaciones de radio, calendario, animaciones flash, feeds, enlaces/links, videos, buscador, etc.

¿Para qué sirven?

Los blogs hacen posible que el usuario juegue varios roles simultáneamente; como ser editor, comentarista, escritor, etc. Son herramientas efectivas de comunicación ya que ayudan a grupos a comunicarse en una forma más simple y fácil que un foro de discusión o página web.

Las distintas herramientas de Internet, permiten que los usuarios desarrollen un estrecho contacto; de esa manera, al compartir determinados pasatiempos, o mostrar afinidad por ciertas áreas de interés en común, Internet puede llenar el importante espacio que relativamente dejaban abandonado los medios de comunicación convencionales.

Es importante destacar que Internet, además, introduce nuevos modelos de convivencia e integración, haciendo de lado algunas de las limitantes psicológicas y sociales que se han establecido entre grupos de personas de distintos niveles sociales, económicos o educativos en todo el mundo.

Con estos espacios, se pueden expresar puntos de vista sobre algún tópico en particular; e incluso se puede orientar la actividad en la red, evitando la censura que pudiera existir en cualquier otro medio de comunicación.

Eduardo Villanueva, en su publicación en línea: “Posibilidades de Desarrollo de la Expresión y el Periodismo en un Tiempo de Amenaza a la Internet como Espacio Común: blogs”, asegura que el blog es esencialmente una forma de expresión, cercana al periódico personal, propia de la Internet, y más aún de la World Wide Web. Su naturaleza depende de la libertad de acceso. Este mismo autor, citando a Dominique Wolton, afirma que los blogs son una alternativa frente a la concentración mediática, por un lado, y a la creciente

diversificación orientada por el mercadeo, por el otro. Quiebra las bases mismas del público, creadas por los medios para reemplazarlos por pequeños públicos sin pretensión o vocación de acercamiento entre sí.

La razón por la que se convirtieron en un espacio tan popular, fue que a diferencia de las páginas web, donde se utilizaban codificaciones complejas, su composición era mediante programas de diseño gráfico, y su publicación en servidores web se hacía con aplicaciones y transferencias; los blogs funcionan en una forma más simple.

Los servicios de edición y publicación de blogs, como Blogger, Blogspot, Blogia, y Blogalia; resuelven de un modo sencillo los obstáculos técnicos y permiten al usuario crear sus espacios personalizados a través de prácticos pasos donde la mayor tarea del usuario es concentrarse en la elaboración de contenidos, haciendo estos espacios de tan fácil acceso como el correo electrónico.

En la actualidad, todos observamos la velocidad con la que cambia el panorama de la comunicación e información, gracias al mundo virtual y tecnológico. Uno de estos cambios, que se refiere a los modelos de comunicación, se basa en el desarrollo de blogs y redes sociales.

En la entrevista realizada al Dr. Octavio Islas, éste afirmó que: *“son estos espacios un ambiente comunicativo resultante de un evidente progreso tecnológico, que despojó a especialistas en informática del monopolio de la publicación de información en la web. La blogósfera efectivamente representa un escenario idóneo para el imaginario de la expresividad digital.”*

Un ejemplo de 2 blogueros que exponen las razones por las que abrieron un blog, y por qué siguen escribiendo, es básicamente similar: por invitación de algún conocido y por gusto.

Ninja peruano - <http://ninjaperuano.blogspot.com/> -

Descubrí los blogs, en un día de flojera por msn.

Mi hermana, me empezó a decir que los blogs eran chidos, y que ella había tenido varios: que yo debería de abrir uno.

Al principio, el único beneficio era matar el tiempo, pero después, a la gente le empezó a gustar mi forma de escribir, y me han llegado varias ofertas de meterme de trainee en agencias de publicidad.

Espero que algunas personas lo lean, y ojalá les entretenga, pero en realidad nunca he esperado nada más que eso.

Choco - <http://maichou.blogspot.com/> -

Los descubrí por una amiga que tenía uno y me invitó a verlo, como me gustaba mucho lo que escribía, se me hizo hábito leerla y comentarle sus posts. De pronto el blog de mi amiga se volvió la única forma de contactarla porque ella vivía en otra ciudad, me invitó a hacer uno y me animé. Beneficio: he conocido gente interesante.

Espero simplemente que hagan eso, leerme; es mentira el que diga que escribe en un blog sin intención de ser leído, para eso son los diarios u otras cosas; un blogg es para que te lean. Y también es muy bueno cuando hay retroalimentación, te conviertes en emisor de mensajes y el Internet se vuelve el canal.

Los blogs han generado que la tecnología no se convierta en un obstáculo para las personas que tienen tanto que decir, y que sin embargo, hasta ahora no tenían el espacio, ni sabían cómo podían hacerlo. Ahora tienen un medio excelente para la difusión abierta.

Blog como medio de información

De acuerdo con la investigación de David Parra Valcrace, de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid: “*La bitácora: participación, transformación, infoxicación y consolidación*”

Los blogs están contribuyendo a cambiar la tradicional estructura de la información. Se ve como un fenómeno que modifica el rol del profesional de la información, la arquitectura del mensaje informativo, así como el papel jugado por las audiencias. Un consumidor emergente de información en los

blogs, un excelente instrumento para satisfacer sus requerimientos informativos.

Los blogs ponen en tela de juicio el supuesto monopolio de los informadores en los procesos de selección del material informativo, redacción y posterior publicación/edición; al tiempo que consolidan un aspecto inherente al ciberperiodismo, como es el carácter multimedia del mensaje informativo, con la integración de textos, sonidos, imágenes estáticas e imágenes dinámicas.

Este fenómeno, de acuerdo al autor, maneja las siguientes características:

- **Acceso universal a la información:** Desde cualquier lugar, mediante cualquier clase de equipo o sistema, el individuo puede llegar a una cantidad inimaginable de datos.

Internet es un gran almacén de información, el mayor que jamás haya estado a disposición del ser humano, cuya cantidad y magnitud no conocemos con exactitud, más allá de saber que supera con holgura la capacidad del ser humano de absorber dicha información a lo largo de toda su existencia.

- **Multiplicación exponencial de la cantidad de información a la que se tiene acceso:** Porque la Red ante la que se halla este nuevo individuo es descentralizada, democrática, caótica, difícilmente manejable, altamente redundante y en constante crecimiento. El tamaño real aproximado de la cantidad de información disponible en Internet, su alcance, su accesibilidad, el grado de utilidad y la necesidad de gestionar una logística global de la información.

David Parra menciona 3 tipos de transformaciones:

- Estructura de la información clásica básica caracterizada por la existencia de dos únicos actores: las agencias de información y los de los medios convencionales, fundamentalmente la prensa escrita. Esto se ha modificado gracias a la estructura de la información clásica avanzada, con la incorporación de un tercer actor: los blogs donde el receptor contribuye o retroalimenta al emisor.

- Ciberestructura de la información: Con la incorporación de los ciberperiódicos que entran en competencia directa con los medios tradicionales.
- Neociberestructura de la información: como consecuencia de la aparición y consolidación de los blogs. que actualmente nos encontramos en pleno proceso de conformación de la misma.

Los blogs como Comunidad

La comunidad en red se trata de la relación humana basada en la participación activa de los individuos, en aras a la consecución colectiva de objetivos. Así lo afirma Jaime Alonso en su artículo: *El sentido de comunidad en los nuevos medios*:

Los nuevos medios permiten constatar que son muy variadas las maneras a través de las cuales puede desplegarse este sentido de comunidad. Puede ser hacia la creación de información, a la creación de conocimiento; en el casos de los blogs existe un claro sentido de comunidad, en cuanto que se establece una relación dialogada entre el usuario que escribe el blog y sus lectores. Esa participación se separa en dos: desde aquellos que la leen sin mantener contacto dialogado con el autor, y aquellos que participan enviando mensajes.

Sin embargo, considera que ambos son un ejemplo de la participación que puede constituirse en comunidad; ya que si los usuarios no se relacionan de manera directa con el contenido, por ejemplo, dejando comentarios, esto no quiere decir que no estén de acuerdo, por lo que se genera un cierto sentido de comunidad.

Asegura que uno de los principales factores que indicará ese mayor o menor sentido de comunidad lo encontramos en la continuidad y profundidad que ejercita el usuario para responder a los mensajes que les envían los lectores. En sí, se encuentra la capacidad para crear un mayor o menor sentido de comunidad.

Éste será mayor, como decimos, cuando el autor establezca un proceso conversacional asiduo y mantenido con el tiempo y con los usuarios, y será menor cuando se produzca el fenómeno inverso.

¿Qué diferencias hay entre una página web y un blog?

La primera diferencia que podemos encontrar entre una página web y un blog, es la estructura donde se coloca la información. En una página web está predefinida y el webmaster es el encargado de acomodarlo sin tener algún formato en especial. En los blogs, todos se estructuran de la misma manera: cronológicamente y sin mucho diseño.

Para crear y mantener una página web, se deben tener conocimientos técnicos de elaboración y soporte, mediante lenguajes de programación web.

Para crear un blog, basta con registrarse en alguno de los servidores gratuitos de blogs, y una vez inscritos, se manejan con la misma facilidad que escribir un correo electrónico.

Puede ser este uno de los motivos por los que el blog ha tenido éxito en la sociedad; por su facilidad para publicar de forma global y sin conocimientos técnicos.

Diferencias entre un foro y un blog

De acuerdo con Orihuela, la diferencia entre un foro y un blog radica en que el blog es un medio de autoría centralizada, mientras que el foro es de autoría dispersa; el blog se estructura cronológicamente, el foro se estructura temáticamente; el blog genera una comunidad hacia fuera (blogósfera), mediante enlaces de entrada, mientras que el foro genera una comunidad hacia adentro.

Los visitantes buscan en el blog el punto de vista, estilo y agenda de su autor, los participantes en un foro van en busca de información concreta, a contribuir en un debate abierto o a comenzar un nuevo debate.

El blog es un medio sin editores, mientras que los foros tienden a ser jerarquizados: hay editores o moderadores, y diversos grados de participantes en función de su antigüedad, cantidad, y calidad de contribuciones.

¿A qué se le llama Blogósfera?

José Luís Orihuela afirma que el término blogósfera fue acuñado por un bloguero, Brad I. Grhaman en el 2001, tras la explotación del universo de blogs que se produjo con los atentados contra Nueva York y Washington, el 11 de septiembre:

“Propongo un nombre para el ciberespacio intelectual, que nosotros los blogueros ocupamos: blogósfera; la raíz de la palabra logos: en la filosofía presocrática, el principio que gobierna el cosmos, la fuente de ese principio y la razón humana sobre el universo.”

Orihuela afirma que de este bloguero proviene la definición de la blogósfera, que no es más que la comunidad formada por todos aquellos que participan en la dinámica de los blogs; ya sea publicando, o simplemente leyendo y comentando.

La blogósfera cuenta con diversas funciones comunicativas: filtro social de opiniones y noticias , sistema de alerta temprana para los medios, un sistema de control y crítica de los medios, un factor de movilización social, un nuevo canal para las fuentes en medios, un nuevo formato aplicable en las versiones electrónicas de los medios tradicionales para coberturas de continuidad, catástrofes, y accidentes; un gigantesco archivo que opera como memoria de la Web, una gran conversación de múltiples comunidades cuyo común es el conocimiento compartido.

Crean y potencian redes sociales. Son audiencias mínimas pero muy interconectadas entre sí. Comunidades con una fuente establecida por intereses comunes, y por la participación en una conversación sobre los contenidos y la información disponible en los blogs.

Entonces, nos encontramos frente a un fenómeno de expresión, comunicación e información, que anteriormente no existía. Un lugar para que la sociedad en común aportara puntos de vista sobre su entorno; al menos no de una manera relativamente sencilla.

Los medios tradicionales daban una pobre oportunidad de quejas y sugerencias en sus editoriales, pero nunca ningún medio había dado la oportunidad de tener un espacio de publicación a nivel mundial sin filtros de intereses ni de censura.

Según Adolfo Estalella, en *Anatomía de los blogs*, La blogósfera es un espacio abierto, sin límites ni diseño técnico predeterminado; con una arquitectura dinámica, porque se encuentra en un proceso de construcción permanente. Los nuevos hiperenlaces y referencias que forman la arquitectura se añaden a los existentes, cambiando paulatinamente la estructura del espacio de *blogs*.

A medida que se añaden nuevos enlaces; se acumulan sobre los anteriores, y el carácter sedimentario de estas referencias dota de sentido histórico a la estructura de la blogósfera. El reconocimiento, en forma de hiperenlaces y referencias, permanece y se acumula.

Internet ha sido alabado, desde sus primeros comienzos, por ser un espacio abierto a la libre expresión, en el que cualquier ciudadano puede participar. Un espacio democratizador, horizontal, y abierto, son algunos de los calificativos que se le han aplicado a la red.

La mayor parte de lo que un ciudadano publica o expresa en la red, no es escuchado por nadie, pero la blogósfera transforma esta situación. La emergencia de una estructura basada en los hiperenlaces, hace que la blogósfera funcione de forma sinérgica, como un todo, y sobresalga en el mar que es Internet.

¿Por qué ha tenido éxito el fenómeno del blog?

Las razones por las que la gente escribe en un blog son variadas: necesidad de expresión, afán de compartir saberes, deseo de integración en una comunidad, búsqueda de reconocimiento, exploración creativa, terapia, participación política, defensa de intereses, o simple exposición.

La gente escribe de lo que sabe, de lo que le apasiona, de lo que lee, o de lo que le pasa; en un medio, que siendo público y potencialmente masivo, funciona sin editores.

Para Koldo Meso, otro destacado observador de la "blogósfera", el hecho de que presenten una combinación de varios recursos en Internet, explica el éxito de este tipo de páginas: "tiene algo de buscador, ya que nos recomienda enlaces; se parece al *e-mail*, por el estilo informal en el que está escrito; es un foro de opinión, porque los usuarios hacen comentarios y colaboran; y tiene algo de comunidad virtual, ya que un *blog* recomienda a otro."

De acuerdo con estadísticas de Technorati, a comienzos del mes de abril de 2007, el número estimado de blogs ascendía a 70 millones, y cada día se generan 120 mil nuevos blogs [1.4 por segundo].

Además, diariamente son publicados en blogs 1.5 millones de comentarios – en promedio, 17 por segundo- .

Los blogs son un fenómeno donde los usuarios son los protagonistas, su facilidad de edición, su escaso costo, y su potencial propagación, han trascendido en la red.

La blogósfera está integrada por un sin fin de temas de actualidad, son usados de acuerdo a los intereses del autor.

Los diversos blogs que podemos encontrar son muy variados; la mayoría son de corte personal, donde el autor expone su punto de vista sobre algún tema en particular, sus aficiones, deseos y proyectos, sin embargo, estos espacios también están siendo usados por empresas; lo maravilloso de este medio, es que cada quién le da el uso que más le puede beneficiar.

De acuerdo con Saéz, las tres razones más fuertes y duraderas del éxito actual de los *blogs* son las siguientes:

- a) Mucha gente desea hacer oír su propia voz.
- b) Más gente todavía, empieza a sentirse insatisfecha con los canales tradicionales o busca escuchar, leer, o ver “voces” alternativas, más sintonizadas con sus gustos, o más especializadas e independientes.
- c) La tecnología empieza (desde 1999, y en estos momentos de manera rotunda) a facilitar y abaratar la edición y mantenimiento de un *blog*, reforzándose su impacto en los usuarios con la popularización irresistible de los accesos de banda ancha.

¿Qué tipos de Blogs existen?

Existen blogs temáticos, es decir, orientados hacia un tema específico (elegido por su editor); algunos blogs son más diarios personales, empresariales, de periodismo, arte, entretenimiento, etc. Es un medio de comunicación orientado a los intereses de cada autor.

De acuerdo con la publicación, *La blogósfera: un vigoroso sub espacio de comunicación en Internet*, de Fernando Saez Vaca; la blogodiversidad es el término para designar no la cantidad, sino la riquísima variedad de *blogs* en la blogósfera, tanto por las temáticas tratadas, como por los estilos, formatos, niveles de calidad, frecuencias de actualización, edades de sus editores, grados de multiplicidad de sus autores, lugares de procedencia, etc.

Básicamente, la variedad de la blogodiversidad, responde a la diversidad humana; con el impulso indispensable del progreso tecnológico. En esencia, un *blog* es una forma de comunicación o expresión personal.

Mencionaremos áreas importantes donde se utilizan los blogs:

Blogs y empresas:

Blog empresarial o corporativo: Lo definen como un blog publicado, con el apoyo de una organización, para alcanzar los objetivos de ésta. Lo que diferencia un blog personal de uno corporativo es que en este último, la

persona pública a título oficial o semioficial sobre una compañía, o bien, está afiliado a la compañía en la que trabaja, aunque no sea portavoz oficial; es decir, los blogs respaldados explícitamente o implícitamente por la organización, y cuyo autor es percibido por los públicos como claramente vinculado a ella.

De acuerdo con Julio Alonso, en el capítulo: blogs de empresas y empresas de blogs *“dentro de la publicación Blog conversación en Internet que está revolucionando, medios empresas y ciudadanos”*

Asegura que las empresas están empezando a aprender a escuchar las opiniones de los blogs sobre las mismas, subproductos, y competidores; también están usando cada vez más como soporte para sus campañas publicitarias online, igualmente para reforzar la comunicación interna en equipos de trabajo, para capturar y gestionar el conocimiento y para canalizar la comunicación interna.

Por último los están utilizando para establecer cauces de comunicación externa y conversaciones con sus clientes, con el fin de poder expresar directamente, sin la participación de los medios de comunicación tradicionales y también para recoger un muy valioso feedback directo.

José Manuel Noguera, en su artículo *“Las Empresas y la conversación:*

Blogs como Herramienta de Comunicación Corporativa” nos dice que una de las mejores formas que puede encontrar una empresa en la red para mejorar su imagen, generando prestigio, es convertirse en un punto de información especializada. Y hay pocas cosas que den más prestigio que ayudar a los demás.

Una de las iniciativas de blogs empresariales pionera y más significativa fue la de Macromedia, cuando algunos de sus responsables de área emprendieron en 2002 blogs para informar sobre los movimientos de la empresa o novedades de producto entre otras cuestiones.

Las empresas tienen una oportunidad única para adentrarse en la World Wide Web de forma “natural”, con intereses plenamente identificados, participando como un actor más en la gran comunidad global que representa la blogósfera. Los blogs pueden tener un impacto relevante en la actividad de

las empresas. Gracias a ellos, más empresas pueden establecer una comunicación mucho más directa y dinámica con sus colectivos clave (clientes, socios, proveedores, empleados, etc.)

De acuerdo con los investigadores Julián Villanueva, Cristina Aced y Guillermo Armelini; del e-business Center PwC del IESE; en su publicación *“Los blogs corporativos: una opción, no una obligación”* aseguran que no es imprescindible tener un blog corporativo, pero sí que la empresa esté atenta a lo que se dice en la blogósfera sobre la compañía, sus productos o la competencia.

Estos autores reconocen que los blogs son muy beneficiosos para las empresas porque transmiten la imagen de compañías dinámicas, adaptadas a las tendencias actuales de la red y sensibles a lo que se pueda decir de ellas, además les permite estar en la conversación, no controlarla, pero al menos ser parte de ella y saber lo que se dice.

Los blogs son un canal de comunicación alternativo entre la dirección de la compañía, sus empleados, los clientes existentes, y los potenciales, sin tener que pasar por el filtro de terceras personas o por los propios medios de comunicación.

En la entrevista publicada en Razón y palabra nº54, a José Luís Orihuela por Amai Arribas; Orihuela comenta el beneficio de tener bloggs en las empresas:

“Las empresas tradicionalmente se comunican a través de su publicidad y comunicados de prensa, pero no tienen la cultura de diálogo y conversación, y de voz personal con sus públicos y clientes. Esto supone un cambio de cultura fundamental para las empresas que asumen esta nueva plataforma de comunicación. Supone también un cambio de lenguaje; el lenguaje del marketing no sirve para escribir un blog de empresa. Las empresas descubren que los clientes están reclamando una voz personal, con nombre y apellido, que hable públicamente en nombre de la empresa, sin escudarse en la publicidad y en los comunicados de prensa. Cuando se consigue es muy eficaz en términos de transparencia y visibilidad en la red.”

Las empresas que están desarrollando blogs son aquellas que tienen una relación o vinculación con los clientes especialmente afectiva, por ejemplo, las que producen bebidas o crean moda, en las que la gente busca, más que el producto, una asociación con la marca que consume.

Debido a que los blogs se crean en diversos servidores y sólo algunos se registran en bases de datos como *tecnorathi* o *blogs México*, es difícil tener una estadística sobre el impacto generado en las empresas mexicanas, lo que sí podemos mencionar, es que dentro de las 10 empresas líderes en el país (de acuerdo con el estudio realizado por Haygroup, Empresas líderes de México; para el 2007 fueron: Cemex, Coca-cola de México, Coca-cola FEMSA, Dow Chemical , Four Seasons, Grupo Bimbo, Kraft Foods de México, Microsoft, Papalote museo del niño y Prodigy Msn) revisando sus páginas web, el único que cuenta con blog es Microsoft, lo cual es entendible por el servicio que brindan. Los demás aún no han mostrado tener ese espacio, pero si una página web.

Blogs personales:

Los blogs se inscriben junto a las redes sociales, los foros, la mensajería instantánea, los grupos de noticias y las listas de distribución de correo; en lo que se ha dado a llamar *software social* o medios sociales; es decir, el conjunto de herramientas que permiten o facilitan la interacción de grupos geográficamente dispersos.

Los medio sociales devuelven a los ciudadanos el poder de la comunicación pública, la circulación de información y el establecimiento de agendas, que en buena medida había sido hasta ahora administrado de forma exclusiva por los medios tradicionales; así lo afirma Orihuela.

En cada nuevo medio ocurre una expansión del volumen de información disponible, genera necesidades, y nuevas oportunidades; siendo la “blogósfera” el nuevo escenario para la comunidad de los blogs.

El fin que tienen estos espacios es otorgarle al usuario un espacio donde pueda satisfacer sus necesidades de expresión, por lo cual existen diversos

tipos; ya que es un área flexible con total libertad de manejo por el autor. Algunos plantean el blog como terapia de realidad; escriben lo que les sucede día a día y de alguna forma encuentran el consejo y apoyo anónimo que buscan.

También puede ser un sitio de opinión anónima o de protesta, ya que se cuenta con la facilidad de publicar sin ser sancionado, y sí con la ventaja de ser leído, comprendido, y tal vez apoyado por personas que se suman al desacuerdo del autor. Igualmente sirve para conocer gente con los mismos intereses, estar en contacto con personas que ya no ves, o establecer nuevas amistades; los blogs son una buena herramienta para mostrarse y crear visibilidad, algunos lo utilizan para promocionarse profesionalmente.

Blogs y Periodismo:

El periodismo siempre busca trascender en la sociedad. Su espacio natural es la esfera pública, y hoy en día, para que una información periodística tenga relevancia pública, es preciso que sea recogida por los medios de comunicación convencionales.

Sin embargo, a partir del fenómeno del blog, ya es posible mantenerse informado mediante otros espacios y otras figuras de opinión; los blogs han ofrecido el espacio de publicación que todo periodista busca, pero igualmente le han dado la oportunidad a la sociedad de presentar lo que a ellos les interesa desde un punto de vista diverso a los medios tradicionales de comunicación.

Los *blogs* pueden ser espacios de expresión, creatividad e incluso de búsqueda personales, capaces de interesar a segmentos importantes de cibernautas. También pueden ser puentes entre el periodismo y la sociedad, o entre la realidad y quienes la comunican.

Los blogs aportan a los periodistas, frente a los medios tradicionales, la posibilidad de extender sus horizontes de libertad opinión, selección de temas, frecuencia de publicación, extensión y auto-edición y subjetividad expresarse con su propia voz y dotar de textura personal a los temas.

O como lo menciona Orihuela, los blogs convierten la información en una conversación entre el autor y los lectores que colaboran con sus comentarios.

Han surgido varias propuestas y estudios para aclarar que el periodismo ciudadano no es igual al periodismo como profesión, lo que sí es cierto es que los blogs brindan la oportunidad que el periodista busca; informar la realidad que modifica nuestro entorno actual, la comunicación es fundamental de una nueva ciudadanía ya que colectiviza.

De acuerdo con el D. Próspero Morán. Prof. de Periodismo. Universidad Carlos III de Madrid, en su publicación "*Un acercamiento crítico a la consideración del blog como género periodístico*"; el periodismo ciudadano surge como respuesta a la pérdida de credibilidad de los medios de comunicación, la baja confianza en la política y en las instituciones, y el deterioro de la vida pública; es un movimiento renovador que promueve la participación ciudadana en la formación de la agenda y en la búsqueda activa de soluciones a los problemas de la sociedad.

¿Qué variantes existen de los blogs?

Audioblogs:

Se trata de *blogs* donde los contenidos están constituidos por enlaces a fuentes o contenidos de audio, ya sea música o una locución vocal cualquiera; grabada y puesta a disposición de los internautas para su descarga a un dispositivo reproductor o para su reproducción directa vía web

El término aparecía por primera vez en un artículo del británico *The Guardian*, publicado en febrero de 2004. El *podcasting* está pensado para automatizar la actualización y descarga de contenido a dispositivos reproductores, no a la difusión de audio. Sin embargo, a mediados de 2005 ya se utiliza el término para hacer referencia, de forma genérica, a la publicación de contenidos de audio en Internet.

Fotoblogs:

También se les conoce como fotologs. Son *blogs* de contenido “fotográfico”. Los *posts* consisten en imágenes y comentarios asociados.

Moblogs:

El *moblogging* es la posibilidad de “postear” desde el teléfono celular, y se ha convertido en un fenómeno por sí mismo. Las crecientes capacidades de los dispositivos celulares y la proliferación de plataformas abiertas lo acercan cada vez más al ordenador personal.

En 2004, Nokia lanzaba *Lifeblog* un producto *software* para gestionar la compartición y publicación de contenidos capturados desde el teléfono celular.

Videoblogs:

Las *playlists* proporcionan acceso a las direcciones de los archivos (contenido audiovisual) y pueden incluir cierta funcionalidad para su manejo y configuración, implementada mediante la utilización de lenguajes específicos derivados del XML.

¿Es posible medir su impacto en la red?

De acuerdo con Saéz, existe la sensación general de que la blogósfera se expande aceleradamente; pero se da una serie de circunstancias que dificultan el trabajo del analista y arrojan incertidumbre sobre los datos.

Por un lado, hay multitud de servicios de alojamiento, cada vez más diversos, que dificultan la labor de seguimiento; por otro, la mortandad de la especie es muy alta: muchos usuarios prueban como blogueros y abandonan; hay quien experimenta con el formato blog, lo utiliza para cubrir acontecimientos con una duración temporal acotada o lo convierte en instrumento de prácticas poco recomendable. Esto nos da una idea de lo poco significativo que, por sí sólo, puede llegar a ser el dato del número de *blogs*.

Los servicios de directorio surgen con el objetivo de medir el número de blogs existentes dentro de la red, y aunque por el momento no son tan exactos, se obtiene un panorama donde los propios blogueros registran y clasifican sus publicaciones, y de otra, en los proyectos destinados específicamente a cuantificar la blogósfera.

Entre los directorios más reconocidos, se encuentran *Technorati* que le sigue la pista a más de catorce millones de *blogs*, *PubSub* con una cifra similar, también superior a los catorce millones, y *BlogPulse* con casi quince millones de *weblogs* registrados.

En el número de entradas diarias, sin embargo, se observa una diferencia notable: *Technorati* habla de una cifra cercana al millón de *ppd* (*posts-per-day*), mientras que *BlogPulse* ofrece un número entre 500.000 y 520.000 *ppd* cuando los analistas intentan mostrar resultados agregados geográficamente o por servicios de alojamiento, utilizando fuentes de información primaria.

¿Qué desventajas podemos encontrar del fenómeno del blog?

De acuerdo con David Parra, Doctor en Ciencias de la Información por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense a pesar de que estos espacios han contribuido en la sociedad, y en el área de la comunicación; existen ciertos aspectos que la blogósfera ha generado que crean cierta confusión en la sociedad:

Dispersión: Una de las características de los medios tradicionales es la “supuesta” facilidad de identificación de los contenidos. El lector de un periódico, el oyente de un programa de radio, o el telespectador; saben bien a qué atenerse, con independencia de que estén o no de acuerdo con el mensaje. Los blogs contribuyen a la fragmentación, y sientan las bases para un proceso de desorientación de las ciber audiencias.

Explosión: El crecimiento del magma informativo es de tal magnitud que se corre el riesgo de que asistamos a una situación de bloqueo por parte de los receptores ante la sobreabundancia informativa.

Ocultación: El anonimato real (incluso en ocasiones bajo la falsa apariencia de las identidades), contribuye a una indefensión de los receptores.

Otra desventaja que se encuentra es la desconfianza que tiene nuestra sociedad a este medio.

Parametría realizó una encuesta en vivienda durante el mes de marzo de 2006 para evaluar el nivel de confianza en los medios de comunicación.

El más confiable es la televisión. Siete de cada diez personas —67%— mencionaron que les genera ‘mucho’ o ‘algo’ de confianza.

Es posible que los niveles de confianza también estén relacionados con la manera en que la gente se entera de las noticias, hasta el momento, el medio favorito del mexicano sigue siendo la televisión. Parametría arrojó que Internet tiene un nivel de confianza del 21%, un poco más de lo que puede tener una revista.

¿Por qué son los blogs una buena herramienta para el manejo de información actual?

Jorge S. Badillo menciona en “Los *blogs* como herramienta para reconfigurar la actividad periodística”, que es posible trabajar la información en un medio como Internet quitando al periodista como el monopolizador de la actividad periodística, y dándole paso a los emisores emergentes, además de eliminar la restricción de que sea un público masivo, pensado al menos en términos de los medios tradicionales.

A pesar de que existe la posibilidad de que un *blog*, o un comentario sean censurados, el porcentaje es muy bajo; esto se debe a que la información colocada en estos sitios no obedece a intereses privados, comerciales ni de ninguna otra índole, justo porque un *blog* facilita la construcción colectiva de la información.

Si comparamos los *blog* con cualquier medio de comunicación, encontramos que los segundos cuentan con distintos niveles, que actúan como filtros para que la información que al final sale al público, no vaya en contra de sus propios intereses.

Con los *blogs*, la retroalimentación de la información es constante, y además la complementación se da, como se vio anteriormente, en el mismo espacio y de forma inmediata.

Los *blogs* permiten que la construcción de la información no caiga en los parámetros jerárquicos de los medios de comunicación al no estar sujetos a líneas de mando con censura explícita e implícita.

Promueven la participación, por lo antes dicho; el usuario se ve seducido a participar en un medio de comunicación que le abre las puertas casi sin ningún obstáculo.

Encuentra un espacio que se le niega en los demás canales de comunicación y muchas veces decide enriquecer el *blog*.

De acuerdo con “*El impacto de los blogs, sus características y posibilidades para el periodismo digital*” del Dr. Manuel Frascaroli; los *blogs* van más allá, ya que, gracias a su formato, además de actuar como "noticieros personales" y de poder exponer la opinión individual a la consideración de cierta audiencia, también derivan en una especie de charla mediatizada por el formato, discusión o polémica, generando debates y un tipo de conversación sobre distintos temas.

Importante en el posicionamiento, es la credibilidad que merezcan los *blogs*, teniendo presente que el hecho de poder publicar en Internet y tener un cierto anonimato no implica que se pueda mentir o difamar.

La prioridad en la inmediatez sobre el contraste de las fuentes es lo que ha llevado a triunfar a algunos *blogs*, como es el caso de la publicación con tendencia conservadora que elabora Matt Drudge: *The Drudge Report*; que ya se mencionó.

Los *blogs* presentan la posibilidad de sortear, de alguna forma, el filtro de los grandes medios y formar parte de esa constelación de “medios alternativos”.

Como decíamos también, en parte el éxito del formato y la popularización de las herramientas de publicación con el *blog*, no se hubiera presentado como un verdadero fenómeno, si no fuera por la facilidad en su uso. En este sentido, los *blogs* innovan y logran llevar al terreno de la publicación personal un modelo más propio de la construcción colaborativa del conocimiento.

A los *blogs* se le han sumado también otras herramientas que brindan soporte: como fotografías, capturadas y aportadas por usuarios que con toda clase de dispositivos introducen sus imágenes, en muchos casos provenientes también de los teléfonos celulares, útiles así mismo para que los *blogueros* publiquen fotos de acontecimientos y sucesos potencialmente noticiosos o con valor informativo.

Una de las últimas tendencias en los *blogs* y medios digitales es el llamado *podcasting*. Esta innovación propone usar los *feeds* RSS o Atom, para distribuir contenido multimedia, utilizando tecnología XML y la etiqueta “*enclosure*” para adjuntar contenidos como archivos adjuntos del correo electrónico, por lo que un *bloguero* puede publicar un texto, acompañándolo con archivos MP3 y cualquier otro material multimedia.

Conceptos Básicos Capítulo 3

BLOGS	
¿Qué son?	Páginas web personales que, a modo de diarios en línea, han puesto la posibilidad de publicar en la red, al alcance de todos los usuarios. Esto al ser un formato de publicación en línea centrado en el usuario y en los contenidos, no en la programación o el diseño gráfico;
Técnicamente	Una jerarquía de texto, imágenes, objetos multimedia y datos, ordenados cronológicamente, soportados por un sistema de distribución de contenidos capaz de proporcionar al autor la funcionalidad necesaria para distribuir esos contenidos con cierta frecuencia, exigiéndole unas capacidades técnicas mínimas, y que puede facilitar la construcción de conexiones sociales significativas o comunidades virtuales alrededor de cualquier tema de interés
¿Para qué sirven?	Los blogs hacen posible que el usuario juegue varios roles simultáneamente; como ser editor, comentarista, escritor, etc. Son herramientas efectivas de comunicación ya que ayudan a grupos a comunicarse en una forma más simple y fácil que un foro de discusión o página web.
Como medio de Informacion	Los blogs están contribuyendo a cambiar la tradicional estructura de la información. Se ve como un fenómeno que modifica el rol del profesional de la información, la arquitectura del mensaje informativo, así como el papel jugado por las audiencias
Como Comunidad	Entre el usuario que escribe el blog y sus lectores. Esa participación se separa en dos: desde aquellos que la leen sin mantener contacto dialogado con el autor, y aquellos que participan enviando mensajes.
Tipos de blogs	Existen blogs temáticos, es decir, orientados hacia un tema específico (elegido por su editor); algunos blogs son más diarios personales, empresariales, de periodismo, arte, entretenimiento, etc. Es un medio de comunicación orientado a los intereses de cada autor.

Capítulo 4

4.1 Blogs y Periodismo

Los blogs irrumpieron en el mundo del periodismo digital generando un debate sobre si son periodísticos o no. Sorprendieron nuevamente a las empresas periodísticas tradicionales en Internet, y supusieron un nuevo reto para su adaptación e incorporación.

Raúl Trejo Delarbre, en su publicación “*Ciberperiodismo: Nuevo periodismo, viejos dilemas*”, considera que gracias a los blogs, se modifican los estilos tradicionales de la construcción periodística. La médula del blog, en esos casos, no es la noticia sino la posición del periodista ante ella.

Gracias a la agilidad y al poder de esas herramientas de edición, los usuarios de los blogs pueden recoger y colocar información en línea. Pero es arriesgado decir que, de esa manera, cada *bloguero* se convierte en periodista.

En ocasiones, la divulgación de estos blogs abiertos, permite que se conozcan ángulos peculiares, definidos por la mirada personal de sus autores.

El periodismo siempre busca trascender en la sociedad, su espacio natural es la esfera pública; y hoy en día, para que una información periodística tenga relevancia pública, es preciso que sea recogida por los medios de comunicación convencionales.

En un artículo publicado en el New York Times y en la Nación en línea por Katharine O. Sweeney, nos dice que las audiencias descontentas descubrieron hace una década que podían usar la web para poner las cosas en claro o para analizar los artículos y exponer la actitud tendenciosa de un periodista o un comentario desatinado.

Y ahora se ha ido un paso más allá. Los protagonistas, tanto de los artículos de los periódicos, como de las emisiones televisivas; responden con los mismos métodos que emplean los periodistas para generar artículos o programas: entrevistas grabadas, intercambios de e-mail, registros escritos

de llamadas telefónicas, etc.; y los publican en sus sitios web.

Esta nueva arma de la guerra de los medios está cambiando el centro de gravedad respecto de la manera en que se elaboran y presentan las noticias, y tiene consecuencias para el futuro del periodismo.

Todos estos acontecimientos han obligado a los periodistas a responder de distintas maneras; incluyendo una mayor franqueza acerca de sus métodos y técnicas, y una mayor conciencia en cuanto a la manera en que filtran la información.

Publicar en la web material original, se está convirtiendo en una estrategia de relaciones públicas de los grupos de interés, las empresas y el gobierno.

El poder de los blogs y el manejo de la información es exponencial: los artículos de los blogs pueden vincularse y reproducirse instantáneamente en la web, creando un efecto bola de nieve que con frecuencia se abre paso hasta los medios tradicionales.

Los blogs tienen una vida más larga que los artículos de los medios tradicionales.

Un artículo original de un periódico desaparece habitualmente del sitio web gratuito de ese medio a los pocos días de publicado, y se hace inaccesible a menos que se lo compre a los archivos del periódico, mientras que la versión del bloguero sigue estando disponible eternamente.

De acuerdo con la entrevista realizada via e-mail al Dr. Octavio Islas, señala:

La blogósfera es uno de los ambientes comunicativos (McLuhan) emergentes de la web 2.0. Los blogs han acelerado la producción de contenidos en la web. Las plataformas disponibles han propiciado que un mayor número de personas asuman el rol de prosumidores que producen contenidos para la web. El nuevo periodista digital no establece su acta de nacimiento en el blog como en el conjunto de nuevos ambientes comunicativos. La blogósfera, por otra parte, permite eludir la censura a la cual están tan acostumbrados determinados medios como periodistas: censura y autocensura.”

Por ende, sí es la blogósfera un espacio idóneo para ejercer la libertad de expresión; sin embargo, además de la blogósfera, debemos reparar en los otros ambientes comunicativos extendidos que desprenden en su desarrollo, como la web 2.0 o ambientes comunicativos más avanzados.

Algunos periódicos y noticieros, tanto de radio como de televisión, están empleando *blogs* para incrementar la interacción con sus lectores y ofrecer una cobertura en vivo de las últimas noticias.

Sergio Badillo, en su blog: "*Ciberperiodismo: Transiciones en la construcción de la realidad digital*", menciona a algunos periodistas que trabajan en medios tradiciones y que cuentan con un blog:

Carmen Aristegui:

Tras su salida de medios de comunicación, como Radio Fórmula, el ambiente de la opinión pública comenzó a generar diversos supuestos sobre el futuro de esta periodista, y sobre las ideologías que, para muchos, ella representaba.

Así, algunos periodistas independientes que simpatizaban con ella, crearon este blog con la finalidad de ganar más adeptos que apoyaran el posible regreso de la Aristegui a los medios. Sin embargo, desde la creación del blog, existe una sola respuesta de la periodista:

Febrero 12th, 2008 at 12:34 am

He leído los comentarios que han dejado a lo largo de estos días. Mi hermano Mauricio me comento de este blog. Gracias a todos por dejar aquí pensamientos, reflexiones, críticas y apapachos. Me estimulan y entusiasman. Gracias, por supuesto, a quienes decidieron abrir este espacio y nos han permitido la comunicación. Es un poco tarde, aquí les dejo un abrazo.

Hasta el momento, cuenta con más de 700 comentarios, tanto de periodistas como del público. En su apoyo, este espacio le ha dado un poco más de visibilidad mediática frente a su problema.

“*El valedor*” es el blog de Tomás Mojarro, donde el escritor y periodista, escribe sobre los temas de actualidad en la vida nacional, pero sobre todo para la conciencia social.

Además de tener ligas a los diferentes programas grabados de su emisión radiofónica, Domingo Seis, en Radio UNAM; a fragmentos de su libro: “*Mis valedores al poder popular*” y a otras actividades de índole social que realiza.

“Mediocracia”, sitio donde pude extraer material para esta investigación, es el blog de Raúl Trejo Delarbre, periodista y catedrático de la UNAM.

En este blog, Trejo presenta los diferentes textos que ha presentado en varias publicaciones como Crónica, y Zócalo, entre otras.

Lydia Cacho, en cuyo blog podemos encontrar comentarios y aportaciones de otros periodistas que le expresan apoyo o muestran empatía con su causa.

Así, en el blog de Lydia Cacho, encontramos textos de Miguel Ángel Granados Chapa, respecto a la verdad sobre Kamel Nacif y los nexos de éste con las redes de prostitución infantil y pederastia.

Este blog se convierte en su página personal, donde eventualmente publica, pero también es una forma de darse publicidad y apoyo de otras instituciones, propuestas de conferencias, investigaciones, etc.

Otros blogs similares, son aquellos que pertenecen a una publicación informativa de los diversos medios, y en donde periodistas de renombre van publicando sus artículos. En este caso, los blogs son más una columna de opinión dentro de un medio digital que un blog o bitácora propiamente dicho.

Televisa cuenta con un blog por cada programa, ya sea de noticias, espectáculos, o entretenimiento, donde los personajes de estas áreas eventualmente escriben sobre algún tema que generó cierta polémica

durante la semana. Tal es el caso de Carlos Loret de Mola, que expresa lo siguiente en alguna de sus publicaciones semanales que tienen que ver con su noticiero *Primero noticias*: “Les ofrezco una disculpa, una disculpa tan contundente como la que hice al aire la hago a través de esta vía. Para eso sirven el blog, el teléfono, el correo electrónico: para que nosotros modulemos, moderemos y recapacitemos en nuestro trabajo.”

Igualmente, Joaquín López Dóriga cuenta con un blog de su noticiero donde no señala nada más allá de lo que se puede ver en su programa.

Esto no sucede con la otra televisora: TV AZTECA. Ahí encontramos páginas webs, y foros pero ningún blog.

Lo mismo sucede con algunos diarios de nuestro país como Reforma y el Universal

Dos de los diarios con presencia nacional en nuestro país, y que tienen su versión on-line son Reforma y el Universal, dentro de su versión electrónica podemos encontrar un espacio de blogs donde su acceso es libre, en el caso de Reforma, que es necesario tener una cuenta para ver todo el contenido de la publicación.

Reforma cuenta con 7 blogs:

El blog de Jesús Silva Herzog

<http://www.reforma.com/blogs/silvaherzog/>

El mensaje en la botella por Juan E. Pardinás

<http://www.reforma.com/blogs/juanpardinás/>

Rumbo a la casa Blanca por Diego Beas: espacio dedicado exclusivamente al análisis de Estados Unidos.

<http://www.reforma.com/bloggs/diegobeas/>

Blog al consumidor: asistencia e información

<http://www.reforma.com/blogs/alconsumidor/>

At. Neg por Veronica Baez: últimas tendencias de las empresas en México

<http://www.reforma.com/bloggs/altneg/>

Las niñas bien... ¿abuelas bien? Por Guadalupe Loeza

<http://www.reforma.com/blogs/guadalupeloeza/>

Vivir en el DF: Expertos de Canadevi, Infonavit, Prosac y Aserva, asesores inmobiliarios dan consejos de cómo hacer un patrimonio inmobiliario en una ciudad como el DF.

<http://www.reforma.com/bloggs/vivireneldf/>

En el periódico el Universal encontramos una lista un poco más larga donde colaboradores del periódico escriben en estos espacios:

Arturo González Ortega: El Garage

http://bloggs.eluniversal.com.mx/webloggs_detalle5701.html

María Teresa Priego: Un tranvía llamado deseo

http://blogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle5769.html

Luis Robina Ibarra: ¡Vive tu casa!

http://weblogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle5785.html

Ignacio Catalán: ¿Qué hacer ante...

http://blogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle5794.html

Esteban Román: Voz del lector

http://blogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle5770.html

Alejandro Alemán: El salón rojo

http://blogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle5748.html

Oswaldo Alfaro: Animalia

http://blogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle3507.html

Fausto Pretelín Muñoz de Cote: Globali... qué?

http://blogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle5784.html

Salvador García Soto: Juego de dados

http://blogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle5782.html

Ricardo Alemán: La otra opinión

http://blogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle5772.html

Edgard Aosta: Club Info Pet

http://blogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle5758.html

Entre varios más.

En una entrevista realizada al periodista Salvador García Soto, que labora en dicho periódico, y que cuenta con su blog en el Universal: “juego de dados” nos comentó sobre la serie de blogs del Universal:

“Fue un proyecto del Universal, lo que nos motivó a escribir el blog, seguido de un proyecto con el que se busca expandir los lectores del diario y llegar a esas comunidades y grupos de información, que ahora se están formando a través del Internet en todo el mundo y en los que predomina un público joven informado y crítico.

La respuesta que se buscaba, era que las personas que utilizan este tipo de espacios se involucraran en el debate y la discusión de temas que a todos nos incumben y afectan y que a través de este medio se pudiera, a la par de difundir información, motivar a la sociedad y las nuevas generaciones a que se involucren más en los temas públicos, y en la cultura del debate y la polémica con argumentos sin razón, y razones, y no con violencia de ningún tipo como desgraciadamente aún prevalece en nuestro país.

El principal mensaje que tiene el blog, es la capacidad de interacción con los receptores del mensaje, la posibilidad de saber casi de manera inmediata, lo que la gente opina y piensa del tema propuesto, es algo que no se da en otros medios como la prensa escrita.

Además, creo que es una ventaja, el que los usuarios de este medio sean personas que están en contacto permanente con la información y que manifiesten ese interés por participar y debatir sobre temas de interés público.”

Entonces podemos ver que los medios tradicionales están utilizando estos espacios como apoyo a su medio y como una herramienta más, igualmente, los periodistas no han visto el potencial de este medio individualmente, sino como apoyo al medio en el que laboran.

Los periodistas, independientemente de que trabajen en un medio concreto con mayor o menor audiencia, o lo hagan ejerciendo de freelancers, han

elegido en muchos casos otro tipo de personalización periodística, que consiste en tener un sitio como el blog en Internet.

Una página, desde la que pueden ofrecer sin ningún tipo de límites sus informaciones o los rumores a los que han tenido acceso.

Carlos Rojas, periodista independiente y bloguero (www.identidad-politica.blogspot.com), en la entrevista realizada, nos comentó las razones por las cuales adoptó este espacio como herramienta de publicación de su trabajo:

“Falta de espacios en los medios impresos para dar a conocer de una manera más amplia los acontecimientos que surgen día con día en la sociedad en que nos desenvolvemos.

Los beneficios que he obtenido personalmente como una plataforma para hacer una edición impresa, que próximamente pondré a circular y profesionalmente, pues he logrado además de irme colocando en un punto de referencia importante en la región, también he logrado diseñar y adornar a través de ciertos artilugios el propio blog.

Estos espacios pueden impulsar al periodismo, sobre todo porque la sociedad, antes de comprar periódicos ya va bien informada, y de igual forma los medios tienen mayor alcance mas allá de las fronteras de donde circulan.”

Isain Mandujado (<http://isain-mandujano.blogspot.com>), periodista independiente, igualmente nos comentó su experiencia utilizando este medio:

“Desde 1995, para ser exactos, recopiló información, opinión, análisis y todos aquellos textos periodísticos relacionados con el periodismo y la comunicación en Chiapas. Esto como una forma de conocer más mi oficio, mi profesión. Dichos textos me servían para saber las líneas políticas, editoriales e intereses políticos y económicos de uno u otro medio o periodista chiapaneco. Los textos los archivaba en una carpeta especial de mi máquina, pero por una falla humana o informática siempre se me perdían.

En la nueva era del internet, esperaba subir esos materiales a una web en la red para respaldarlo y conservarla, pero no sólo eso, sino lo más importante, que me propuse hacer fue compartirla con todos los que tienen el mismo interés que yo manifestaba en esa memoria histórica acumulada. Pero al aparecer las bitácoras o blogs, encontré la herramienta perfecta para hacerlo de una forma sencilla.

Creo que la ventaja es que es muy sencillo y práctico manejarlo. Considero otra ventaja, y es que puede ser consultada por cualquiera que tenga acceso a la red de redes, la internet. Es un blog que concentra, sino todo, parte de la historia del periodismo en Chiapas.

Mi principal objetivo con el blog es ser un proveedor de materia prima para quienes desean o quieren historiografiar la prensa en Chiapas. Me propuse ser una fuente de consulta más. Profesionalmente espero que ese conocimiento me sirva, para tener un cúmulo de información que me permita compartir con otros vía la investigación o la docencia.

Podemos observar que en México, los periodistas, tanto los posicionados en medios como los independientes, están utilizando este espacio como apoyo, no como medio principal de publicación.

Ser periodista ha supuesto, durante muchos años, trabajar como un profesional legitimado por una especie de delegación de la sociedad para el cumplimiento de un derecho colectivo de la comunidad política: el derecho a recibir una información técnicamente correcta. Y eso significa también ser el administrador y gerente de la libertad de prensa y del derecho a la información de los ciudadanos.

José María García de Madariaga, en su publicación *Del periodismo cívico al participativo*: nuevos medios, viejas inquietudes muestra al ciudadano como productor de noticias asegura que, el impacto más profundo de la colaboración digital no es el que se deja ver en los movimientos sociales ya formados y consolidados, sino el que abre un camino muy sugestivo para la participación ciudadana y la formación de nuevas iniciativas.

Los *blogs* de periodistas han proliferado llamativamente, tanto por iniciativa particular, como a través de los medios en los que trabajan, para promover divergencias con la línea editorial del medio en el que se publican.

De acuerdo con la publicación “El Periodismo profesional y el desafío de los blogs” de la Dra. Concha Edo, de la Universidad Complutense de Madrid; a partir de la generalización de las tecnologías digitales en el ejercicio del periodismo, y la instalación paulatina de los medios de comunicación en Internet, esta perspectiva ha dado un nuevo giro.

Ese nuevo y relevante papel de los receptores, durante tanto tiempo pasivos, tiene mucho que ver con las posibilidades de interactuar que ofrece a los usuarios la red. Una interactividad que permite a quienes visitan los diferentes sitios opinar acerca de diversos temas.

Además, la información se ha convertido en un bien habitualmente compartido entre los medios de comunicación y los lectores, que han ido ganando terreno hasta convertirse en los auténticos propietarios de la información.

De acuerdo con José Luis Requejo Alemán, en su publicación *Una llamada a la responsabilidad de las audiencias en el periodismo participativo*; cualquiera que tenga acceso a un computador, un cable USB y un accesorio digital, los puede transformar en un medio de comunicación y, por tanto, en un referente social y político.

Esta transformación que se vive, ha tenido múltiples manifestaciones. Es probable que una de las más significativas sea el periodismo participativo, que compite a los periodistas tradicionales y les confronta con la avasallante realidad de que la tecnología de difusión ya no es más un privilegio reservado a unos pocos y tampoco un diferencial profesional.

¿Qué es el periodismo participativo?

También denominado periodismo comunitario, ciudadano, personal, de código abierto o de las bases; el periodismo participativo es una nueva corriente que surge a finales de los años noventa de acuerdo con Orihuela.

“El acto por el que un ciudadano o grupo de ciudadanos, informa, analiza y difunde noticias e información, desempeñando un rol activo en todo este proceso. El propósito de su participación es proporcionar la información independiente, confiable, precisa, amplia y relevante que una democracia merece.”

En la aparición del periodismo participativo, se encuentra la convicción fundamental de que ya no es suficiente con el tradicional modo que se ha empleado para informar a una sociedad.

“Es la propia comunidad la que actúa como filtro a posteriori, otorgando relevancia, corrigiendo y amplificando las informaciones y opiniones que gozan de mayor consenso. Las historias más enlazadas, los medios más citados, la palabra clave más frecuente, son objetos de rankings diarios, a veces, incluso en tiempo real, que acaban constituyendo una nueva modalidad de la vieja función de establecimiento de agenda.”

Uno de los primeros cambios que propone el periodismo participativo es el de descentralizar y “horizontalizar” el proceso noticioso. En su propuesta, sus defensores recuerdan que el periodismo participativo surge desde abajo, en un proceso en el que no hay una revisión editorial jerárquica y formal del trabajo periodístico que tome y dicte decisiones.

“En los medios tradicionales, el orden habitual es -filtra, luego publica-. En el periodismo participativo, en cambio, el orden es -publica, luego filtra-.

Lo que emerge así, es un nuevo ecosistema mediático, en el que las comunidades online discuten y amplían las historias que publican los medios tradicionales.

A su vez, estas comunidades producen también otro tipo de periodismo, el periodismo de base, de anotaciones, de comentarios, de verificación de datos, del que los medios tradicionales se pueden alimentar, empleándolos como un conjunto de consejos, fuentes e ideas para historias.”

Esto gracias a herramientas basadas en tecnología web, que son fáciles de usar y cada vez más poderosas. El público se puede convertir en un participante activo que crea y difunde noticias e información.

En el periodismo participativo, la audiencia encuentra también un mayor repertorio de funciones para participar.

En el periodismo participativo las principales razones que llevarían a la gente a participar serían:

- a) Ganar estatus o construir reputación en una comunidad.
- b) Crear conexiones con otras personas que tienen intereses similares.
- c) Comprender el sentido de algunos fenómenos.
- d) Informar y ser informado.
- e) Entretener y ser entretenido.
- f) Expresarse de un modo creativo.

Como se ve, el repertorio de posibilidades para las que se necesita y demanda la participación ciudadana se ha incrementado.

De acuerdo con *El impacto de los blogs, sus características y posibilidades para el periodismo digital* del Dr. Manuel Frascaroli:

El periodismo ciudadano iniciativa de este tipo, fue por primera vez en enero de 1998, cuando Matt Drudge incluyó en su web, cuyo nombre es *The Drudge Report* 26, una conversación grabada que Newsweek se había negado a publicar porque era una información sin verificar. En aquel momento se hizo pública la relación entre el presidente Bill Clinton y la becaria Monica Lewinsky, que tantas páginas de periódicos y tantos espacios de radio y televisión iba a llenar durante meses.

La profesora Adela Cortina, de la Universidad de Valencia, ha explicado esa posibilidad al referirse a la construcción de una *ciudadanía mediática* en donde los destinatarios de la comunicación de masas puedan constituir “*una opinión pública madura y responsable en esa esfera de la discusión abierta que debería ser la médula de las sociedades pluralistas*”, mejor y más libre información, diversidad de opiniones, deliberación pública y con razones.

“Sentirse ciudadano exige, entre otras cosas, saberse reconocido en la propia sociedad”. Internet, con sus capacidades para la interlocución permanente y extensa, la explicación sin limitaciones de espacio ni conceptuales y el contexto comprensivo y minucioso; pareciera el medio idóneo para practicar y promover”

Un ejemplo de esto, es la reacción que se tuvo sobre los atentados del 15 de septiembre, en nuestra ciudad de Morelia, Michoacán.

De acuerdo con la publicación del periódico *El Universal de la ciudad de México*, del día martes 16 de septiembre de 2008; un día después de los atentados, mostró que el tema de las explosiones en Morelia durante la ceremonia del grito de Independencia impactó en *blogs* especializados y no especializados.

“Si se realiza la búsqueda “Morelia explosiones” en los dominios de blogs, encontrará un total de siete mil 800 resultados que hablan ya de los atentados registrados la noche de ayer en la capital michoacana.

Muchos de los “posts” de los sitios personales son citas de medios nacionales que hacen alusión de los sucesos registrados. Varios destacan ya los ocho muertos y las decenas de heridos que dejaron las explosiones la noche del lunes.

Blogs de noticias como los de los diarios españoles El País y El Mundo, encontraron espacio para la información que sorprendió las celebraciones de independencia, pero también blogs como: nosenosocurrio.wordpress.com citaron: “Entre las víctimas fatales están un hombre y una mujer; ambos

presentaban heridas en el rostro y el abdomen, provocadas por esquirlas de artefactos explosivos”.

De igual manera, blogdominicano.com, un sitio de noticias en República Dominicana, redactó una nota con base en algunas citas de prensa nacional.

El impacto de los diarios personales parece haber sido inmediato y oportuno. Algunos blogs como ymipollo.com abrieron un debate, dejando al aire la pregunta de si los lectores creen que los atentados provienen del narcotráfico.

Por su parte, en kikka-roja.blogspot.com, se crearon ya fotogalerías, tienen ya videos de YouTube de los principales noticieros televisivos y ligas a notas de diferentes medios en línea, entre ellos eluniversal.com.mx.”

Juan Varela, periodista español, expone en su publicación “*Periodismo 3.0, la socialización de la información*”, cómo los ciudadanos se han apropiado de la información a través de los medios sociales. La crisis de la credibilidad de la prensa tradicional, el cuestionamiento de la objetividad y la aparición de herramientas digitales accesibles a todos, convierten el periodismo en una conversación de la que los ciudadanos más activos no quieren estar ausentes.

Relata el asalto a la información que tuvo España después de los atentados del 11 de marzo del 2004:

“Miles de ciudadanos salieron a las calles en duelo y para exigir -¿Quién ha sido?-. El dolor y el desconcierto se tomaron en preguntas a los gobernantes. La falta de respuestas, la confusión y los mensajes contradictorios o manipuladores estallaron la víspera electoral, 13 de marzo. Teléfonos móviles de toda España recibieron mensajes convocando a manifestaciones frente a las sedes del Partido Popular exigiendo la verdad. Fue el primer desafío espontáneo a la información oficial que usaba las nuevas tecnologías.

La famosa consigna "¡Pásalo!" en los mensajes electrónicos es parte ya de la historia de los movimientos cívicos de la nueva era.

Internet rebosaba de mensajes, informaciones, consignas y llamamientos a la movilización. Algunos medios siguieron en directo la movilización y se convirtieron, conscientemente, o a su pesar, en agentes de la protesta. Los medios tradicionales y la política formal fueron superados por las nuevas formas de activismo en red.

Entonces los blogs, agitadores y promotores de la inquietud y la movilización, hicieron su entrada oficial en la vida pública. Aparecieron ante los medios, la política y los ciudadanos, como lo habían hecho antes, entre las ruinas de las Torres Gemelas, el 11S de 2001 y luego con la invasión de Irak, cuando los warlogs se convirtieron en una fuente informativa alternativa para miles de ciudadanos de todo el mundo."

Los ciudadanos se han convertido en vigilantes de los medios. La desconfianza se ha tejido bajo las conversaciones del ciberespacio. El público no se fía de la autoridad y de las intenciones de la prensa, y sus primeras víctimas han sido políticos y periodistas. Los blogueros son vigilantes del periodismo.

En las pasadas elecciones del 2 de julio del 2006, donde Felipe Calderón Hinojosa, miembro del PAN, resultó electo para ser el presidente de nuestro país con el 36.69 % de los votos; Andrés Manuel López Obrador, representante del PRD, finalizó con 0.58 puntos porcentuales detrás, señalando que las elecciones habían sido un fraude, esto llevó a un conflicto post-electoral donde se realizaron mega marchas, plantones, y un sin fin de movimientos en apoyo a este personaje, poco a poco la cobertura de sus acciones fue desapareciendo de los medios tradicionales, dejó de ser noticia; a pesar de esto, los simpatizantes, a la fecha, continúan con su lucha, utilizando las herramientas y medios que tienen al alcance. Tal es el caso de los blogs, donde han formado una sociedad llamada "blogs en resistencia de México"

Pudimos estar en contacto con algunos de estos miembros, donde nos comentaron las facilidades y el por qué utilizaron el blog como herramienta de lucha generando periodismo ciudadano.

Hilda Venegas de mujeresporlademocracia.blogspot.com:

“Decidí formar parte de los blogs en resistencia de México, precisamente después del fraude electoral del pasado 2006, como una ciber manifestación de denuncia por el manejo de los medios convencionales y conservadores del aparato de estado , lo que en verdad pasa en la calle, lo que en verdad piensa la gente, hacia las actividades de los que Fox llamó renegados; nos reunimos para conocernos, organizarnos y apoyarnos, me ha ayudado para las diversas acciones de resistencia, como romper el cerco informativo, difundir información que en otros medios será más lenta o difícil, en el apoyo con los amparos contra el ISSSTE, en difundir convocatorias para asistir a eventos políticos, educativos y culturales me he encontrado gente que me pregunta, ¿tú eres Hilda Venegas?, y me dicen: te leo mucho en tus blogs. Con este medio, he tenido la enorme ventaja de que es gratuito y fácil de manejar.”

Druida, <http://pseudoelecciones2006.blogspot.com/>

“El blog se inició a finales de agosto de 2006. Mucha gente nos ha conocido a través de él, no en el sentido de alabanza, sino como un medio de información; a partir de ello he colaborado muchísimo en el movimiento de Andrés Manuel, y tenido contacto con compañeros en todo el país. Las ventajas Primero: Yo publico lo que quiero. Segundo: La facilidad. Tercero: es un medio accesible para la gente; ha tenido un impacto importante ante la imposibilidad de llegar a más personas desde el centro del país, que es donde se realiza más actividad y hay más acceso a estos medios. En el blog tenemos visitas de gente de varias partes del país. Gente que a través de los blogs, realiza periódicos murales o baja los videos que mostramos. Es una vía que tenemos para poder informar, y lo cumple.”

Arturo Castro, autoridadcontrapoder.blogspot.com

“-Autoridad contra poder-, que es el título de mi blog, al igual que el resto de los “blogs en resistencia“, tiene un propósito concreto: apoyar a través de la difusión de información al gobierno legítimo de México, encabezado por Andrés Manuel López Obrador. En base a lo anterior te puedo decir que después de México, el lugar de donde más se generan visitas a mi blog es de los Estados Unidos de Norte América, es decir, personas que no se encuentran dentro del territorio nacional saben que existen blogs que apoyan una causa social y política en México. Entonces sí hay una trascendencia y ésta ha sido la del movimiento del cual formamos parte.

Difundiendo información acerca de las acciones del gobierno legítimo, te cito un ejemplo: La más reciente concentración masiva del licenciado Andrés Manuel López Obrador fue el domingo 27 de abril del año en curso, se trató de una asamblea informativa para dar cuenta de las acciones a tomar en la defensa del petróleo. Toda vez que el paquete de reformas legislativas enviada por el ejecutivo federal ya estaba en manos de la cámara alta.

Previo al mensaje pronunciado en el zócalo capitalino, hubo una marcha que partió desde el ángel de la independencia a la plaza de la constitución. Fue una movilización de las mismas proporciones a las que se llevaron a cabo en el proceso de desafuero o las semanas posteriores a la jornada electoral del 2006. Ni la televisión ni la radio informaron sobre los niveles que había alcanzado esa movilización.

Ese día, los medios tradicionales enmudecieron, tal parece que no hubiera ocurrido nada, cuando ha habido ocasiones en que la televisión ha dado cobertura a protestas con no más de una veintena de manifestantes, como las que se suelen dar a las afueras de las oficinas de gobierno. Aquel domingo en el que más de diez mil personas salieron a la calle a expresar su convicción por la defensa de nuestro petróleo, las televisoras y radiodifusoras decidieron cegarse ante los hechos.

Yo soy de las personas que al ver un programa de análisis político en televisión, escuchar una entrevista en la radio o leer un artículo en un periódico, solía decir para mí: “ qué ganas de refutar lo que están diciendo o lo que escribió, se está tergiversando la información y confundiendo a los demás”

Ahora puedo hacerlo a través de este medio, en un post cito lo que dicen o lo que escriben y lo rebato, con la posibilidad de que al hacerlo en un blog que es accesible a los demás, seguramente habrá alguien que coincida conmigo, y así evitar que se generen vicios como el crear versiones unívocas de la realidad, como usualmente ocurre con los medios de comunicación tradicionales .”

Los blogs han generado diversos movimientos, dando una opción más que los medios tradicionales no brindan; estos medios de alguna manera se nos impusieron ante no tener nada más que ver, o escuchar, o leer. Generaciones pasadas no tuvieron las opciones ni los medios que tenemos hoy, ellos confiaban en lo que leían en el periódico, lo que escuchaban en la radio, y lo que veían por la televisión; este ejemplo de los blogs en resistencia nos da una idea de cómo los ciudadanos pueden aprovechar las facilidades que Internet, específicamente con los blogs, brinda a la sociedad, y más aquellos que tienen algo que decir; en este caso, una idea que comparten muchos, y que de otra forma realmente sería muy complicado estar en sintonía; y con todos los beneficios, están generando un periodismo ciudadano, porque publican información que muchos medios no lo hacen, porque no caben en su agenda, o porque no les interesa; sin embargo, a los que sí tienen esta opción de visitar estos blogs, donde encontraran la información que los medios tradicionales no les da.

Las funciones que se supone que los medios de comunicación deben realizar son: informar, formar y entretener.

Actualmente, de acuerdo con Pau Llop, periodista en “*Hacia la Ciberdemocracia a través del Periodismo Ciudadano*”, asegura que la información y el entretenimiento se difuminan, dando lugar al ‘Infortainment’. Una de las consecuencias de esta estructura real mediática,

la vemos en el 'espiral del silencio', afirma Llop; teoría formulada por Elisabeth Noelle-Neuman, que asegura que un individuo es mucho menos propenso a expresar su opinión respecto a un tema, si piensa que su postura es minoritaria, por miedo al rechazo y la exclusión por parte de la mayoría.

Esto está dejando de pasar, si observamos el fenómeno y los beneficios que les ha brindando, como el de los blogs en resistencia por la democracia de México, que si bien, apenas son unos cuantos, de alguna manera se está transformando esta estructura que siempre se ha mantenido en los medios tradicionales.

Síntesis Entrevistas Capítulo 4

PERIODISTA	USO Y OBJETIVO DEL BLOG
<p>Salvador García Soto</p> <p>Ha trabajado para El Heraldo y La Crónica de Hoy.</p> <p>http://blogs.eluniversal.com.mx/dados/</p>	<p>Fue un proyecto del Universal, lo que nos motivó a escribir el blog, seguido de un proyecto con el que se busca expandir los lectores del diario y llegar a esas comunidades y grupos de información</p> <p>El principal mensaje que tiene el blog, es la capacidad de interacción con los receptores del mensaje, la posibilidad de saber casi de manera inmediata, lo que la gente opina y piensa del tema propuesto, es algo que no se da en otros medios como la prensa escrita.</p>
<p>Carlos Rojas, periodista independiente y bloguero (www.identidad-politica.blogspot.com)</p>	<p>Los beneficios que he obtenido personalmente como una plataforma para hacer una edición impresa, que próximamente pondré a circular y profesionalmente, pues he logrado irme colocando en un punto de referencia importante</p>
<p>Isain Mandujado (http://isain-mandujano.blogspot.com), periodista Chiapaneco independiente</p>	<p>“Desde 1995, para ser exactos, recopilo información, opinión, análisis y todos aquellos textos periodísticos relacionados con el periodismo y la comunicación en Chiapas</p> <p>Mi principal objetivo con el blog es ser un proveedor de materia prima para quienes desean o quieren historiografiar la prensa en Chiapas. Me propuse ser una fuente de consulta más. Profesionalmente espero que ese conocimiento me sirva, para tener un cúmulo de información que me permita compartir con otros vía la investigación o la docencia.</p>
<p>Periodismo ciudadano</p> <p>Hilda Venegas http://mujeresporlademocracia.blogspot.com</p>	<p>“Decidí formar parte de los blogs en resistencia de México, como una ciber manifestación de denuncia por el manejo de los medios convencionales, nos reunimos para conocernos, organizarnos y apoyarnos, me ha ayudado para las diversas acciones de resistencia, como romper el cerco informativo, difundir convocatorias para asistir a eventos políticos, educativos y culturales. Con este medio, he tenido la enorme ventaja de que es gratuito y fácil de manejar.”</p>
<p>Periodista Ciudadano</p> <p>Druida, http://pseudoelecciones2006.blogspot.com/</p>	<p>“El blog se inició a finales de agosto de 2006. Mucha gente nos ha conocido a través de él, no en el sentido de alabanza, sino como un medio de información; Las ventajas Primero: Yo publico lo que quiero. Segundo: La facilidad. Tercero: es un medio accesible para la gente; ha tenido un impacto importante ante la imposibilidad de llegar a más personas desde el centro del país, En el blog tenemos visitas de gente de varias partes del país. Gente que a través de los blogs, realiza periódicos murales o baja los videos que mostramos. Es una vía que tenemos para poder informar, y lo cumple.”</p>

Conclusiones:

El objetivo de esta investigación fue considerar al blog como la herramienta ideal del periodista actual en México .

A través de los 4 capítulos pudimos observar:

Capítulo 1

- Las primeras formas de comunicación; como desde la prehistoria el hombre comenzó a crear una serie de métodos para hacerse entender con la finalidad de darles permanencia a lo ya descubierto, la necesidad de comunicar fue el motor de todo tipo de codificaciones expresivas, la escritura, la imprenta.
- Historia del periodismo , el reflejo de la sociedad que siempre ha necesitado de herramientas que faciliten la circulación de información y de registrar lo que deparaba.
- Espacios periodísticos desde el noticiero cinematográfico, radiofónico , noticias , revistas graficas fotoperiodismo, la información periodística evoluciona y se adapta a los nuevos formatos y reacción ante las exigencias tecnológicas.
- Ciberperiodismo y formas de periodismo digita, Internet y la sociedad de la información ,siendo causas y consecuencias de las transformaciones, una de sus característica el ilimitado acceso a los recursos de la información , para el desarrollo de sociedades de la información es esencial , el respeto a los derechos humanos , las libertades .

Capítulo 2

- Historia de Internet ,representa un ejemplo exitosos de globalización, siendo un mecanismos de propagación de la información y una vía de colaboración en interacción entre los hombres.

- Ciberperiodismo siendo aquel que se ejerce en publicaciones que están presentes en Internet donde se ha roto la comunicación lineal y unidireccional, el proceso de elaboración de un periódico ha cambiado.
- El Ciberperiodista esta dedicado a la recopilación organización presentación por medio de las herramientas disponibles. Hasta el momento en ninguna escuela ha enseñado a hacer periodismo digital , no existe una teoría al respecto estamos explorando esta nueva modalidad de informar .

Capítulo 3.

- Características generales de un blog tanto de contenidos como técnicos, su historia y el proceso que han pasado para poder considerarlos una plataforma, llegando a la conclusión que un blog será lo que nosotros queramos que sea (en términos de comunicación y contenido).
- Razones del cual ha tenido éxito el blog la necesidad de expresión , el afán de compartir saberes , deseo de integración , una comunidad , exploración creativa ,terapia,participación política defensa de intereses o simple exposición.
- La gente escribe de lo que sabe y mas de lo que le apasiona.

Capítulo 4

- Los blogs y el periodismo como han modificado los estilos tradicionales de la construcción periodística.
- Surge el periodismo participativo es la comunidad la que actúa como filtro a posteriori otorgando relevancia , corrigiendo y amplificando las informaciones, una nueva modalidad de la vieja función de establecimiento de la agenda.

Gracias a este proceso de investigación nos queda lo siguiente:

Los blogs son el espacio de publicación que todo periodista busca ya que Internet siendo un medio de impacto mundial, el formar parte te da visibilidad mundial, depende de la gente que te lea pero la posibilidad de penetrar casi cualquier región del mundo te la brinda un blog; cosa que ningún otro medio .

El espacio no es un problema, el blog no te limita un determinado número de caracteres, así que eres libre de publicar toda la información que consideres necesaria y no solamente la que cabe en el espacio o tiempo determinado.

El periodista puede reproducir lo que la prensa no publica son fuentes posibles que nos dan información que no teníamos antes. Modificando los estilos tradicionales de la construcción periodística.

La censura ha sido un problema para los periodistas desde siempre, ya sea por los intereses del medio, para no quedar mal con personas de poder, por mostrar hechos que afectan directamente a figuras públicas.

Desde sus inicios la prensa escrita en México a principios del siglo XIX, se ha mantenido permanente bajo el poder político , ahora los dueños y directivos de los medios de comunicación también toman ese poder represor. Con el blogperiodismo se ha creado una alternativa frente a la concentración mediática, cambiando la estructura de la información por ejemplo, la teoría de la *agenda-setting* donde se postula que los medios de comunicación de masas tienen una gran influencia sobre el público al determinar qué historias poseen interés informativo y cuánto espacio e importancia se les da. Ahora en el blog se publica con los ángulos peculiares definidos por la mirada personal de su autor.

La importancia que generan estos espacios sobre la oportunidad de hacer oposición o apoyar procesos gubernamentales, políticos y sociales que se dan en nuestro entorno, que los periodistas ingresan a estas plataformas para generar espacios de contenidos libres de expresión democratizar el derecho a ser informados con veracidad.

El manejo de la información ahora es exponencial , creando un efecto de bola nieve que se abre espacios hasta los medios tradicionales. Generando un fenómeno de comunicación, expresión e información que anteriormente no existía.

Los lectores de estos espacios no dependen del medio de la información que proporcionen los medios tradicionales, sino que en un ejercicio de comunidad virtual, tienen la posibilidad de compartir información, datos y materiales sobre los temas que les interesen.

Los periodistas independientes que utilizan estos espacios, dan a conocer su opinión sobre temas de su interés. Al hacer esto, obtienen una visibilidad frente al mundo que otro medio no les brinda, generando un especie de “portafolio” donde cualquiera puede consultar sus textos , y de la misma forma lo pueden contactar .

Con los blogs se esta formando una memoria ,un archivo histórico de nuestro entorno con una visión variada y enriquecida con millones de autores, una construcción colaborativa de conocimiento e información.

Un nuevo ecosistema mediático en las que las comunidades online discuten y amplían las historias que publican lo medios tradicionales creando “participantes activos”.

Se motiva a la sociedad a que se interese en temas públicos, cultura del debate , existe un interacción con los receptores del mensaje las posibilidad de saber lo que la gente opina.

En el movimiento de los blogs en resistencia de México, observamos como el periodismo ciudadano que generan estas personas es significativo para la sociedad, ya que gracias a la comunidad de blogs, existe una comunicación directa con sus miembros, que se encuentran en diferentes puntos del país, e inclusive del mundo.

A diferencia de lo que hace el “periodista ciudadano”, que básicamente es recolectar la información que en algún lado vio, y opinar sobre el hecho, el periodista de profesión debe salir a buscar la nota, y darla a conocer antes que cualquier otro medio, o sea que tiene la misma dinámica que en cualquier otro medio. pero sólo será información periodística si se identifica y cita la fuente, de lo contrario será tomado en cuenta como un blog más de la red donde cualquier usuario puede expresar sus opiniones e ideas.

Todas esos beneficos pudimos encontrar pero existen tambien limitantes

En la blogósfera, encuentras periodismo de investigación, editorial, ciudadano pero en realidad depende en donde lo busques, y ese es un problema en que

los buscadores de blogs aún no son tan funcionales. La dinámica que existe de ir encontrando los blogs es por recomendación (links que sugiere cada autor del blog) o por casualidad, que te topas con ellos.

Gran parte de la sociedad mexicana los 23.7 millones de internautas no se han involucrado mucho en la amplia gama de servicios que Internet ofrece siendo el correo electrónico el espacio mas utilizado y consultado diariamente, pocos se preocupan por entender o investigar sobre qué beneficios pueden obtener de Internet en sus áreas de trabajo, la cultura cibernética en nuestro país aún está en proceso. Y como señala la Dra. Delia Crovi Druetta , el acceso no solo depende de la infraestructura disponible si no de las habilidades de la población para manejar los nuevos desarrollos tecnológicos.

Por lo tanto por sus beneficios cualidades y limitantes , técnicamente el blog cuenta con el espacio ideal de publicación para el periodista actual en México , sin embargo no se puede considerar como la única herramienta para el periodista por el momento; puede ser un buen complemento a los medios tradicionales y una plataforma para las nuevas tecnologías que continúan apareciendo y transformando nuestro entorno.

Esta investigación me dejó un mayor conocimiento de estas nuevas redes de información y de las comunidades cibernéticas; interesante el esfuerzo de compartir información y conocimiento de todo tipo para los grandes públicos. Estamos viviendo un cambio importante donde existe una mayor democratización de la información que nos ofrece Internet.

Además, me parece interesante la forma en que estos espacios hacen realidad la garantía de libre expresión y derecho a la información que tenemos todos

Siendo un instrumento para difundir y socializar información y conocimientos a todo el mundo, por más intrascendentes que resulten los temas que se abordan. Los blogs siempre ofrecen la posibilidad de comunicar.

Nos hemos topado con algo desconocido que ha revolucionado y cambiado demasiado rápido , tenemos que estar informados y actualizados , no quedarnos con la idea de “es que no se como utilizarlo” , como

comunicadores y como sociedad en general no podemos quedarnos al margen .

No solo hablamos de contenido , la aplicación de estos avances en la sociedad para el beneficio mismo del hombre como individuo y social. Desde siempre los cambios tecnológicos han generado un cambio de modo de vida y la sociedad lo ha adoptado en poco tiempo.

Todavía no existe alguna ley que regule Internet y no nos detuvimos a considerarlo en esta investigación ya que apenas estamos disfrutando , explorando y conociendo una nueva forma de generar información y un espacio de total libre expresión , que si bien en algunas ocasiones se puede convertir un caos , es un espacio del que nos debemos apropiarnos para bien , y si se considera legislar ciertos contenidos en México deben existir procesos anteriores que nos hagan confiar que esto será en beneficio , generar una nueva cultura Cibernética , hemos visto que ya existe un despertar de la sociedad ,no lo desaprovechemos .

Bibliografía

- Eloy Caloca,E. (2003) *Recuento Histórico del Periodismo*, México, IPN.
- Mompart, J, Marín E, *Historia del Periodismo Universal*, Madrid, Síntesis
- Benitez,J. (2000) *Los Orígenes del periodismo en nuestra América*, Argentina,Lumen Hymanitas,
- Mai, M. (2004) *Breve Historia del mundo para jóvenes lectores*, España,Océano.
- Vázquez ,M, *Historia y Comunicación social critica*, Barcelona, Grijalbo Mondadori,.
- Leñero, V. Marín,C. (1996) *Manual de periodismo*, México, Grijalbo
- Ferrer, E.(2000) *Información y comunicación.. México. FCE*
- De la torre Hernández, F, Zermeño,F.(1996)*Taller de Análisis de la Comunicación* . México, Ed. McGraw-Hill .
- Fernandez del Moral, J. (1983) *Modelos de comunicación científica para una información periodística especializada*,España, Cie Inversiones Editoriales Dossat
- Trejo Delarbre R(1996), *Vivir en la Sociedad de la información* Madrid, Fundesco.
- Brotan S, Willis ,C,(2003), *Nosotros el Medio*, Editado por J.D. Lasica
- GOMIS, Lorenzo (2000) *Los géneros periodísticos como modos de interesar en la actualidad*. Universidad Autónoma de Barcelona
- Cebrián Herreros, M.(1995),*Información Audiovisual*: Madrid, Síntesis,
- Ulibarri, E. (1994) *Idea y vida del reportaje*, Editorial Trillas,
- Alvear, Carlos , *Breve historia del Periodismo*, ed Jus, México DF.
- Reyes Gerardo, *Periodismo de Investigación*,Trillas, México DF.
- Ibarrola Javier, *Técnicas Periodísticas*, Gernika, México DF.González Reyna, Susana. *Periodismo de Opinión y Discurso. Géneros periodísticos 1*. Trillas.

Guajardo, Horacio. *Teoría de la Comunicación Social*. Demoscopía, S.A. Promociones Editoriales.

Orihuela, J.(2006) *La revolución de los blogs*. Cuando las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente ,La Esfera de los Libros, Madrid.

SANTORO Daniel, *técnicas de investigación*, Fondo de cultura económica, México df.

Reynaga. J, (1994), *Periodismo interpretativo : el reportaje* , Trillas,mexico

Rojas O; Alonso J, Antunez J,Orihuela L, Varela J, (2005) “*La conversación en Internet que está revolucionando medios. empresas y a ciudadanos*” Madrid, IESC

Bibliografía páginas Web

DANS, Enrique “movimiento Blogosferico”, en el blog de enrique Dans 22, Enero 2005, <http://edans.blogspot.com/2005/movimientoblogosferico.html>

Prospero Moran,(2004), “un Acercamiento Crítico a la Consideración del Weblog como Género Periodístico” en Revista Razón y palabra (en línea) N° 48, 2006, mexico, disponible <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n48/bienal/mesa14.pdf>

Carlos Luján JC (2003) “ Periodismo Digital y la Relación con los Usuarios en la Era Digital” en Revista Razón y palabra (en línea) N°30,2003,México, disponible <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n30/jlujan.html>

Villanueva E.(2003) “ Posibilidades de Desarrollo de la Expresión y el Periodismo en un Tiempo de Amenaza a la Internet como Espacio Común: Weblogs y Administración de Derechos Digitales” en Revista Razón y palabra (en línea) N°30,2003,México, disponible <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n30/evillanueva.html>

Contreras T (2008) “La web participativa: blogs, el periodismo ciudadano y la democracia” en Revista Razón y palabra (en línea) N°60, disponible <http://www.razonypalabra.org.mx/n60/varia/tcontreras.htm>

Ayuda al entusiasta blogger(2008) “Ayuda y consejos para convertirse en bloggers profesionales” (en línea) disponible en <http://entusiasta.net/ayuda/>

Noguera JM. (2007) “Las Empresas y la Conversación: Blogs como Herramienta de Comunicación Corporativa” ” en Revista Razón y palabra (en línea) N° 52 disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n52/jnoquera.html>

Villanueva J., Aced C y Amendi G(2005) “blogs corporativos una opción no una obligación” electronic Word of mouth Project pdf

Arribas A (2005) *entrevista en Razón y Palabra* “El reto de Internet está en la visibilidad y la credibilidad”: Entrevista a José Luís Orihuela disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n54/aarribas2.html>

Nuestro tiempo (2004) “Weblogs: el medio y el mensaje” en nuestro tiempo (en línea), Pamplona disponible en <http://www.ideasapiens.com/blogs/Medios/archivos/000254.html>

David Parra Valcarce D, “La bitácora: participación, transformación, infoxicación y consolidación” en Razón y Palabra (en línea) nº49. disponible <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n49/bienal/Mesa%2014/VBienalberoamericanadelaComunicacionDavidParra.pdf>

Alonso J. “ El Sentido de Comunidad en los Nuevos Medios” Razón y Palabra (en línea) nº42 disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n42/jalonso.html#au>

Patterson, C (2003) “ El buen reportaje, su estructura y características”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 56. disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20035633patterson.htm>

Entrevistas

Dr. Octavio Islas , Director Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación(ALAIC) y Coordinador de los consejos editoriales de Razón y Palabra. Vía e-mail , abril 2008

Omar Alejandro Aburto Tena, Coordinador General del CETIC, Morelia Mich junio 2008.

Salvador García Soto, Periodista y colaborador de el Universal , vía e-mail .Mayo 2008

Arturo Castro, bloggero e integrante del movimiento blogs por la resistencia de México , vía e-mail Mayo 2008 .

Hilda Venegas ,bloggera e integrante del movimiento blogs por la resistencia de México , vía e-mail Mayo 2008 .

Druida, bloggera e integrante del movimiento blogs por la resistencia de México , vía e-mail Mayo 2008 .

Isaín Mandujano , periodista independiente y bloggero, vía e-mail Mayo 2008

Carlos Rojas, periodista independiente y bloggero, vía e-mail Mayo 2008

“Dexter,” bloggero amateur , vía e-mail Abril 2008

“Choco”, bloggero amateur , vía e-mail , Abril 2008

Agradezco a Dios y al Universo por las Benficiones y la Energía Positiva.

A mis Padres que con su ejemplo, su lucha , sacrificio y constancia pero sobretodo con su amor, me han guiado y apoyado en todo momento.

A mi familia y amigos por ser compañeros de momentos y experiencias , por ser apoyo , por ser alegría, por crecer juntos.

A mis ángeles en el cielo...

A mi asesor por creer y apoyarme en el proyecto.

Y a todos los que han marcado una diferencia en mi vida que me ha hecho crecer y aprender , a todos los que buscan ser un factor de cambio.

Teté Godinez
Octubre 2009

“ No se sabe todo , nunca se sabrá, pero hay horas en que somos capaces de creer que sí, tal vez porque en ese momento nada más nos podría caber en el alma, en la conciencia, en la mente, como quiera que se llame eso que nos va haciendo más o menos humanos”

José Saramago.