

JULIO VÍCTOR ESTREMADOYRO ALEGRE

**EL PERIODISMO CIUDADANO Y LAS NUEVAS  
TECNOLOGÍAS EN INTERNET**

**URBAN JOURNALISM AND THE NEW INTERNET  
TECHNOLOGIES**

**LE JOURNALISME CITADIN ET LES NOUVELLES  
TECHNOLOGIES DANS INTERNET**

---

*Resumen*

Para entender la evolución del periodismo del mañana, necesitamos entender las tecnologías que lo están haciendo posible. Las herramientas del periodismo ciudadano o participativo están evolucionando rápidamente. Para la gente que simplemente desea estar mejor informada, la Internet misma es una clave. Tenemos acceso a una amplia variedad de información de actualidad como nunca antes ha sucedido, y la podemos usar con sofisticación creciente. Para aquellos que desean unirse al proceso, la Web es precisamente donde se comienza.

*Palabras clave*

Periodismo; Periodismo Ciudadano; Periodismo en Internet.

*Abstract*

To understand tomorrow's journalism, a grasp of today's technologies is a must as everything evolves rapidly especially participative journalism. To be better informed, Internet is the key to get a variety of news one is able to use amply. To use the Web is a right start.

*Key words*

Journalism; Citizen's journalism; Internet journalism.

*Résumé*

Pour comprendre l'évolution du journalisme de l'avenir, nous avons besoin de comprendre les technologies qui y participent. Les outils du journalisme citoyen ou participatif évoluent rapidement. Pour les gens qui désirent d'être mieux informés même l'Internet est déjà une clé. Nous avons accès à une vaste variété d'information sur l'actualité comme jamais, et nous pouvons l'utiliser avec une sophistication croissante. Pour ceux qui désirent se joindre au processus, le site Web est précisément l'endroit par où commencer.

*Mots clés*

Journalisme; journalisme citoyen; journalisme dans l'Internet.

---

Los hábitos de consumo de medios y la actitud de la audiencia ante éstos han cambiado en los últimos años. Existe un segmento de población que no se limita a una acción pasiva frente a los medios, sino que prefiere producir y participar, ayudado por las inmensas posibilidades que brindan actualmente las nuevas tecnologías. Ese nuevo y relevante papel de los receptores tiene mucho que ver con las posibilidades de interactuar que la red ofrece a los usuarios.

Con todo, en esta nueva situación, no es difícil percibir cómo el número y el perfil de los usuarios están llamados a tener un creciente protagonismo informativo, social y económico, pues ahora los lectores no solo condicionan, sino que incluso dirigen u orientan la especialización y la temática informativa.

No será difícil que muy pronto los lectores de noticias puedan leer relatos elaborados por otros lectores como ellos, mezclados con el trabajo de los periodistas convencionales.

Como ya se ha aventurado en alguna ocasión, las nuevas formas de implicación superan a algunas de las antiguas formas participativas. Se reconoce que ante la interactividad propiciada por las nuevas tecnologías, las cartas al director, el derecho de réplica, el derecho de aclaración

y hasta la intervención de oyentes y telespectadores en las emisiones en directo, pasan a la prehistoria de la información. Esa interactividad a la que se hace referencia es una de las características que distingue a Internet de los medios de comunicación convencionales.

Durante los últimos años, han sido muchas las publicaciones que se han lanzado a la búsqueda de nuevas maneras de lograr que los lectores tengan un mayor protagonismo, una mayor participación en el proceso de elaboración de las noticias. Los hay que experimentan con blogs de lectores u otras formas de generar contenidos comunitarios. El OhMyNews de Corea, por ejemplo, lleva varios años publicando colaboraciones de lectores. En España se tiene el caso de Qué!, el cual se presenta como el primer diario español elaborado por sus propios lectores. Y en Estados Unidos, la cadena CNN de noticias por cable, en sus versiones televisivas y en Internet presenta aportes de los televidentes en fotos y videos —generalmente capturados por teléfonos celulares—.

A decir verdad, es difícil determinar cuántas personas consideran medios de comunicación a páginas de Internet no vinculadas a ningún medio tradicional, pero que cubren una demanda informativa no satisfecha por los medios. Esta realidad que osa retar el *statu quo* mediático recibe el nombre de periodismo participativo o periodismo ciudadano. Este nuevo paradigma también se denomina bajo diversos términos: periodismo cívico o periodismo social, si bien este último concepto se emplea para definir un periodismo que asume su responsabilidad en los procesos sociales, que reflexiona sobre su papel en el devenir social y que se preocupa por la búsqueda de soluciones. Paralelamente, también hay autores que definen el periodismo cívico como un tratamiento de la información basado en la complicidad y corresponsabilidad del medio con los problemas de una colectividad concreta.

El objetivo del periodismo ciudadano es incitar a cambios. Davies Merritt, considerado como el padre del concepto de *civic journalism*, decía que la prensa contemporánea necesita ser capaz de trascender la

misión limitada de contar las noticias, hasta una misión más amplia, de ayudar para que la vida pública funcione bien y de actuar fundándose en este imperativo.

Esta cuestión, aún poco abordada en textos académicos y periodísticos, es más que probable que continúe siendo objeto de reflexión, porque la tecnología avanza a una velocidad vertiginosa.

### Las tecnologías

Para entender la evolución del periodismo del mañana, necesitamos entender las tecnologías que lo están haciendo posible. Las herramientas del periodismo ciudadano o participativo están evolucionando rápidamente.

“Para la gente que simplemente desea estar mejor informada, la Internet misma es una clave. Tenemos acceso a una amplia variedad de información de actualidad como nunca antes ha sucedido, y la podemos usar con sofisticación creciente. Para aquellos que desean unirse al proceso, la Web es precisamente donde se comienza”<sup>1</sup>.

En los pasados 150 años tuvimos esencialmente dos clases de comunicación: *uno a muchos* (libros, periódicos, radio y televisión) y *uno a uno* (cartas, telegramas y teléfonos).

La Internet, por primera vez, nos permite comunicaciones *muchos a muchos* y *pocos a pocos*. Esto tiene vastas implicaciones para la antigua audiencia y para los productores de noticias, porque las diferencias entre las dos manifestaciones son difíciles de distinguir.

Que esto suceda en los medios no es sorpresa, dada la naturaleza relativamente abierta de las herramientas, las cuales pueden ser usadas

---

1 DAN GILLMOR. *We the Media*. Stanford. O'Reilly Media, Inc., 2006, p.25

en maneras que los diseñadores no habían anticipado. Ello siempre ha sido la característica de los medios de comunicación; cada nuevo medio ha sorprendido a sus inventores de una manera u otra.

Internet está llegando a ser el contorno en el cual las nuevas herramientas funcionan; un ecosistema que está ganando fuerza de la diversidad. La Web, desde su crecimiento en los años 90, fue un poderoso sistema editorial que los periodistas de todas las clases usaron para grandes impactos, y la siguen utilizando.

### Las listas de correo o “mailing lists”

Antes de los weblogs, teníamos las listas de correos o *mailing lists* y ellas también tienen su importancia. Las listas de correos son una fuente noticiosa de enorme valor para sus lectores.

“Las listas de correo electrónico son un uso especial del correo electrónico que permite la distribución masiva de información entre múltiples usuarios de Internet de forma simultánea. En una lista de correo se escribe un correo a la dirección de la lista (ej: silet@correo.org) y le llega masivamente a todas las personas inscritas en la lista, dependiendo de cómo esté configurada la lista de correo el usuario podrá o no tener la posibilidad de enviar correos.

“Muchas organizaciones utilizan cada vez más esta herramienta para mantener informadas a las personas principalmente con noticias, publicidad e información de interés. Para no caer en practicas de spam, los correos se envían previa inscripción del destinatario, dándole la oportunidad de cancelar la misma cuando guste”<sup>2</sup>.

Esta secuencia de escribir acerca de algo y luego escuchar a un experto en el campo ha sido muy común en el periodismo últimamente.

---

2 [http://www.es.wikipedia.org/wiki/Lista\\_de\\_correo](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Lista_de_correo), 30 de noviembre de 2007, 19:15 horas

Sin embargo, los periodistas han tardado en hacer lo que los no periodistas han estado haciendo por años.

“Existen miles de *mailing lists*, que abordan todos los temas que uno pueda imaginar. Las listas de correos difieren de los blogs y los sitios web estándar en tres aspectos. Primero, ellas sirven a comunidades específicas, los suscriptores, y la comunidad pueden hacer privada la lista. Segundo, ellas tienden a ser lo más concretas y precisas posibles en cuanto a los temas. Tercero, ellas son colocadas en las bandejas de entrada de los emails de los suscriptores. La clave del asunto de las listas es que ellas tienden a estar integradas por expertos en un campo o tópico, y por muchas personas interesadas. Esto puede ser una poderosa combinación”<sup>3</sup>.

Un tipo de listas de correo electrónico es el conocido como boletín electrónico, que se usa principalmente como un medio unidireccional de información y al que sólo pueden escribir determinadas personas encargadas de la publicación de dicho boletín.

Otro tipo es la lista de debate, a la cual puede escribir cualquier suscriptor. En una lista de debate, un suscriptor utiliza la lista de correo para enviar un mensaje al resto de suscriptores, los cuales pueden responder de la misma manera. Así, se pueden generar debates e intercambios de información. Las listas de este tipo suelen referirse a un tópico en particular (por ejemplo, política, chistes o animales de compañía), y los temas pueden ir desde los más específicos (por ejemplo, personas que sufren de cáncer) hasta los más amplios, como puede ser “cualquier cosa que te interese”. En este sentido, son parecidas a los grupos de Usenet.

En algunas listas de debate, los mensajes enviados deben ser aprobados previamente por un moderador antes de ser distribuidos entre los suscriptores. El uso de moderadores suele emplearse para mantener un alto nivel de calidad y evitar el envío de mensajes de correo no deseado o spam.

---

3 DAN GILLMOR, ob.cit., p.28

Algunas listas están abiertas a quien quiera suscribirse, mientras que otras necesitan aprobación del dueño de la lista o un moderador.

Muchos grupos o listas de correo proponen sus propias normas o reglas, que ayudan a la convivencia y armonía de los participantes dentro de la lista. Algunas reglas pueden ser, por ejemplo: tratarse con respeto, evitando ciertas palabras o términos; ser breves; no enviar archivos adjuntos que superen determinado “peso”, ya que quizás no todos tengan buena conectividad; enviar siempre mensajes relativos al tema de la lista, o bien discriminarlos como fuera de tema en el “Asunto” del correo, etc.

A diferencia de *los mailing lists*, los foros en línea, como los grupos de Usenet, están abiertos para todos. Los foros individuales son organizados por compañías, grupos de usuarios, activistas y cualquier grupo interesado que se podría crear. Algunos son restringidos, y muchos son muy valiosos para conseguir respuestas a preguntas específicas.

Desde la perspectiva del periodismo, *los mailing lists* y *foros* pueden ampliar las noticias. Pueden ser oportunos anticipos o simplemente ser buenos antecedentes informativos. Su valor nunca debe ser subestimado.

## Los blogs

Los blogs son unas páginas web, conocidas también con el nombre de bitácoras, donde cualquier persona puede comunicar aquello que considere importante, útil o trascendente. No hay límites ni de espacio ni de temas. Y lo mejor de todo es que no es indispensable ser un experto en informática para tener uno. Es tan fácil como mandar un correo electrónico.

En Internet todos somos iguales y no existen —hasta ahora— dictaduras de ningún tipo. A través de los blogs, el ciudadano de a pie y

el personaje más ilustre pueden expresar por igual sus opiniones sobre cualquier tema.

Los blogs nacieron hace una década de mano de navegantes estadounidenses como una forma rápida, desenfadada y segura de intercambiar los enlaces de Internet que les resultaban interesantes.

“En la actualidad hay unos 70 millones y cada día se crean otros 175,000, lo que constituye un verdadero arsenal de información que abarca todos los géneros y aplicaciones, al tiempo que proyecta su alcance en ámbitos como la educación, política, empresa y periodismo”<sup>4</sup>.

La facilidad del manejo de los blogs, que son divertidos, personales y, sobre todo, adictivos, son la clave del éxito de los “blogs”, según Orihuela.

En el Perú, cerca de 10 mil personas tienen su propio espacio.

### **Los blogs son una notable forma democrática de periodismo**

El periodismo es dominio de los profesionales, y los aficionados son aceptados en la página de colaboradores; mientras que los weblogs son dominio de los aficionados y los profesionales son solo algunos de los bienvenidos. Desde el siglo XIX, las barreras para ingresar en el periodismo han sido muy exigentes y complejas, por sus costosas y sofisticadas necesidades tecnológicas. Con los weblogs, las barreras para ingresar son pequeñas: una computadora, una conexión a la Net y algunos programas de software para su difusión en Internet, la más grande maquinaria comunicadora en el mundo.

En España, hay *un blogger*<sup>5</sup> que ha sido visitado por casi un millón de internautas en dos años: se trata de Antonio Pérez Henares. Su

---

4 JOSE LUIS ORIHUELA. “La Revolución de la comunicación digital”. Encuentro del Programa de Continuidad del Instituto Internacional Bravo Murillo de España. 19/06/07.

5 Término aceptado para referirse a los que escriben los blogs.



blog se titula “La Marea” y figura en el portal de Periodista Digital<sup>6</sup>. Su aceptación se debe a sus opiniones valientes y categóricas para juzgar las cosas. Él, por ejemplo, sostiene que “La libertad en la Red no puede ser confundida con la impunidad para injuriar, descalificar, insultar y, cada vez es más frecuente, delinquir.”

Otros ejemplos notables de la vigencia de los blogs se registró a fines de 2007 cuando la blogger y abuelita española María Amelia, de 95 años, se impuso en el concurso de blogs de la cadena internacional multimedia Deutsche Welle (La voz de Alemania), en su modalidad en español, por delante de su directa perseguidora, la argentina Bestiaria.

María Amelia, con su tierno blog denominado “A mis 95 años”<sup>7</sup>, en que reparte consejos y vivencias desde La Coruña, fascinó al jurado de expertos que concede anualmente los Bobs ([www.thebobs.com](http://www.thebobs.com)).

El premio al mejor weblog de toda la blogósfera de los Bobs fue para Foto-Manía ([ak-bara.livejournal.com](http://ak-bara.livejournal.com)), de Bielorrusia, mientras que el correspondiente a la categoría de Premio Reporteros sin Fronteras fue para Jotman ([jotman.blogspot.com](http://jotman.blogspot.com)), de Tailandia y escrito en inglés.

El blog bielorruso ganó por su capacidad de transmitir “con pocas palabras el día a día de ese país, en gran parte aislado de las miradas del exterior”, apuntó Christian Gramsch, de la Deutsche Welle.

Su autora es Xenia Awimova, para quien el blog supone una posibilidad de expresión para los jóvenes, en un país donde “no hay muchos periódicos independientes y plataformas donde expresarse”.

El experimentado blogger tailandés se dio a conocer por su cobertura del golpe militar en ese país, en 2006, y actualmente informa sobre las protestas contra la junta militar de Myanmar<sup>8</sup>.

6 [http://blogs.periodistadigital.com/La Marea](http://blogs.periodistadigital.com/La_Marea). 12 de diciembre de 2007, 11:00 horas

7 [amis95.blogspot.com](http://amis95.blogspot.com). 14 de setiembre de 2007, 16:30 horas

8 *EL COMERCIO*: Vida y Futuro. Edición del 17/11/07. p.A10.

En lo referente a las normas que deben respetarse en la redacción de los blogs, especialmente cuando se producen opiniones disímiles, se pueden mencionar las siguientes:

Evite los insultos, palabras soeces, alusiones sexuales, vulgaridades o groseras simplificaciones.

No sea gratuitamente ofensivo y menos aún injurioso.

Los comentarios deben ser pertinentes. Respete el tema planteado en el artículo o aquellos otros que surjan de forma natural en el curso del debate.

En Internet es habitual utilizar apodos o 'nicks' en lugar del propio nombre, pero usurpar el de otro lector es una práctica inaceptable.

No escriba en MAYÚSCULAS. En el lenguaje de Internet se interpretan como gritos y dificultan la lectura.

## Wiki

Un wiki (o una wiki) (del hawaiano *wiki wiki*, 'rápido') es un sitio web colaborativo que puede ser editado por varios usuarios. Los usuarios de una wiki pueden así crear, modificar, borrar el contenido de una página web, de forma interactiva, fácil y rápida; dichas facilidades hacen de la wiki una herramienta efectiva para la escritura colaborativa.

Ward Cunningham, quien inventó los wikis, las define de muchas maneras: las llama sistema de composición, medio de discusión, almacenamientos, sistema de correo, espacio de conversación. "Es una herramienta de colaboración. De hecho no sabemos realmente qué es, pero es una divertida manera de comunicación"<sup>9</sup>.

---

9 <http://c2.com/cgi/wiki>. 18 de octubre de 2007, 21:30 horas.

La tecnología wiki permite que páginas web alojadas en un servidor público sean escritas de forma colaborativa a través de un navegador web, utilizando una notación sencilla para dar formato, crear enlaces, etc., conservando un historial de cambios que permite recuperar fácilmente cualquier estado anterior de la página. Cuando alguien edita una página wiki, sus cambios aparecen inmediatamente en la web, sin pasar por ningún tipo de revisión previa.

“En enero de 2001, los fundadores del proyecto de enciclopedia Nupedia, Jimbo Wales y Larry Sanger, decidieron utilizar un wiki como base para el proyecto de enciclopedia Wikipedia. Originalmente se usó el software UseMod, pero luego crearon un software propio, MediaWiki, que ha sido adoptado después por muchos otros wikis.

“Actualmente, el wiki más grande que existe es la versión en inglés de Wikipedia, seguida por varias otras versiones del proyecto. Los wikis ajenos a Wikipedia son mucho más pequeños y con menor participación de usuarios, generalmente debido al hecho de ser mucho más especializados. Es muy frecuente por ejemplo la creación de wikis para proveer de documentación a programas informáticos, especialmente los desarrollados en software libre”<sup>10</sup>.

La versión en inglés de Wikipedia cuenta con millones de artículos. La versión española tiene casi 400 mil artículos.

La principal utilidad de un wiki es que permite crear y mejorar las páginas de forma instantánea, dando una gran libertad al usuario, y por medio de una interfaz muy simple. Esto hace que más gente participe en su edición, a diferencia de los sistemas tradicionales, donde resulta más difícil que los usuarios del sitio contribuyan a mejorarlo.

Dada la gran rapidez con la que se actualizan los contenidos, la palabra “wiki” adopta todo su sentido. El documento de hiper-

---

10 <http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>. 15 de setiembre de 2007, 17:30 horas.

texto resultante, denominado también “wiki” o “WikiWikiWeb”, lo produce típicamente una comunidad de usuarios. Muchos de estos lugares son inmediatamente identificables por su particular uso de palabras en mayúsculas, o texto capitalizado; uso que consiste en poner en mayúsculas las iniciales de las palabras de una frase y eliminar los espacios entre ellas, como por ejemplo en EsteEsUnEjemplo. Esto convierte automáticamente a la frase en un enlace. Este wiki, en sus orígenes, se comportaba de esa manera, pero actualmente se respetan los espacios y sólo hace falta encerrar el título del enlace entre dos corchetes.

Un wiki permite que se escriban artículos colectivamente (coautoría) por medio de un lenguaje de wikitexto editado mediante un navegador. Una página wiki singular es llamada “página wiki”, mientras que el conjunto de páginas (normalmente interconectadas mediante hipervínculos) es “el wiki”. Es mucho más sencillo y fácil de usar que una base de datos.

Una característica que define la tecnología wiki es la facilidad con que las páginas pueden ser creadas y actualizadas. En general no hace falta revisión para que los cambios sean aceptados. La mayoría de wikis están abiertos al público sin la necesidad de registrar una cuenta de usuario. A veces se requiere hacer *login* para obtener una *cookie* de “wiki-firma”, para autofirmar las ediciones propias. Otros wikis más privados requieren autenticación de usuario.

“El uso de los wikis en el periodismo tradicional es casi nulo. Pero, a medida que su uso sea más fácil, se convertirá en una herramienta particularmente útil para compilar información de fuentes distintas, aportadas por gente de diferentes localidades”<sup>11</sup>.

---

11 DAN GILLMOR, Ob. cit., p. 32.

## SMS

Si los *weblogs* han llegado a ser páginas de opinión y, algunas veces, páginas de noticias en la Net, los servicios de mensajes cortos se están convirtiendo en titulares. Para boletines no hay nada mejor.

Gracias a que SMS es un envío de mensajes sin estar atado a una PC, no es un producto *per se*. Se trata de un servicio proporcionado por proveedores, disponible en los teléfonos móviles, que permite el envío de mensajes cortos (también conocidos como mensajes de texto o, más coloquialmente, textos o mensajitos) entre teléfonos móviles, teléfonos fijos y otros dispositivos de mano. SMS fue diseñado originariamente como parte del estándar de telefonía móvil digital GSM, pero en la actualidad está disponible en una amplia variedad de redes, incluyendo las redes 3G.

Debido a que los mensajes SMS son recibidos prácticamente de inmediato por el destinatario y son un medio de comunicación muy personal, muchos ya los están utilizando como el mejor medio para comunicarse con una comunidad para invitar a eventos, dar avisos, enviar alarmas, coordinar evacuaciones, confirmar transacciones bancarias, enviar confirmaciones de compra y muchas cosas más.

“Los periodistas profesionales necesitarán estar conectados con las reacciones de las multitudes del mañana, tal como deben estar conectados con la organizaciones informales de hoy. Esto ya es un asunto muy natural en los países europeos y asiáticos que han tomado la iniciativa en el desarrollo de los mensajes inalámbricos. La tecnología se mueve tan rápidamente que muy pronto será muy familiar a hombres y mujeres que entren al periodismo profesional en el resto del mundo”<sup>12</sup>.

---

12 DAN GILLMOR, Ob. cit., p. 34.

## Cámaras móviles conectadas

Las imágenes son parte del periodismo y la mayoría de las organizaciones emplean fotógrafos profesionales. Como las cámaras se han convertido en elementos que se portan diariamente, cada persona puede ser un fotógrafo. Todavía no se ha tomado completa conciencia de lo que significa esto en la sociedad, pero sus implicaciones en el periodismo son muy importantes.

Las cámaras digitales son de uso frecuente por los fotógrafos aficionados, y los bien remunerados periodistas profesionales usan las cámaras de la tecnología más avanzada por su flexibilidad y sus posibilidades de transmitir fotos rápidamente. El video también está yendo a un ritmo muy rápido. El tamaño de las cámaras digitales de alta calidad, de fotos y videos, está decreciendo al mismo tiempo que su costo. Conectarlas a las computadoras personales para la edición de fotos y video se está haciendo cada vez más sencillo que nunca. A medida que el acceso a la banda ancha de Internet se va haciendo muy común, serán muy fáciles las publicaciones rápidas.

La combinación de cámaras móviles permitirá el envío instantáneo de una imagen a otra persona o a la Web; es el mundo que están creando los teléfonos móviles. Las imágenes de las primeras generaciones eran de baja resolución y con poca calidad profesional, aunque podían ser muy valiosas noticiosamente; las nuevas generaciones de los aparatos están mejorando notablemente la calidad de las imágenes.

Desde hace un tiempo los medios profesionales están aprovechando la colaboración de miles de ciudadanos que les envían fotos y videos de los más diversos sucesos no cubiertos por los periodistas. Quien tiene una acción muy dinámica al respecto es la cadena norteamericana CNN, que enriquece diariamente su material informativo con la colaboración de esos espontáneos e improvisados aficionados reporteros.

## Los celulares

En enero de 2007 unas imágenes ofrecidas por todos los medios televisivos causaron un dramático impacto: eran las imágenes del ahorcamiento de Saddam Hussein. En los diarios los cables informaron: “Las autoridades iraquíes han ordenado la apertura de una investigación para descubrir la identidad del autor del video pirata con imágenes de la ejecución de Saddam Hussein, cuyos partidarios continuaban el martes llorando la muerte del ex dictador en su feudo sunita de Tikrit. Se abrió una investigación para determinar quién ha filmado, **con su teléfono móvil**, el video de la ejecución del ex presidente iraquí, informó a la AFP una fuente cercana al primer ministro, Nuri al Maliki”<sup>13</sup>.

El ejemplo demuestra cómo el teléfono celular es uno de los artefactos tecnológicos más ubicuos del nuevo milenio. Miles de personas, no sólo periodistas, están utilizando el celular para desempeñarse como reporteros gráficos, ya que los nuevos equipos permiten tomar fotos y videos de corta duración.

Al contrario de lo que podría deducirse observando su evolución, el avance más importante de la telefonía se está dando en otro lugar. Mientras el teléfono se achica y adquiere cámaras fotográficas, juegos y pantallas de colores, que nada tienen que ver con su función original, la telefonía está evolucionando en Internet. Hoy, para conversar, millones usan el VOIP (Voice Over Internet Protocol), que permite usar Internet para transmitir audio.

Las consecuencias de esta revolución todavía están por verse, pero hay acuerdo sobre la irreversibilidad del proceso y el gran impacto que tendrá sobre la telefonía tradicional. Por otra parte, la telefonía celular encuentra nuevas aplicaciones basadas en su capacidad de comunicación, más allá de la voz. El GPS ha evolucionado al punto que hoy, ade-

13 *EL COMERCIO*: “Gobierno iraquí investiga quién grabó con su celular video de ejecución de Saddam”, Cable de AFP, 02/01/07.

más de permitir una ubicación geográfica precisa, requiere muy poco espacio. Esto permite incluirlo en los teléfonos celulares y ubicarlos en cualquier momento.

Otra aplicación casi increíble es que con la cámara del celular se pueden realizar películas. Ya en Sudáfrica se ha rodado el primer largometraje del mundo totalmente grabado con teléfonos móviles. Cuenta la historia de prostitutas de clase alta que recorren Johannesburgo en Nochebuena. La película fue grabada en 11 días con ocho cámaras de teléfonos móviles y con tres personajes. “Queríamos hacer una película de presupuesto realmente bajo para mostrar que cualquiera puede hacer algo así. Hay mucha gente en África que quiere hacer películas y no se lo puede permitir”<sup>14</sup>.

Las novedades en la telefonía celular prácticamente encabezan el asombro en el avance tecnológico del nuevo siglo.

La Agencia EFE<sup>15</sup> informó que los teléfonos móviles con ancho de banda que permitirán navegar por Internet con una velocidad y capacidad similar al ADSL, la tecnología conocida bajo las siglas HSDPA, fueron la principal novedad que se presentó en el Congreso 3GSM, que se celebró en Barcelona. La tecnología HSDPA consiste en un nuevo canal compartido que mejora significativamente la capacidad de transferencia de información hasta alcanzar tasas de 14 Mbps, lo que supone en la práctica ancho de banda para los celulares.

Esto quiere decir desde los teléfonos móviles se puede enviar y recibir videos y fotos y no sólo voz y textos. No es difícil entender lo que significará en la rapidez, facilidad y economía para la labor de los reporteros de los medios.

---

14 MICHELE WHEATLEY: [www.periodistadigital.com](http://www.periodistadigital.com). “SMS Sugar Man”, 28 de abril de 2006, 11:45 horas.

15 *EL COMERCIO*: EFE: “El ancho de banda, principal novedad en el 3GSM”, 09 de febrero de 2006.



Con estos teléfonos ya no habrá ningún lugar de la tierra, por más difícil acceso que represente, que no pueda ser cubierto por los periodistas y permitir que hagan llegar a sus bases (diarios, canales, radioemisoras) su información en cualquiera de los lenguajes: escritos, oral o de imágenes.

Y en enero de 2007 se lanzó al burbujeante mercado de teléfonos de lujo el iPhone de Apple. Largamente esperado, su presentación tuvo todas las características de gran acontecimiento.

El aparato combina las funciones de teléfono celular, reproductor de música iPod, una computadora para navegar por Internet, revisar mapas y leer mensajes de correo electrónico. Viene con una revolucionaria interfaz táctil, cámara de 2 GB y almacena hasta 8GB de información. Su precio en el mercado se estima en unos 500 dólares, aunque, como ocurre en el campo tecnológico, irá bajando de precio.

Sin botones, funciona con una pantalla táctil de 3,5 pulgadas que permite ver películas con buena resolución. También ofrece tecnología Wi-Fi y Bluetooth, así como sincronización de agendas y mensajes de texto.

Realmente, una verdadera joya en su género. El presidente ejecutivo de Apple, Steve Jobs, indicó que la compañía espera vender 10 millones de iPhones para fines de 2008, equivalentes a cerca del 1% del mercado anual de celulares. El famoso fundador de Apple lo anunció como "La reinención del teléfono"<sup>16</sup>. Se anuncia que el iPhone llegará al Perú en el 2008.

La telefonía móvil, también llamada telefonía celular, básicamente está formada por dos grandes partes: una red de comunicaciones (o red de telefonía móvil) y los terminales (o teléfonos móviles) que permiten el acceso a dicha red.

---

16 Revista *SOMOS*. N°1051, 27 de enero de 2007, p. 36.

El teléfono móvil o celular (designación usada en Hispanoamérica) fue inventado en 1947 por la empresa estadounidense AT&T, pero no se hizo portátil de manera práctica hasta 1983, cuando Motorola culminó el proyecto DynaTAC 8000X, que fue presentado oficialmente en 1984. El DynaTAC 8000X o “ladrillo”, como se le denominó en el Perú, pesaba cerca de un kilo, tenía un tamaño de 33 centímetros, y rendía una hora de comunicación y ocho horas en *stand-by*, con pantalla de LED.

La evolución del teléfono móvil ha permitido disminuir su tamaño y peso, desde ese primer teléfono móvil en 1983 que pesaba casi un kilo, a los actuales más compactos y con mayores prestaciones de servicio. El desarrollo de baterías más pequeñas y de mayor duración, pantallas más nítidas y de colores, la incorporación de software más amigable, hacen del teléfono móvil un elemento muy apreciado en la vida moderna.

El avance de la tecnología ha hecho que estos aparatos incorporen funciones que no hace mucho parecían futuristas, como juegos, reproducción de música MP3 y otros formatos, correo electrónico, SMS, agenda electrónica PDA, fotografía digital y video digital, videollamada, navegación por Internet y hasta Televisión digital. Las compañías de telefonía móvil ya están pensando nuevas aplicaciones para este pequeño aparato que nos acompaña a todas partes. Algunas de esas ideas son: medio de pago, localizador e identificador de personas. Siempre hay que tener en cuenta los grandes avances experimentados desde el primer teléfono móvil hasta los actuales de la tercera generación.

## Radio y televisión

Hubo un tiempo en que la radiodifusión fue vista como el gran paso siguiente, con individuos y grupos tratando de crear radio en Internet y estaciones noticiosas con la misma facilidad con que ellos creaban los *weblogs* y Wikis. Pero la industria del entretenimiento hizo todo lo posible para frustrar los intentos de hacer radio en Internet, por lo menos en el aspecto musical, con severas exigencias en cuanto a los derechos de autor.

Las informaciones radiales vía Internet son un tema completamente distinto, por lo que hay una gran oportunidad para que la gente haga realidad sus propios programas en base a información diversa, entrevistas, documentales de audio y otros formatos que están libres de derechos de autor.

También la comunicación radial basada en la Web es otra posibilidad y no es necesariamente muy costosa. Esto facilita mucho la comunicación entre dos o más personas.

La TV en Internet es un asunto diferente. Mientras el costo de producir videos para los noticieros está bajando todo el tiempo, transmitirlos *on line* es bastante costoso, porque el servicio en Internet requiere de considerable ancho de banda, que no todos los aficionados pueden financiar.

Sólo organizaciones poderosas pueden hacer televisión en Internet. Tal es el caso de Terra Perú con Terra Tv (<http://terratv.terra.com.pe>), un portal de Internet que permite a los cibernautas acceder a una amplia gama de programas de TV y video, desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Los canales que se encuentran en Terra TV están organizados en distintas categorías: actualidad, cine y televisión, música, deportes, estilo de vida (cocina, decoración, moda y salud), entretenimiento, eliminatorias 2010, TV en vivo, adultos, autos y turismo.

Una rápida navegación por el sitio revela que hay videos en demanda de diversas cadenas televisivas, entre éstas CNN, National Geographic, Discovery Chanel, Reuters, People&Arts, TNT, FOX, entre otras. Estos pueden verse rápidamente y con una gran calidad.

El sitio ofrece, además, enlace hacia HD (High Definition), sección donde ya es posible ver videos en alta definición. Destaca también

el enlace con JumpTV que ofrece programas en la Web. La señal en vivo de Canal N es otro espacio atractivo en el portal. El sitio sólo puede ser visto por usuarios de Internet Explorer<sup>17</sup>.

### Iniciativa de peruanos

En el Perú, dos grupos de peruanos han tomado la iniciativa y se lanzan al mar de Internet para intentar domar la ola de los videos en la Web 2.0. Se trata de Telúrica y de Videoweb Perú, dos interesantes proyectos que están marcando el camino para el desarrollo de los nuevos contenidos hechos en nuestro país.

Como You Tube, su mundialmente famoso par estadounidense, Videoweb Perú ([www.videowebperu.com](http://www.videowebperu.com)) es un espacio en el que los cibernautas pueden alojar sus grabaciones; sin embargo, lo que buscan es usar esta herramienta para mostrar lo mejor de los peruanos al mundo.

César Gárate, director creativo, junto con Derek Cross, gerente general, maduraron la idea durante el año pasado. En el camino se les unió el *disk jockey* Percy Mckay, quien terminó convirtiéndose en socio.

La página está en línea desde los últimos días de 2006. Ya cuenta con el auspicio de una marca de cervezas y un interesante acuerdo con la Municipalidad de Lima, gracias al cual colocan en su sitio web las cámaras que la alcaldía ha colocado en algunas playas de la capital. Pese a la poca difusión, reciben un promedio de mil visitas diarias y ya tienen más de 500 videos en sus servidores, aunque reconocen que muy pocos con creaciones propias de los usuarios.

Su meta es lograr convertirse en una productora, pero siempre trabajando en conjunto con sus usuarios; asimismo, hacer transmisiones en vivo. En el corto plazo ya tienen planeado hacer algunos nuevos

---

17 El COMERCIO-Vida y Futuro, 30 de marzo de 2008.

videos, así como someter a una reestructuración la página, de modo que cargue más rápido, entre otras cosas. Algunas empresas ya se han puesto en contacto con ellos para desarrollar proyectos en breve.

A Javier Albarracín, uno de los gestores de Perúblogs y BloGalaxia, se le ocurrió la idea de hacer televisión en la red cuando Google anunció el lanzamiento de su espacio de videos. Siendo uno de los gestores tenía el conocimiento del tema tecnológico, pero no era suficiente. Conversó sobre ello con su amigo Raúl Bastante, quien conoce de televisión, y listo.

Así, desde el 23 de noviembre de 2007 se empezó a transmitir el informativo diario de Telúrica ([www.telurica.com](http://www.telurica.com)).

A diferencia de Videoweb Perú, Telúrica no aloja videos, sino sirve para la creación de canales personales, organizando las grabaciones previamente alojadas en You Tube y en Google Videos en su página. La meta es que Telúrica funcione con el resto de páginas de videos. Por tal motivo, no tienen muchos problemas con la censura, pues los filtros de las páginas antes mencionadas hacen el grueso del trabajo.

Además de Albarracín, que es el organizador y coordinador, el grupo está integrado por Raúl Bastante (director y productor del programa), César Soplín (*webmaster*) y Karina Canales y Roberto Cuba (conductores del programa).

Aún no cuentan con publicidad porque están esperando afianzarse. Y parece que lo están logrando, pues cuentan con un promedio de casi 40 mil visitas diarias.

En el corto plazo tienen pensado crear nuevos programas para promocionar todo ese material que está escondido en cada uno de sus canales temáticos, así como lanzar nuevas opciones que le permitan al usuario un mejor uso de su página.

“A ambos proyectos les queda mucho por hacer, por eso aseguran que todos los comentarios y sugerencias son bien recibidos para mejorar sus productos. Además, invitan a los usuarios a dejar de ser cibernautas pasivos y empezar a comentar y calificar los videos nuevos que se vayan subiendo, pues esa también es una de las mejores maneras de alentar la creatividad peruana”<sup>18</sup>.

## La revolución del RSS

Para la gente que desea su propia selección de informes noticiosos, nada puede ser más importante para ellos que saber que una poco conocida tecnología está transformando la entrega del contenido de Internet. Y tiene que agradecer a los “bloggers”, en gran medida, por este creciente suceso.

En los comienzos del desarrollo del software de los blogs, los programadores forjaron un formato afiliado llamado RSS, que significa *Really Simple Syndicación*. Esta capacidad de afiliación permite a los lectores de blogs y otras clases de sitios tener a sus computadoras y otros dispositivos automáticamente habilitados para contar con el contenidos que les interesa. Es una creativa revolución en los contenidos que está comenzando a ser entendida y apreciada. Podría convertirse en el próximo método dominante de distribución, colección y recepción de varios tipos de información.

“Si la Web es un almacén de contenidos, el mundo de los blogs una conversación, el RSS puede ser el mejor camino para seguir la conversación”<sup>19</sup>.

En otras palabras, RSS es un sencillo formato de datos que es utilizado para redifundir contenidos a suscriptores de un sitio web. El

---

18 BRUNO ORTIZ, “El Perú ya tiene presencia activa en la fiebre de los videos en Internet”. Lima, *El Comercio*, 02 de marzo de 2007.

19 DAN GILLMOR, ob. cit., p. 19.

formato permite distribuir contenido sin necesidad de un navegador, utilizando un software diseñado para leer estos contenidos RSS. A pesar de eso, es posible utilizar el mismo navegador para ver los contenidos RSS; las últimas versiones de los principales navegadores permiten leer los RSS sin necesidad de software adicional.

## Futuro previsible

La venerable profesión del periodismo se encuentra en un raro momento de la historia donde, por primera vez, su hegemonía como guardián de las noticias es amenazada no solo por la tecnología y los nuevos competidores, sino, potencialmente, por la audiencia a la que sirve. Armada con herramientas de edición web fáciles de usar, conexiones permanentes y dispositivos móviles cada vez más potentes, la audiencia en línea tiene los medios para llegar a ser un activo participante en la creación y diseminación de noticias e información. Y está haciendo eso en Internet.

En consecuencia, el periodismo del futuro será muy distinto al tradicional. Prever los cambios es una tarea inevitable no sólo para los profesionales sino también para los centros de formación de los nuevos periodistas, como son las universidades.

## Bibliografía

- ORTIZ, Bruno. "El Peru ya tiene presencia activa en la fiebre de los videos en Internet". Lima, *El Comercio*, 02 de marzo de 2007.
- GILLMOR, Dan. *We the media*. Stanford, O' Reilly Media, Inc., 2006.
- JOYANES, Luia. *Cibersociedad*. Barcelona, Editorial Ariel, 1997.
- KOVACH, Bill. *The elements of journalism*. Three Rivers Press, 2001.
- MICHELE WHEATLEY. [www, periodistadigital.com](http://www.periodistadigital.com). "SMS Sugar Man", 28 de abril de 2006, 11:45 horas.

NEGROPONTE, Nicolás. *El mundo digital*. Madrid, Biblioteca de Bolsillo, 2000.

ORIHUELA, José Luis. *La revolución de los blogs*. Madrid, Editora La Esfera de los Libros, 2006.

\_\_\_\_\_. "La Revolución de la comunicación digital". Encuentro del Programa de Continuidad del Instituto Internacional Bravo Murillo de España. 19/06/07.

TIME. "Web Boom 2.0", "The Beast with a Billion Eyes", "The youtube Gurus", "It's all about us", "My so-called second Life". Vol 168, N° 27/28, diciembre 25-enero 1, 2007. Amsterdam, Holanda. pp. 28-58.

WACKER, Watts. *The deviant's advantage*. Nueva York, Crown Publishing, 2000.