

La percepción mediática de los blogs: del miedo al intrusismo al intrusismo de los medios

Dr. José Manuel Noguera Vivo
 Universidad Católica San Antonio de Murcia, España
<http://laazotea.blogspot.com>
jmnoguera@gmail.com

La generalización y expansión de los blogs a finales de los noventa hizo que la posibilidad de publicar contenidos en la Red se ampliara de manera notable. Cualquier persona podía, sin necesidad de conocimientos específicos de HTML u otros lenguajes, convertirse en un productor de información en Internet. Los *blogs* o *weblogs* posibilitaron esta ventaja gracias a una separación que hasta ese momento no era habitual en los gestores de contenido y programas para generar páginas web personales: separaban diseño y contenido, con lo que para modificar un aspecto no había que realizar cambios en el otro. De esta manera, publicar en blogs era sencillo, rápido y cómodo, y los internautas no tardaron en afiliarse masivamente a lo que muchos llamaron como la segunda generación de páginas personales en Internet. La comunidad que William Quick propuso bautizar el 1 de enero de 2002 como “Blogosfera”¹ no ha dejado de crecer desde entonces. Y en muchas ocasiones, a un ritmo vertiginoso.

Sin embargo, el cambio que se avecinaba iba a ser mucho más profundo que una mera renovación de los tipos de páginas personales en la Red. La renovación mutó en revolución y ésta causó que la producción de contenidos en la Red se democratizara como nunca antes se había hecho. Con los denominados medios sociales, es decir, aquellos protagonizados por y para los usuarios (blogs, foros, wikis, chat, listas de correo electrónico, sms...), las audiencias activas emergieron con fuerza y visibilidad, y los primeros estamentos que notaron cómo se *tambaleaban* sus cimientos tradicionales fueron lógicamente aquellos que hasta entonces vivían de monopolizar la producción de información: los medios de comunicación profesionales y las industrias culturales. Por eso, en la medida en que los medios percibieron, de forma equivocada, que esa creciente comunidad llamada Blogosfera podía convertirse en un potencial modo para fomentar el intrusismo profesional, las primeras referencias en tono peyorativo hacia los editores de blogs no tardaron en aparecer, con alusiones tan contundentes como definir esas páginas llamadas blogs como “estúpidas listas de enlaces”.²

Lo curioso del proceso de mediatización de la Blogosfera es que, de forma paulatina, los mismos factores que estaban sirviendo para enviar las primeras críticas a la comunidad bloguer, son los que se han aceptado en el ámbito periodístico como los principales avales para renovar una profesión que sigue arrastrando algunas de sus peores tradiciones. Así, el carácter no profesional de sus autores, la presunta banalidad de los asuntos que trataban en sus blogs o la dispersión en la selección de temas, se convirtieron progresivamente en un lenguaje más natural y cercano a la audiencia (al estilo de como propugna The Cluetrain Manifesto), y en una posibilidad para enriquecer una agenda informativa demasiado acomodada al ritmo de intereses políticos, presiones de *lobbys* y notas de prensa institucionales. En suma, el discurso desinteresado y apasionado de los blogs cada vez empezaba a parecer más, como sugería un artículo del *Eastgate Hytech* el 7 enero de 1998, una mezcla de ensayos personales y frecuentes actualizaciones informativas que podía resultar “efectiva y curiosa”.³

El *Eastgate Hytech* hablaba concretamente del blog Scripting News (Scripting.com), de Dave Winer, uno de los pioneros de la comunidad bloguer estadounidense. En la misma línea y de forma más explícita, un artículo⁴ en la revista electrónica *Salon* (Salon.com), escrito por Scott Rosenberg en 1999, sugería que los periodistas se estaban equivocando al no prestar atención al novedoso modo de organizar la información de la Red que estaban proponiendo los blogs. No en vano, el título del artículo de Rosenberg era toda una declaración de intenciones acerca de un miedo que, aún hoy, siguen teniendo muchos de los grandes cibermedios: el miedo a los enlaces externos (*Fear of links*). La gestión de los enlaces externos y por tanto, la plena asunción de un rol que pone a prueba la eficacia del periodismo en la Red, como es el de rastrear, localizar y filtrar el exceso de información, sigue siendo una de las grandes asignaturas pendientes de un gran número de importantes cabeceras periodísticas digitales.

A finales de la década de los noventa empezamos a encontrar los primeros ecos en prensa sobre el modo de presentación y tratamiento de la información que proponían los blogs. Mariano Amartino nos recuerda

una cita en la revista *Smug* (Smug.com), en mayo de 1999,⁵ mientras que Rebecca Blood recoge⁶ otra, dos meses después de la anterior y esta vez nada menos que en *The New York Times*, donde se reflejaba un curioso diario personal en la Web, llamado Lemonyellow, de la diseñadora estadounidense Heather Anne Halpert. También encontramos en este caso una significación muy especial en el título elegido para ilustrar esta noticia: "I Link, Therefore I Am: a Web Intellectual's Diary".⁷ El enlace, la conexión de múltiples conversaciones y contextos a través del hipertexto, comenzaba a configurarse como una señal de identidad de la Blogosfera y de la libertad que ésta promovía.

Paralelamente, los usuarios de la Red seguían cambiando de papel y pasaban de ser audiencias esencialmente pasivas y consumidoras de información a potenciales productores de contenidos. Y en muchas ocasiones, gracias a la expansión de la Blogosfera, que se estaba convirtiendo en la parte más visible de lo que algunos han denominado como el "iceberg de los medios sociales".⁸ Desde entonces no hemos dejado de tener señales de un evidente proceso de normalización y mediatización de la comunidad bloguer. En diciembre de 2004, la editora norteamericana de diccionarios Merriam-Webster confirmaba que "Blog" había sido designada la palabra del año.

El poder de creación y relación que se promueve y disfruta a través de sitios sociales como YouTube, Blogger, Wikipedia, Delicious y tantos otros, hace que en 2006 la revista *Time* designe como personaje del año a cada persona que usa la Red. El personaje protagonista eres "Tú", y una afirmación tan contundente de la mano de un medio del calibre de *Time* no puede pasar desapercibida para la industria mediática, que comienza a añadir paulatinamente un gran número de blogs a sus ediciones, en buena medida porque piensa que así cubre la cuota de atención que merecen los nuevos actores no profesionales de la comunicación en la Red. Con aciertos en unas pocas excepciones y con errores en la gran mayoría de los casos, los blogs de medios siguen siendo más la adopción de una etiqueta de moda que otra cosa.

Retomando las primeras críticas que recibía la Blogosfera a finales de los noventa de algunos periodistas, los blogs no se han librado de la constante criminalización que en general sigue sufriendo Internet de la mano de los medios tradicionales. Aún es habitual encontrar titulares informativos donde se asocia, con una peligrosa naturalidad y falta de rigor, el delito con el canal empleado para su difusión, como si lo primero no hubiese existido de no ser por lo segundo. Parece un desarrollo normal el que la ignorancia sobre un tema genere a su vez desconfianza y temor. Por eso, Internet en general y la Blogosfera en particular no se han librado de ese proceso, sobre todo por una parte del sector periodístico que ha visto cómo estos dos actores (Internet y la Blogosfera) cuestionan muchos de sus planteamientos tradicionales, en especial los relativos a la relación con las audiencias y la consecuente producción de mensajes colectivos.

El bloguer y consultor de medios Antonio Delgado, en su blog Caspa.tv, recopila una magnífica selección de ejemplos de titulares tendenciosos en el artículo "La culpa es del cuchillo".⁹ La consigna de "matar al mensajero" tiene un amplio espectro de variables cuando se refleja mediante titulares y del mencionado artículo de Delgado podemos seleccionar algunos. "La pornografía infantil pervive por culpa de Internet" (curioso que nadie quiera destacar que gracias a la localización de IPs ahora es mucho más fácil encontrar a los pederastas), "Si quiere usted seguridad en sus compras *online*, pague contrareembolso", "Una célula islamista con raíces en Internet" o "Ron Dennis cree que Internet fue su ruina", son sólo algunos claros ejemplos.

Al mismo tiempo, de la banalización de la Blogosfera también tenemos ejemplos. En el reciente discurso del consejero delegado del Grupo PRISA, Juan Luis Cebrián, para la Real Academia de la Lengua Española, el tema central y título del texto era *La vida en un blog*.¹⁰ En él, la esfera bloguer no dejaba de asociarse a conceptos como "exhibicionismo", "vacuidad", "adolescentes", "frivolidad", "demagogia", "superficialidad", "caos" o "estupidez", dando como resultado una reflexión sobre la tecnología que no dejó indiferente a gran parte de la Blogosfera hispanohablante, ya que a cada halago sobre la agilidad del nuevo medio, se intercalaban varias peligrosas asociaciones con los términos mencionados. Uno de los blogueros más referenciados de la comunidad bloguer hispana, el profesor José Luis Orihuela, opinaba al respecto en eCuaderno que el discurso, a estas alturas y en pleno 2007, difícilmente podía seguir asociándose a una simple cuestión de ignorancia:

(...) me da pena y me indigna. No le dedicaría ni una línea, pero es que es el Consejero Delegado del Grupo Prisa, es la Real Academia y está hablando de blogs (...) A estas alturas del partido, seguir asimilando los blogs a diarios personales autobiográficos de exhibicionistas ya no es una cuestión de ignorancia, sino simple y llanamente un deliberado intento de distorsionar la realidad...¹¹

Enlazando con el comentario de Orihuela, otra bloguer reconocida en el ámbito hispano, la profesora Montse Doval, estableció una analogía muy oportuna, tachando este discurso de anacrónico, más propio de otra época donde los privilegios de la publicación los tenían sólo unos pocos:

Suena como si, en el siglo XVII, un impresor con licencia real se pusiera hecho un basilisco porque ciertos personajes se permitían la desvergüenza de publicar pasquines a sus espaldas (...) Y atribuye a los blogs una actitud desvergonzada y adolescente. Hay infinidad de blogs de esas características -desvergonzados y adolescentes- y algún periódico también.¹²

Como se puede ver con este par de ejemplos, los blogs hispanos no desaprovecharon su oportunidad de ejercer de *watchdogs* (perros guardianes) con los medios tradicionales, criticando y rechazando un discurso tópico y lleno de prejuicios, especialmente peligroso por el cargo de la persona que lo emitía y el lugar desde el que lo hacía. En cualquier caso, no deja de sorprender el citado texto no ya simplemente por encontrarnos en 2007 (ya han pasado más de cuatro años desde que Google comprase Blogger cuando éste alcanzó su primer millón de usuarios), sino sobre todo por algunas iniciativas relacionadas con los blogs emprendidas curiosamente por medios que pertenecen al Grupo PRISA. O Cebrían conoce muy poco las acciones de las empresas que pertenecen a su grupo, o mantiene el mismo desprecio hacia éstas que hacia los blogs. Haciendo caso de esos prejuicios, Elpais.com no se hubiese decidido en el verano de 2007 a poner en marcha La Comunidad,¹³ una sección destinada a que cualquier usuario pudiese abrir su propio blog bajo el paraguas institucional de una marca como el Elpais.com.

Hace apenas un par de años, a ese proceso de banalización mediática había que sumarle la simple invisibilidad de los blogs ante los medios tradicionales. En unas encuestas realizadas por Gemma Ferreres y Fernando Garrido en 2004 y 2005, uno de los datos más significativos fue que menos del 10% de los internautas encuestados (más de dos millares) había conocido la comunidad bloguer a través de los medios tradicionales.¹⁴ Se trata de un resultado lógico teniendo en cuenta que por aquellos años, la mayoría de cibermedios, sobre todo los hispanohablantes, apenas estaban aplicando blogs en sus redacciones.

Sin embargo son muchos medios los que están empezando a adoptar los blogs como un formato nativo de la Red y como anticipo de los cibergéneros que forzosamente debe emprender el ciberperiodismo. Por tanto, no parece lógico pensar que los medios vayan a seguir criminalizando o cuestionando una herramienta que quieren adoptar y están adoptando (de muy diversas maneras y con porcentajes muy variables de éxito). Desde que en 1999 el periodista Dan Gillmor abriese en el *San José Mercury News* el que se considera el primer blog en un medio de comunicación, las cabeceras digitales han iniciado diversas relaciones con la Blogosfera que en muchos casos han mostrado más luces que sombras. Para J.D. Lasica, la adopción de blogs en los medios se justifica plenamente por su facilidad para conseguir tres objetivos fundamentales: ampliar su agenda, aumentar la confianza de sus lectores y construir comunidad.¹⁵ El problema de asumir honestamente estos fines es que su realización conlleva *sacudir* un modelo periodístico amparado por la tradición de siglos, caracterizado por la comunicación unidireccional y jerárquica de un gran medio de masas, cuyas estructuras apenas han comenzado a redefinirse para escuchar a una audiencia que, aunque no va a dedicarse de forma diaria ni constante a producir contenidos periodísticos (ese anhelo del periodismo ciudadano es utópico), sí tiene la potencialidad para hacerlo en cualquier momento, en el instante que lo desee.

Muchos de los profesionales que planteaban el riesgo del intrusismo profesional en el periodismo a causa de cauces como los blogs, son los que ahora ejercen el "intrusismo" en la Blogosfera, planteando como blogs lo que no son más que las tradicionales columnas de opinión vertidas en el ciberespacio. Es decir, *blog* sólo como etiqueta de moda para disfrazar lo que no son más que columnas de papel pegadas en la pantalla. Estas acciones, en la medida en que son presentadas como verdaderos blogs por medios con una imagen de marca consolidada, contribuyen a difundir cierta confusión acerca de la naturaleza y finalidad de estos espacios. La Blogosfera, como el resto de medios sociales de la Red, implica un alto compromiso relacionado con la gestión de la interactividad, la participación en conversaciones, las narraciones no lineales, la redefinición de los derechos de autor o los productos de autoría colectiva, retos que muchos medios de comunicación aún no saben si quieren o pueden asumir. Periodistas y medios deberían despejar esa duda cuanto antes para dejar de incurrir en uno de los peores vicios en los que puede caer el periodismo: llamar a las cosas con un nombre equivocado.

NOTAS:

- 1 http://www.iw3p.com/DailyPundit/2001_12_30_dailypundit_archive.php#8315120, Daily Pundit [Consulta: 30/11/2007].
- 2 BLOOD, R.: *The Weblog Handbook: Practical advice on creating and maintaining your blog*. Cambridge, Perseus Publishing, 2002. Pág. 147.
- 3 <http://www.eastgate.com/Best.html> [Consulta:30/11/2007].
- 4 ROSENBERG, S.: "Fear of links", Salon.com, 28 de mayo de 1999 < <http://www.salon.com/tech/col/rose/1999/05/28/weblogs/> > [Consulta: 25/11/2007].
- 5 AMARTINO, M.: "Breve historia de los weblogs, la ola que le cambió la cara a la Red", Clarín.com, 11 de febrero 2003, < <http://weblogs.clarin.com/conexiones/archives/000018.html> > [Consulta: 12/abril/2006].
- 6 BLOOD, R.: *The Weblog Handbook: Practical advice on creating and maintaining your blog*. Cambridge, Perseus Publishing, 2002. Pág. 4.
- 7 "I Link, Therefore I Am: a Web Intellectual's Diary", The New York Times < <http://www.nytimes.com/library/tech/99/07/circuits/articles/22lemo.html> > [Consulta: 20/11/2007].
- 8 ORIHUELA, J.L.: "Iceberg de los medios sociales", *La Vanguardia*, 29 de octubre de 2006, pp. 32-33.
- 9 DELGADO, A.: "La culpa es del cuchillo", Caspa.tv, 27 de octubre de 2007 < <http://www.caspa.tv/archivos/001138.html> > [Consulta: 25/11/2007].
- 10 CEBRIÁN, J.L.: "La vida en un blog", Elpais.com, 5 de noviembre de 2007, en < http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/vida/blog/elpeputec/20071105elpeputec_1/Tes > [Consulta: 1/diciembre/2007].
- 11 ORIHUELA, J.L.: "La pataleta", eCuaderno, 7 de noviembre de 2007 < <http://www.ecuaderno.com/2007/11/07/la-pataleta/> > [Consulta: 10/noviembre/2007].
- 12 DOVAL, M. : "Escusado", Internet Política, 6 de noviembre de 2007 < <http://internetpolitica.com/internet-y-periodismo/escusado> > [Consulta: 10/noviembre/2007].
- 13 <http://acomunidad.elpais.com> [Consulta: 1/diciembre/2007]
- 14 CEREZO, J.M. (coord.): *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Madrid, Fundación France Telecom España. 2006
- 15 LASICA, J.D. (2003): "Blogs and Journalism Need Each Other", en *Harvard Nieman Report, Weblogs and Journalism*, Vol. 57, nº 3, 2003. The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University, pp. 70-74. < <http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf> > [Consulta: 12/enero/2006].