



UNIVERSIDAD DE CUENCA

RESUMEN

Por tratarse de un espacio electrónico que sirve para guardar información sea textos, imágenes o audios al blog se lo bautizó con otro nombre: bitácoras que consultando algunos diccionarios tiene el siguiente significado de armario fijo que lo utilizaban en las embarcaciones para guardar archivos.

Justamente esta capacidad de almacenamiento hace que este blog marque su historia, empezando allá por los años noventas, cuando Justin Hall, redactó el primer siendo estudiante de la Universidad de Swarthmore.

Este fue el inicio de todo un fenómeno llamado blogosfera que más tarde llamó la atención de los medios de comunicación tradicionales y escuelas de periodismo.

Entre los medios de comunicación también se despertó el interés por estas técnicas libres y gratuitas, porque los receptores cambiaron su actitud pasiva de meros receptores para convertirse en “periodistas digitales”, a través de sus blogs enlazados entre sí y a raíz de sucesos que marcaron la historia del mundo, en los cuales manifestaron con puntos de vista diferentes y ocultos por algunos medios de comunicación.

Con estos antecedentes se efectuó un medio de comunicación alternativo y analizando la falta de un espacio deportivo amateur, cree este blog, considerando otras características favorables para nuestra propuesta como la retroalimentación, la inmediatez y la interactividad.

Sobre una plantilla de blogger, se plasmará la propuesta para satisfacer las necesidades de este sector, subiendo a este espacio electrónico noticias de actualidad, encuestas, fotografías, entre otras opciones.

PALABRAS CLAVES

Blog, Red, Deportivo, Amateur, Electrónico, Blogosfera, Comunicación, Alternativo, Internet, periodismo

Autor: José Mosquera Baca



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ABSTRAC

This paper recognizes the importance of blogs as a journalistic proposal in city of Cuenca.

Through its history and evolution developed in this paper we define the advantages and disadvantages of this digital phenomenon, described by several authors.

The impact it has had this electronic space is such that even some newspapers have seen the need to fill these spaces through websites that comparison of the blogs have a domain. This is called media convergence.

Along with this concept was discussed other criteria, including: blogs as pate of our culture and blogs as a context or environment.

The project is to implement an electronic space for amateur athletes, following a previous study.

Generally, the mainstream media do not perform the respective coverage for these sports, focusing solely on elite sports.

To avoid this I decided to promote an "Amateur Sports Blog," which will be reflected in these athletes, based on his field studies in order to meet their expectations.

In order that the contents of our blog will become a purely journalistic work, we apply various techniques learned in the course of my college life. It is not a blog of the bunch.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

INDICE

Resumen de la Tesina

Abstrac

Introducción

Capítulo I: Breve historia y evolución del Blog

1.1 Breve historia y evolución del blog

1.1.1.1994- 2000

1.1.2 2000-2006

1.2 Evolución

 Tuba de Schramm

1.2.1 Dibujo de modelo vertical

1.2.2 Web 1.0, 2.0 y 3.0

1.3 Modelos de comunicación en las Eras

1.3.1 Era de la información registrada

1.3.2 Era de la información transmitida

1.3.3 Era de la información compartida

1.4 Periodismo 3.0

1.5 Ejes de la Cibercultura

1.5.1 Interactividad, hipertextualidad y conectividad

1.5.2 Nanoaudiencias en crecimiento

1.6 Tabla de características funcionales y sociales

1.7 Los medios despiertan

1.7.1 Periodistas y público juntos en un propósito común: informar

Autor: José Mosquera Baca



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1.7.2 Superusuarios

1.8 La Blogosfera

1.9 Blogocultura

Capítulo II: Características y Contenidos

2.1 Caracterización

2.2 Criterios de orden informacional: contenidos

2.2.1 Audioblogs

2.2.2 Fotoblogs

2.2.3 Moblogs

2.2.4 Videoblogs

2.3 Ventajas y desventajas

2.3.1 Mantenimiento

2.4 Estilo Periodístico

2.5 El estilo del Internet

Capítulo III: Propuesta de “Blog Deportivo Amateur”

3.1 Desarrollo del blog deportivo amateur

3.1.1 Investigación y justificación de blog

3.1.1.1 Foco de estudio: Gráficos

3.1.2 Formulario de encuesta

3.2 Propósito, formato y organización.

3.2.1 Etapas de elaboración

3.3 Modelo del portal

Conclusiones

Autor: José Mosquera Baca



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Glosario

Anexos

Indice

Autor: José Mosquera Baca



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Curso de Graduación de la Escuela de Comunicación Social

**ELABORACIÓN Y MANTENIMIENTO DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN
ALTERNATIVO EN CUENCA: BLOG DEPORTIVO “AMATEUR”**

**Trabajo Académico previo a la
obtención del Título de Licenciado en
Comunicación Social con mención en
Periodismo**

Autor:

José Reinaldo Mosquera Baca

Director:

Dr. Salvador Pesántez

Cuenca – Ecuador

2010



UNIVERSIDAD DE CUENCA

AUTORIA

Yo José Reinaldo Mosquera Baca, con cedula de identidad 010369624-1, al culminar esta Tesina con el título “Elaboración y mantenimiento de un medio de comunicación alternativo en Cuenca: Blog Deportivo Amateur”, me responsabilizo que este trabajo investigativo bibliográfico, es de mi absoluta responsabilidad.

Firma: -----

Autor: José Mosquera Baca



UNIVERSIDAD DE CUENCA

AGRADECIMIENTO

Primero reflexionar que sin la ayuda de Dios nada es posible, gracias por darme vida, salud y sabiduría (...)

No hubiera sido posible el desarrollo de este trabajo sin la ayuda de varias personas que siempre estuvieron en esos momentos de flaqueza –cuando todo parece que no tiene solución- diciéndome dale, papito, falta muy poco en el caso de mi hija María José; o nunca desmayes confiamos en ti como: mi esposa Jhoanna, mis padres César y Leonor o mis hermanos Gustavo (Paola-Mateo) y Diego.

Pero no solamente el apoyo del núcleo familiar es importante, se debe reconocer y ser gratos con los docentes que formaron parte de la vida universitaria, aquellos que me guiaron por la ruta del profesionalismo: Máster Fernando Ortiz, Máster Hugo Guillermo, Licenciada Martha Cardoso, Máster Diego Samaniego, Doctor Bolívar Avila y especialmente al Doctor Salvador Pesántez, quien estuvo presente desde el inicio y hasta la culminación de mi carrera.

También un agradecimiento especial a Diario El Mercurio por permitirme culminar mi carrera y trabajar.

A los amigos quienes estuvieron en las buenas y las malas.

A todos ellos no me queda más que decirles gracias por formar parte de mi vida...



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DEDICATORIA

A mi hija María José –la princesa rosada- lo mejor que me pudo pasar en la vida. Espero que cuando leas estas líneas sepas que fuiste y siempre serás mi inspiración para vencer los límites, alcanzar lo inalcanzable.

Pero nada de esto fuera posible si no tuviera además dos mujeres que han siempre han sabido comprenderme: mí amada y hermosa esposa Jhoanna y a mí adorada madre Leonor.

Porqué no también reconocer los valores inculcados por mi padre César, a manera de dedicatoria y la amistad que llevo con mis hermanos Gustavo (Paola-Mateo) y Diego.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

INTRODUCCIÓN

Las nuevas tecnologías de información y comunicación han originado que los receptores, anteriormente pasivos, tomen una actitud dinámica.

Pasaron de ser meros espectadores de los hechos históricos que marcaron el mundo para ser informantes, a través de varias herramientas de comunicación alternativas, diferentes a los medios de comunicación tradicionales.

De este modo nació el blog que he tenido tal impacto en el mundo que incluso se ha transformado en un fenómeno social, a través de la blogósfera, un espacio electrónico en el cual los diferentes blogueros comparten temas de interés.

Todas estas circunstancias han obligado a los medios de comunicación convencionales a encontrar un equilibrio entre ellos y la tecnología, mediante la convergencia, quizás un poco tarde pues muchos de sus receptores, llámese lectores, radioescuchas, televidentes, han quitado su confianza depositada en ellos, por no revelar, dar a media o esconder informaciones.

Es así que nace el periodismo Web 2,0 y el periodismo 3,0 (Aquí se ubican los blogs) donde se deja de lado todas estas limitaciones y los modelos comunicacionales verticales nada tienen que ver.

Por las razones apuntadas, surge el medio de comunicación alternativo “Blog Deportivo Amateur”, como un espacio nada convencional, dirigido a un sector que poco o nada se lo ha tomado en cuenta: los deportistas aficionados de Cuenca.



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

**ELABORACIÓN Y MANTENIMIENTO DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN
ALTERNATIVO EN CUENCA: BLOG DEPORTIVO “AMATEUR”**

CAPITULO

I

Breve historia y evolución del blog

Autor: José Mosquera Baca



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Breve historia y evolución del blog

Para empezar a desarrollar este tema, hace falta describir una breve historia del blog y es necesario definir la palabra bitácora que consultando algunos diccionarios dispone de varios sinónimos: brújula, compás, aguja, cuadrante.

Según la Real Academia de la Lengua, se define a bitácora como “(Del fr. bitacle, por habitacle). 1. f. Mar. Especie de armario, fijo a la cubierta e inmediato al timón, en que se pone la aguja de marear”¹

La necesidad de conocer el significado de este término pasa porque los diferentes autores lo utilizan en sus conceptos o teorías relacionados con los blogs.

Entonces una vez que tenemos claro el concepto de bitácora se lo relaciona con internet, redefiniéndolo como un espacio electrónico en el cual se puede subir (guardar) información junto a fotografías, videos, audios –aspectos que lo trataremos en los siguientes capítulos- que pueden ser visualizados o escuchados en internet, a través de la "navegación" digital.²

Al blog en primera instancia se lo conocía como bitácora porque se relacionaba con cuadernos guardados en un armario. Apuntes que se utilizaban en los barcos para relatar el desarrollo del viaje o datos de la vida del autor.

Después bitácora es relacionado por el término inglés “blog o weblog” provenientes de web o www (world-mundo wide-red web-sitio o red global mundial), que significa un sistema de hipertexto que utiliza Internet como su mecanismo de transporte o desde otro punto de vista, una forma gráfica de explorar Internet.

1994-2000

Según la página electrónica Enciclopedia Wikipedia, Justin Hall, es uno de los pioneros de los blogs; publican que “redactó su primer blog en 1994, cuando estudiaba en la Universidad de Swarthmore”.³

En estas líneas también se refiere sobre el interés que despertó este medio de comunicación a nivel colectivo, asegurando que entre el año 1994 y 2000 ya no se limitaban solamente al uso personal. “Los diarios en línea también creaban sus

¹ Real Academia de la Lengua. Internet www.rae.es/rae.html. Acceso 15 junio 2010

² Enciclopedia Wikipedia. Internet wwwes.wikipedia.org/wiki/Blog acceso 18 junio 2010

³ Enciclopedia Wikipedia. Internet wwwes.wikipedia.org/wiki/Blog acceso 18 junio 2010



UNIVERSIDAD DE CUENCA

espacios mediante su propio blog, siendo John Carmack, programador de juegos, uno de los primeros en utilizar este servicio para un fin periodístico mediante el protocolo Finger (proporciona información de los usuarios de una máquina, estén o no conectados en el momento de acceder al servicio)".⁴

Ahora generalmente los medios de comunicación tradicionales en su afán de sobrevivir a la convergencia entre lo digital y material (papel), han impulsado páginas webs que a diferencia de los blogs disponen de dominios, por ejemplo Diario El Mercurio, ha puesto a consideración de sus lectores www.elmercurio.com.ec con el objetivo de actualizarse en este mundo cada vez más tecnológico.

Cuando algo nuevo sale al mercado suele pasar que se vuelve curioso y a veces incomprensible, llegando a descubrirlo solamente manipulando. Los blogs "considerados anteriormente componentes actualizados de páginas webs", no fueron la excepción porque a raíz de su salida al mercado implicó soporte técnico especializado (...) no podía ser manipulados por cualquiera. "Durante este tiempo se facilitó la publicación, producción y mantenimiento de artículos en forma cronológica".⁵

2000–2006

Países desarrollados empiezan a mostrar su interés por estos espacios, Wikipedia indica que entre el 2000 y 2006, aparecen los primeros blogs norteamericanos que posteriormente llegarían a convertirse a "en verdaderos referentes de esta innovación, entre ellos el blog de Andrew Sullivan"⁶

Tal como era de esperarse el blog se expandía considerablemente, superando el inconveniente del soporte técnico especializado descrito anteriormente, pues a mi manera de analizar surgen los primeros manuales y además las escuelas de periodismo empiezan a interesarse por este fenómeno, a través de investigaciones. "El mismo año Jerome Armstrong y ex-socio Markos Moulitsas Zúniga, comenzó DailyKos, uno de los blogs con más tráfico de Internet que superó picos de hasta un millón de visitas diarias"⁷

Se sintió mucha simpatía por este espacio entre los cibernautas que llegaron a homenajear al blog en el 2006, fundando el "Día Internacional del Blog", luego que

⁴ Enciclopedia Wikipedia. Internet wwwes.wikipedia.org/wiki/Blog acceso 18 junio 2010

⁵ Enciclopedia Wikipedia. Internet wwwes.wikipedia.org/wiki/Blog acceso 18 junio 2010

⁶ Enciclopedia Wikipedia. Internet wwwes.wikipedia.org/wiki/Blog acceso 18 junio 2010

⁷ Enciclopedia Wikipedia. Internet wwwes.wikipedia.org/wiki/Blog acceso 18 junio 2010



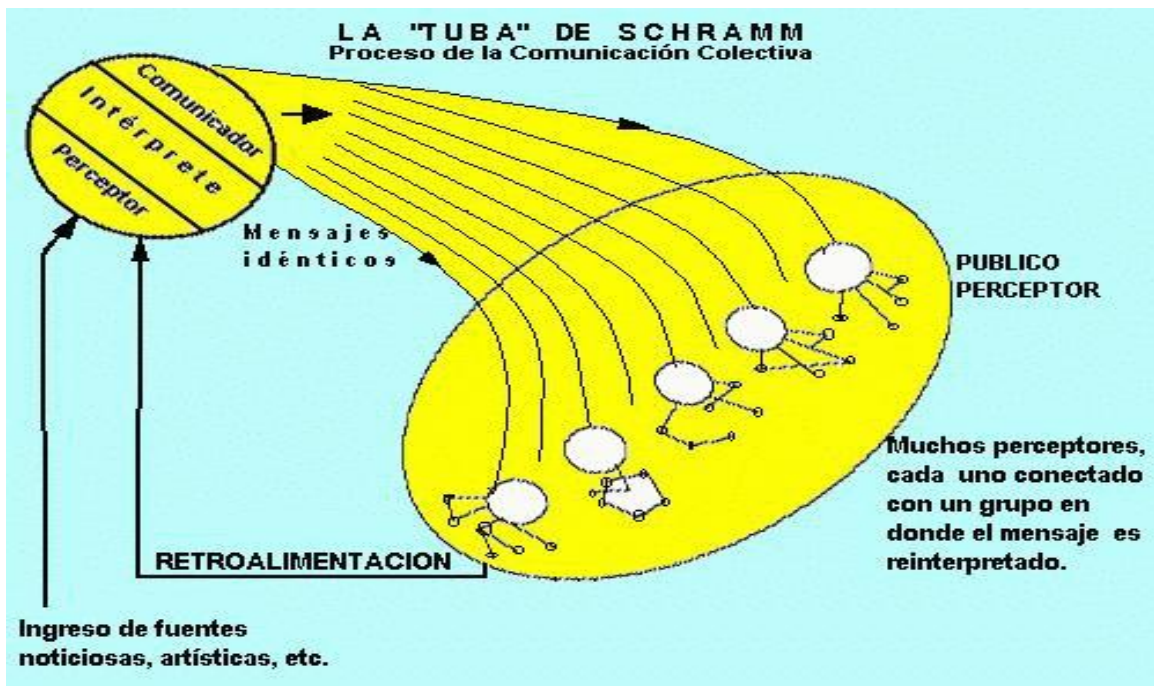
el israelí Nir Ofir, propuso el 31 de agosto como conmemoración. “Para celebrar en toda la red, pidió a los blogueros enviar invitaciones para que así los internautas dieran difusión a blogs mediante la reproducción de los mensajes”⁸

Evolución

En la reseña de Cristóbal Macías del libro de la Revolución de los Blogs de José Luis Orihuela, publicada en la revista “La sociedad del conocimiento se revela que desde 1999, internet o también conocido como “red de redes”, “ha sufrido un cambio lento pero inexorable al igual que los blogs”⁹

Macías resalta el punto de vista de Orihuela: blog como un espacio abierto a la colaboración o mensajes escritos por los visitantes, llegando a convertirse de esta manera en un auténtico modelo de comunicación horizontal.

Basándonos en la “Tuba de Ramm”, podemos analizar esta ventaja.



⁸ Internet www.marketingencasa.com/blog.html Acceso 16 junio 2010

⁹ Orihuela, José Luis “La Revolución de los blogs”: cuando las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente, Madrid: La Esfera de los Libros, 2006; Materias: Prensa electrónica, redes sociales. Acceso 16 junio 2010

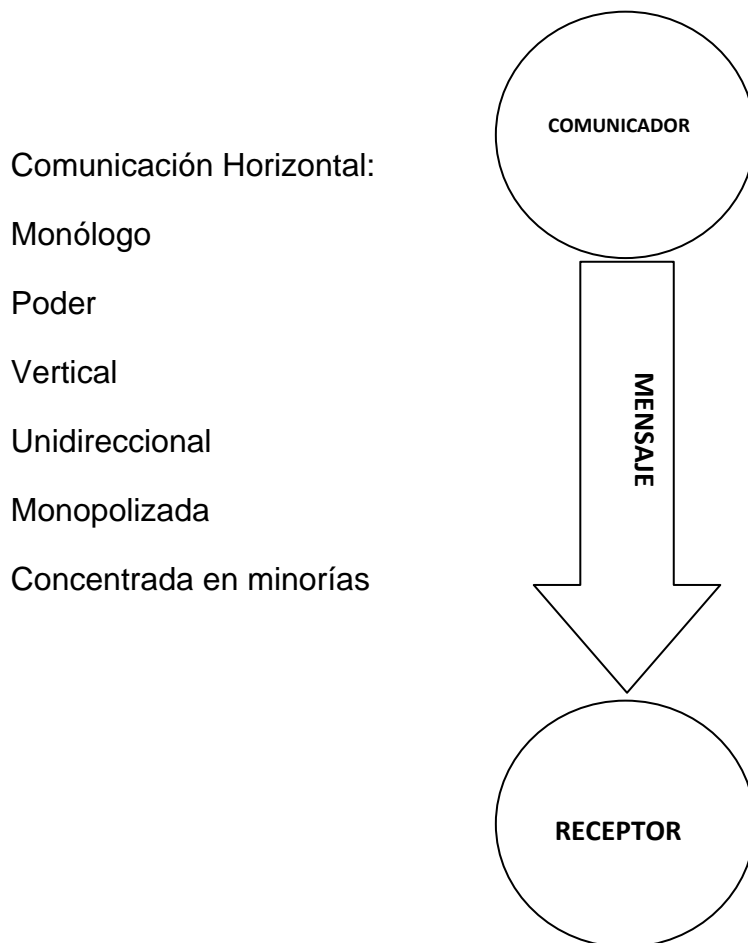


UNIVERSIDAD DE CUENCA

En este gráfico observamos que los blogs forman parte del proceso de los medios de comunicación colectiva, propuesto por Schramm, pues cada uno de los visitantes de este espacio electrónico tiene un grupo en el cual replica el mensaje a través de la retroalimentación.

Concluimos que la comunicación inicialmente nace del emisor (medios de comunicación convencionales) que emite un mensaje por medio de un canal, pero generalmente nunca existe retroalimentación. Por citar un ejemplo “Diario El Mercurio” de Cuenca, antes servía a la comunidad únicamente a través del periódico impreso, presentando las noticias de algún acontecimiento, sin embargo no disponía de un espacio para aprobar o criticar tal o cual noticia, como lo señaló Nancy Negrete, editora de la página web de este medio de comunicación, convirtiéndose netamente en un modelo vertical como lo podemos ver a continuación. “La necesidad de contar con este espacio era evidente, las tecnologías así lo exigían, o debíamos quedarnos al margen”, señaló Negrete.

DIBUJO DE MODELO VERTICAL



Autor: José Mosquera Baca



Con algunos cambios en la era digital nacen nuevas formas de comunicación textual, según Macías partiendo del modelo horizontal: escritor-editor-librero-consumidor final.

“El nuevo modelo está basado en la retroalimentación en las que los roles del escritor y lector se intercambian (...) Ha desaparecido la torre de marfil en la que muchos creadores se alojan para escribir sus obras, mientras que el lector se ve invitado a esa torre, comenta y critica las creaciones, pero a la vez se ve criticado por el autor u otros lectores, con el gran enriquecimiento cultural que esto supone”¹⁰

El autor señala que mediante la libre publicación se fortalece la cultura. Hago un paréntesis en este punto porque algunas veces estos espacios son censurados en los medios de comunicación tradicionales. Muchas veces salimos a reportear: investigamos o recogemos datos que después lo plasmamos con nuestra “pluma”; después el Editor -muchas de las veces contagiados con una visión o ideología parecida o igual a la de los dueños- decide qué hacer con la noticia: cortarla o simplemente no publicarla. ¿Entonces es necesario preguntarse se está haciendo un periodismo libre e independiente? (...)

Web 1.0, 2.0 y 3.0

Por las razones expuestas en líneas anteriores, es necesario definir los conceptos de web 1.0, 2.0 y 3.0. Para explicarlos partamos desde web 1.0, considerado como un modelo vertical que define claramente a los proveedores de contenidos y a los usuarios de estos (emisor-receptor), ignorando por completo a la interacción, sin ninguna tipo de preocupación por la audiencia.

Para conocer el concepto de web 2.0, citaremos el libro de Castañeda Quintero, L. (2007) “Software social para la escuela 2.0: más allá de los Blogs y las Wikis”, desde una perspectiva de presentada por el Grupo de Investigación de Tecnología Educativa (GITE), Universidad de Murcia Facultad de Educación Campus Universitario de Espinardo 30100 Murcia, que subraya a web 2.0, como un

¹⁰ Orihuela, José Luis “La Revolución de los blogs”: cuando las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente, Madrid: La Esfera de los Libros, 2006; Materias: Prensa electrónica, redes sociales. Acceso 16 junio 2010



UNIVERSIDAD DE CUENCA

“Software Social”, término acuñado en el 2004 por Dale Dougherty, vicepresidente de la compañía O’Reilly Media Inc. (O’Reilly, 2005).¹¹

Pero ¿Qué significado tiene o a que hace referencia Software Social?, Castañeda dice que son tecnologías que facilitan la conexión social para que “todos y cada uno de los usuarios añadan y editen la información (Anderson, 2007:6), es decir que tendremos una audiencia que observará, valorará y criticará nuestro trabajo”¹²

Entonces se puede estimar que “Software Social”, origina participación entre los usuarios que aportan información y paralelamente cimentan la fuerza de las “masas” (llámese así por sus lineamientos de poder y no por considerarlos inferiores). “Sin embargo no constituyen una innovación tecnológica de facto o de hecho, sino que tienen un contexto más filosófico. Como diría Sáez Vacas (2004), no se trata de una nueva Internet, sino de un Nuevo Entorno Tecnosocial”¹³

La expansión de Web 2.0 permite múltiples posibilidades a la hora de comunicarnos. “En este ámbito específico y como consecuencia del surgimiento de nuevos modelos de relación on-line entre personas con intereses similares, empezamos a poner mayor atención a la repercusión de los aprendizajes formales e informales en red (Breukeretal. 2006); hablamos de modelos de enseñanza–aprendizaje y aprendizaje autónomo con un solo “click” que desdibujen aún más las paredes de nuestras instituciones educativas tradicionales en modelos más colaborativos, abiertos y de construcción compartida”¹⁴

Esta comunicación junto con los avances tecnológicos van de la mano desencadenando así varios modelos que van “desde unidireccionales y masificados (editoriales), intercambio, información; pasando por modelos de distribución masiva de la información (mass-media), hasta llegar a propuestas de intercambio más personalizadas en los que la persona deja de ser un mero espectador de la construcción del conocimiento y pasa a convertirse en actor principal y protagonista del mismo”¹⁵.

¹¹ Castañeda Quintero, L. (2007) “Software social para la escuela 2.0: más allá de los Blogs y las Wikis” En Inclusión Digital en la Educación Superior: Desafíos y oportunidades en la sociedad de la Información. Acceso 18 junio 2010

¹² Castañeda Quintero, L. (2007) “Software social para la escuela 2.0: más allá de los Blogs y las Wikis” En Inclusión Digital en la Educación Superior: Desafíos y oportunidades en la sociedad de la Información. Acceso 18 junio 2010

¹³ Castañeda Quintero, L. (2007) “Software social para la escuela 2.0: más allá de los Blogs y las Wikis” En Inclusión Digital en la Educación Superior: Desafíos y oportunidades en la sociedad de la Información. Acceso 18 junio 2010

¹⁴ Castañeda Quintero, L. (2007) “Software social para la escuela 2.0: más allá de los Blogs y las Wikis” En Inclusión Digital en la Educación Superior: Desafíos y oportunidades en la sociedad de la Información. Acceso 18 junio 2010

¹⁵ Castañeda Quintero, L. (2007) “Software social para la escuela 2.0: más allá de los Blogs y las Wikis” En Inclusión Digital en la Educación Superior: Desafíos y oportunidades en la sociedad de la Información. Acceso 18 junio 2010



Entre estos modelos el libro “Software social para la escuela 2.0: más allá de los Blogs y las Wikis”, propone los siguientes:

Fig 1. Modelo de comunicación en la “Era de la información registrada”: el registrador (emisor) controla la información que distribuye entre algunos “elegidos” que a su vez distribuyen la información.

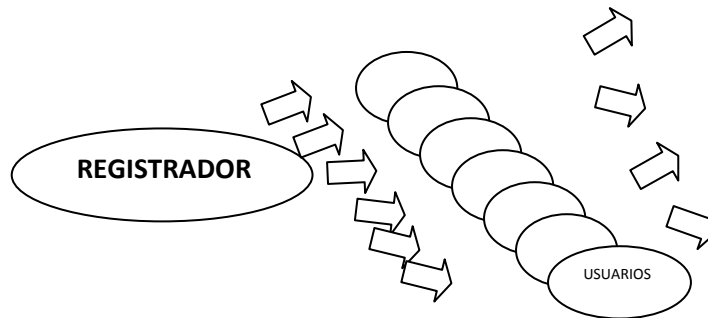


Fig 2. Modelo de comunicación para la “Era de la información transmitida”: el usuario es el único vínculo de información con el trasmisor, que distribuye la información de la misma manera para todos los usuarios.

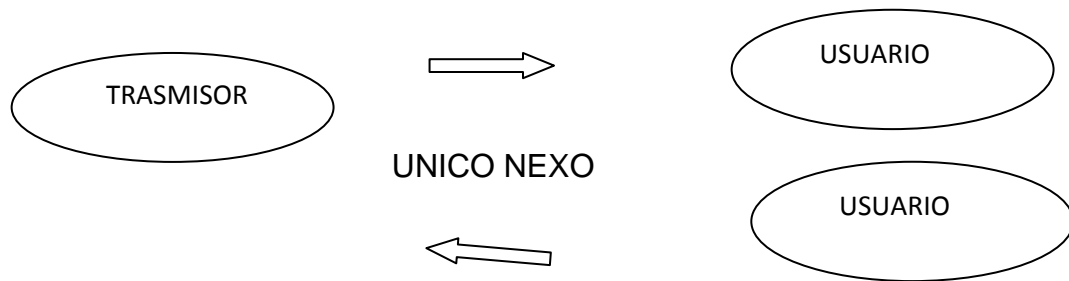
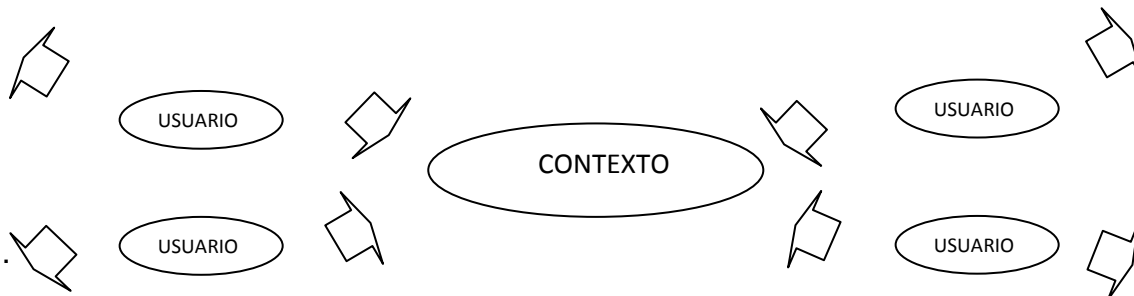


Fig 3 Modelo de comunicación para la “Era de la información compartida”. Cada usuario decide lo que quiere, la dirección en la que se mueve la información, participa y tiene como fuente de información a su contexto. ¹⁶



¹⁶ Castañeda Quintero, L. (2007) “Software social para la escuela 2.0: más allá de los Blogs y las Wikis” En Inclusión Digital en la Educación Superior: Desafíos y oportunidades en la sociedad de la Información. Acceso 18 junio 2010



Periodismo 3.0

Pero la evolución no se estanca con la deficiencia de 2.0, rompe límites y eso se justifica teóricamente en el texto de Varela “Blogs vs. MSM Periodismo 3.0”. Aquí explica que los blogs, “agitadores y promotores de la movilización”, aparecieron junto a la necesidad de expresarse ante hechos trascendentales en la historia de la humanidad, como en el aquel pasaje histórico inmemorable en mi mente el ataque terrorista a Las Torres Gemelas, el 11 septiembre de 2001, donde fallecieron muchas personas -incluso algunos compatriotas.

O como otro hecho que igualmente Castañeda señala, cuando el 7 de julio de 2005, Londres, sufrió un ataque terrorista. “Los grandes diarios canalizaron a través de sus páginas y sus ediciones digitales el dolor, la frustración y preguntas de los afectados representados en diferentes espacios de Internet”.

Pasajes como estos similares a los que trae la dirección electrónica <http://www.lanacion.com> que entre otros hechos, trae a la memoria colectiva – generalmente muy frágil- el 20 de marzo de 2003, la invasión de las tropas norteamericanas a Irak -desde mi punto de vista aún injustificada por el imperio gringo- convirtieron a los blogs en fuente informativa alternativa. “Aquí los blogs salieron a competir en las ligas mayores de la información. Ante la sospecha de que los medios tradicionales ocultaban la verdad o la manipulaban, hubo soldados, ciudadanos comunes e incluso corresponsales de guerra que se lanzaron a dar sus versiones de los hechos en los weblogs. El público los leyó con voracidad y los medios tradicionales se pusieron en guardia”¹⁷.

Pero las réplicas empezaron a llegar, según [lanacion.com](http://www.lanacion.com) Kevin Sites, corresponsal de la CNN en Irak, una vez “que la cadena televisiva le exigió que suspendiera sus posts preocupada por el contenido crítico de sus textos. El reportero cerró el blog durante siete meses, al cabo de los cuales abandonó la CNN y regresó a Irak como enviado de la cadena NBC, previo acuerdo de que mantendría vigente el blog. En noviembre de 2004 captó la imagen del iraquí rematado en la mezquita de Faluya que obligó a los Estados Unidos a investigar si se habían cometido crímenes de guerra”¹⁸.

Con estos antecedentes en este artículo se cuestiona el perfil periodístico, planteando interrogantes puntuales: ¿Bastará con volcar textos y fotos en la web para ejercer el oficio periodístico? ¿Cumplirán los blogs el papel de los medios, el

¹⁷ Internet www.lanacion.com. Acceso 19 junio 2010

¹⁸ Varela Juan “Blogs vs. MSM Periodismo 3.0” Acceso 22 junio 2010 Interactividad, hipertextualidad y conectividad



UNIVERSIDAD DE CUENCA

de formadores de opinión? ¿Tendrá razón el sociólogo Luis Alberto Quevedo, director del Proyecto Comunicación y miembro del Consejo Académico de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), cuando califica al blog como una ilusión propia de ese territorio virtual donde la libertad es ley generándose la expectativa de que los lectores de los medios se puedan transformar en periodistas? (...)

Esto sobre los periodistas, pero en cuanto a los medios de comunicación, Juan Varela en su obra *Blogs vs. MSM Periodismo 3.0*, sostiene que “Los diarios han aceptado el Periodismo 3.0, por la crisis de difusión y credibilidad que padecen”⁸, A esto se adhiere otro punto a favor: la velocidad con la que se multiplican los blogs (según la Agencia Francesa de Prensa (AFP), cada segundo se crea uno nuevo, sin embargo varios de ellos son actualizados de vez en cuando y otros abandonados por sus creadores inmediatamente, no así los medios de comunicación tradicionales, en cuanto a continuidad informativa, se refiere).

Por otra parte los ciudadanos se han convertido en activos expectantes y guardianes de los medios de comunicación. “El público ya no confía en el poder y la imparcialidad de la prensa (...) que está llamada a ser objetiva –al menos piden que se aplique la ética aprendida en clases- en todo caso, como: los falsos registros militares de George W. Bush; el ex jefe de noticias de la CNN Eason Jordan y sus críticas al comportamiento del ejército norteamericano en Irak o el escándalo de las acusaciones racistas del senador Tren Lott no son únicos”¹⁹.

En cambio los blogueros se han erigido en vigilantes del periodismo y los medios en la “Red Mundial Viva”, la Web Semántica. Varela, comparte que “los ciudadanos se han apropiado de la información periodística a través de los medios sociales. La crisis de credibilidad de la prensa tradicional, el cuestionamiento de la objetividad y la aparición de herramientas digitales accesibles a todos convierten el periodismo en una conversación de la que los ciudadanos más activos no quieren estar ausentes destacando los siguientes puntos:

- Los ciudadanos irrumpen en el espacio público para informar directamente o comentar informaciones.
- Rebajan la intermediación de los medios de comunicación tradicionales al contactar directamente con las fuentes y los hechos a través de testimonios

¹⁹ Varela Juan “Blogs vs. MSM Periodismo 3.0”. Acceso 22 junio 2010 Interactividad, hipertextualidad y conectividad



UNIVERSIDAD DE CUENCA

directos y documentos. Se rebelan contra la autoridad profesional y la sustituyen por el criterio social en red.

- Rechazan la concepción tradicional de la objetividad.
- Sustituyen el patrón unidireccional de la comunicación de masas por un nuevo patrón interactivo y en movimiento de “muchos a muchos”.
- La información se convierte en una conversación durante la cual cambia el mensaje y con un alto grado de comunicación interpersonal.

Lo anotado anteriormente concibe tres ejes fundamentales: la interactividad, hipertextualidad y conectividad, estimado por Derrick de Kerckhove.

Define a la interactividad “como la relación entre la persona y el entorno digital definido por el hardware que los conecta a los dos, convirtiéndose en un campo verdadero campo de investigación”²⁰

Posteriormente cuenta que la hipertextualidad es “el acceso interactivo a cualquier cosa desde cualquier parte, es la nueva condición de almacenamiento y la entrega de contenidos”.

De alguna manera la hipertextualidad cambia los contenidos en forma de datos como música, canciones, videos, grabaciones, reemplazando los métodos más tradicionales de entregar noticias: periódicos, noticiarios, programas, etc.

También tiene sus riesgos el hipertexto. En mi infancia he jugado al teléfono dañado (...) juego en el cual el mensaje llega distorsionado, algo así define el autor define al hipertexto. “Después de liberar un mensaje este se vuelve inestable y elástico, porque el usuario cumple tareas propias de edición: el texto además de ser leído puede ser continuado, corregido, modificado, en suma re-escrito y re-leído o versionado en múltiples formatos, originando además una nueva sociedad “Lego-Lectores” o receptores-creadores-continuadores de mundos que no aguardan de forma pasiva sino que intervienen en la difusión del mensaje”²¹

Finalmente conceptualiza a la conectividad como “la necesidad-deseo-posibilidad de lo colaborativo, potenciado hoy por la tecnología que tienen en la red. Es evidente que internet hace explícita y tangible esta condición natural de interacción humana (...) los internautas no solo se descargan libros, música o películas, sino

²⁰ Gillmor, Dan. Libro “Lectura y Medios de Comunicación” pg. 36 -41

²¹ Gillmor, Dan “Libro Lectura y Medios de Comunicación” pg. 36 -41



UNIVERSIDAD DE CUENCA

que están lanzando incluso a difundir sus propias ideas en formatos variados de comunicación de igual a igual (aficionados a una temática)”²²

Nanoaudiencias en crecimiento

Los medios personales y sociales tienen sus audiencias “disminuidas”, pero algunos tienen más seguidores que algunas revistas digitales y ediciones de algunos diarios. La web se ha convertido en una conversación viva, atractiva, el público deserta de los medios tradicionales.

“«Las noticias son producidas por gente normal que tiene algo que decir y mostrar. Ya no son sólo difundidas por los medios oficiales, que han decidido tradicionalmente cómo será el primer esbozo de la historia», así explica el fenómeno Dan Gillmor, periodista, bloguero y profeta del Periodismo 3.0”²³

Este texto además se refiere sobre el dinamismo e interactividad que disponen los medios de comunicación pertenecientes a la web 2.0 que antes detallamos, incluso se puede proponer un foro.

Dentro del mismo libro “Lectura y Medios de Comunicación”, existe un capítulo escrito por Alberto Martos García de la Universidad de Extremadura que trata sobre un término acuñado por Alvin Toffler, sostiene que los cambios culturales de la sociedad originan un ciberespacio, cibercultura e incluso un ciberciudadano que reclama sus derechos frente a la visión convencional.

De esta corriente surge que el desarrollo de nuevos medios de comunicación posibilita mayores grados de interactividad y motivación a los usuarios.

²² Gillmor, Dan “Libro Lectura y Medios de Comunicación” pg. 36 -41

²³ Gillmor, Dan “Libro Lectura y Medios de Comunicación” pg. 36 -41



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla de las características funcionales y sociales de los medios de comunicación.

Medios de comunicación	Tipo de difusión	Modalidad de uso	Actitud de usuarios	Interactividad	Motivación usuarios
Prensa	Uno a muchos	individual	Activa (lector)	Muy baja	Información estado de opinión
Radio	Uno a muchos	Individual y colectivo	Pasiva (oyente)	Baja a media	Entretenimiento información
Televisión	Uno a muchos	Individual y colectivo	Pasiva (Telespectador)	Baja a media	Entretenimiento información
Internet	Todos	Individual	Activa (Internauta)	Muy alta	Comunicación Información Ocio/Transacción

Los medios despiertan

Ante estas teorías, algunos medios tratan de subirse a este tren tecnológico para no quedarse rezagados. Castañeda cita algunos ejemplos:

ElMundo.es o InformativosTelecinco.com emplean los blogs como formatos de cobertura habituales. Los utilizan como medios de nicho, apoyándose en su facilidad de publicación y actualización, el uso del hipertexto y la interactividad.

The Spokesman Review es uno de los diarios que más ha avanzado en fomentar la participación de los ciudadanos. A través de un blog, Daily Briefing, traslada y explica a los lectores las decisiones de los consejos de redacción. En otro, News as a Conversation, cinco ciudadanos discuten las decisiones del diario con el público. Y, por si fuera poco, en Ask the Editors, los responsables del diario contestan directamente a las preguntas de los ciudadanos.

El Greensboro News-Record comenzó a pensar en 2004 en cambiar su presencia en la Web, donde ya usaba con profusión los blogs y otras formas de socializar la información, para convertir su sitio en un auténtico medio social.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Lex Alexander, encargado del proyecto, explica la intención: «Fortalecer la relación entre el diario y la comunidad». Y el director, John Robinson, declaraba en su blog que la transformación no era una «rebelión, sino más bien sentido común». Robinson argumenta: «Blogueros y periódicos quieren básicamente lo mismo: contar a la gente las noticias»²⁴

Periodistas y público juntos en un propósito común: informar

No solamente en la Copa del Mundo de Fútbol que ahora vivimos, se trata de ser el mejor (...) por naturaleza humana las personas quieren destacarse, esta fase psicológica también la podemos apreciar entre los blogueros, quienes quieren convertirse en el “bloguero del año”, captando más y más seguidores.

Esta competencia es sana porque exige “luchar” por los lectores, mejorando en la redacción y por ende en la información, sin perder la labor de intermediación entre fuentes y público.

Asimismo debemos tener presente que la navegación por contenidos cambia el criterio de la credibilidad, pasando de lo individual al criterio social a través del hipertexto. Cuantos más enlaces veraces mayor credibilidad.

Los blogueros más respetados son los más transparentes y los que citan las mejores fuentes, mediante el hipertexto.

Superusuarios

Castañeda, precisa un nuevo concepto recogido para este estudio: superusuarios que desde su perspectiva son “ciberciudadanos consumidores intensivos de información multimedia; expertos en el uso de los medios o herramientas sociales, capaces de comunicarse, actuar y liderar comunidades virtuales para crear estados de opinión, además de promover la movilización social”.

Aparte deduce que la información multimedia es cada vez más accesible. “En un mundo saturado de medios e información, la comunicación interpersonal se consolida como la más influyente, según los estudios de Uso Simultáneo de Medios: los usuarios multimedia consumen televisión, diarios, radio e Internet, al tiempo que hablan por teléfono o escriben correos electrónicos. Un 70 por ciento de la audiencia consume varios medios a la vez”.

²⁴ Castañeda Quintero, L. (2007) “Software social para la escuela 2.0: más allá de los Blogs y las Wikis” En Inclusión Digital en la Educación Superior: Desafíos y oportunidades en la sociedad de la Información.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Para reforzar esta tesis Castañeda, se vale cifras: La audiencia de los diarios digitales creció en 2004 un 32 por ciento y registra un aumento de un 350 por ciento en los últimos cinco años. La tendencia al aumento del consumo de información y noticias en la Web es imparable.

Sobre el mismo tema de superusuarios, Cristóbal Macías, además aporta que Orihuela divide a los visitantes de blogs en tres grupos: turistas (lectores no habituales que dejan comentarios sin valor y preguntas sin sentido); la parroquia (lector fiel que sigue los post publicados y comentarios) y los surfers que llegan desde un enlace sabiendo lo que quieren.

La “Blogosfera”

El libro “Anatomía de los blogs. La jerarquía de lo visible” del autor Adolfo Estalella, define a la blogósfera como un espacio abierto en el que “cualquiera puede participar, pero no todos tienen la misma visibilidad”²⁵

Un percepción muy sesuda porque estimo que todos los seres humanos tienen su tendencia, bien de izquierda o derecha, blanco o negro, agua o aceite (...) si enfoco un tema en mi blog, ese punto de vista puede ser bien visto o no por los lectores.

Este mecanismo permite que los criterios individuales de la blogosfera sobresalgan y destaquen en el vasto espacio informacional de Internet, creado a partir de las comunidades de interés que unen a los bloggers, motivando al intercambio de experiencias más vivas y dinámicas que contribuirá a resolver cuestionamientos y evacuar dudas temores que alguna vez se ha planteado a compartir temas con otros.

En síntesis:

El blogger establece un diálogo deslocalizado mediante el uso de hiperenlaces

Los bloggers quieren ser vistos, oídos, referenciados.

Los hiperenlaces guardan la memoria de la blogosfera

²⁵ A Estalella, Adolfo. “Anatomía de los blogs. La jerarquía de lo visible”. Internet. Acceso 28 de abril 2010.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Hiperenlaces, la sustancia de la blogosfera

Al igual que el universo la blogosfera es un espacio infinito, a comparación de otros servicios de Internet como: un correo electrónico, etc. Este particular obliga a que los autores usen diferentes tipos de referencias e hiperenlaces “con distintas funciones como dar crédito a las fuentes de las que se obtiene la información, una forma de reconocimiento o un mecanismo para mantener diálogos”²⁶ ²⁶

Por tal razón esta revista da mucha importancia a los hiperenlaces. “Ante la falta de límites que limiten el espacio de comunicación y las posibilidades de interacción, los hiperenlaces son el medio con el que los bloggers construyen una interacción hecha de referencias y conversaciones con otros bloggers y con sus lectores. Los hiperenlaces que apuntan hacia un blog son la forma que su autor tiene de ser leído, ser escuchado, ser visto, y esto es fundamental para mantener la motivación de su actividad y para sostener la dinámica de la blogosfera” ²⁷

“El blog es un nudo en el ciberespacio entre un autor y sus lectores, entre un blog y otros blogs. En un blog se deben considerar dos dimensiones: la individual y la relacionalidad” ²⁸

¿Blogocultura?

La blogosfera genera un ámbito cultural con entidad propia. Destaca la voluntad de compartir, lo cual necesita de cierta interactividad, la posibilidad de contribuir y de conocer la opinión de los demás. “Se trata de una comunidad convencida de la universalidad del conocimiento, que vive de forma entusiasta la globalización de la sociedad a la que pertenece y además es rebelde ante el modelo de difusión imperante en los medios de comunicación tradicionales y demanda el acceso a fuentes de información plurales y participativas” ²⁹

Sus miembros viven la cultura de la velocidad, inmersos en un sistema dominado por la economía de la atención. Ven el entorno ciberespacial como un ámbito más de su vida.

²⁶ Castañeda Quintero, L. (2007) “Software social para la escuela 2.0: más allá de los Blogs y las Wikis” En Inclusión Digital en la Educación Superior: Desafíos y oportunidades en la sociedad de la Información. 18 junio 2010

²⁷ A Estalella, Adolfo. Libro “Anatomía de los blogs. La jerarquía de lo visible” acceso 23 junio 2010

²⁸ A Estalella, Adolfo. Libro “Anatomía de los blogs. La jerarquía de lo visible”. Internet. Acceso 28 de junio 2010.

²⁹ Revista TELOS Un tutorial sobre <i>blogs</i>.
El abecé del universo <http://www.campusred.net> 1... 12 de 20
24/02/2009 16:46



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Hay una manera de escribir en los blogs, diferente de la literaria o la periodística, condicionada por la hipertextualidad e inmediatez propias del medio. Existe un código compartido: se ha creado una especie de jerga propia (blogslang).

Las normas de esa comunidad no están escritas en forma de leyes. Las sanciones que las refuerzan son, en su mayor parte incluidas.

“El subsistema sociológico se apoya en un subsistema tecnológico que integra gran cantidad de herramientas (un concepto tomado de la ingeniería del software) impulsando la innovación de usuario, que se lleva a cabo en un entorno distribuido en red y proporcionando una representación fiel del entorno social de cada individuo en el ciberespacio, extendiéndolo de forma natural a un ámbito (ciber) social”³⁰

³⁰ Varela Juan “Blogs vs. MSM Periodismo 3.0” Acceso 22 junio 2010



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ELABORACIÓN Y MANTENIMIENTO DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVO EN CUENCA: BLOG DEPORTIVO “AMATEUR”

CAPITULO

II

Características y contenidos



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Los aspectos técnicos

Caracterización

Un blog organiza en orden cronológico inverso sus contenidos, apareciendo en primero los más recientes.

El contenido evoluciona, dando cabida a elementos cada vez más ricos, estructurados en bloques apuntes, entradas, anotaciones o otros posts (contenidos) de audio o vídeo para descarga o reproducción de imágenes.

“La presencia de esos enlaces ha sido considerada la característica clave, puesto que resulta fundamental para la existencia de las conversaciones que facilitan la construcción de conexiones sociales significativas o comunidades virtuales alrededor de cualquier tema de interés»³¹³¹

Las plataformas prácticamente son automatizadas como las que propone Blogger, haciendo que el usuario disponga de los elementos mínimos funcionales, entre ellos un espacio para publicar en la Web o para disponer de los archivos o listas de enlaces (blogroll) que utiliza el bloguero para recomendar algunas fuentes utilizadas.

También se puede encontrar una marca de tiempo (indicando la fecha y hora que se publicó la entrada), un permalink (enlace permanente), entre los más importantes.

El permalink –permanent link– resulta fundamental para el dinamismo de la blogosfera. Se trata de una dirección única, generada por la propia plataforma, para cada una de las entradas. Esto hace que cada uno de los posts tengan identidad propia (como página web) y pueda ser referenciado desde cualquier otro sitio.

Dejar comentarios en las entradas también es otra característica de los blogs.

³¹ Revista TELOS Un tutorial sobre blogs. El abecé del universo www.campusred.net. 1... 5 de 20 24/02/2010 16:46



Criterios de orden informacional: contenidos

Los blogs nos llevan a aplicar herramientas multimedia. “Aquí se puede distinguir los audioblogs, fotoblogs, moblogs o videoblogs”³²

Audioblogs

En los blogs se pueden generar contenidos de audio: música, grabaciones, etc puesta a disposición de los blogueros para que puedan descargarlos a un dispositivo reproductor o para su reproducción directa.

Entre los formatos utilizados se encuentran: MP3, iPod de Apple.

Fotoblogs

Los posts consisten en imágenes y comentarios asociados, se puede aplicar el programa Flickr –todo un fenómeno (ciber) social– ha llevado la práctica de compartir fotografías.

Moblogs

“El moblogging –mobile blogging– la posibilidad de “postear” desde el teléfono móvil, se ha convertido en un fenómeno en sí mismo. Las crecientes capacidades de los dispositivos móviles y la propagación de plataformas abiertas lo acercan cada vez más al ordenador personal”³³

Videoblogs

La proliferación de este tipo de blogs no ha sido explosiva. Hoem (2004) distingue tres subgéneros: los vogs, los video-moblogs y las playlists.

Los vogs suelen ser secuencias de vídeo pre-editadas (antes de su presentación y distribución).

Los video-moblogs están compuestos por secuencias sin editar, enviadas desde terminales móviles con acceso de banda ancha.

³² Revista TELOS Un tutorial sobre blogs. El abecé del universo <http://www.campusred.net> 1... 5 de 20 24/02/2009 16:46

³³ Revista TELOS Un tutorial sobre blogs. El abecé del universo <http://www.campusred.net/telos> 1... 6 de 20 24/02/2010 16:46



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Las playlists proporcionan acceso a las direcciones de los archivos (contenido audiovisual) y pueden incluir cierta funcionalidad para su manejo y configuración.

Ventajas y desventajas

En la página electrónica www.trazos-web.com, Sito Iglesias autocalificado como un bloguero experimentado anota las ventajas y desventajas de los blogs.

Ventajas

1. Solucionan la parte técnica totalmente
2. Asumen costes de servidor, alojamiento, dominio, dimensionamiento, etc
3. Cubren la parte de promoción del blog, aunque también el dueño puede aportar
4. Al ser una red con muchos blogs y estar todos enlazados, tienes un mínimo de visitas y popularidad en poco tiempo, ya que índices como technorati enseguida recogen los enlaces entrantes.
5. Hay un equipo detrás que asesora y aconseja e incluso te exige normas para no fracasar con el blog.
6. Foro con compañeros de la red de blogs.

Desventajas

1. Si hay un problema técnico con el blog, no puedes reaccionar y solucionarlo rápidamente, primero se debe comunicarlo en el foro y esperar un tiempo para solucionarlo.
2. La imagen de las red de blogs para bloggers está desgastada quizás por ser fáciles de manejarlos y gratuitos.
3. Existen muchas limitaciones a la hora de añadir cualquier funcionalidad.

En cambio en la página www.kabytes.com se aporta otra ventaja, el respaldo: si estamos en blogger todo el sistema se encuentra respaldado por Google, en este caso muy difícilmente tendremos problemas de backups, servers caídos, etc.

También aconseja nuevas desventajas: “los dominios que utilizan estos sistemas que realmente son subdominios del dominio principal muchas veces dan una sensación nada seria y una dependencia de “doble filo” ya que evoca algunos



UNIVERSIDAD DE CUENCA

casos de bitácoras cerradas por la empresa proveedora, recalcando que este servicio es gratis y no se puede exigir nada”

Problemas para migrar: si se empieza a construir nuestro blog en blogger y luego queremos pasarnos a wordpress tendremos varias trabas. Actualmente no todos los servicios nos permiten hacer una redirección por lo que se perderá todo el posicionamiento y antigüedad que logramos.

Mantenimiento

Pero mantener un blog no es tarea fácil, tal y cómo lo señala el libro “Lectura y Medios de Comunicación”, el cual resalta que los inconvenientes surgen en la actualización de textos, pues generalmente estos espacios no contienen informaciones actualizadas, a pesar que es una herramienta que se presta para hacerlo. “Muchos blogs caen en el olvido de los autores”³⁴, contrario a lo que se pretende hacer con este blog deportivo “Amateur” que desde ahora se perfila como un medio de comunicación, más no como un espacio más del montón.

Otra de las causas fundamentales que los blogs son “abandonados”, se debe a que no dan réditos. Lamentablemente nos encontramos en un mundo materialista que olvida la verdadera función del comunicador social, centrándonos solamente en el dinero –quizás que con este medio de comunicación alternativo gratuito se deje de lado los compromisos con los auspiciantes que son infaltables y vitales en la prensa convencional - aunque se debe reconocer que es posible ganar algo económicamente hablando con un blog, pero eso lo analizaremos en las próximas páginas.

Estilo periodístico

Esto en cuanto a la forma, pero ya tratando el fondo del proyecto, se tratará de poner temas basados en una redacción diferente, implementando los diferentes tipos de géneros periodísticos, sin caer en escrituras mediocres o empíricas, razón por la cual se evocará los conceptos y características de la entrevista (preguntas y respuestas), crónica y noticia, aplicados generalmente en el mundo deportivo, considerando que “un buen bloguero debe escribir evitando errores ortográficos e imprecisiones semánticas”³⁵. A pesar que la característica general, es el estilo informal en la escritura de un blog.

³⁴ Varela, Juan Blogs vs. MSM Periodismo 3.0 acceso 22 junio 2010

³⁵ VOC Papers. Revista sobre la sociedad del conocimiento, octubre, número 005, Universitat Oberta de Catalunya, España. Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CONCEPTOS FUNDAMENTALES, según el libro de “Redacción y Estilo Periodístico”

ESTILO: Manera de escribir o de hablar, no en cuanto a las cualidades esenciales y permanentes del lenguaje, sino a lo accidental, variable y característico del modo de formar, combinar y enlazar las frases, las oraciones y los períodos para expresar conceptos.

ESTILO PERIODISTICO: utilizado por periodistas y comunicadores sociales. Debe ser claro, sin ambigüedades.³⁶

NOTICIA: es todo aquel hecho novedoso reciente que resulta de interés para los lectores a quienes se dirige el medio de comunicación.

ENTREVISTA: es una conversación, llevada a letra impresa, según lo definió el entrevistador Manuel del Arco –millares de entrevistas publicadas en el Coreo Catalán y La Vanguardia- acogido por el libro “El Estilo del Periodista” de Alex Grijelmo.

El estilo en internet

Todos conocemos lo fastidioso que es leer y escribir, he sumado experiencias partiendo desde mis primeros libros escolares cuando estudiaba en la escuela Luis Cordero, siguiendo con obras de historia en la secundaria, textos de filosofía durante mi formación universitaria e inclusive este mismo proyecto de tesis, por tal razón es importante saber redactar en internet, tal como lo señala María Augusta Lacoba en revista Telos, edición número 65.

Y aunque no exista nada definido en cuanto a estilo, Lacoba cita a Ramón Salaverría para despejar la duda “¿Qué necesita un periodista para escribir bien en internet? Algo complicadísimo: saber escribir a secas”³⁷

Destaca que el autor nos invita a empezar desde cero, borrón y cuenta nueva en cuanto a redacción se refiere, sin embargo se mantiene los principios básicos de la escritura periodística anotada en líneas atrás: precisión, concisión y claridad; pues cumple con los requisitos que exige la comunicación en internet: rápida y clara.

Lacoba trae también de Laverría una definición de redactor digital: un profesional que cambia su modelo de escritura textual por un discurso multimedia muchas de las veces alterados por la participación de usuarios anónimos. Más allá de estos factores enaltece algunas técnicas de redacción, citando un primer modelo de escritura clásico: pre composición, redacción e interactivos.

³⁶ Libro de Redacción y Estilo Periodístico”

³⁷ Rubio Lacoba, María *mrubiola@upsa.es* Revista *Telos*, octubre-diciembre 2005, Nº 65 Segunda Época



UNIVERSIDAD DE CUENCA

A la hora de la titulación, el autor aconseja el uso de títulos-enlace vinculados con el cuerpo de la información, además de palabras.

En el texto digital debe existir concisión y suficiencia. Sobre los formatos de escritura, Salaverría, considera compatible la pirámide invertida -destinada para un momento informativo básico- en la cual consten las “6 C”: corrección, claridad, concisión, consistencia, credibilidad y cortesía.

Acá también hay géneros, pero denominados ciberperiodísticos, en el que se sigue hablando de noticias, crónicas, entrevistas o columnas de opinión, clásicos sin ninguna variación (conceptos presentados antes).

El deporte amateur

Por tratarse de un producto que va en beneficio de toda la colectividad, considerando que el deporte empieza a practicarlo desde los cinco años, como el escalador azuayo Aaron Peñaranda, hasta adultos mayores; entre ellos Tarquino Cordero León, un atleta de 76 años de edad, es importante definir el concepto de deporte amateur.

Para el efecto se entrevistó a César Padilla, director de la Revista “Amateur” que en julio de 2010, cumplió un año de existencia a nivel nacional.

Definió que el deporte amateur es aquel que se lo practica por amor al deporte y por mera afición, sin ninguna rigurosidad en cuanto a entrenamientos se refiere. “Asimismo se puede definirlo como aquel deportista que actualmente no es considerado ni tomado en cuenta, el que pocas veces sale en los medios de comunicación, además que sus disciplinas no son muy promocionadas (...) si bien no gana un sueldo como un profesional practica el deporte por convicción y amor al ejercicio (...) por tales razones es válido apoyarlos y ojalá todos miren hacia allá, especialmente los medios de comunicación tradicionales”, dijo.

Padilla insistió que se debe existir mayor apoyo al deporte amateur. “Existen deportes que invierten grandes sumas de dinero, entre ellos: el fútbol, considerado el Rey de los deportes y no hay como pelear contra él, sin embargo se puede originar nuevos espacios para algunas disciplinas deportivas que en nuestro medio pasan desapercibidas, pero al incluirlas en proyectos sus actores se sienten identificados compenetrándose notoriamente”, expresó.

Otro aspecto que Padilla, recalcó es que no siempre se debe considerar a los ganadores, porque el deporte amateur pasa más por el aspecto recreativo. “Es importante dar apertura a todo tipo de evento, es vital reconocer el esfuerzo de todos los deportistas”, agregó.

Para la Enciclopedia Encarta, el deporte es cualquier actividad física que el ser humano hace para divertirse o para competir. “En realidad, lo deseable sería que



UNIVERSIDAD DE CUENCA

cuando se hace deporte para competir, también se haga para divertirse. Los deportes de competición se realizan siguiendo unos reglamentos. Obligan a superarse a sí mismo (tardando cada vez menos tiempo en correr una distancia, por ejemplo), a los demás competidores (ganando un partido de tenis a un amigo) o a algún obstáculo físico (escalando una montaña).

Desde los tiempos más antiguos de la historia, el deporte ha sido considerado una actividad lúdica (divertida) que además, mejoraba la salud. Pero a partir del siglo XX nació el deporte profesional”³⁸³⁹

³⁸ Microsoft® Encarta® 2009. © 1993-2008 Microsoft Corporation



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

**ELABORACIÓN Y MANTENIMIENTO DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN
ALTERNATIVO EN CUENCA: BLOG DEPORTIVO “AMATEUR”**

CAPITULO

III

Propuesta de “Blog Deportivo Amateur”

Autor: José Mosquera Baca



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DESARROLLO DEL BLOG DEPORTIVO AMATEUR

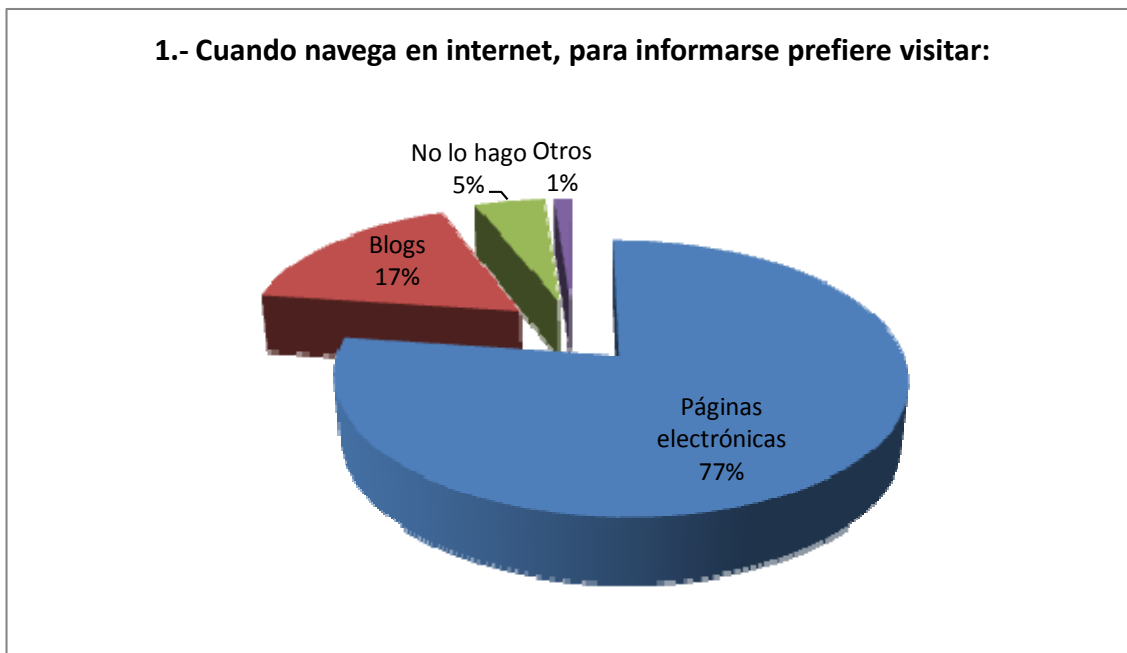
Investigación y justificación del blog

Foco del estudio

Al tratarse de un proyecto que aplicado en la zona urbana de la ciudad de Cuenca, nuestro universo se centrará en la población local que según el Instituto Nacional de Censo (INEC) cuenta con 277.234 habitantes.

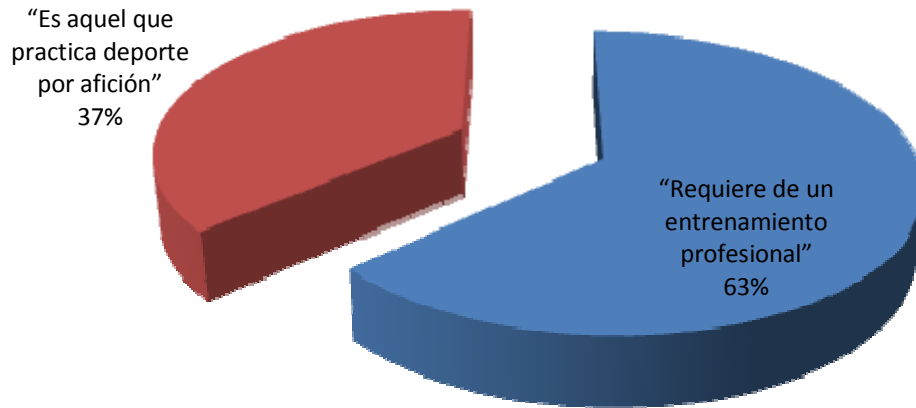
La muestra que sacaremos del universo para fines investigativos, es de 0,6 % que corresponde a 167 encuestados, quienes se les aplicará una encuesta previamente realizada para conocer las preferencias con el objetivo que sus necesidades se vean reflejadas en el blog.

De este estudio sacamos las siguientes conclusiones, una vez tabuladas las encuestas:

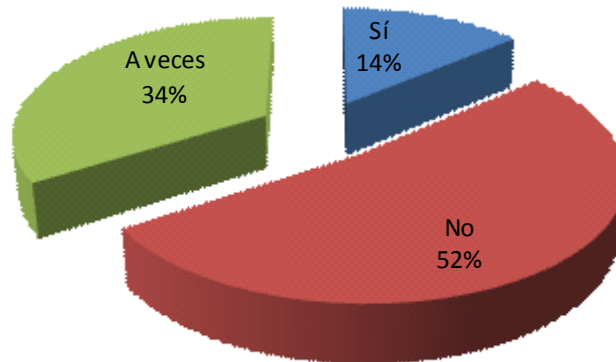




2.- ¿A quien considera usted un deportista amateur?

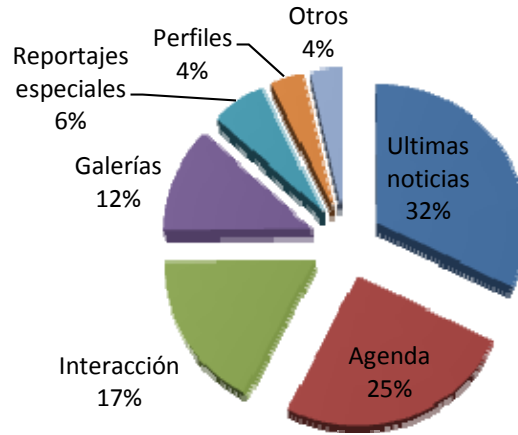


3.- ¿Encuentra en internet la suficiente información sobre deporte barrial o comunitario?

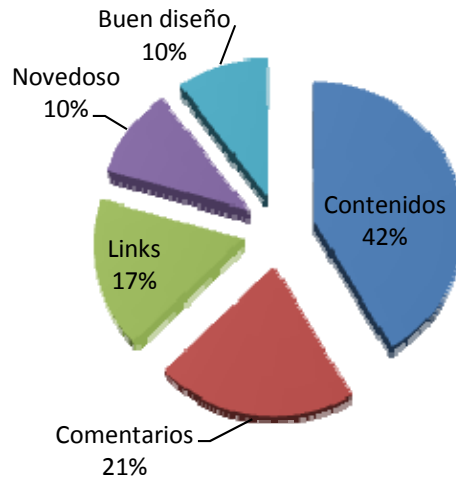




4.- Pondere del 1 al 7, los que le gustaría encontrar más en un blog deportivo amateur (1 más importante – 8 menos importante)



5.- Que características debe tener un blog para que lo lea, igualmente califíquelo del 1 al 5





Conclusiones de la encuesta

Esta encuesta me ayudó a sacar enriquecedoras conclusiones, partiendo desde la gráfica número 1 “Cuando navega en internet, para informarse prefiere visitar las páginas electrónicas tradicionales”, las páginas electrónicas formales son más utilizadas que los blogs, razón por la cual utilizaremos este recurso para explotar el deporte amateur, rara vez representado en estos espacios, entre ellos www.elmorlaco.com que durante un estudio de observación durante dos semanas priorizó al Deportivo Cuenca 35%, Deportes Locales 40, Deportes Internacionales 15% y Deportes Nacionales 10%.

Además se dedujo que si bien no existe la correcta cobertura de deportes amateur, por ende no se conocía o valoraba a un deportista amateur; al menos así lo confirma la interrogante 2, Marque con una X la definición que usted considera es correcta de deportista amateur, la mayoría no tenía claro este concepto.

Este cuestionamiento va de la mano con la decidora cifra del 52% de los encuestados sobre la interrogante, ¿Encuentra en internet la suficiente información sobre deporte barrial o comunitario?.

Pensando justamente en los deportistas amateur, se pensó en un producto conjuntamente con ellos, priorizando las noticias de última hora, aprovechándonos de la “magia” de Internet que permite subir al portal noticias inmediatas, sin tener que esperar al día siguiente como lo hacen los periódicos o algunas horas en el caso de los programas televisivos o radiales, debido a su edición. También se tendrá presentes otros aspectos que estiman son necesarios de considerarlos: Reportajes especiales, Perfiles de deportistas amateur, Agenda deportiva barrial, comunitaria, etc (calendarios de actividades), Galerías fotográficas / videos.

Lo importante de todo esto es que propondremos una redacción amena, pues los deportes se prestan para aquello, tomando en cuenta que el 42% de los encuestados se inclinó por los contenidos y otro considerable porcentaje tomó en serio la retroalimentación, manifestándose con el 21% sobre los comentarios que pueden dejar a las notas que serán redactadas, editadas y subidas a la red por mí.



Estrategias de posicionamiento

Al ser un proyecto de intervención, es necesario conocer un punto de vista profesional para la campaña de promoción del blog.

Leonel Soto, director del Departamento de Comunicación Organizacional de la Federación Deportiva del Azuay (FDA), señaló que una de las principales estrategias para que un producto comunicacional pegue en el mercado es su nombre -en nuestro caso denominado "Amateur"- por una sola razón "Google ubica los temas por palabras claves, un actor puede ser reconocido como "Delfín Quishpe y su tema Torres Gemelas".

Para dar a conocer agresivamente nuestra propuesta, Soto, propuso que se utilicen las redes sociales muy abarrotadas en la actualidad. "Hoy en la actualidad espacios como: facebook, hi5, twitter, etc, permiten un sistema de posesionamiento gratuito y nada complicado", indicó.

Tomando en cuenta este consejo, se ha considerado abrir una cuenta en facebook con el nombre de cuencametur con el objetivo de enviar y aprobar la mayor cantidad de solicitudes de amistad y subliminalmente "vender el producto".

Pero más allá de estas herramientas promocionales, Soto, reflexionó que no hay mejor manera que hacerlo mediante el propio medio de comunicación. "Sin descartar los medios de comunicación convencionales, sin que esto signifique falta de ética", concluyó.

Sobre el diseño, indicó que ese campo lo deberían trabajar los expertos en la materia, limitándonos nosotros solamente al aspecto periodístico, por lo que sugirió utilizar la plantilla de "Blogger" que tiene todo preestablecido, incluso sus colores, limitando de cierto modo "persuadir" a los usuarios con el uso de ciertos colores que psicológicamente llaman la atención. "Comunicacionalmente el negro significa elegancia; amarillo, alegría; blanco, transparencia; azul, feminidad comunicacionalmente, su propuesta puede utilizar los colores de la ciudad"

En cuanto a la utilización de los tipos de letras, aconsejó que deberían ser románicas o palo seco. "Todo texto es bienvenido, siempre y cuando no sea muy cargada, sin muchos elementos", sostuvo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CONCLUSIONES

Luego de trabajar este proyecto mediante la recopilación de información se puede concluir que los blogs son un espacio electrónico que ha ganado terreno considerablemente, representando una herramienta de comunicación alternativa para aquellos que de alguna manera quieren ser independientes.

La retroalimentación es posible en los medios de comunicación pudiéndose constatar a través de los comentarios que dejan los usuarios en las diferentes noticias planteadas en mi blog que dicho sea de paso son noticias actuales y al mismo tiempo concisas para agilizar la lectura.

La blogósfera es un fenómeno que vence barreras de la información tradicional que básicamente dispone de una comunicación vertical, así al menos lo demostramos en nuestra propuesta que tiene enlaces con varios blogs. Paralelamente se hace conciencia del poder existente entre los blogs, no por nada dieron su gran salto en las mayores tragedias de la historia humana.

El deporte amateur debe difundírsele como se lo hace con disciplinas elite que atraen las miradas por las millonarias inversiones que se hacen, descuidando a un importante sector los deportistas amateur.

Con esto queda comprobado que se pueden trabajar y promocionar medios de comunicación alternativos que se convierten en una auténtica competencia de los medios de comunicación monopolizados que ahora buscan un equilibrio con la tecnología.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

GLOSARIO

Google.- El nombre de Google se ha hecho tan popular que en inglés se usa el verbo to google, cuyo significado es 'utilizar Internet para obtener información.

Hiperenlaces.- interconexión de redes informáticas que permite a los ordenadores o computadoras conectadas comunicarse directamente, es decir, cada ordenador de la red puede conectarse a cualquier otro ordenador de la red. El término suele referirse a una interconexión en particular, de carácter planetario y abierto al público, que conecta redes informáticas de organismos oficiales, educativos y empresariales.

Multimedia.- forma de presentar información que emplea una combinación de texto, sonido, imágenes, animación y vídeo. Entre las aplicaciones informáticas multimedia más corrientes figuran juegos, programas de aprendizaje y material de referencia.

Periodismo.- proceso de recogida de datos e información (por parte de los reporteros), evaluación (por parte de los editores) y distribución (a través de distintos medios) de hechos de actualidad. Originalmente, el periodismo comprendía sólo los diarios y las publicaciones periódicas. Sin embargo, en nuestro siglo estos medios se ampliaron con la radio, la televisión y las películas de cine tanto documentales como informativas.

Red.- conjunto de técnicas, conexiones físicas y programas informáticos empleados para conectar dos o más ordenadores o computadoras.

Semántica.- estudio del significado de los signos lingüísticos, esto es, palabras, expresiones y oraciones

Software.- Conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas para ejecutar ciertas tareas en una computadora.

Wikis.- es una palabra hawaiana que quiere decir «rápido». Un WikiWikiWeb o simplemente wiki es una colección de páginas web enlazadas entre sí,

Wordpress.- sistema de gestión de contenido enfocado a la creación de blogs (sitios web periódicamente actualizados). Desarrollado en PHP y MySQL.

John Carmack: es una leyenda viva de los videojuegos.

Jerome Armstrong: ex-socio Markos Moulitsas Zúniga.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

BIBLIOGRAFIA

Diccionario bilingüe Español/Inglés-Inglés/Español © 2000 C. Langenscheidt KG Berlin and Munich.

Microsoft ® Encarta ® 2009. © 1993-2008 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

Orihuela, José Luis La Revolución de los blogs: cuando las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente, Madrid: La Esfera de los Libros, 2006; Materias: Prensa electrónica, redes sociales.

Enciclopedia Wikipedia <http://es.wikipedia.org/wiki/Blog>

Internet. www.marketingencasa.com/blog.html

Castañeda Quintero, L. (2007) "Software social para la escuela 2.0: más allá de los Blogs y las Wikis" En Inclusión Digital en la Educación Superior: Desafíos y oportunidades en la sociedad de la Información.

Real Academia de la Lengua) <http://www.rae.es/rae.html>

Varela, Juan Blogs vs. MSM Periodismo 3.0

Revista TELOS Un tutorial sobre blogs. El abecé del universo <http://www.campusred.net>.

VOC Papers. Revista sobre la sociedad del conocimiento, octubre, número 005, Universitat Oberta de Catalunya, España. Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal.

Libro de Redacción y Estilo Periodístico

Lacoba, María Rubio mrubiola@upsa.es Revista Telos, octubre-diciembre 2005, Nº 65 Segunda Época

Estalella, Adolfo. Libro "Anatomía de los blogs. La jerarquía de lo visible".

Estalella, Adolfo. Libro "Anatomía de los blogs. La jerarquía de lo visible.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXOS

FORMULARIO DE ENCUESTA

Sexo M__ F__

1. Cuando navega en internet, para informarse prefiere visitar:

Blogs ()

Páginas electrónicas de medios de comunicación formales ()

No lo hago ()

Otros ()

2. Marque con una X la definición que usted considera es correcta de deportista amateur:

“Requiere de un entrenamiento profesional” ()

“Es aquel que practica deporte por afición” ()

3. ¿Encuentra en internet la suficiente información sobre deporte barrial o comunitario?

Si () No () A veces ()

4. Pondere del 1 al 7, los que le gustaría encontrar más en un blog deportivo amateur (1 más importante – 8 menos importante)

Ultimas noticias ()

Reportajes especiales ()

Perfiles de deportistas amateur ()

Agenda deportiva barrial, comunitaria, etc (calendarios de actividades) ()

Galerías fotográficas / videos ()

Interacción ()

Autor: José Mosquera Baca



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Otros ()

5. Que características debe tener un blog para que lo lea, igualmente califíquelo del 1 al 5

- Novedoso ()
- Buen diseño ()
- Links ()
- Contenidos divertidos ()
- Comentarios libres sin restricciones ()