

Carta a nuestros lectores

La millonaria contratación de **David Beckham** por el equipo español Real Madrid, ha suscitado el tema de la rentabilidad del mercadeo de las grandes figuras del fútbol mundial. A Beckham no se le ha otorgado oficialmente el título del mejor jugador del mundo. ¿Por qué, entonces, se convierte en la figura más atractiva del mercado? ¿Por qué Ronaldo y otros jugadores de gran prestigio no logran el éxito de Beckham? El artículo de portada de este número de Chasqui trata de dar las mejores pistas para responder a esas y a otras preguntas.

Pocas veces un **bestseller** ha causado conmoción tan inmensa en la opinión pública como el último volumen de la saga del muchacho-mago **Harry Potter**. Por eso Chasqui consideró oportuno el estudiar las causas de este fenómeno y descubrir el secreto de su impacto. Hernán Rodríguez Castelo, crítico literario y distinguido periodista, echando mano de su abundante erudición, nos hace reflexionar con profundidad sobre los alcances de este tema.

La actividad periodística se ha volcado hacia los avances de la tecnología mediática, creando la profesión del **periodista cibernético**, cuyo trabajo se entiende cada vez mejor aunque no se alcance todavía a percibir cuál será, en el futuro, su verdadera dimensión. José Luis Orihuela señala los contornos del presente y atisba las posibilidades del futuro de esta nueva profesión.

La política ha ocupado espacio preferencial en los artículos de Chasqui, porque hay en América Latina un desesperado empeño por descubrir el papel que la comunicación desempeña, en sus sorprendentes resultados. Las **elecciones recientes de Argentina y México** reiteran la sorpresa y exigen una explicación. Juliana Fregoso, Felipe Gaytán y Federico Rey nos anticipan una respuesta.

Pocas veces se reflexiona sobre la **comunicación corporal** en los medios y sobre los efectos como la **anorexia** que ella puede provocar. Victoria Carrillo Durán y Ángel Rodríguez Kauth nos ilustran y deleitan con dos artículos de indudable atractivo.

El tratamiento de los **mitos de la prensa americana**, los temores de la **ley mordaza venezolana** y la brutalidad en los vídeo juegos e Internet, despertarán enorme interés.

Este número de Chasqui ha conjugado la variedad y novedad de los temas junto a su tradicional empeño de tratar lo que al momento cautiva más a la opinión pública.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui

Nº 83 Septiembre 2003

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial

Violeta Bazante	Lolo Echeverría
Héctor Espín	Florha Proaño
Juan M. Rodríguez	Francisco Vivanco

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Roberto Ponce,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Ottón Morán R,
Ministerio de Educación y Culturas
Juan Centurión,
Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos,
Organización de Estados Americanos
Gustavo López Ospina,
Consejero Regional de la UNESCO
Iván Abad, FENAPE
Florha Proaño, UNP
Rodrigo Pineda, AER

Asistente de Edición

Jorge Aguirre

Corrección y Estilo

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL.

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

www.comunica.org/chasqui

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

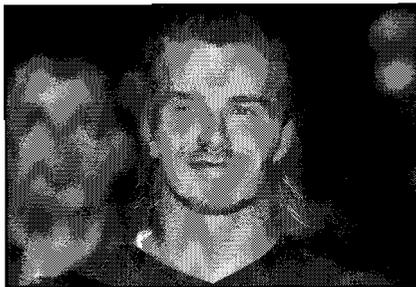
Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.



PORTADA

- 4** **David Beckham, un fenómeno de mercado**
Alfredo Arceo

OPINIÓN

- 12** **El ciberperiodista: entre la autoridad y la interactividad**
José Luis Orihuela

ENSAYOS

BESTSELLERS

- 16** **¿Por qué Harry Potter?**
Hernán Rodríguez Castelo

COMUNICACIÓN POLÍTICA

- 20** **México y Argentina en sus procesos electorales**
Juliana Fregoso, Felipe Gaytán y Federico Rey Lennon

PUBLICIDAD

- 30** **Anorexia y bulimia ¿La publicidad víctima o culpable?**
Victoria Carrillo Durán

- 34** **Comunicación corporal en los medios**
Ángel Rodríguez Kauth

PRENSA

- 42** **Lucro y patriotismo en la prensa de los Estados Unidos**
Leonardo Ferreira

- 50** **Las series en los diarios**
Miguel Angel Jimeno

TELEVISIÓN

- 60** **Ley mordaza en Venezuela**
Andrés Cañizales

INFORMÁTICA

- 68** **Brutalidad en los videojuegos e Internet**
Fernando R. Contreras

LENGUAJE

- 74** **Errores comunes en el lenguaje periodístico**
También yo me equivoco
Juan Manuel Rodríguez

- 76** **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

- 82** **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- 88** **ACTIVIDADES DEL CIESPAL**

El ciberperiodista: entre la autoridad y la interactividad

José Luis Orihuela ■

La existencia de tipos y funciones específicas del narrador, en entornos de información interactiva, es una consecuencia del nuevo lenguaje alumbrado por los medios digitales: “el diseño y la producción de información interactiva para medios digitales exige la utilización y el aprovechamiento de dos características específicas, que constituyen una innovación en los modos de codificar mensajes. La estructura hipertextual de los contenidos y la articulación multimedia de los formatos de información son la base de un lenguaje innovador, cuya efectiva aplicación al ámbito de la información interactiva demanda el desarrollo de nuevas destrezas comunicativas”.

De estas señas de identidad de los nuevos medios, es la interactividad, entendida como la capacidad de participación del usuario en el proceso comunicativo, la que plantea los mayores desafíos a la figura y funciones tradicionales del narrador: “el desafío profesional al que nos enfrentamos en el terreno de la

comunicación no consiste simplemente en 'adaptarse al cambio', como si de una moda se tratase, ni tampoco se limita a prepararnos para utilizar con naturalidad un nuevo lenguaje. Lo que se plantea como exigencia es mucho más radical y pasa por comprender y controlar las nuevas características de los medios y de la comunicación pública.”

Redefiniciones del ciberperiodismo

El ejercicio del ciberperiodismo exige una redefinición del alcance de las competencias del narrador, quien ha de ceder parte de su autoridad a los usuarios para permitir la interactividad consustancial a los medios digitales. Además, sus funciones ya no se circunscriben a la organización narrativa de los textos, como enunciados informativos lineales, sino que se orientan al diseño de espacios virtuales que los usuarios navegan y exploran, buscando información y participación, y que en muchas ocasiones ayudan a construir.

■ José Luis Orihuela, español, profesor universitario, conferencista y consultor.
Correo-e: jlori@unav.es

■ Weblog: eCuaderno (<http://orihuela.blogspot.com>)

El narrador en la Red se perfila como un arquitecto de la información, que diseña espacios de geometría variable, es decir, abiertos a los usuarios y a los avatares de la realidad informativa. Esta flexibilidad es una de las exigencias del trabajo en tiempo real en medios digitales, y aunque supone una erosión de las atribuciones de la autoridad narrativa tradicionales, es la condición necesaria para la existencia de interactividad.

La hipertextualidad

La estructuración de la información como espacio navegable, competencia central del narrador en el ciberperiodismo, se realiza al amparo de un nuevo paradigma discursivo denominado hipertextualidad, que constituye la gramática del mundo digital: "organizar información de modo no lineal, narrar con medios digitales, significa enfrentarse a un nuevo paradigma discursivo denominado *hipertexto*. Se entiende aquí por hipertexto un sistema de escritura ramificada solo posible técnicamente en entornos digitales, que se constituye como un documento electrónico en el que la información se estructura como una red de *nodos y enlaces*".

La hipertextualidad es la transformación de la linealidad temporal discursiva en espacialidad virtual navegable, por eso exige una nueva alfabetización: hay que volver a aprender a leer y a escribir para poder comunicarse eficazmente en el mundo digital.

Un arquitecto del laberinto

En el nuevo escenario mediático, el narrador se redefine como el arquitecto del laberinto, un organizador de espacios virtuales donde tienen lugar diálogos reales. Esto es la interactividad: la capacidad del usuario de dialogar con los textos y sus autores y de convertirse en autor de sus textos. La participación efectiva de los usuarios en el proceso comunicativo, no solo respondiendo sino también generando información, socava las bases de la autoridad de los narradores mediáticos profesionales y exige entender de un modo nuevo su función.

La clave de la nueva narrativa ciberperiodística consiste en que los narradores dejen de com-

prender al periodismo como una "conferencia" y lo comprendan como "una conversación o un seminario". Las audiencias, lectores, espectadores, televidentes, se

**Los
ciberperiodistas
deben dejar
de comprender
al periodismo
como una
"conferencia"
y comprenderlo
como "una
conversación o
seminario"**

han convertido en una parte sustancial del proceso comunicativo. Su voz suena ahora junto a las voces “profesionales”, y a veces, hasta con más fuerza.

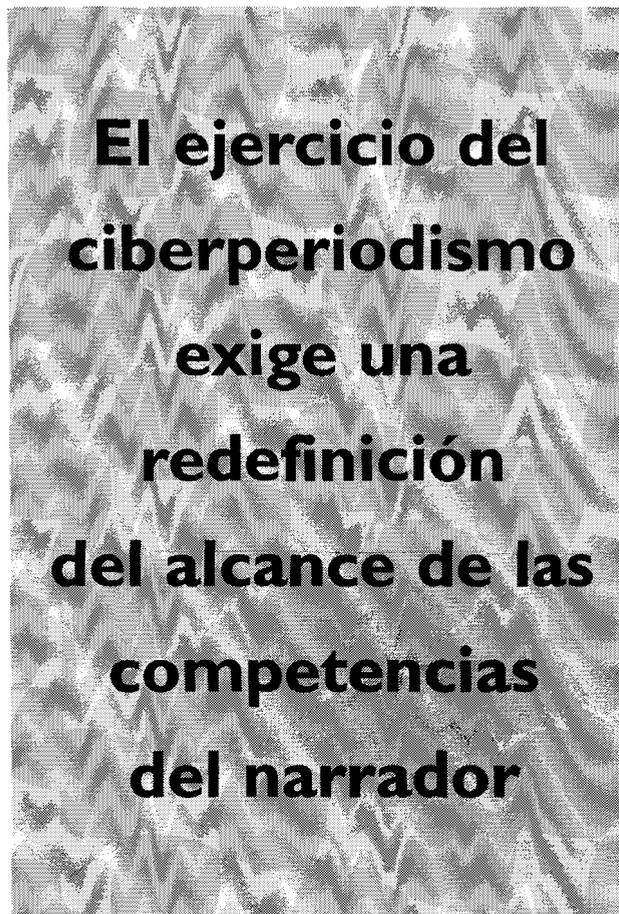
El dilema de los nuevos narradores no consiste en perder autoridad para ganar interactividad, sino en redefinir el alcance y los contenidos de su autoridad en un entorno interactivo o pretender seguir al margen del proceso, desautorizando sistemáticamente las voces nuevas bajo la desgastada consigna “¿es eso periodismo?”

El narrador en los medios emergentes

Las instancias de enunciación de los relatos periodísticos en los soportes digitales se diversifican y flexibilizan para aprovechar el potencial de los medios en línea: interactividad, personalización, profundidad, hipertextualidad, diseño, actualización, búsqueda y comunidad, constituyen las capacidades comunicativas propias de las redes hipermedia de información distribuida. En torno a estas características se plantea una posible tipología y su correspondiente funcionalidad.

Interactividad: el narrador como facilitador del diálogo

La interactividad, en términos comunicativos, es la capacidad del sistema que actualiza el usuario al realizar alguna de las siguientes operaciones: control, feedback, productividad, creatividad,



adaptabilidad y comunicación (Shedroff, 1994). Con diversos matices, se trata siempre de condiciones de diálogo facilitadas por el narrador y que se verifican entre el usuario y la interfaz, entre el usuario y los contenidos, y entre los propios usuarios de manera horizontal.

Personalización: el narrador como organizador de las opciones del usuario

La arquitectura de la información es la competencia fundamental del narrador en los nuevos entornos interactivos. El diseño de las opciones de navegación que se ofrecen al navegante, proyecta la inteligencia del narrador sobre los temas y su

previsión sobre las necesidades informativas de los usuarios. El narrador se convierte así, en el arquitecto del laberinto hipertextual.

Documentación: el narrador como organizador de contextos

Mediante el sistema de enlaces incorporados en el texto y las sugerencias de fuentes de apoyo y lecturas colaterales, el narrador digital construye un marco de referencia que dota a sus escritos de un contexto accesible dentro del cual encuentran plenamente su sentido. Los enlaces de entrada y de salida de los textos digitales constituyen redes semánticas que facilitan su visibilidad frente a los buscadores y otros sistemas de tracking (similaridad, popularidad, centralidad).

**Hipertextualidad:
el narrador como or-
ganizador de la red
textual**

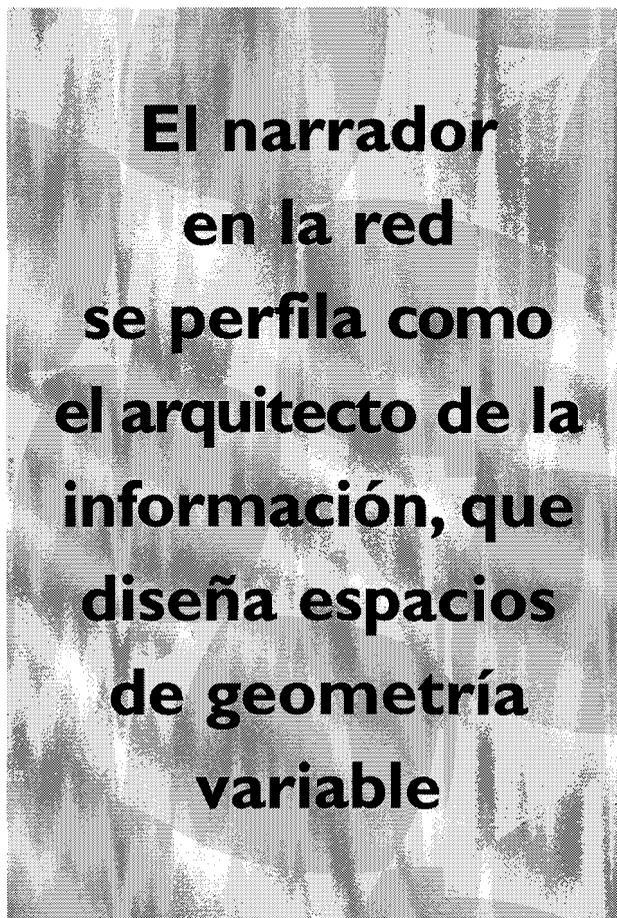
Construir un relato como fragmentos que puedan navegarse de más de un modo y que aún así permita al usuario experimentar una lectura con sentido, es el arte de la escritura hipertextual. Es competencia del narrador digital organizar su relato en nodos y articular la navegación entre ellos mediante enlaces.

**Diseño: el narrador
como organizador del
espacio**

El mundo digital se hace inteligible mediante metáforas espaciales. Un "sitio" y un "portal" son lugares virtuales dentro de los cuales los usuarios realizan actividades: se informan, se entretienen, se encuentran con otros usuarios, compran, se educan, comparten información, opinan, etc. La función del narrador como diseñador de espacios virtuales es previa a las funciones de diseño gráfico y programación de tales espacios.

**Actualización: el narrador como organizador
del tiempo**

El tiempo real es el paradigma temporal dominante de los espacios en línea. La exigencia de actualización permanente plantea dos grandes desafíos al narrador: la construcción de los textos debe prever el modo de expandirlos (es la geometría variable de la información online) y a su vez, el



sistema que los alberga debe prever el modo de archivarlos (la función de archivo consustancial a los weblogs está devolviendo la memoria a la Red, un medio que en el fragor del tiempo real se estaba quedando sin historia).

**Búsqueda: el narra-
dor y los buscadores**

Escribir para la Red no es sólo escribir para ser leído por los usuarios, sino, e incluso antes, para ser encontrado por los buscadores. El narrador debe tener presente que sus textos serán indexados de modo automático, en función de las palabras claves que contengan y de la proximidad que se verifique entre ellas.

Comunidad: el narrador como moderador

Finalmente, en formatos de escritura electrónica en colaboración, como foros, grupos de noticias, listas de correo, salas de chat, weblogs comunitarios, etc., emerge la figura del narrador como moderador de un espacio público virtual, en el que los usuarios no sólo tienen la ocasión de participar mediante sus opiniones acerca de los debates en curso, sino también de iniciar nuevos tópicos de debate.

Una nueva generación de narradores está en marcha, son quienes han aprendido a leer y a escribir mediante enlaces. Ellos, no las tecnologías, harán que los medios digitales sean realmente "nuevos" medios. ☼