

Periodismo digital

Editor: Edgar Jaramillo Salas

Quito - Ecuador

PERIODISMO DIGITAL

© Varios

ISBN 9978-55-051-8

Código de Barras 9789978550519

Registro derecho autoral N° 022571

Portada:

CIESPAL

Diagramación texto:

Fernando Rivadeneira León

Impresión:

Editorial "Quipus", CIESPAL

Quito – Ecuador

Los textos que se publican son de exclusiva responsabilidad de sus autores y no expresan necesariamente el pensamiento del CIESPAL. Está prohibida la reproducción total o parcial de la obra en cualquier forma o por cualquier medio sin autorización escrita de sus autores.

CONTENIDO

Presentación	7
El periodismo digital Francisco Sancho	11
La redefinición del periodismo en línea ante el establecimiento de los “blogs” Fernando Gutiérrez	31
Lenguaje periodístico en multimedia Fabio Castro	41
Los Weblogs Paco Olivares	59
Nuevos enfoques en los contenidos periodísticos por Internet Rubén Darío Buitrón	81
Innovaciones tecnológicas para el periodismo Isidro Fernández – Aballi	95

Ocho razones para repensar el periodismo	
José Hernández	121
Periodista multimedia, periodista multimedios	
Eric Samson	135
Libertad, prensa y ética	
Hugo Viladegut	145
El periodismo en Europa y América Latina	
Dominique Schaerer	157
Ética y sensacionalismo en el periodismo digital	
Mauro Cerbino	167

Los Weblogs

Paco Olivares

Introducción

Se dice que hay más de 10 millones en el mundo, aunque la cifra nunca es fiable puesto que se crean con la misma velocidad que se destruyen. El fenómeno afecta a estudiantes, amas de casa, jubilados y, por supuesto, a periodistas. Desde la aparición de la www, Internet no había conocido un movimiento que impactara más a los usuarios y que provocara tanta polémica. Hablamos de los weblogs, blogs, bitácoras o simplemente diarios.

Los blogs son, posiblemente, el apartado más destacado de un fenómeno mayor, que está convulsionando la red. Wikis, Nuke, Postnuke, Movable Types, Blogger. Se trata, en el fondo, de publicar información en Internet. Pero, de qué tipo de información estamos hablando. Información de todo tipo: corporativa, personal, diarios íntimos, noticias, etc.

Todo esto constituye millones de páginas de datos que se dispersan

* Español, Licenciado en Filología, periodista de Servicios Informativos de RTVA.

por Internet. Todos estos sites tienen una característica que los diferencian de una página personal cualquiera: están elaborados con tecnología de última generación, lo que les permite poder agregar los contenidos en línea desde cualquier ordenador que esté conectado a Internet, tener una imagen absolutamente profesional sin necesidad de conocer el código HTML o mantener la información guardada en una base de datos. Si a esto unimos que el uso de esta tecnología es gratuito, en la mayoría de los casos, que su aprendizaje es fácil y que se pueden personalizar creando medios únicos, es fácil entender porqué todo el mundo habla de los blog.

En los comienzos de Internet, había que tener una dirección de correo, luego una página web. Después vino la época en que todas las empresas querían crear su portal de Internet. El presente es el weblog.

Superabundancia de información

De forma paralela a la aparición de los portales y de las versiones electrónicas de medios de comunicación tradicionales, un sinnúmero de páginas creadas por particulares, asociaciones, empresas o incluso profesionales de la información ofrecen noticias y contenidos informativos en Internet. Se produce un exceso de información que contrasta con una de las constantes que ha acompañado al periodismo desde sus orígenes: la escasez de información. Señala Ignacio Ramonet¹ que las características de la información han cambiado con el uso de Internet. La información, tras la llegada de la red, se caracteriza por la sobre información, la velocidad de transmisión y la conversión en mercancía de la noticia.

El modelo tradicional en el que había poca información y era el periodista el que tenía acceso a ella ya no está en vigor, todo ha

1 RAMONET, I. (1998): *La tiranía de la comunicación*. Página 58. Madrid. Debate.

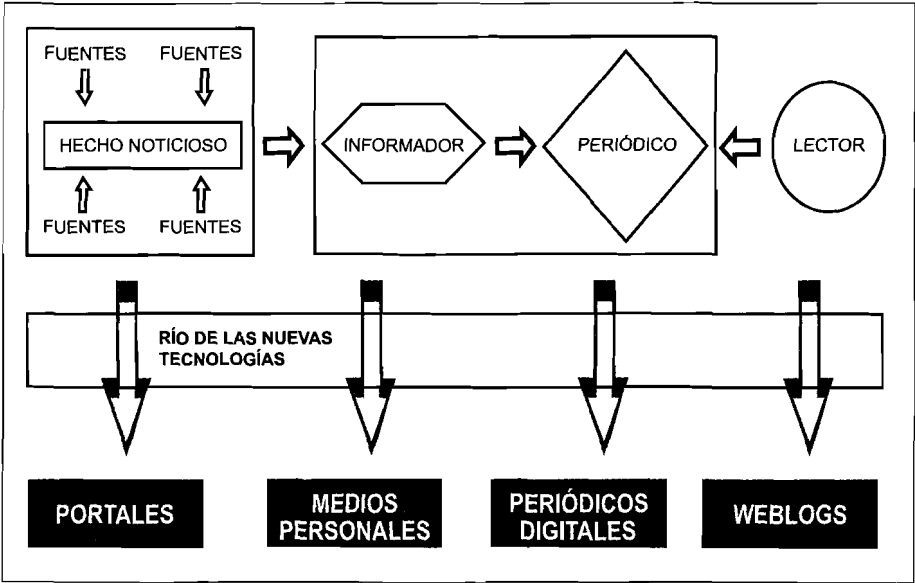
cambiado y ahora la información se encuentra diseminada por el ciberespacio. El periodista y el lector compiten por conseguir la misma información.

El principal problema que plantea Internet no es solo la superabundancia de información sino la pésima calidad de ésta. Frente a información contrastada y elaborada por profesionales, encontramos opiniones y rumores disfrazados de noticias. Internet plantea una redefinición de los elementos de la comunicación.

El lector se convierte en medio

El uso de Internet como medio de publicación de todo tipo de información hace que, a partir de los agentes tradicionales de la comunicación, fuente, medio, informador y lector, se generen medios independientes que conviven con las ediciones digitales de los medios tradicionales. Internet es el caldo de cultivo para todo tipo de nuevos medios digitales.

Pero, informar y ser periodista no son la misma cosa. Los medios digitales creados por aficionados levantan sospechas de credibilidad, precisamente por no contar con una marca conocida que garantice la confianza de los usuarios de la red. Sin embargo, muchos de estos medios han conseguido captar la atención de los usuarios de Internet de forma más efectiva que las ediciones digitales de los medios tradicionales. De cada uno de los agentes de la comunicación, (fuente, medio, lector e informador), se deriva un tipo de medio digital de comunicación que no tiene un referente entre las plataformas tradicionales: prensa, radio o televisión.



El gráfico anterior nos muestra una clasificación de cuatro tipos de medios digitales que podemos encontrar en Internet. De ellos solo uno, el periódico digital, es el heredero de los medios tradicionales. Los portales serían los medios creados por las empresas y las instituciones para difundir la información que ellos mismos generan. En este apartado se encontraría desde un ayuntamiento hasta un equipo de fútbol. Nos quedan dos tipos de medios, a veces difíciles de distinguir desde un punto de vista formal, los weblog y los medios personales de los profesionales de la información, también llamados j-blog.

Estamos ante lo que el columnista de información tecnológica del San José Mercury News y experto en weblogs, Dan Gillmor, llama los Web Media¹.

1 "Here comes We Media" en <http://archives.cjr.org/year/03/1/gillmor.asp>

¿Qué es un *weblog*?

Los *weblogs* son una forma genérica de hacer difusión de información. Cuando esta información es elaborada por un periodista y tiene carácter periodístico la llamamos *j-blog*. Muchos *blogs* están escritos por periodistas aficionados, lo que hace cada vez más difícil saber ante qué tipo de información nos encontramos.

Cuando hablamos de estas páginas como medios de comunicación derivados del lector, no nos estamos refiriendo a páginas personales, sino a productos informativos multimedia realizados con el ánimo de difundir información a un público general. Estos medios son actualizados con asiduidad y tienen un aspecto visual similar al de un medio de comunicación digital. El papel activo que ejerce el lector en el entorno digital evoluciona hasta llegar a ser el protagonista de su propio medio de comunicación.

No hablamos en este apartado de fuentes individuales que deciden ofertar su información directamente en la red, sino de los receptores del mensaje informativo que usurpan, en cierta forma, la función de los redactores. La estructura de Internet permite que el usuario, el lector en este caso, de forma individual o en grupos, ofrezca información. La credibilidad de esta información dependerá mucho de la competencia del lector/autor; en algunos casos solo se genera ruido informativo.

Weblogs, blogs, bitácoras, diarios o logs son los diferentes nombres de un auténtico fenómeno de masas (en el mundo Internet) que protagoniza encarnizados debates entre los profesionales y estudiosos del periodismo. Según los sitios que alojan estas páginas, en estos momentos puede haber en el mundo casi diez millones de estos sistemas de comunicación, la mayoría en manos de jóvenes y adolescentes.

Para algunos autores, los *blogs* son simples diarios en los que la gente cuenta lo que le ha ocurrido durante el día², mientras que para otros son una nueva forma de periodismo al margen de la industria, una especie de napster del periodismo³.

Existen diferentes definiciones de los *weblogs*. A continuación se reproducen, por su interés histórico, las más interesantes.

En la página web de Blogger⁴, uno de los principales proveedores de bitácoras, se puede leer la siguiente definición de *blog*:

“Un *blog* es una página web hecha con notas, normalmente cortas y muy actualizadas, dispuestas cronológicamente como una página de actualidad o un diario. El contenido y los propósitos de los *blog* varía mucho, desde enlaces y comentarios acerca de otros sitios hasta noticias sobre una persona, una empresa, una idea, o diarios, fotografía, poesía, relatos cortos o incluso ficción. Los *blogspost* son como mensajes instantáneos en la Web. Muchos *blogs* son personales, tipo lo que me pasa por la cabeza. Otros son esfuerzos colectivos basados en un tema específico de un área de interés compartido. Algunos *blogs* son por diversión, otros son por trabajo, algunos son por ambas cosas a la vez. Los *blogs* son también herramientas de comunicación excelentes para una familia, un equipo, un departamento o una empresa. Ayudan a pequeños grupos a comunicarse de una forma que es más simple y más fácil de seguir que los correos o los foros de discusión. Usar un *blog* privado en una Intranet permite a los miembros de un equipo colgar enlaces, archivos, citas o comentarios. Un espacio familiar donde los conocidos pueden compartir noticias personales. Un *blog* ayuda a mantener a todo el mundo cohesionado y promueve la cultura de grupo, proporcionando una voz informal a los más independientes de un proyecto.”⁵

2 Manjoo, Farhad. Blah, Blah, Blah and Blog en <http://www.wired.com/news/culture/-0,1284,50443,00.html>

3 <http://www.andrewsullivan.com/culture.php?artnum=20020224>

4 <http://www.blogger.com>

5 <http://www.blogger.com/about.pyra>

Jonh Barger, autor del *blog* Robot Wisdom, de quien se dice que podría haber acuñado el término en 1997, da la siguiente definición en su página:

¿Qué es un *weblog*?

“Un *weblog*, en ocasiones también llamado *blog*, o página de noticias o filtro, es una página web donde un *blogger* anota todo lo que encuentra interesante de otras páginas web. El formato, normalmente, consiste en añadir la entrada más reciente en la parte superior de la página, de tal manera que los visitantes puedan ponerse al día leyendo hasta encontrar un enlace que ya haya visto en su última visita”.

¿Qué diferencia un *weblog* de un periódico *on line*?

“Felizmente la línea que separa a un diario de un *weblog* es completamente difusa. Uno de los más grandes placeres de leer *weblogs* es conocer a sus editores.”⁶

En castellano tenemos la definición del escritor y periodista experto en nuevas tecnologías, Juan Antonio Millas:

“El *log-book* (o, abreviadamente, *log*) era el documento en que el capitán del barco anotaba las incidencias del viaje (“el rumbo, velocidad, maniobras y demás accidentes de la navegación”, como recoge la Academia); es decir, el cuaderno de bitácora. Pues bien, el *weblog* o *bitácora* de la web es la relación y anotación que hace un navegante de la red de los sitios que ha visitado. (¡No debe confundirse con el *log* que crea automáticamente un servidor!)

“Los *weblogs* son más conocidos por el apócope *blog*, y se han convertido en todo un acontecimiento, sobre todo por una razón: porque numerosísimos usuarios de la Malla Mundial hacen públicos

6 <http://www.robotwisdom.com/weblogs/>

estos recorridos (colgándolos en una web, por supuesto), y de esa forma pueden servir a otros. Digamos que un *blog* es el historial de la navegación de un sujeto, que en vez de dormir en el disco duro de su ordenador se abre al público, muchas veces adornado con comentarios. Los actuales *blogs* son los descendientes de las listas de enlaces tituladas *What's new, What's cool...*, que informaban de los hallazgos, con frecuencia sorprendentes, de los navegantes, y que no solían faltar en las primeras páginas personales.

“El nombre *blog* lo acuñó en 1999 Peter Merholz, antiguo director creativo de Epinions, y él mismo un notable *blogger* (persona que se dedica a hacerlos). Hoy hay cientos de miles de tipos muy diversos: temáticos o anárquicos, comentados o no. Unos parecen diarios personales (Zdnet los calificaba recientemente de «válvulas de escape para el ego»), otros parecen revistas; todos son auténticos buscadores idiosincrásicos, a veces con miles de enlaces.”⁷

Tras el análisis de todas estas definiciones nos damos cuenta de que el *blog* es un ente complejo y difícil de definir. Un *weblog* puede ser individual o colectivo, tratar sobre un tema específico o no tratar sobre nada. El *weblog* puede ser un simple listado de enlaces visitados o un medio digital independiente. En lo que tanto autores como usuarios están de acuerdo es en la facilidad que aporta a cualquier usuario para colocar sus pensamientos en la red. Algunas características de los *blogs* extraídas de las definiciones que hemos presentado y de los documentos internos de las empresas proveedoras serían:

- El éxito que tienen este tipo de publicaciones depende de las características y prestaciones del programa que permite la colocación de los artículos en Internet.
- Algunos programas no necesitan disponer de un espacio web en ningún servidor, ni tener configurado en el ordenador un cliente de FTP, aunque sí es recomendable.

7 http://jamillan.com/v_blog.htm

- El mantenimiento se puede hacer desde cualquier ordenador conectado a Internet, independientemente del sistema operativo que use.
- La publicación de los artículos se realiza mediante formularios, de tal manera que no es necesario conocer el lenguaje HTML con el que se construyen las páginas web.
- La estructura del sitio es de página única. Los artículos más recientes se colocan arriba de forma automática. Los artículos antiguos se archivan.
- Suele existir un buscador para localizar artículos que ya no están vigentes
- Se puede elegir entre varias plantillas de diseño, para personalizar el aspecto visual del medio.
- En algunos casos, el alojamiento lo da una empresa especializada que, hasta ahora, no cobra por albergar a las páginas.
- Los artículos se almacenan en formato de base de datos, lo que permite búsquedas y cambios en la visualización, así como una gestión automatizada de la visibilidad de los artículos.
- Los sistemas *blogs* permiten dar permisos a otros usuarios para incluir artículos en el mismo medio.

Origen de los *weblogs*

El origen de estos medios de comunicación entre usuarios tampoco está nada claro y varía mucho en función del autor que se siga. J. D. Lasica, editor senior de la Online Journalism Review, da como fecha de origen el año 1999, con el nacimiento de los sitios *Weblogger*, *Bloggery Livejournal*.⁸ Sin embargo, hay constancia de la existencia de *weblogs* en fechas anteriores. Estos *protoblogs* estaban basados en un software propietario que había sido creado ex profeso y solían estar especializados en tecnología e informática, por lo demás

8 <http://ojr.usc.edu/content/story.cfm?request=588>

cumplían todas las características vistas anteriormente.

El más famoso de estos *weblogs* anteriores al 99 es, sin duda, Slashdot, fundado en septiembre de 1997 por Rob Malda y Jeff Bates. *Slashdot* es el referente de toda una comunidad de expertos en informática y nuevas tecnologías que son conocidos en los Estados Unidos con nombres como *hackers*, *nerds* o *geeks*. Estos grupos usan el blog para relacionarse entre iguales y compartir información.

Otros autores⁹, como el periodista Dylan Tweney de la revista Business 2.0, dan la fecha de 1994 como origen del movimiento *blogging* por ser este el año en el que apareció una de sus páginas emblemáticas, *Links From the Underground*¹⁰, un diario en el que su autor, un joven estudiante llamado Justin Hall, contaba lo que había hecho cada día e incluso las drogas que había tomado.

Dave Winer, de Useland,¹¹ va aún más lejos y relaciona los weblogs directamente con los primeros trabajos para la creación de la www de Tim Berners Lee, que se hicieron en un formato similar a un *blog*. Un ejemplo de este *problog* está archivado en la página del Web Consortium.¹²

Pablo Ruisánchez, en un artículo publicado en Noticiasdot, aporta otros orígenes:¹³

“El nombre viene de otro lado. En 1998, , editor de *Infosift*, empieza a compilar una lista de sitios *weblog* que ha ido encontrando durante sus viajes por internet. En noviembre del mismo año, Garrett envía su lista a Cameron Barrett, editor de *Carnworld*, que la editó en su

9 <http://www.business2.com/articles/web/0,1653,37974,FF.html>

10 <http://www.links.net/>

11 <http://www.userland.com/theHistoryOfWeblogs>

12 <http://www.w3.org/History/19921103-hypertext/hypertext/WWW/News/9201.html>

13 <http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2003/0203/1602/noticias160203/noticias160203-14.htm>

web. Inmediatamente, usuarios de la red que habían creado páginas con las mismas características empezaron a enviar a sus URLs. La comunidad empezaba a crearse. Según , fue Peter Merholz – miembro de la grupo- quien en 1999 acuñó el termino *blogal* anunciar por la red a que iba a publicar su ‘*wee-blog*.’”

Tipología de los *blogs*

Los *weblogs* pueden dividirse en varios tipos, en función de los autores que tienen y de los temas que tratan.

Según sus autores, los *blogs* se dividen en colectivos y personales. Estos últimos, a su vez, se pueden dividir en colaborativos y no colaborativos.

Los *weblogs* colectivos tiene un número indeterminado de autores que publican sus artículos en el medio. En algunos casos, existe un editor que es el que discrimina la pertinencia o no de los artículos en función de la línea editorial de *blog*. En otros casos, los autores han sido previamente autorizados por el editor y gozan de libertad para publicar. Por lo general, no se permite que cualquier lector acceda a la publicación.

Los *weblogs* personales tienen un único autor, la diferencia entre colaborativos o no colaborativos está en que algunos autores permiten a los lectores comentar en el *blog* la impresión o la opinión que le merece un artículo y otros no.

Según su estructura, los *blogs* se dividen en dos grandes grupos: los diarios y los temáticos. Los diarios son versiones digitales de los diarios en los que una persona cuenta las experiencias de cada día. Existen un gran número de *weblogs* de esta categoría y sus propietarios suelen formar comunidades de usuarios para compartir sus experiencias como escritores. Por temáticos entendemos aquellos *blogs* que tratan sobre un tema (deportes, música, tecnología, periodismo, etc.)

Pablo Ruisánchez, en el artículo citado anteriormente, recoge la división en periodísticos, temáticos y empresariales.

Otra propuesta puede ser: *j-blog*, *weblog* personales, *blog* temáticos, y *blog* de empresas *J-Blog*: son los sitios escritos con intención de ser medios de información. La temática puede ser muy variada, oscilando entre la información general y la especializada sobre cualquier tipo. Destacan los *weblogs* sobre la Sociedad de la Información y sobre la Blogosfera. Sus autores pueden ser profesionales del periodismo o redactores aficionados.

Weblog personales: son los *blogs* originales, escritos en clave de diario en primera persona. No hay una temática definida. También se incluirían aquí los *blogs* personales sobre relatos y los de opinión.

Blog temáticos: dentro de esta clase se incluirían los *blogs* de temas específicos, no periodísticos, escritos por colectivos. La característica es que el objetivo de estos *weblogs* no es la creación de un medio de información sino la coordinación y la puesta en común de ideas y proyectos.

Blog de empresas: algunas empresas ponen a disposición de sus empleados estos sistemas para que sirvan como medio de comunicación y como fomento de la cultura empresarial.

Herramientas para crear *weblogs*

Las herramientas para crear *blogs* se usan instaladas en un servidor que nos da servicio de *hosting* en Internet. Esto permite que el *blog* se pueda actualizar desde cualquier parte del mundo solo con poder acceder a un ordenador con conexión a la red. Sin embargo, existe una gran diferencia en cuanto a los programas y los servicios que se ofrecen en Internet para la creación de *weblog*.

El sistema más simple es el ofrecido por sitios como *Pitas*¹⁴ o *Blogger*.¹⁵ Estas páginas son una especie de todo en uno que ofrecen: visibilidad, la herramienta ya configurada y hasta el *hosting*. *Blogger* es el más completo de estos sistema, ofrece *hosting* gratuito, posibilidad de hacer ftp automáticamente a nuestro servidor, numerosas plantillas, incluyendo la posibilidad de modificarlas, históricos, comunidad de usuarios, etc.

Blogger fue un desarrollo de una pequeña empresa llamada Pyra Lab, que empezó a ofrecer el servicio en agosto de 1999. Actualmente forma parte de Google. *Pitas* es un sistema mucho más simple y nació poco antes que *Blogger*, la compra de *Blogger* por parte de Google ha hecho que sea el que mayor número de *weblog* alberga.

El sistema utilizado por los *blogger* experimentados es Movable Type, un programa desarrollado por Benjamín y Mena Trott en octubre de 2001. Es gratuito, para uso no comercial, y el que tiene el mayor número de posibilidades. El inconveniente es que hay que instalarlo personalmente en un servidor que permita ejecutar *script* de CGI, lo que obliga al usuario a tener ciertos conocimientos de programación. En esta misma línea está Greymatter, desarrollado por Noah Grey. También es gratuito y muy flexible, pero no tan conocido como Movable Type.

Una vez que hemos configurado el *blog* en el servidor es necesario darle visibilidad, para ello es conveniente darse de alta en una comunidad. Hay varias comunidades de *blogger* en castellano: Blogalia,¹⁶ Bitácoras,¹⁷ Blogdir,¹⁸ Veneblog,¹⁹ Weblogs.ar²⁰ son algunas de ellas.

14 <http://www.pitas.com>

15 <http://www.blogger.com>

16 <http://www.blogalia.com>

17 <http://www.bitacoras.net>

18 <http://www.blogdir.com>

19 <http://veneblogs.com>

20 <http://www.weblogs.com.ar>

En resumen, para los que se inician el mejor sistema es *Blogger*, que lo tiene todo configurado y se puede tener funcionando en cinco minutos. Para los iniciados, *Movable Type* es la mejor elección, ya que aporta el mayor número de herramientas.

El número de *weblogs* varía tanto que se han creado sitios en Internet para llevar el control de los nuevos *blogs*, así como de aquellos que se actualizan poco o que ya no existen. El Media Lab del MIT tiene en marcha el *Blogdex*, un proyecto de investigación cuyo objetivo es comprender los sistema de publicación personal. *Blogdex* tiene indexados más de un millón de *blogs* que pueden ordenarse por actualización, por el número de enlaces que contienen, etc.²¹

Daypop es un buscador de información en el interior de los *weblogs*. La utilidad de esta herramienta está en que podemos conocer en qué *weblog* se ha publicado algo sobre determinado tema.

Weblogs y periodismo

Una de las más grandes polémicas que ha generado el fenómeno blog es su relación con el periodismo. Sobre este tema hay cientos de artículos publicados en Internet, pero todavía no se ha llegado a un acuerdo. ¿Son los *bloggers* periodistas, es periodismo un *weblog*? En mi opinión, lo que da carácter periodístico a un publicación es el trabajo del periodista, realizado a partir de una serie de reglas profesionales y éticas. En ningún caso es el formato lo que determina un trabajo periodístico.

En el caso de los *weblogs*, hablamos de un espacio diseñado para escribir, de un espacio que está destinado a servir de inspiración para todo tipo de plumas. Grupos de amigos, novelistas, poetas, adolescentes, jubilados y, por supuesto, periodistas, todos pueden sacar partido al uso de *weblogs*.

21 <http://blogdex.media.mit.edu>

En muchos de estos artículos antes mencionados, se hace referencia a que los *blogs* son una nueva forma de periodismo. Internet es un medio de comunicación e información impresionante, pero tiene la facultad de deslumbrarnos, de hacernos ver espejismos. Las fronteras entre periodismo, diarios personales, tabloneros de anuncios, boletines de asociaciones, novelas, y otros productos que usan la letra siempre han estado claras, sin embargo, en cuanto lo vemos a través de Internet las cosas ya no están tan claras y todo empieza a parecerse periodismo. Sin embargo, sí es cierto que se puede hacer periodismo en un *blog*.

En un mundo en que todo el mundo quiere comunicar, puesto que Internet facilita enormemente esta labor, los *weblogs* son la forma de expresión de los lectores. Escribiendo en un *blog* los lectores pueden contar, narrar, denunciar una experiencia sin necesidad de intermediarios. Si alguien quiere que la opinión pública conozca un hecho, ya no es necesario convertirse en fuente sino que se transforma en medio. El valor periodísticos de estas publicaciones directas es más que discutible.

Los *weblogs* podrían compararse a una cámara de fotos. En manos de un fotoperiodista da como resultado una fotografía de prensa. En manos de un aficionado, recuerdos de las vacaciones.

Salam Pax y la guerra de Iraq

Si la primera Guerra del Golfo fue la de la CNN y supuso la irrupción del modelo de las cadenas informativas de 24 horas de emisión, la segunda ha sido, indudablemente, el despegue de Internet como medio de comunicación.

En 1991, el número de usuarios de la red era muy reducido y su ámbito de influencia pertenecía a las universidades y a algunas instituciones de investigación. En 2003, las posibilidades informativas de Internet, que puede ofrecer texto, vídeo, audio, gráficos, ... con una actualización constante se han visto confirmadas. Sin embargo,

no han sido los grandes medios los que han copado esta información sino las *weblogs* creadas, específicamente, para la situación bélica: las *warblogs*.

Ya en la campaña de Afganistán aparecieron algunos diarios de soldados norteamericanos establecidos en la zona. Sus *blogs* ofrecían una perspectiva diferente, puesto que al no poder incluir mucha información bélica por motivos de seguridad, proporcionaban una imagen muy cotidiana de las actividades de las tropas.

También el periodista Peter Maas mantuvo una *weblog* del conflicto para la revista *Slate* y luego la mantuvo durante otro año más desde Pakistán.

Sin embargo, desde los meses previos a la segunda Guerra del Golfo empezaron a proliferar páginas dedicadas a proporcionar información, opiniones y enlaces pertinentes sobre el conflicto. Una semana antes de que el conflicto comenzara, solo uno de los diez ítems más buscados en Google tenía que ver con la guerra, concretamente se buscaba información sobre la superbomba MOAB. Sin embargo, el 25 de marzo, con la guerra apenas comenzada, seis términos de esa misma lista estaban directamente relacionados con ella. El puesto número uno lo ocupaba CNN; el segundo lugar, Iraq; el tercero, Al Yazira; el cuarto, la BBC, el quinto, Sadam Hussein; y, el sexto, Michael Moore, el documentalista premiado en los Oscar, que había lanzado una diatriba contra Bush al recibir su galardón.

Por primera vez los receptores tienen acceso a múltiples fuentes de información y buscan diferentes puntos de vista. En el caso de los usuarios norteamericanos, hay datos que reflejan una caída del acceso a medios como CNN o FoxNews en beneficio de medios no estadounidenses como The Guardian, BBC o Al Yazira. Los lectores han buscado otro tipo de informaciones, cansados del unilateralismo con el que se ha narrado esta guerra en las grandes cadenas norteamericanas. Sin embargo, han sido las *warblogs* las que han ofrecido historias que han llegado a ser titulares de todos los medios.

El 24 de marzo, una noticia saltaba a los medios de comunicación digitales y analógicos de todo el mundo: Salam Pax, el *blogger* de Bagdad, había dejado de escribir.

Los no iniciados en la llamada *Blogosfera* escucharon la historia de cómo un iraquí de 29 años, que escribe bajo el seudónimo de Salam Pax, llevaba manteniendo un diario electrónico desde hacía seis meses, en el que narraba de forma amena e irónica como vivían los iraquíes la escalada bélica.

El tráfico de acceso a su *blog*, llamado *Where is Raed*, se incrementó de tal manera en solo unos meses que *Blogger* tuvo que proporcionarle asistencia técnica especial para que el servidor en el que se alojaba la página no se colapsara. Acusado por algunos de ser un impostor, uno de tantos *hoaxes* o leyendas urbanas que circulan por la red, o incluso de ser propaganda de la CIA, Salam se defendió diciendo que era real y que solo hacía propaganda de sí mismo. Por correos intercambiados con otros usuarios se supo que era un joven arquitecto homosexual, que vivía en la capital iraquí y que pertenecía a una familia acomodada con la que había residido largas temporadas en el extranjero, de ahí su excelente inglés.

Algunos internautas estudiaron las características técnicas de sus mensajes y su ruta de conexión y lo consideraron auténtico. Verdadero o no, lo cierto es que las anotaciones de Salam, recogidas en medios tan prestigiosos como la edición digital de *The Guardian*, ofrecen una visión humana, a ratos divertida o estremecedora, de lo que es vivir en un país sobre el que se cierne una guerra. Asistimos a cómo coloca papel adhesivo en las ventanas, para paliar los efectos de las bombas, o cómo discuten en la familia qué miembros deben alojarse en su casa por estar en una zona más segura (Salam bautiza irónicamente su domicilio como *Hotel Pax*). Su opinión del régimen iraquí es muy crítica pero tampoco deja bien parado a Bush o a los *escudos humanos*, a los que acusa de hacer turismo de guerra. Su estilo es ágil y moderno y su diario llega a dotar de una cara humana a la guerra.

Una de sus últimas anotaciones hace referencia al tiempo que queda para que lleguen a su espacio aéreo una escuadrilla de B52 salidos desde el Reino Unido. Tras estas ominosas palabras («2 more hours until the B52's get to here») anotadas el 24 de marzo, se produjo el silencio, y el ciberespacio entero empezó a preguntarse dónde estaba Salam Pax. Todos los datos indican que en esa fecha debía ser ya imposible conectarse a la red por falta de infraestructura técnica, pero sus seguidores se angustiaban sin saber qué había sido del joven iraquí.

La solución al misterio se desveló con un mensaje en el *blog* fechado el 7 de mayo, y anotado por Diane Moone, *blogger* y amiga de Salam, en el que narra que después de meses sin saber nada de él, recibió un correo de un primo de Salam con un número de teléfono. Diane había estado haciendo averiguaciones, puesto que había mantenido una relación vía correo con el joven iraquí y conocía una dirección en Beirut donde éste había trabajado. Por medio de este contacto, Salam se enteró de que sus amigos del ciberespacio querían saber de él y consiguió no solo contactar con Diane sino enviarle un archivo con sus anotaciones de los últimos días. Y como reflejan los siguientes extractos, el *blogger* está en plena forma:

“Let me tell you one thing first. War sucks big time. Don’t let yourself ever be talked into having one waged in the name of your freedom. Somehow when the bombs start dropping or you hear the sound of machine guns at the end of your street you don’t think about your “imminent liberation” anymore...”

“...The truth is, if it weren’t for intervention this would never have happened. When we were watching the Saddam statue being pulled down, one of my aunts was saying that she never thought she would see this day during her lifetime. But,

“War. No matter what the outcome is. These things leave a trail of destruction behind them. There were days when the Red Crescent was begging for volunteers to help in taking the bodies of dead people

off the city street and bury them properly. The hospital grounds have been turned to burial grounds when the electricity went out and there was no way the bodies can be kept until someone comes and identifies...”²²

Evidentemente, este diario puede convertirse en una espléndida fuente de información para todo aquel que se interese por saber datos tan cotidianos del Iraq post-Sadam, como la aparición del partido comunista iraquí en la esfera pública, o el zoco que se formaba todos los días en las puertas de los hoteles donde residen los periodistas extranjeros.

Si bien la repercusión obtenida por esta warblog ha sido enorme, no es la única: una rigurosa fuente de información durante el conflicto ha sido *warblogs.cc*, que recogía y actualizaba titulares y noticias de la guerra de medios de todo el mundo y contaba con un extenso apartado de enlaces. Más curioso es el caso de *backt-to-irak*, del periodista Christopher Allbriton, que emprendió una colecta en la red para conseguir sufragar los gastos de su expedición periodística al Kurdistán Iraquí. Otro *warblog* llamativo ha sido el del corresponsal de CNN, Kevin Site, que proporcionaba en su bitácora una visión cotidiana y cercana del frente norte de la guerra: fotos de mujeres y niños kurdos etc...

Sin embargo, su empresa le conminó a que abandonara su diario alegando conflicto de intereses. Más comprensiva ha sido la BBC que ha mantenido diarios personales de todos sus corresponsales en la zona.

Otra *warblog* llamativa es la de una ONG (*iraquibodycount*) que se dedicaba a actualizar diariamente las cifras de víctimas que aparecían en los diferentes medios de comunicación, para ofrecer una visión de conjunto de los llamados daños colaterales.

22 http://dear_raed.blogspot.com La traducción consta en la página 77.

La lista de sitios es casi interminable, y su elevado número parece demostrar que cuando surge un tema de interés público, todos podemos tener algo que decir. El fenómeno tendrá que seguir en observación en los próximos años, para ver qué tipo de acontecimientos informativos generan una respuesta tan multitudinaria como la que ha obtenido la guerra.

Conclusiones

Dejando al margen las discusiones sobre si el *blogging* es una nueva forma de periodismo, lo que sí está claro es que tenemos a nuestro alcance un sistema fácil y barato de colocar información en Internet. Muchos medios digitales lo están utilizando para que los lectores dejen sus impresiones sobre las noticias. Otros incluyen un *blog* para que sus periodistas puedan llevar un diario de algunos temas especiales que se tratan en profundidad, especialmente para los enviados especiales.

Los *weblogs* se están usando también de forma muy acertada para la docencia, en la enseñanza del periodismo. De forma fácil se permite a los alumnos vivir la experiencia de publicar y de poder comentar las publicaciones de los compañeros. El profesor José Luis Orihuela de la Universidad española de Navarra usa *weblogs* de alumnos en su asignatura.

Otros periodistas usan el *blog* como válvula de escape para tratar temas o enfoques que no se tratan en sus medios. Kevin Sites es uno de ellos. Otro ejemplo sería la página de Nacho Escolar, colaborador de la emisora de televisión Tele5, que mantiene un blog (Escolar.net) donde escribe sobre cosas que no tienen cabida en su colaboración para televisión.

La enorme cantidad de *weblogs* sobre todo tipo de temas permite que podamos usarlos como fuentes, con todas las precauciones que hay que tomar ante un material como éste. A través de los *blogs*

nos ponemos en contacto con una comunidad de usuarios de forma rápida y sencilla.

Otros usos periodísticos saldrán, sin duda, de nuestra imaginación. Está en nosotros utilizar las nuevas tecnologías al servicio del desarrollo de la Sociedad de la Información, especialmente cuando son baratas y están frente a nosotros.

Traducción de la página 74-75

“Primero permítame decirle una cosa. La guerra toma un gran tiempo. No le permite a usted tener un solo sueldo en el nombre de la libertad. Cuando las bombas empiezan a caer y usted escucha el sonido de una arma al final de la calle, usted no piensa más en su “liberación inminente”....

“.... La verdad es que si no fuera por la intervención nunca habría terminado. Cuando veíamos caer la estatua de Saddam, una de mis tías dijo que nunca pensó que algún día vería eso en su vida.

“Guerra. No importa los resultados. Estas cosas permiten un rastreo de las destrucciones posteriores. Hubo días en que la Media Luna Roja comenzó, con voluntarios, a ayudar a reunir los cuerpos de la gente muerta en las calles de la ciudad para poder enterrarlas. Las áreas de los hospitales se convirtieron en cementerios cuando la electricidad se fue y no hubo forma de mantener los cuerpos hasta que alguien venga a reconocerlos.”

