

## EL SOFTWARE SOCIAL, POSIBLE SOPORTE TECNOLÓGICO DE LA ESFERA PÚBLICA GLOBAL

**Irma Amézquita Castañeda**

Centro Universitario de la Ciénega de la Universidad de Guadalajara.

Tels. (01392) 925-1301 ext.8373 Fax 925-1301

Internacional (0052)

[irma@cuci.udg.mx](mailto:irma@cuci.udg.mx)

**Fidela Navarro Rodríguez**

Centro Universitario de la Ciénega de la Universidad de Guadalajara.

Tels. (01392) 925-1301 ext.8373 Fax 925-1301

Internacional (0052)

[fidela@cuci.udg.mx](mailto:fidela@cuci.udg.mx)

**Palabras Clave:** blog, software social, Internet, esfera pública, periodismo participativo

### **Resumen:**

El software social constituye una plataforma tecnológica de gran potencial en el ámbito político, económico, educativo y periodístico. En los países industrializados se ha visto en los últimos años un resurgimiento de la esfera pública a través del espacio virtual. En los países en vías de desarrollo, el fenómeno todavía es incipiente. En todos los países, aunque a distintas velocidades, la conformación de la esfera pública virtual es estratégica. Los profesionales del conocimiento son los actores clave para que esta nueva canalización de opinión pública periférica pueda ser un contrapeso efectivo y global de los distintos poderes sociales.

Las nuevas tecnologías están permitiendo el desarrollo de una masa crítica de ciudadanos diferente, más democrática y participativa. Las nuevas herramientas de Internet como las noticias (*newsgroups*), foros, salas de chat, tableros de mensajes, listas de correo, sistemas de edición en colaboración, aplicaciones punto a punto como la mensajería instantánea (*peer to peer* en inglés) y los blogs se están multiplicando en la red y haciendo que personas de todo el mundo interactúen, amplíen temáticas, juzguen, debatan y creen una nueva opinión pública periférica.

Es el nuevo software social, definido como el conjunto de soportes tecnológicos que permiten una interacción conversacional entre individuos o grupos, una retroalimentación social -lo que posibilita a un grupo medir las contribuciones de determinados individuos (efecto conocido como la "reputación digital") y la creación de redes sociales. Según Stowe Boyd, quien utiliza el

software social no tiene el objetivo de controlar, sino de co-evolucionar a través del contacto personal, la interacción y la influencia mutuas, sin tener un proyecto definido de antemano.

El software social se convierte así en una plataforma tecnológica con un potencial de reinención del conocimiento, de las relaciones interpersonales y de las instituciones periodísticas, políticas, económicas y educativas. Tanto es así que en los países industrializados, cuna y motor del software social, se ha visto en los últimos años un resurgimiento de la esfera pública a través del espacio virtual. Los profesionales del conocimiento son los actores clave para que esta nueva canalización de opinión pública periférica pueda ser un contrapeso efectivo y global de los distintos poderes sociales.

### **LA APARICIÓN DE LA BLOGÓSFERA**

Los weblog, blogs o bitácoras<sup>1</sup> constituyen la forma de software social más activa y de más rápido crecimiento. Son sistemas de edición personal a modo de diarios en línea frecuentemente actualizados, con entradas en orden cronológico inverso y numerosos enlaces, que ofrecen registros actualizados y detallados de la vida de sus autores, de noticias o de algún tema de interés. Representan la evolución de los primitivos y estáticos sitios web personales y se multiplican gracias a la banda ancha y a un software gratuito, sin apenas restricciones geográficas y temporales. El usuario ya no necesita tener conocimientos de HTML o de diseño gráfico. Tampoco tener un servidor en Internet, puesto que algunas webs ofrecen espacio y asesoramiento gratuito<sup>2</sup>. Son herramientas que, en tres sencillos pasos y en unos minutos, permiten tener un diario personal a la vista de todo el mundo.

Los blogs fueron referenciales desde sus inicios. El primer blog, que perteneció a Tim Berners-Lee, *What's New?* (<http://info.cern.ch>), comentaba nuevos sitios web conforme iban surgiendo. Desde entonces, los blogs han asumido el papel de *filtros* de la red para usuarios menos expertos o con menos tiempo para navegar en ella (Paquet, en línea). En un blog, cada actualización o inserción contiene vínculos en hipertexto que enlazan con material fuera del sitio, cualidad que diferencia al blog del mero diario en línea. Estos hipervínculos, además, sirven a la inversa (las páginas que se enlazan a un blog determinado) como un sistema métrico de reputación: cuantos más vínculos más influencia y credibilidad entre la blogósfera y la comunidad más amplia de usuarios de Internet<sup>3</sup>.

La blogósfera se ha relacionado numerosas veces con la teoría de la esfera pública de Jürgen Habermas., quien pone especial atención en el papel de la sociedad civil y la opinión pública. En su obra *Facticidad y validez* (2001), explica que el espacio público-político de una democracia es como una caja de resonancia para problemas que han de ser elaborados por el sistema político "porque no pueden ser resueltos en otra parte. Es un sistema de avisos con sensores no especializados, pero que despliegan su capacidad perceptiva a lo largo y ancho de toda la sociedad" (p. 439).

La esfera o espacio de opinión pública es un fenómeno que escapa a todos los conceptos tradicionales de orden social y que Habermas describe como “una red para la comunicación de contenidos y tomas de postura, es decir, de opinión, y cuyos flujos de comunicación quedan filtrados y sintetizados de tal suerte que se condensan en opiniones públicas agavilladas en torno a temas específicos”. (p. 440)

Al parecer, la blogósfera está permitiendo un resurgimiento de esta esfera pública. Las estadísticas son contundentes: a comienzos del año 2000, existían menos de 30 mil blogs; para finales del 2005 se estima que llegarán a 53 millones. Cada día aparecen 12.000 nuevos, es decir, un blog cada 7,6 segundos<sup>4</sup>. Según el *Pew Internet and American Life Project*<sup>5</sup>, más de 8 millones de usuarios de Internet en EE.UU han creado un weblog, un 11% de los usuarios de Internet han leído blogs de otros y el 31% publican en sus blogs varias veces por semana. Otros países muy activos en la creación de blogs son los iraníes, los franceses, los españoles (sobre todo los catalanes) y los japoneses. Estos datos coinciden con los registrados en España, donde las principales bitácoras han experimentado en 2004 un enorme aumento de audiencia.

Crece los autores de bitácoras, pero aumentan todavía más y más rápido sus lectores, un síntoma del comienzo de su maduración como medio de comunicación. La explosión de la *blogósfera* (espacio virtual generado por los weblogs) es indiscutible y los éxitos ya tienen un alcance global y de efectos multiplicadores.

### **Software social y periodismo**

Otro alcance exitoso del software social es el periodístico. Este nuevo fenómeno comunicativo está resultando tan activo y dinámico que ya se estudia en el ámbito del periodismo el surgimiento y desarrollo del llamado Periodismo Participativo, definido por Shayne Bowman y Chris Willis en su estudio *Nosotros, el medio* (2005), como “el acto de un ciudadano, o un grupo de ciudadanos, desempeñando un rol activo en los procesos de recopilación, cobertura, análisis y difusión de noticias e información. El objetivo de esta participación es proporcionar la información independiente, fidedigna, precisa, completa y relevante que requiere una democracia”. Se pronostica que para el año 2021 los ciudadanos producirán el 50% de las noticias en colaboración con los periodistas profesionales, quienes tendrán como desafío saber estimular y aprovechar este diálogo y adaptarlo a nuevas rutinas productivas<sup>6</sup>.

Esta nueva forma de hacer periodismo surge en la periferia de los grandes grupos mediáticos y de poder y teje sus redes en una población cibernauta que sigue el esquema de dar y recibir, y que cada vez tiene mayor impacto en las distintas esferas del mundo de la vida de Habermas. Una nueva opinión pública virtual pero de efectos en la vida real va canalizándose y creando un nuevo Periodismo Participativo, defensor y refuerzo del derecho a la información que deben

tener todos los ciudadanos de países democráticos. Sus ventajas: es un periodismo abierto a toda la masa crítica de la población, y por tanto, más participativo y democrático; puede brindar a la audiencia un nivel más profundo de entendimiento por profundizar y ampliar temáticas; la audiencia puede juzgar y debatir los principios de la profesión periodística; los reporteros que escriben weblogs y colaboran con sus audiencias pueden escribir historias más convincentes y exactas y no hay filtro o selección de temas como en el periodismo tradicional, sino que todo se puede publicar y someter a la confianza y valoración de los internautas.

Para el *blogger*, la única manera de mantenerse en un sistema de reputación de estas características, es cuidar la originalidad y la calidad de sus insertos, pues su influencia no se mide sobre unos lectores pasivos, sino que se palpa según el número de conversaciones que con él y a partir de él mantienen sus usuarios. Por tanto, la naturaleza *hipervincular* de los blogs los convierte en un medio de conversación activa, en una comunidad descentralizada y heterogénea, fuente de referencia importante para cibernautas.

Sin embargo, su papel más importante no es el de productores de información, sino el de *filtros de confianza*. Según un estudio realizado por los académicos Johnson y Kaye (2004), los blogs son la fuente de información más confiable para sus lectores/conversadores, seguida por los periódicos y revistas. En el último lugar de la lista de confiabilidad de la encuesta se colocó la televisión abierta.

Además han surgido también los *watchblogs*, bitácoras que actúan como observatorio de los medios y que se dedican a realizar el seguimiento de un determinado periodista. En Estados Unidos, por ejemplo, se puso de moda el programa "Adoptar a un periodista", que animaba a los ciudadanos a escribir un blog analizando de cerca el trabajo de un determinado periodista en su seguimiento de la campaña electoral en Estados Unidos<sup>7</sup>.

El potencial de los blogs ha sido aprovechado también por los mismos medios de comunicación, que ya están empezando a crear sus propios blogs. Los atentados del 11 de septiembre, la Guerra de Irak y la campaña presidencial en los Estados Unidos, así como el desastre del Prestige, las elecciones catalanas y generales en España y los atentados del 11 M, han puesto de relieve la importancia informativa de los weblogs como fuentes complementarias, alternativas y críticas a los medios tradicionales. Así, encontramos buenos ejemplos, como el blog del Guardian (<http://www.onlineblog.com/>), el del The New York Times (<http://nytimes.blogspot.com/>) , los de la BBC (<http://www.bbc.co.uk/comedy/blog/>), los de Informativos Telecinco en España (<http://blogs.telecinco.es/>), etcétera.

El periodismo tradicional está siendo sometido a una revisión constante por la acción ciudadana, creando nuevas formas y canales de información. El cuestionamiento ahora es considerar estas acciones comunicativas como un nuevo periodismo, como una especialización

periodística o simplemente como una actividad interactiva que complementa al periodismo tradicional. Para Dale Peskin, codirector del Media Center que editó *Nosotros, el medio*, el blogging es una forma seria y aceptada de periodismo, del cual muchos medios dependen y citan porque ha sacado a la luz miles de noticias diarias. Para otros, como Rachel Blood, blogger, conferenciante y autora del *Manual para el blogger*, “el blogging no es una nueva forma de periodismo. El blog es una forma y no un contenido, es como una revista o un libro. Cualquier cosa puede ir en su interior. A veces va rellena de periodismo y a veces de recetas de cocina”. Para John Naughton, columnista de *The Guardian* sobre temas de tecnología y director del programa para periodistas de la Universidad de Cambridge, los bloggers “son una amenaza porque los medios tradicionales ya no pueden pretender ser el único conducto de información; y no son una amenaza porque el trabajo del periodista serio requiere de entrenamiento y la mayor parte de los bloggers no tiene ninguno”<sup>8</sup>.

### **La economía del software social**

Por otro lado, el potencial económico de la blogósfera también inquieta a los observadores. Si el negocio de la web ya es una realidad que sigue desarrollándose a través del e-commerce, ¿podemos asegurar que hay negocio en el software social que suponen las bitácoras, sistemas eminentemente personales?

La respuesta es afirmativa. Existen varias posibilidades que son rentables a corto y mediano plazo. Hay bitácoras que ya están siendo utilizadas como vehículo publicitario a partir de convenios de asociación con tiendas on line (<http://www.amazon.com>), mediante el sistema de anuncios clasificados (<http://www.blogads.com>), por contribuciones voluntarias y micropagos (<http://www.paypal.com>) o por el tradicional banner (<http://www.blogger.com>).

Otro negocio para los bloggers es un contrato para escribir la bitácora de un medio o de una empresa<sup>9</sup> o la conversión a bloggers de periodistas y escritores para promocionar sus mismos trabajos o productos.

Otro negocio provechoso es el de ofrecer los servicios asociados al blog (software, consultoría, marketing, etc.) por un precio moderado, o el de crear bitácoras de empresa para promocionar un producto o servicio y reforzar una imagen de marca. Incluso se han creado los llamados K-Logs (Knowledge Management Weblogs), bitácoras de empresa en Intranet o Extranet utilizadas como herramientas de gestión de conocimiento, que resultan un producto muy rentable a medio y largo plazo, como vía para maximizar la eficiencia de un sistema interno.

Pero además de los beneficios económicos, los blogs también constituyen una plataforma de acción comunicativa institucional y un ejemplo de credibilidad, vanguardia y ejemplo.

### **Software social en el ámbito político**

En el caso de las instituciones políticas, cada vez son más los representantes políticos que –a título personal o colectivo- se van sumando a la blogósfera en todo el mundo. En los blogs han encontrado un formato que les permite establecer un contacto muy estrecho con su población-objetivo y conseguir un canal de recursos (<http://www.blogsforbush.com/>, <http://www.johnkerry.com/>,). Partidos políticos y gobiernos están incluyendo este software social en sus plataformas virtuales, con evidentes logros. En el caso español, por ejemplo, las recientes elecciones vascas han sido el despegue de los blogs políticos (dos de los tres candidatos a la presidencia del País Vasco tenían blog), tras el nacimiento político de las llamadas “multitudes inteligentes” que, gracias a los teléfonos móviles y a la Política 3.0<sup>10</sup> se lanzaron a la calle el 14 de marzo de 2004 para protestar contra el terrorismo.

Para el investigador de nuevas tecnologías Juan Varela<sup>11</sup>, el despegue de los blogs como herramienta política tiene varios estadios o fases, que ya se han cumplido en España:

1. Blogs personales ejercen de prescriptores políticos alternativos a los medios tradicionales.
2. Surgen comunidades de ciudadanos que discuten espontáneamente acontecimientos políticos a través de los medios participativos.
3. Aparición de comunidades políticas afines ideológicamente alrededor de medios sociales.
4. Los políticos utilizan los medios sociales como herramientas de comunicación y marketing político.

Otro ejemplo de buen weblog gubernamental es Democraciaweb.org<sup>12</sup>, una plataforma de participación del Gobierno de Cataluña, mediante la cual los ciudadanos pueden opinar y debatir sobre los temas que trata el Parlamento.

En el caso de México, al igual que en la mayoría de los países de América Latina, el espacio público aparece históricamente confundido o absorbido por lo estatal. Según el investigador Jesús Martín-Barbero, el autoritarismo responde sobre todo a la precariedad de la sociedad civil; desde hace algunas décadas, el desencantamiento de la política transforma al espacio público en espacio publicitario (2001).

### **Software social y educación**

Las instituciones educativas también se han sumado a la blogósfera. Las universidades han tomado conciencia del potencial de los blogs para proyectar el conocimiento, más allá de las revistas científicas de limitada difusión. Universidades tan prestigiosas como Harvard (<http://blogs.law.harvard.edu/>) y Dartmouth (<http://dartblogs.com/>) ya tienen este software social. Algunas universidades iberoamericanas han hecho la misma apuesta, como el Departamento de Física de la Universidad de Buenos Aires (<http://gea.df.uba.ar/weblog/fisica2/index.php>), y en España Universia

(<http://blogs.universia.net/>) ha puesto el primer blog universitario con la pretensión de unir en una comunidad a más de 12 millones de estudiantes de habla hispana y portuguesa, en lo que constituye el avance más ambicioso de Internet.

Los weblogs constituyen un formato de publicación online autogestionable que facilita a los investigadores, profesores y expertos la difusión de su trabajo entre las comunidades de la Red. Las bitácoras pueden ser una plataforma de trabajo para alumnos de doctorado a modo de diarios de investigación en línea, foro para grupos dispersos de investigadores, herramienta de gestión de proyectos de investigación, canal para la difusión de resultados de investigación, medio de publicación de noticias y referencias de interés, ámbito de reencuentro de antiguos alumnos o colegas, plataforma de exposición de portafolios de recién licenciados y taller de escritura individual y en colaboración.

Debido a la naturaleza del trabajo científico/académico, los investigadores tienen la necesidad creciente de pistas que les ayuden a seleccionar el material que puede servirles. Cualquier científico/académico cuenta ya con una red de recomendaciones personales en las que confían. El filtro que significa la red electrónica de publicaciones de conocimiento, como los blogs, es una extensión pública de este mecanismo. En ese sentido, quienes tienen más que ganar al ampliar sus mecanismos de comunicación a través de Internet, son los jóvenes científicos/académicos cuya red no está lo suficientemente desarrollada, así como los investigadores interdisciplinarios que quieren expandir sus alcances. En palabras de Phil Wainwright: “en una red abierta y en expansión, la única cosa de la que podemos estar seguros es de que alguien ya tiene la misma idea que nosotros. Si negamos ese hecho, nos relegamos a una posición secundaria” (Paquet, en línea).

Las jóvenes investigadoras y bloggers noruegas Torill Mortensen y Jill Walter están convencidas de que el blog es una herramienta cognitiva que incide no sólo en la disseminación o presentación de información y conocimiento, sino en la formulación misma de las ideas.

Algunos procesadores de blogs para el usuario/diseñador, como Tinderbox, permiten una organización espacial diseñada para el escritor, que no puede verse una vez se ha publicado el material en el sitio electrónico y, por tanto, están orientados al proceso de escritura más que al de lectura. Según Michael Heim, citado por Mortensen y Walter, la escritura y el pensamiento se modifican según las herramientas de escritura que se empleen.

Más aún, la estructura hipervincular de la blogósfera permite rastrear ‘rutas de pensamiento’, a través de los bloggers que conectan documentos entre sí, creando una ruta permanente que otros pueden seguir. En los *polílogos* de la blogósfera, la estructura es asociativa e idiosincrásica, más que jerárquica y ordenada desde el exterior, como en los libros o artículos tradicionales. El tamaño pequeño de las actualizaciones hace a las discusiones fáciles de abordar y de seguir, lo que se ajusta a los cortos periodos de tiempo de los cibernautas. La mayoría de las ideas de un investigador no aparecen en los productos tradicionales acabados porque no se ajustan a la estructura total. En contraste, los blogs proporcionan una forma de

seguir el continuo flujo de pensamiento, no sólo de un individuo concreto, sino de comunidades enteras.

Algunos proyectos en línea exploran el uso de los blogs en la educación, como *Weblogs in Education*, *Edublog* y *Weblogg-Ed*. Estos sitios se enfocan en los usos prácticos de las bitácoras en línea para la enseñanza, el efecto pedagógico de pedirles a los estudiantes su propia bitácora de aprendizaje, así como las ganancias potenciales en cuanto a la cooperación resultante. Asimismo, muchos profesionales utilizan sus blogs para reflexionar sobre su trabajo, seguir desarrollos en su campo y publicar ideas.

Lo anterior ha llevado a muchos bloggers a conminar a científicos y miembros de la academia, así como a otros profesionales del conocimiento, a participar activamente en las redes de software social que se tejen día con día en Internet. Para Jay Rosen, blogger veterano, de PressThink (citado por Le Meur, en línea), el blogging haría a los académicos más visibles y accesibles para el resto de la sociedad; les proporcionaría acceso directo a ideas, sugerencias, comentarios y desafíos, no sólo de sus colegas, sino de personas fuera del 'mundo especializado', lo que mejoraría la calidad y relevancia de su docencia y escritura.

Los académicos, además, podrían beneficiarse de los valores de las experiencias participativas en línea, que pueden alimentar su confianza y credibilidad: Igualitarismo, Intimidad, Pasión, Velocidad de comunicación y Ausencia de mediadores (Bowman y Willis, 2005, pp. 46-47).

Sin embargo, no hay participante de la blogósfera o usuario del software social tan ingenuo que se le escape que las reglas y el *ethos* de la academia chocan frontalmente con esta filosofía de apertura, implicación y exposición. "No es fácil aceptar tomar a los demás como iguales, cuando se supone que tú eres el que sabes. Un blog es una buena manera para un académico de ponerse a sí mismo en posición de riesgo. Pero al hacerlo, podría obtener beneficios inesperados ... Lo que queda claro es el efecto disruptivo que el blogging tiene en el mundo académico, basado en la idea de control, más que en la diseminación de información", afirma Jay Rosen.

Mortensen y Walker, bloggers y académicas, manifiestan su ideario: "El entrenamiento riguroso de un académico obtiene su recompensa a través del incremento de su capital cultural ... un camino hacia la independencia de una estructura en la que incluso la crítica al sistema refuerza el poder del sistema mismo consiste en romper el patrón: abrazar la forma que no reafirme la autoridad. Mientras la energía de los académicos se dirija a ganar estatus a través de los canales tradicionales de publicaciones y conferencias, la comunicación académica seguirá siendo exclusiva. Para romper el patrón, necesitamos pensar en nuevos canales y acercamientos no sólo de la publicación académica, sino de lo que amerita publicarse, en qué punto del proceso y cómo" (Mortensen y Walker, 2002, p. 262).

## **En México**

Según algunos cálculos<sup>13</sup>, Internet tiene en el mundo, en este 2005, mil millones de usuarios. El México urbano se ubica en el lugar número 16 en el porcentaje de penetración en la población, con un 11.8%, lo que representa el 1.4% de usuarios en el mundo (aunque el INEGI ofrece un conteo más alto: el 25% de la población mexicana tiene acceso a Internet, según estadísticas oficiales). Según cifras del INEGI, el crecimiento anual promediado de acceso a Internet en nuestro país es del 32%, y va en aumento.

Pese a que existen numerosos blogs escritos desde nuestro país, el fenómeno es cualitativamente distinto. La gran mayoría son diarios personales en línea, escritos por habitantes de las grandes ciudades del país, los cuales se ubican más en la esfera privada que en el discurso público, y junto a los foros de toda índole, reciben participaciones muy escasas, casi siempre de amigos o conocidos<sup>14</sup>.

Aunque de forma incipiente, estos ejercicios en la red forman parte de esa trama asociativa no-estatal y no-económica, de base voluntaria y espontánea, que constituye el núcleo constitucional de la esfera pública según Habermas (p. 447).

Aunado a la falta de una cultura de la participación ciudadana, México carece de un factor que ha dotado a los usuarios del software social de los países industrializados de la relevancia, pertinencia y confiabilidad necesarios para formar parte decisiva de la reconfiguración de la esfera pública global: los creadores de conocimiento como participantes activos. La llamada *publicación personal de conocimiento*, actividad en la que el 'investigador o trabajador del conocimiento' hace públicas sus ideas en la forma de un weblog (Paquet, en línea)<sup>15</sup>.

Con todo lo expuesto, llegamos a la conclusión de que en los países industrializados se está forjando ya una cultura en línea de participación ciudadana que está comenzando a cambiar las dinámicas de la esfera pública. En el ámbito de la comunicación social, el llamado periodismo participativo que ha nacido con el uso de las nuevas tecnologías está sirviendo como contrapeso a los medios de comunicación tradicionales, ampliando a su vez la libertad de expresión y fortaleciendo el debate entre el poder político y la nueva opinión pública.

Este poder político, a su vez, está encontrando nuevas herramientas para el diálogo directo con los ciudadanos, aunque habrá que alcanzar un estadio mayor al experimental. Son pocos los gobiernos, partidos políticos y representantes ciudadanos quienes han vislumbrado el potencial de este nuevo software social.

Políticos, periodistas, educación y ciudadanos en general, además, están empezando a ver las ventajas de la explotación comercial. Sin embargo, lo anterior ha despertado suspicacias en algunos sectores por lo que puede representar para la autonomía y la libertad de expresión.

El ámbito educativo comienza a aprovechar estas ventajas, al igual que múltiples investigadores y 'trabajadores de la información'. El potencial cognitivo y de asociación de

ideas/personas de las aplicaciones del software social incide desde la formulación misma de una idea, la posibilidad de volver público el flujo de pensamientos individual y colectivo, así como el empoderamiento que representa para los bloggers el papel de autores y escritores dotados de autonomía, implicación y cierto prestigio.

El software social permite la comunicación propia de un mundo global. No obstante, la brecha económica, política y social que existe entre países industrializados y países en vías de desarrollo se refleja también en la producción, desarrollo y uso de las nuevas tecnologías. Mientras el mundo anglosajón va a la cabeza junto a algunos países europeos como Francia, Inglaterra o Noruega y casos específicos como el coreano, en América Latina el rezago es evidente.

En todos los países, aunque a distintas velocidades, la conformación de la esfera pública virtual es estratégica: cuenta con todas las características ideales descritas por Habermas y con los ideales libertarios de la ética *hacker*. Los límites espacio-temporales de épocas anteriores desaparecen. Ahora la única restricción es la imaginación.

NOTAS:

1 *Blog* viene de la contracción simplificada de *web* (red) y *log* (bitácora)

2 Por ejemplo, Google lleva ya tiempo alojando bitácoras de forma gratuita en [www.blogger.com](http://www.blogger.com); MSN acaba de presentar su *Spaces* y Yahoo lanzó a finales de marzo de 2005 *Yahoo 360*.

3 Contenidos con mayores números de referencias obtienen más visibilidad, un efecto ampliado por buscadores como Google, los cuales realizan una presentación jerarquizada de sitios según el número de páginas que se ligan a ellos.

4 Disponible en <http://www.el-mundo.es/ariadna/2005/229/1112972043.html>

5 Disponible en [http://www.pewinternet.org/PPF/r/144/report\\_display.asp](http://www.pewinternet.org/PPF/r/144/report_display.asp)

6 El caso más claro y exitoso de periodismo participativo es el de *Ohmynews* (<http://english.ohmynews.com>), un diario digital surcoreano, entre foro y weblog, que parte de la idea de que sus lectores son sus redactores. En tan sólo 5 años, *Ohmynews* cuenta con 300 periodistas-cívicos en todo el mundo, con 76 periodistas de plantilla que supervisan y verifican las informaciones y con casi 2 millones de visitas diarias.

Otros ejemplos son los blogs que tratan asuntos periodísticos y temas de actualidad. En pocos meses, la blogósfera ha conseguido acabar con la carrera de tres prestigiosos comunicadores estadounidenses. Primero fue el consagrado periodista de la cadena CBS Dan Rather —que tuvo que dejar su puesto cuando los bloggers revelaron que documentos sobre el servicio militar del presidente George W. Bush usados en su programa eran falsos—, luego Jeff Gannon -un anónimo corresponsal de la Casa Blanca que se dedicaba a la prostitución masculina cobrando 200 dólares a la hora, o 1.200 dólares por un fin de semana a través de páginas de Internet con connotaciones militares y fue finalmente descubierto por los bloggers- y finalmente Eason Jordan, director de informativos de la CNN, al que los bloggs conservadores atacaron por haber sugerido en un debate que las tropas de Estados Unidos habían disparado intencionadamente contra periodistas en Irak.

7 [http://www.onthemedial.org/transcripts/transcripts\\_012304\\_blog.html](http://www.onthemedial.org/transcripts/transcripts_012304_blog.html). Otro ejemplo de cómo los blogs periodísticos o de periodistas-ciudadanos pueden impactar en la esfera pública ha sido el caso de Ivan Noble, redactor de la sección de ciencia y tecnología de la BBC, quien relató durante dos años en Internet su experiencia con un tumor cerebral. La suya fue una cara conocida para los internautas gracias a la página web en la que fue relatando su evolución. Su blog en la página web de la BBC fue seguido por miles de personas (entre 7.000 y 12.000 cada una según la cadena. ([http://www.bitacoras.com/noticias/archivos/periodicos\\_y\\_blogs\\_arcadi\\_espada.php](http://www.bitacoras.com/noticias/archivos/periodicos_y_blogs_arcadi_espada.php)).

8 <http://www.edemocracia.mendoza.gov.ar/modules.php?name=News&file=article&sid=586>.

9 Es el caso del profesor de derecho Glenn Reynolds, fichado por el portal MSNBC (<http://www.msnbc.msn.com/id/3395977/>), o el de reporteros como Rubén Amon de ElMundo.es, cuya cobertura de la muerte del Papa y el Cónclave mediante su blog instalado en su medio de comunicación tuvo gran éxito entre los lectores (<http://www.el-mundo.es/encuentros/invitados/2005/04/1530>)

10 Esta nueva política se define por la globalización, la estructura de redes e Internet, presentes en los últimos fenómenos globales contra el terrorismo en España. Se considera que el sistema operativo tiene **superusuarios**, expertos capaces de usar las nuevas tecnologías para comunicar y actuar, a través de los móviles y la Red.

11 <http://periodistas21.blogspot.com/>

12 <http://www.democraciaweb.org>

13 <http://www2.canalaudiovisual.com/ezine/books/jirnet/2net32.htm>

14 Véase, por ejemplo [www.blogsmexico.com](http://www.blogsmexico.com).

15 Científicos, expertos en leyes, desarrolladores de software, investigadores de fenómenos sociales en la red, educadores, expertos en informática, periodistas, intelectuales, líderes de opinión, dirigentes de organismos civiles y un amplio etcétera de investigadores y profesionales de la información.

#### BIBLIOGRAFÍA:

Bowman, S. y C. Willis (2005). Nosotros, el medio. Como las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información. The Media Center del American Press Institute. Disponible en PDF y HTML: <http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php>

Boyd, S. "Are you ready for Social Software". Disponible en línea en <http://www.darwinmag.com/read/050103/social.html>

Habermas, J. (1998). Facticidad y validez. Madrid: Trotta.

Johnson, T. y B.K. Kaye. (2004). "Wag the Blog: How Reliance on Traditional Media and the Internet Influence Credibility Perceptions of Weblogs Among Blog Users". Journalism & Mass Communication, 81/3. pp. 622-624.

Le Meur, L. "Is there a blog culture?". Disponible en [http://www.loiclemeur.com/english/blogging\\_about\\_blogging/index.html](http://www.loiclemeur.com/english/blogging_about_blogging/index.html)

Martín-Barbero, J. (2001). "Reconfiguraciones comunicativas de lo público", *Análisi*, 26. pp. 71-88.

Mortensen, T. y J. Walker. (2002). "Blogging Thoughts: Personal Publication as an Online Research Tool". *Researching ICT's in Context. Intermedia Report*. Noruega: Universidad de Oslo. Pp. 249-279.

Paquet, S. "Personal Knowledge Publishing and its uses in Research". Disponible en <http://radio.weblogs.com/0110772/stories/2002/10/03/personalKnowledgePublishingAndItsUsesInResearch.html>

VV.AA. (2005). "Buzz, Blogs and Beyond: The Internet and the National Discourse in the Fall of 2004. Preliminary Report". Pew Internet & American Life Project.