

Weblog y periodismo electrónico: los desafíos para el derecho a la información

Dr. Oscar Jaramillo C.†

Durante los últimos meses se ha hablado mucho sobre los *weblogs*, al punto que se ha creado una serie de mitos. Uno de los cuales, incluso, ha afirmado que este nuevo fenómeno marca el fin de la actividad periodística y de los medios de comunicación.

Si bien es cierto que es casi imposible que ello suceda, los *weblogs* plantean una serie de cambios, desafíos y nuevos problemas que el periodismo debe abordar en su conjunto. Porque estos cambios no sólo afectan al periodismo electrónico o a la prensa escrita, sino que también a la radio y la televisión. Tal como veremos más adelante, ésta es una tendencia en la que no hay vuelta atrás gracias a la tecnología. La aún más reciente aparición del *podcast*, ha creado para la radio los mismos cuestionamientos y desafíos que los *weblogs* generaron para el periodismo escrito.

¿Deben los *weblogs* estar protegidos por el derecho a la información? Esta es la inquietud que dio inicio a este artículo y desde la cual revisaremos los distintos mitos y problemas que han nacido, en torno a esta nueva herramienta tecnológica. El objetivo de este trabajo es hacer un estado del arte, debido a la carencia de bibliografía debido a la novedad del problema.

Antes de proseguir es necesario que aclaremos ciertos términos. En primer lugar, qué es un *weblog*. Dentro de los círculos tecnológicos, un *weblog* es definido como una especie de “diario de vida digital”, según las propias palabras de los más célebres “*bloggers*” de habla hispana: José Luis Orihuela.

Es una especie de bitácora en que las personas pueden ir anotando todo lo que les sucede, piensan o desean dar a conocer. Sin embargo, el *weblog* tiene dos características fundamentales que los diferencia de todo lo que habíamos conocido con anterioridad.

La primera de ellas es que cualquier persona que tenga a su disposición un computador puede hacer y mantener un *weblog*, sin requerir ningún tipo de conocimiento técnico. Previo a la aparición de Internet, la creación de cualquier medio de comunicación requería de una infraestructura altamente especializada, que requería de fuertes inversiones en dinero, tiempo y recursos humanos. Sólo detengámonos a pensar brevemente todo lo que significaría montar un diario, canal de televisión o una radio emisora.

† **Oscar Jaramillo Castro.** Doctor en Ciencias de la Información (U. Complutense). Periodista (U. Diego Portales). Profesor de Ética y Deontología del Periodismo. Investigador del Centro de Estudios Mediales (CEM), Universidad Diego Portales. Docente Escuela de Periodismo Universidad Santo Tomás. Contacto: oscar.jaramillo@santotomas.cl.

Nada de ello se requiere para un *weblog*. Ni siquiera de los conocimientos mínimos que se necesitan para crear un sitio web, con herramientas gráficas como la *suite* Macromedia (compuesta por los programas *Dreamweaver*, *Flash*, *Freehand* y *Fireworks*).

Por primera vez en la historia lo único que se necesita es saber ocupar un computador a nivel usuario, conectarse a Internet y registrarse de manera gratis en uno de los servidores que mantienen este tipo de medios de comunicación. Los más conocidos y utilizados son Blogger y Google.

Una vez que una persona entra a uno de estos sitios con la intención de crear su propio *weblog*, lo único que debe hacer es obtener un nombre de usuario y crear una clave secreta para acceder a este servicio. Después debe seleccionar alguna de las plantillas de diseño que el servidor le ofrece y colocarle el título al *weblog*. Una vez cumplido con este trámite, que no demora más allá de diez minutos, lo único que resta es escribir sobre la plantilla y al finalizar el proceso, hacer clic en el botón enviar o publicar y ya estamos en la web.

Como podemos observar, el *weblog* baja al mínimo posible las barreras de entrada para la creación de un sitio web. Cualquier persona que sepa leer y escribir y que tenga acceso a un computador con conexión a Internet puede crear un medio de comunicación. Este hecho, como veremos más adelante, tiene una serie de consecuencias de carácter ético y legal.

La segunda diferencia es el alto grado de interactividad que poseen los *weblogs*, gracias al *posteo* (*post* en inglés). Una vez que nosotros publicamos nuestro artículo, cualquier internauta que “pase por allí” puede publicar su opinión dentro del sitio y a continuación de lo que hemos escrito. Lo único que debe hacer es escribir dentro de un cuadro de diálogo y pulsar el botón “*post*”. De ahí surge el concepto de postear.

Por lo general la mayoría de los servidores permiten hasta un máximo de treinta “posteos” u opiniones por cada artículo publicado. Lo interesante es que la práctica del posteo no sólo crea y fomenta el debate, sino que también genera comunidades y una lógica de un trabajo participativo.

Como resultado de ello, la mayor parte de las personas que visitan Ecuaderno, el *weblog* del académico español José Luis Orihuela, lo hacen por la posibilidad de discutir, debatir y consultar a otros académicos que trabajan y están preocupados de los mismos temas.

Podríamos afirmar que ésa es la principal lógica del “*blogging*”, que se hace cargo de la necesidad que tienen grandes sectores de la sociedad de dar a conocer su realidad o su opinión. Basta con observar programas de televisión como “El Termómetro” de Chilevisión o “La pregunta interactiva” de La Red, para darnos cuenta de ello. Cabe recordar que el programa de radio más escuchado durante los años noventa y que llegó a casi 60 puntos de rating, siguió este mismo esquema.

La parte esencial de “El Chacotero Sentimental” de la radio Rock & Pop eran los llamados telefónicos. Su animador, el Rumpi, se limitaba a hacer algunas preguntas y a interrumpir a los participantes cuando decían garabatos o se salían de los márgenes de respeto que debían imperar en el programa.

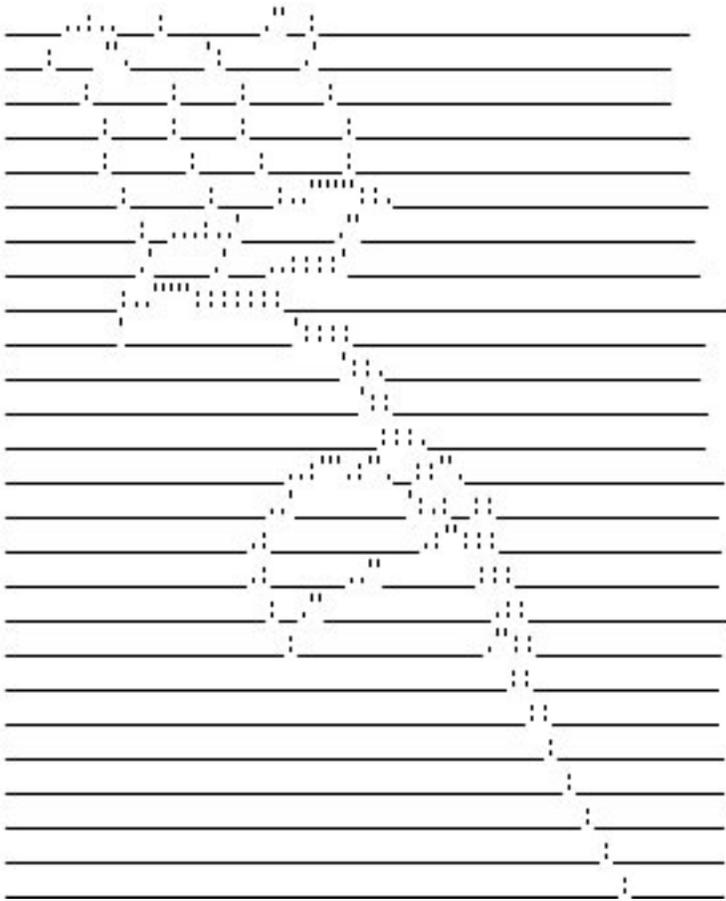
Tipo de weblogs

La cantidad de *weblogs* que existe es tan grande como su variedad temática, su tipología y la función comunicacional que cumplen. En primer lugar, debemos hacer la diferencia entre el *fotolog*, *weblog* y *podcast*.

Tal como lo dijimos anteriormente, el *weblog* está compuesto por artículos (textos) y por opiniones de los visitantes, que también están escritas.

En cambio, el *fotolog* está compuesto principalmente por imágenes. El autor sólo publica fotografías y los visitantes realizan comentarios sobre ellas. Un rasgo característico es que los posteos también siguen una lógica gráfica, a través de los emoticones (“caritas” que sirven para expresar estados de ánimos) y caligramas, como el que podemos observar en la ilustración N° 2.





El *podcast* sigue la misma lógica del *weblog*, pero cambia el formato escrito o gráfico, por el sonido. Podríamos definirlo como un *weblog* audible, que permite la transmisión de sonidos e incluso de videos a través de Internet. Estos “programas” pueden ser incluso bajados y escuchados en un *Ipod*.

Consideramos al *Podcast* como un tipo de *weblog*, porque mantiene la esencia de este: la posibilidad de que cualquier persona pueda difundir información a través de la web sin utilizar ningún hardware o software especializado para producir sitios web y utilizando servidores gratuitos.

Desde el punto de vista de la función que cumplen, los *weblogs* pueden ser clasificados como personales, periodísticos o de denuncia, académicos e ilegales.

Los *weblogs* personales son aquellos cuyo objetivo es dar a conocer la vida íntima del autor del sitio. Esto es muy común entre los *fotologs*, ya que más de un 70% está compuesto por gente que pone fotos de carácter personal. Incluso, la mayoría de ellas linda entre la pornografía blanda, dura y la abierta pedofilia.

Los *fotologs* fueron conocidos masivamente después de una denuncia que llegó a manos de la fiscalía de Iquique, a raíz de un sitio de este tipo que contenía fotos más que sugerentes de alumnas de primero medio y octavo básico, de un connotado colegio de monjas de la ciudad.

Si bien es cierto que el *fotolog* era abiertamente pedófilo (por la edad de las involucradas), las fotos fueron sacadas y subidas por las mismas alumnas del colegio. Eso rompe el esquema clásico de las redes de pedofilia, debido a que éstas se caracterizan por recurrir a engaños y toda clase de delitos para obligar a sus víctimas para posar desnudas.

Sólo este caso plantea una serie de problemas. El primero es el llamado efecto “casa de vidrio”, propio de la Sociedad de la Información. Según Castells, las TIC’s (Tecnologías de la Información y la Comunicación) tienen la capacidad para transparentar la vida privada de las personas, debido al proceso de recopilación, procesamiento y difusión de información.

Sin embargo, lo que observamos acá es algo muy parecido al *reality show*. Gubern afirma que vivimos de facto en una telecracia, en donde el poder gira en torno a los medios de comunicación y, en especial, a la televisión. Desde esa perspectiva, el *fotolog* lo que hace es suplir esa ansia de poder, por lo que no nos debe extrañar que jovencitas decidan subir fotos “subidas de tono”, porque saben que a través de ese mecanismo pueden obtener mayor notoriedad e, incluso, llegar a la televisión.

De esta manera, el *weblog* personal se convierte en especie de primo hermano del *reality show*, en donde lo que prima es el deseo expreso y consciente de exponer la intimidad, en donde además se busca la creación de la polémica.

Como podemos observar es la misma táctica utilizada por numerosos personajes de la farándula para aparecer en los medios. Gubern afirma que para formar parte de la telecracia lo que se necesita es un alto número de apariciones en la televisión, sin importar si el hecho por el que se hace noticia es positivo o negativo. Lo único que importa es aparecer en los medios. Eso es absolutamente coherente con la teoría de la *Agenda Setting*, desarrollada por McCombs.

Weblog académicos y periodísticos

Mientras tanto, los *weblogs* académicos tienen una finalidad bastante distinta. En su mayoría son utilizados por investigadores que desean mantenerse actualizados en la materia de su interés. Por una parte los obliga a escribir, investigar y reflexionar constantemente para mantener el sitio actualizado. Les permite mantener un diálogo con otros investigadores y académicos. Lo que se busca en ese caso es mantener un trabajo colaborativo.

Otro de los tipos de *weblogs* son los periodísticos o de denuncia. Son aquellos que cumplen una función periodística, al dar a conocer hechos y noticias, pero que en su mayoría de los casos no son mantenidos por periodistas. Son creados por personas que generalmente sienten un alto grado de desconfianza frente a los medios de comunicación tradicionales, porque según ellos forman parte de los mismos esquemas de poder. El elemento común que une a gran parte de estos *bloggers* es el deseo de dar a conocer o denunciar una realidad específica. En esos casos el *weblog* nace después que sus demandas o denuncias no fueron consideradas por los medios de comunicación.

Lo interesante de estos casos, es que reciben numerosos aportes (posteos) por parte de gente que siente lo mismo y que cree que la realidad que le toca vivir es “tapada” a propósito por los medios de comunicación tradicionales y por el poder político. Durante el último año en los Estados Unidos la mayoría de los escándalos políticos, han tenido su origen en denuncias realizadas a través de este tipo de *weblogs*.

En diciembre de 2004, Apple (uno de los mayores fabricantes de computadores a nivel mundial) puso una demanda en los tribunales de Santa Clara en contra de dos *weblogs*: AppleInsider y PowerPage. Caso que fue conocido como Apple versus Does. La multinacional acusó a los dos sitios de filtrar información al público sobre los nuevos productos que la multinacional estaba desarrollando.

Lo que busca Apple con la demanda es que los autores de los sitios identifiquen las fuentes al interior de la empresa que les dieron la información.

El debate judicial que se ha generado es si los *weblogs* deben o no estar protegidos por la Primera Enmienda y si los autores de este tipo de sitios tienen o no derecho a ampararse bajo el secreto profesional. La jurisprudencia que se cree a partir de este caso tendrá grandes consecuencias sobre la actividad periodística y más específicamente, sobre la deontología profesional.

Retornemos a la primera pregunta. ¿Deben los *weblogs* estar protegidos por la Primera Enmienda¹? O trasladándola a nuestra realidad, ¿deben los *weblogs* tener el amparo del derecho a la información?

Según el artículo N° 2 de la Ley de Prensa:

“Para todos los efectos legales, son medios de comunicación social aquellos aptos para transmitir, divulgar, difundir o propagar, en forma estable y periódica, textos, sonidos o imágenes destinados al público, cualesquiera sea el soporte o instrumento utilizado.”

Si analizamos la definición dada por la Ley 10.733, podremos percatarnos que los *weblogs* cumplen con todos los requisitos para ser considerados como medios de comunicación.

¹ “El Congreso no hará ninguna ley (...) que limite la libertad de expresión o de la prensa”.

Son aptos transmitir o difundir, textos, sonidos, imágenes e incluso videos al público general a través de la web y además lo hacen de manera estable y periódica.

Es más, si tomamos en cuenta que según Castells las TIC's actúan sobre el tiempo, haciendo que pierda su linealidad, debemos detenernos brevemente en este punto. El académico español afirma que el tiempo se vuelve "atemporal".

Loreto Corredoira aplica este concepto a la publicación en la web y lo desarrolla de una manera sencilla. En los medios de comunicación tradicionales se entiende que la publicación se produce cuando el programa es emitido (por la radio o la televisión) o cuando sale a la circulación un nuevo ejemplar (diarios o revistas). En tanto, la estabilidad y periodicidad se cumple cuando con regularidad son emitidos nuevos programas o ejemplares. Es decir, cuando en un lapso predefinido (diario, semanal o mensual) aparece un nuevo número a la circulación.

En el caso de la web, la publicación se produce en el instante en que el archivo es subido al servidor de alojamiento (*host*). Pero a diferencia de los medios tradicionales, no existe una simultaneidad entre la publicación y la "lectura" o conocimiento por parte de la audiencia. Sólo podemos ver un programa en vivo, en el mismo instante en que es transmitido por el medio de comunicación.

No obstante, eso no sucede en la web. No existe dicha simultaneidad, debido a que pueden pasar días o meses, antes que el usuario visite el archivo. Incluso este puede quedar almacenado casi a perpetuidad dentro de las copias caché de buscadores como Google o Alltheweb.

Por lo tanto, todo el material disponible en la web y por ende, en los *weblogs*, es más estable y periódico que los medios tradicionales.

Desde perspectiva legal, el *weblog* puede ser considerado como un medio de comunicación, más aún si consideramos que los legisladores chilenos tuvieron visión de futuro al dejar abierto el tema del soporte (... "cualesquiera sea el soporte o instrumento utilizado"). Entonces, podemos considerar al *weblog* como un medio de comunicación, que debe estar protegido por el derecho a la información.

Pero eso nos lleva hacia la diferencia que guardan con los medios de comunicación tradicionales. La principal diferencia es que los *weblogs* son creados y mantenidos por personas que no son periodistas. Asimismo quienes participan en ellos a través del posteo tampoco son profesionales de la comunicación, son personas comunes y corrientes.

Alguien podría decir que eso no debe extrañarnos, porque siempre han trabajado en los medios de comunicación personas que no son periodistas. Cabe recordar que el director de uno de los principales diarios del país, El Mercurio, es médico ginecólogo.

No obstante, la realidad que plantea el *weblog* es distinta. Pese a que estamos acostumbrados a ver en los medios a publicistas, ingenieros comerciales, abogados, modelos o simplemente, personajes de la farándula (sin más título que eso), siempre persiste un fin profesionalista. Es decir, es gente que vive de eso, de aparecer y trabajar en los medios de comunicación. No sucede lo mismo con los autores de los *weblogs*. Son personas que no viven de eso. Es una especie de *hobby*, pasatiempo o actividad anexa, porque no es remunerada.

Es lo mismo que comparar a un jugador de fútbol profesional, de Colo Colo o la Universidad de Chile, con uno amateur, de un club de barrio. Pero a diferencia de lo que ocurre en el fútbol, en donde el equipo amateur juega en canchas de tierra con poco público y sin cobertura periodística, el “*blogger*” juega a estadio lleno en el Nacional y con toda la prensa encima. Un *fotolog* modesto, que esté alojado dentro de *fotolog.cl*, tiene más visitantes que el total de la circulación a nivel nacional del diario La Nación. Un *weblog* exitoso puede llegar a tener más de 350 mil visitas diarias.

Recapitulando obtenemos lo siguiente. Un *weblog* es un medio de comunicación con una exposición o circulación igual o superior que los medios de comunicación tradicionales y que es realizado por personas aficionadas (*amateurs*, dentro del ámbito de las comunicaciones).

Pero todavía no podemos responder si este nuevo tipo de medio debe o no estar protegido por el derecho a la información. Si volvemos a la legislación chilena veremos derechos profesionales que están reservados a quienes la ley defina como periodistas. El artículo 5 de la Ley de Prensa es bastante claro al señalar que “son periodistas quienes estén en posesión del respectivo título universitario, reconocido válidamente en Chile, y aquellos a quienes la ley reconoce como tales”.

Si el caso Apple versus Doe se llevara a cabo en Chile, la sentencia sería clara. El autor de un *weblog* sólo podría tener derecho al secreto de la fuente si tuviera el título de periodista de una universidad reconocida por el Estado.

Hasta el momento, ese mismo razonamiento ha seguido los circuitos inferiores del distrito de Santa Clara. Un *weblog* no tendría protección de la Primera Enmienda porque no es realizado por un periodista “profesional”.

¿Podemos dar por finalizado el debate con esta respuesta? La ONG norteamericana, Electronic Frontier Foundation (EFF), afirma que los *bloggers* deben ser periodistas y los periodistas deben ser *bloggers*. Esta simple frase encierra una crítica profunda a la actividad periodística.

EFF aclara que los *bloggers* deben tener los mismos derechos y deberes que los periodistas. ¿Por qué los mismos derechos? Por una razón bien simple, porque la función que cumplen es idéntica a la de los periodistas y los medios de comunicación.

El *weblog* periodístico o de denuncia lo que hace es entregar a la opinión pública informaciones, que no forman parte de la agenda de los medios de comunicación. Si los periodistas se conciben a sí mismos como “perros guardianes” o *gatekeepers* de la democracia, los *bloggers* se definen como la voz de aquellos que no tienen los recursos, ni la influencia o poder político para llegar a la televisión y la prensa en general.

En los términos de José María Desantes, los *weblogs* cumplen con la función de informar a la opinión pública para que las personas puedan votar de manera informada.

De cierta manera, el *bloggin* es lo que ha buscado durante décadas el Nuevo Periodismo. Es la noticia pura, contada por sus propios protagonistas, sin las ataduras de las viejas fórmulas periodísticas. Esa es la razón por la que la EFF propugna que todo periodista debe ser un *blogger*.

Lo que hace el *weblog* de denuncia es hacerse cargo de las falencias del periodismo tradicional, sobre todo a la hora de definir su agenda. Desde 1996 hasta 1998 la Facultad de Comunicación de la Universidad Diego Portales realizó un análisis de contenido de todas las informaciones que aparecían en la prensa de circulación nacional. La gran conclusión a la que llegaron los investigadores después de todo ese proceso, fue que la agenda era idéntica en todos los diarios. Todos los periódicos, desde La Cuarta hasta El Mercurio, decían lo mismo. Lo único que variaba era el lenguaje y la línea editorial.

Las razones que llevaban a esta uniformidad radicaban en que la agenda de los medios era definida casi exclusivamente por las conferencias de prensa y los casos judiciales y policiales. Incluso había una correspondencia entre los casos policiales cubiertos y los datos dados a conocer por la oficina de comunicaciones de Carabineros.

Por lo tanto, lo único que hacen los *weblogs* es hacerse cargo de una serie de demandas no satisfechas por el periodismo tradicional.

Desde esta perspectiva, los *weblogs* deberían estar bajo el amparo del derecho a la información, y sus autores contar con los mismos derechos y deberes de los periodistas. Cabe recordar que tal como explica con claridad José María Desantes, el derecho a la información pertenece a todas las personas y el periodista actúa por delegación, debido a que no todas las personas tienen el tiempo, conocimientos, ni medios disponibles para investigar, recibir y difundir mensajes. Podríamos aventurar que cuando las personas tienen el tiempo, los medios y el conocimiento, esa delegación deja de tener sentido y el derecho a la información vuelve en plenitud a todas las personas.

¿Significa acaso el fin de la actividad periodística profesional? Cuando los mismos *bloggers* propugnan a los cuatro vientos esta realidad, se olvida que no hay derechos sin deberes.

Es aquí donde surgen los mayores problemas, que nos lleva a hablar sobre los *weblogs* ilegales. Estos son sitios que contienen pornografía dura, pedofilia, odio racial, terrorismo e incitación a la delincuencia y la violencia.

Gran parte de los *bloggers* cree que la libertad de expresión consiste en decir lo que se desee y cómo se desee. Uno de los casos recientes que es necesario analizar es el del *weblog* de Joseph Duncan, un norteamericano que fue arrestado bajo los cargos de violación de menores.

Tal como lo relata la revista electrónica Wired, este sitio se ha convertido en un verdadero campo de batalla entre quienes están a favor de este tipo de conductas y quienes han querido realizar un homenaje a sus víctimas. Incluso se ha dado el caso en que el FBI ha podido realizar arrestos, gracias a las pistas que de manera inconsciente algunos criminales han dejado en sus *weblogs*.

Eso nos lleva de vuelta a la pregunta de si deben o no estar protegidos por el derecho a la información. Claramente los únicos *weblogs* que deben ser protegidos por el derecho a la información son los periodísticos o de denuncia. Además es necesario que los *bloggers* sean conscientes no sólo de sus derechos, sino que también de los deberes asociados a la información.

A modo de conclusión

¿Estamos frente al fin del periodismo tal como lo conocemos? La respuesta es sí y no. No, porque la experiencia ha demostrado que un medio de comunicación no mata al resto. Es así como la radio no acabó con la prensa escrita; ni la televisión, con el cine y la radio.

Sí, porque la aparición de un nuevo medio conlleva un reajuste en las funciones cumplidas por cada medio de comunicación. En este caso el *weblog* necesariamente producirá modificaciones en el ejercicio del periodismo.

El primer gran cambio es la definición de periodista. No basta que la ley nos defina como tales a quienes tengamos un título otorgado por una universidad reconocida por el Estado.

La tecnología pone fin a la delegación exclusiva de los medios de comunicación y de los periodistas sobre la facultad de difundir del derecho a la información. Esta es una tendencia que se acentuará con el paso del tiempo, debido a que la tecnología hace cada vez más sencilla manipulación, edición y difusión de información.

El público no sólo tiene a su disposición *weblogs*. También tiene cámaras digitales de video y fotografía, *Ipods*, computadores, etc. Esta es una tendencia en la que no hay vuelta atrás.

El periodismo necesariamente debe reinventarse para hacerse cargo de los desafíos que impone la Sociedad de la Información. Debe incluirse dentro de los planes de estudio una formación tecnológica más sólida, porque de lo contrario los futuros periodistas se convertirán en analfabetos. Las TIC's hicieron desaparecer las barreras entre los técnicos y los encargados de los contenidos. La digitalización de la información, junto con la aparición de las interfaces gráficas, hicieron posibles que una sola persona esté encargada de la elaboración de los contenidos y su posterior edición. Esto ya es una realidad tanto en la prensa, radio y televisión.

Asimismo se requiere de una formación más centrada en los contenidos que en los medios en sí, tal como ocurre en la actualidad. La convergencia -otro fenómeno frente al que no hay vuelta atrás- borrará la clara distinción que aún persiste entre cada uno de los medios.

¿Y por qué debemos centrarnos en los contenidos? Porque allí está la principal lección que nos dejan los *weblogs* a nosotros los periodistas. Los medios de comunicación dejaron de ser la exclusividad de los periodistas y las empresas. La tecnología terminó la delegación y los devolvió a quienes pertenecen: a todas las personas.

Al contrario de lo pueda pensarse, no sucede lo mismo con los contenidos. Sólo un periodista profesional está comprometido con los derechos y deberes profesionales, con el deber de informar del que tan correctamente habla Desantes.