

## DOSSIER

## Personalización del discurso: el potencial del weblog para transformar la esfera pública

## RESUMEN

Nacidos en la última década del siglo XX, los weblogs se han convertido en un fenómeno que trasciende las fronteras amplias, heterogéneas y dispersas de lo que hasta ahora hemos identificado como comunicación masiva.

Apoyados en el formato RSS (Really Simple Syndication, un dialecto de XML), los weblogs están cambiando la forma en que los usuarios utilizan la web. De ser simplemente una fuente de información, la web ha pasado a ser –gracias a los weblogs– un espacio de intercambio comunicativo que está completando la transformación de la esfera pública, del tradicional *broadcasting* “dictador” a un *pointcasting* más “democrático”, donde los principales desplazados –de momento– vienen a ser los periodistas, quienes empiezan a ver sus privilegios de difusión constreñidos a los medios tradicionales.

Este trabajo pretende analizar el potencial de transformación que tienen los weblogs en la esfera pública, desde el cambio que estos representan a las características tradicionales de este espacio. Para ello se ha realizado un análisis de incubación de los weblogs ganadores de la IV versión de los premios Bloggies 2004.

Palabras clave: Weblogs, Periodismo, Esfera Pública, Internet, Web 2.0

### DISCOURSE PERSONALIZATION: WEBLOG'S POTENTIAL TO TRANSFORM THE PUBLIC SPHERE

## ABSTRACT

Born in the last decade of 20th century, weblogs have turned into a phenomenon that comes out of what, until now we have known as wide, heterogeneous and disperse borders of mass communication. Supported on RSS format (Really Simple Syndication, XML's dialect), weblogs are changing the way users make use of the Internet.

José Luis Requejo Alemán  
Doctor en Comunicación Pública y Master en Gestión de Empresas de Comunicación por la Universidad de Navarra, España, y actualmente profesor visitante de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura. Ha sido Becario 2007-2008 por la Fundación Carolina y está interesado en las transformaciones que sufre el rol del periodista.

In fact, the web was only a source of information and now is a space of communicative feedback. This is sealing the transformation of public sphere from traditional to pointcasting. The result for journalist would mean having their broadcasting usefulness limited to traditional media.

The aim of this paper is to analyze the weblog transformation potential in the public sphere by observing the changes inflicted on publishing traditional process. It constituted of three epigraphs: first, one analyzes historical-technical characteristics of weblogs's feedback rewarded with recognized award Bloggin 2004; second, an introduction to essential characteristics of public sphere according to Victor Sampedro (2000) and José Luis Dader (1992); and third, one outlines a projection on what it might be its future with one incubation analyzes of messages contained in first pages of weblogs winners 2004.

Key Words: Weblogs, Journalism, Public Sphere, Web 2.0

## Introducción

Los weblogs son un fenómeno reciente, nacido en Estados Unidos, en la última década del siglo XX. Según Orihuela, “los weblogs nacieron a partir del sitio web *What's new in '92*, elaborado por uno de los creadores de Internet, Tim Berners Lee, para comunicar las novedades del proyecto de la World Wide Web. Al año siguiente, la NCSA se hizo cargo de los derechos de publicación de ese boletín, registrándolo en los nuevos servidores web hasta 1996<sup>1</sup>. Más tarde, en 1999, con el lanzamiento de los nuevos servicios gratuitos de edición y publicación de weblogs, *Blogger* y *Pitas*, los blogs se popularizaron y empezaron a consolidarse en la Red” (Orihuela, 2004, citado por Osore, 2004, 20). ¿Pero qué es un weblog en realidad?, o ¿en qué consiste? Al respecto, Vincent Fournier indica que:

“Se trata, [...] de una página web personal, por tanto más o menos subjetiva, centrada en cualquier tema: política, economía, tecnologías, religiones, etc., con un mantenimiento y puesta al día más sencillos y regulares, una presentación cronológica inversa (es decir, los textos del día aparecen en la parte superior de la pantalla, mientras que los textos anteriores se van almacenando en los archivos) y, sobre todo, con un

gran número de enlaces hacia otras fuentes de información sacadas de la red o de otros weblogs” (Fournier, 2003).

Actualmente, existen más de quinientos mil weblogs personales en el mundo, con un crecimiento sostenido y aproximado de cuarenta y cinco mil usuarios nuevos cada mes (Osore, 2004, 20). Este crecimiento exponencial también ha sido prolijo en cuanto a temática, la misma que puede ir desde las tradicionales páginas sobre usabilidad en la red, hasta aquellas que versan sobre comunicación política, pasando por arte, humor y hasta idealismo. En esta línea, existe un área temática más reciente, dedicada a la crónica del propio fenómeno weblog, conocido como *metablog* (Orihuela, 2004, citado por Osore, 2004, 20).

El principio existencial de un weblog es la democratización del software, entendida como un fenómeno que implica dos aspectos: el primero es la disponibilidad de una herramienta tecnológica a muy bajo precio, o incluso de modo gratuito; y el segundo es la facilidad de su uso, es decir, que su sistema de gestión de contenidos está diseñado para que puedan utilizarlo usuarios no técnicos, con ahorro de tiempo al omitir el aprendizaje de lenguajes de programación sofisticados. Este tipo de tecnología se utiliza desde los años 90 y es conocida como la RSS (Kedrosky, 2004, 10).<sup>2</sup>

“Mediante el uso de diferentes programas de lectura fácilmente disponibles (llamados lectores de contenidos sindicados), la gente puede permanecer conectada a los *feeds*<sup>3</sup> y ver inmediatamente la aparición de nuevos titulares o noticias. Adicionalmente a esto, un lector llamado *Newsgator* envía las informaciones directamente a la bandeja de *Microsoft Outlook*, simplificando el acceso a cada noticia. Hoy existen más de 20.000 canales de sindicación disponibles en *RSS* (así como en un formato emergente llamado *Atom*), que abarcan desde noticias de interés general, como los informes de *CNN*, hasta canales especializados como las licitaciones de una agencia de aprovisionamiento estatal” (Kedrosky, 2004, 10).

Frente a estos sistemas abiertos de gestión de contenidos (CMS, Content Management System), muchas de las más reconocidas industrias

de comunicación todavía se sitúan en el extremo opuesto, debido a que, durante el boom de las puntocom, la gran mayoría de ellas siguió a pie juntillas todas las indicaciones de ciertas empresas tecnológicas, que les vendieron CMS's cerrados y de manejo complicadísimo a un coste muy elevado (Delgado, 2004).

Sólo algunas empresas de nacimiento más reciente en el mercado de medios de comunicación, como Google y Yahoo, consiguieron sobrevivir a este levantamiento de barreras informativas, empleando sistemas abiertos alternativos como el conocido LAMP (Linux + Apache + Mysql + Php) (Delgado, 2004), cuyos soportes les han permitido desarrollar verdaderas industrias de contenidos virtuales.<sup>4</sup>

### La Esfera Pública

La introducción de los weblogs en nuestra sociedad podría pasar inadvertida si no fuera porque su presencia y uso cada vez más popularizado ha empezado a mostrar atractivos.

Si algo se había criticado de la participación en una sociedad democrática capitalista, era su extremo sometimiento al mercado o, por el contrario, su exacerbada defensa de intereses extremadamente particulares y alternativos, con escasa influencia en la gestión de los recursos y de la política. Estas críticas clásicas llegaron a resumirse en un debate profundamente enriquecedor entre liberales y comunitaristas (Sampedro, 2000, 34).

Proponer que una herramienta tecnológica podría transformar grandemente la participación civil y constituirse en una alternativa viable, respondiendo a las nuevas demandas, no es algo novedoso. Cuando apareció Internet se le adjudicaron tantos poderes que esto desató un auge exponencial de las puntocom en menos de dos años.

Sin embargo, las posibilidades reales de transformación de las nuevas tecnologías exigían un grado tal de instrucción y preparación por parte de la sociedad civil, que no todos los gobiernos, en muchas latitudes, pudieron utilizar en su beneficio estas nuevas posibilidades.<sup>5</sup> A tal punto que –no pocos– se lanzaron a augurarles una reafirmación de la lógica

del mercado o, en su defecto, un predominio de las minorías exacerbadas y con suficientes recursos como para hacerse prevalecer sobre otras.<sup>6</sup>

Los weblogs influyen precisamente en la cantidad y calidad de participación de la sociedad civil. Por tanto, también influyen en la esfera pública, pues el cúmulo de instituciones e iniciativas que integra una sociedad civil constituyen el motor principal que existe para este espacio.

Según Sampedro, la sociedad civil es “el ámbito de las organizaciones sociales de participación abierta y voluntaria, generadas y sostenidas (al menos en parte) de forma autónoma respecto al Estado. No pretenden ejercer ni hacerse con el poder, sino influir en él de modo intermitente y parcial”. [...], por su parte] “la esfera pública es un espacio –de discurso, institucional o geográfico– donde la gente ejerce de ciudadano accediendo –de forma metafórica– al diálogo sobre las cuestiones que afectan a la comunidad, a la política en su sentido más amplio [Dahlgreen, 1995, 9 citado por Sampedro, 2000, 30]. La sociedad civil crea la esfera pública con debates libres en instituciones (medios de comunicación y sistemas de representación popular) que transmiten al gobernante la voz de los gobernados” (Sampedro, 2000, 30).

Tal como están planteadas, la esfera pública y la sociedad civil se encuentran interrelacionadas y convergen en distintos espacios físicos, ya sea en el parlamento o en las plazas, donde los individuos se convierten en ciudadanos al transformar en públicos determinados asuntos que les interesan.

Esta construcción de la esfera pública y este protagonismo de la sociedad civil se ha ido incrementando a medida que la humanidad ha descubierto nuevas formas de interrelacionarse de modo más directo y más rápido. Sin embargo, hasta el momento no se había identificado variaciones significativas en los rasgos distintivos de la esfera pública. Esos rasgos son:<sup>7</sup>

1. Es un espacio fundamentalmente de discusión, que se inicia haciendo públicos determinados temas de interés social.
2. Su principal actor es la sociedad civil, que interactúa con el gobierno, buscando con frecuencia asegurar la representatividad y el control del poder político y económico.

3. Su principal ámbito de expresión son los medios de comunicación tradicionales, sometidos –con cierta resistencia o no– a una lógica de mercado, aunque todavía sobreviven algunos espacios tradicionales como el parlamento, las plazas o los bares.
4. En ella predomina la velocidad entendida, además, como la preocupación por estar a tono con lo último de la información, motivo por el cual se le achaca una especie de neodarwinismo tecnológico.

Estos rasgos distintivos nos van a servir para indicar las principales transformaciones que infringen los weblogs en la esfera pública. Esta argumentación también echará mano de un análisis de contenido, en la modalidad de análisis de incubación, realizada a los premios Bloggies 2004.

#### El impacto de los weblogs en la esfera pública

Los ganadores de la IV versión de los premios Bloggies 2004<sup>8</sup> son un punto de referente importante porque constituyen el primer reconocimiento a este género nativo de la red.

Tradicionalmente, un premio incentiva más a la participación, ya sea por sus beneficios económicos o, simplemente, por aquella búsqueda natural de reconocimiento comunitario, que acompaña a cualquier realización personal. Bloggies 2004 resulta ser más un reconocimiento simbólico que un beneficio económico, pues son otorgados por votación directa de los internautas y la amplia comunidad de weblogs a nivel mundial, y sus premios no exceden los cincuenta y un dólares americanos.

La última versión de este premio estuvo integrada por 30 categorías.<sup>9</sup> Sin embargo, para efectos de este trabajo, se tomará todas las categorías en su conjunto, a fin de seleccionar aquellos aspectos que sean relevantes para graficar los cambios más importantes en la esfera pública.

De cada una de las 30 categorías se ha seleccionado el último comentario (*post*) ingresado entre el seis y el ocho de julio del presente. Aunque los weblogs están integrados también por enlaces a otros sitios

de temática relacionada y por los archivos cronológicos, se ha preferido los comentarios por ser el principal punto de entrada en cualquier tipo de weblog, desde el más sencillo hasta el más sofisticado.

De acuerdo con esto, los principales cambios que se ha descubierto son los siguientes:

#### 1. De la discusión al diálogo

Frente al hecho de que la esfera pública es principalmente un lugar para la discusión sobre determinados temas de interés para la sociedad civil, los weblogs se presentan como herramientas tecnológicas que privilegian el diálogo por encima de la discusión sobre los temas.

Muchas veces, la delgada línea fronteriza que separa al diálogo de la discusión, en un entorno fuertemente condicionado por la democracia capitalista, es ínfima, pero aun así está presente.

Entendemos por diálogo aquella interrelación que, valiéndose de una determinada técnica para la expresión de la voluntad, establece un contacto con el mundo. Es decir, no se trata sólo de un debate entre dos personas, grupos o ideologías de opiniones distintas y aparentemente irreconciliables –como es el caso de la discusión–, sino que también incluye aquellas formas de comunicación no dogmáticas que, por el mero hecho de ser persona y tener necesidad de comunicarse, se desarrollan cotidianamente, sin un objeto de negociación específico.

En esta línea, los weblogs desarrollan una serie de espacios lo suficientemente íntimos como para incorporar a la comunicación masiva –anónima y dispersa– una serie de contenidos con fuerte carga personal. Tal vez su mayor mérito es explicitar el diálogo interpersonal, subjetivo e intersubjetivo, que Habermas consideró en 1981 como improductivo, precisamente por no ser racional o carecer de un objetivo explícito dentro de la esfera pública (Mattelart y Mattelart, 1997, 98-99).

La explicitación pública de la subjetividad por parte de los weblogs se manifiesta principalmente en el tono íntimo, desenfadado y ocasional, promovido y sostenido por los principales usuarios y creadores de blogs que existen actualmente: los adolescentes (Andrews, 2003, 63), quienes insisten en capitalizar la experiencia íntima con los fenómenos y

privilegiarla frente a otro tipo de lógicas productivas de tipo industrial, como las desarrolladas por los medios de comunicación masiva. Este es el caso del weblog mejor comentado 2004: *Décima Musa (Tenth Muse)*, cuya última anotación resulta bastante gráfica:

“Nunca antes se me había ocurrido mirar bajo mi escritorio para ver si había alguna araña acechándome... hasta hoy. No sé muy bien lo que me llevó a comportarme así, pero estoy segura de que yo, en su lugar, si tuviera que elegir entre deambular por mis estantes o pasar un tiempo entre las migajas de canapé esparcidas por jersey, elegiría ubicarme debajo del escritorio, donde mis muslos ofrezcan un blanco más apetitoso” (Tenth Muse, 2004-07-08).

O, por ejemplo, el caso del mejor weblog latinoamericano 2004, conocido como *Cafecargado, artículos y axiomas (Overcaffeinated, Rants and Articles)*:

“No sufro de comportamiento obsesivo. Bueno, realmente, algunas veces, padezco de unos caprichos y peculiaridades que me convierten en un bicho de cuidado. Cuando conduzco, tengo la manía de alzar y bajar repetidamente el freno de mano. Esto no parece tan extraño ahora que conduzco un auto estándar donde el freno de mano viene al lado de la palanca de cambio, pero cuando manejaba un Dart-K, yo realizaba la misma operación repetidas veces, para desconcierto de toda mi familia. Otro de mis hábitos extraños se produce cuando voy sentado de copiloto, pues meneo los dedos del pie cada vez que pasamos frente a un semáforo. Por otro lado, cuando estoy sentado con unos amigos en la barra de un bar, cojo y ordeno los encendedores que ellos dejan sobre la mesa, por supuesto, después de haberles quitado todas las etiquetas de seguridad que llevan adheridas a los lados” (Overcaffeinated, 2004-07-06).

Estos diálogos nos demuestran que el weblog ha conseguido crear un espacio para la expresión pública de la subjetividad humana. Siempre alrededor de una experiencia propia, compartiéndola con la comunidad. Esta sería su temática principal.

La peculiaridad más evidente es que se trata –en los dos ejemplos citados– de un monólogo convertido en diálogo sólo por la publicación en el weblog y la posibilidad de que estas experiencias sean comentadas a través de un *post*. Esto tiene una repercusión social, sobre todo en una sociedad como la nuestra, acostumbrada a voces definitivas y a dudas convertidas rápidamente en certezas gracias a los medios masivos.

De este modo, la divagación e indeterminación temática se han convertido también en materia de publicidad en el sentido habermasiano.

En una sociedad con weblogs no habrá testimonios definitivos, ni discursos contundentes, sino que, más bien, se multiplicarán las voces y la sociedad tendrá que elegir en qué momento decide cortar el discurso para empezar a actuar.

Ese diálogo intersubjetivo, donde la audiencia se hace presente con comentarios sin necesidad de que el emisor se la imagine, ni por empatía, ni por simpatía, es otro de los frutos de este nuevo género. No más diálogos con anónimos, más bien, charlas con otros, con nombre y apellido y con preguntas concretas, donde el que comunica (que elabora un *post*) “sabe” hasta dónde “llega a responder” y no hasta dónde “llega a escribir”.

Por todo ello, quien asume el weblog como “el primer género nativo de la red” (Orihuela citado por Osoreo, 2004, 20), no está del todo equivocado,<sup>10</sup> esto, en la medida en que las especiales características morfológicas de registro del diálogo que posee un weblog y su intencionalidad expresa producen unos efectos reales de transformación en el interior de sus propios usuarios.

Esta proliferación de diálogos interpersonales públicos multiplica los actores de la esfera pública y disminuye la importancia de la sociedad civil como su principal protagonista.

## 2. De una sociedad civil a una sociedad intersubjetiva

En un entorno donde las voces y la intencionalidad de los discursos se multiplican exponencialmente cada mes (ver introducción), la representatividad deja de ser una preocupación para la sociedad civil.

Esta se atomiza y los ciudadanos quedan solos ante el poder político y económico, con una dinámica de acoso y enfrentamiento heredada que ya no es la más adecuada para interrelacionarse con sus autoridades.

Sampedro ya había señalado que –como especialistas– debíamos conferir mayor atención y protagonismo a las esferas públicas particulares, precisamente como garantes de la existencia de intereses plurales (2000, 41).

Sin embargo, la aparición de los weblogs ha multiplicado exponencialmente las esferas públicas particulares, a tal punto que –como ciudadanos– hemos llegado incluso a estar en manos de adolescentes, como los nuevos protagonistas del diálogo público (ver introducción). Se trata de una nueva mutación de la subjetividad que no tiene parangón en la historia de la comunicación (Mattelart, 2002, 161).

Cualquier persona puede tener en su momento un punto de vista o un dato importante que compartir. Mucha gente se queda con datos o pareceres que sería importante conocer a fin de completar las versiones más públicas de los asuntos que interesan. Por ejemplo, el mejor weblog más reciente, *Blog for America*, posee un comentario a propósito de la elección del senador John Edwards por parte de John F. Kerry que es bastante ilustrativa, a pocas horas de haberse informado de la decisión:

“Kerry-Edwards, Esto es...

CNN y el New York Times informaron que el senador John Kerry ha elegido al senador John Edwards como su compañero de campaña.

Al presionar para esta elección al Sr. Kerry, los demócratas han querido vincular a una personalidad más enérgica para su plancha electoral, a fin de compensar el dramático contraste que representa para ellos la presencia de Dick Cheney en el lado Republicano” (*Blogforamerica*, 2004-07-06).

Por otro lado, el carácter interpersonal de los weblogs ha respondido convenientemente a las nuevas necesidades corporativas de mayores y mejores canales para la transmisión de la cultura organizacional, motivo por el cual los weblogs hacen aparecer nuevas esferas públicas dentro de

las mismas compañías, promoviendo una mayor interconexión entre proveedores, consumidores, socios y empresarios. Esta alternativa no se ha contemplado aún entre los premios Bloggies, aunque sería muy conveniente por tratarse de una alternativa con buenas perspectivas a futuro.

La noticias corporativas fueron el punto de partida obvio para estos nuevos protagonistas; pero, hoy en día, los blogs ponen en compartido mucha información sobre proyectos en marcha, información sobre flujos de trabajo, motores de búsqueda y archivos institucionales (Gupta y Pitt, 2004, 3). Incluso llegan a ser una excelente herramienta auxiliar para el control de determinados procesos productivos.

“A medida que los canales de contenidos corporativos adquieren mayor visibilidad, las partes interesadas de la empresa comenzarán a esperarlos y los exigirán cada vez más” (Kedrosky, 2004, 11), teniendo en cuenta que los nuevos ciudadanos se mueven cada vez más en un entorno económico donde “gran parte del trabajo se realiza mediante reuniones, traspaso de información y conocimiento, coordinación de tareas y exploración de nuevas soluciones” (Zisis, 2004, 6).

Si Sampedro concebía una esfera pública principal rodeada por otras periféricas (2000, 42), la presencia de los weblogs va a multiplicar exponencialmente a las “periféricas”, haciendo a un lado su condición de adyacente como un rasgo distintivo concreto. Corresponde entonces averiguar cuál es la nueva configuración de estas esferas y cuál es su ritmo de aparición.

Asumiendo que la democratización de la tecnología irá en aumento, las posibilidades de que aparezcan nuevas esferas públicas se multiplicarán, y su primer efecto será debilitar a la esfera pública principal. Ella sucumbirá ante numerosas explosiones, aleatorias y de popularidad indeterminada, de nuevos temas comunes, sin un orden ni lógica específicos. Esta nueva diáspora de los mensajes informativos, a partir de una base común, ocasionará una nueva fragmentación de lo público, de difícil registro.

### 3. De la lógica tradicional a la lógica pública-intersubjetiva

Si el principal ámbito de expresión para la esfera pública eran los medios de comunicación tradicionales,<sup>11</sup> sometidos –con cierta resistencia o no– a una lógica de mercado, desde una perspectiva histórica, el acto reflejo es catalogar al fenómeno weblog dentro de lo que se conoce como el periodismo personal.

Los escritos cortos, el material de fácil lectura y algunas veces impertinente pueden considerarse como los primeros puntos de convergencia con este tipo de periodismo, identificado desde hace años por Emery (1966, 210-330). Asimismo, el servicio a una causa y el estar gestionados por un perfil de profesional que aglutina distintas responsabilidades como las de reportero, impresor, distribuidor y comercializador, en una misma persona, son otros de los puntos concurrentes.

Sin embargo, tanto la democratización tecnológica como el espíritu empresarial de los iniciadores del weblog invitan, en un segundo momento, a dejar de pensar bajo esta lógica tradicional, y empezar a aproximarse más a una lógica intersubjetiva. Allí, la principal preocupación será si esta herramienta se va perfilando cada vez más como una nueva forma de comunicación, distinta de las tradicionales, postergando las preocupaciones de si sucumbe ante el mercado o ante la subjetividad de sus usuarios.

Entre los principales atractivos de los weblogs destacan: el incremento del contacto directo y personalizado con la audiencia, a fin de sintonizar y afinar los temas más interesantes para ella; la ampliación de los espacios íntimos para un mayor uso de determinados recursos expresivos; y el develamiento del rostro de los lectores más acuciosos, para cada uno de los editores de contenido responsables de cada sección (Mitchell, 2003, 65-68).

Esta intersubjetividad no resuelve un viejo problema de los medios que es el sometimiento a intereses económicos, pero sí atomiza el problema, descubriendo nuevos intereses en juego y nuevas prioridades. A estas alturas, el principal objeto de análisis de los nuevos medios de

comunicación son los sujetos o gestores weblog y sus variantes con el periodista tradicional.

Shirky (2002) habla precisamente de una amateurización de las masas (*Mass amateurization*), para referirse al negocio de gestión de contenidos que antes era dominado por las grandes industrias pero que ahora depende cada vez más de un mayor número de personas no especializadas en comunicación, que ejercen el derecho de publicación (sindicación en lenguaje weblog) a título individual o comunitario.

Durante la etapa previa a la existencia de las nuevas tecnologías, el periodista podía identificarse como un auténtico guardabarrera de la esfera pública, debido al especial cometido que poseía: establecer los temas que iban a ser expuestos públicamente. Este atributo de “dotar o denegar la credencial de relevancia pública informativa” (Dader, 1992, 151-159) le ha sido arrebatado definitivamente por el fenómeno weblog.

Sin embargo, la dinámica económica no deja de hacer presión sobre los nuevos protagonistas de esta historia. Analizando en detalle, el arrebato del atributo periodístico por excelencia ha dado muerte también a la aspiración legítima de este gremio de profesionales a hacer de la profesión periodística un saber y quehacer especializado no apto para intrusos. De ahí el nombre de amateurización de las masas.

Más aún, para escarnio de algunos bloggers, Andrews (2003, 63) detalla que la gran mayoría de periodistas en los Estados Unidos no son blogs por diversos motivos: algunos debido a la escasez de tiempo, es decir, debido a la absorbente rutina periodística; otros, porque simplemente consideran que esta labor no coincide con sus fines y con sus responsabilidades mediáticas.

La mayor parte de weblogs han sido desarrollados por adolescentes, y, por ello, son unas páginas personales, donde llegan a publicarse hasta las fotos de las mascotas más queridas (este es el caso, por ejemplo, del mejor weblog de temática no weblog, Wannabe, cuya autora, mientras toma unas vacaciones, ha dejado una foto suya abrazando a su mascota preferida).

También pueden llegar a ser un diván para probar las ideas de algunos creativos, artesanos o diminutos fabricantes. Así tenemos, por ejemplo,

un comentario dentro del mejor weblog australiano-neozelandés 2004, *LoobyLu*:

“Sueños de gatita

He garabateado debajo [dibujo no incluido] algunas ideas para un nuevo grupo de muñecos de trapo con formas de animalitos. Realmente disfruto haciendo muñecos, me gusta concebir su personalidad y sus caprichos durante el bosquejo y luego contemplar cómo cobran vida en mis manos a medida que los voy cosiendo. A veces con más caprichos de los que había imaginado. Así, consumo mi tiempo, complicándome y frustrándome, pero siempre con una satisfacción final. Debajo, pueden apreciar a Clementine la caprichosa, una gata cuyo pasatiempo favorito es soñar con pajaritos” (*LoobyLu*, 2004-07-08).

Además de esto, la dinámica apunte-respuesta que ofrecen los weblog cambia el tradicional “pasaje de ida sin retorno” que adquirió desde hace mucho tiempo la comunicación masiva por “un pasaje de ida y vuelta” permanente, al que las rutinas de producción informativa de los grandes medios no están del todo adaptadas, motivo por el cual, los periodistas van a tener que dejar forzosamente de hablar, para empezar a escuchar.

Sin embargo, pese a estas transformaciones, su escasa rentabilidad económica sigue siendo un lastre para los weblogs. En este aspecto, los que mejores resultados económicos han obtenido han sido los dedicados a analizar y escribir sobre los retos y posibilidades del sector informático. Así tenemos por ejemplo el weblog mejor diseñado del año 2004, *simplebit*; o el mejor weblog sobre tecnología y computación 2004, *Slashdot*, cuya tipología coincide con uno de los mejores contenidos de pago que se consume en la red: el software. La mayor presencia de publicidad en estos sitios se suma a este argumento.

Por otro lado, aún menos conocidos, pero con iguales perspectivas de crecimiento económico, tenemos a la variante corporativa del weblog, conocida como feeds, debido precisamente a que nacen al amparo de las grandes compañías, para gestionar su comunicación interna (ver introducción).

No obstante, si tomamos en cuenta que la mayoría de ellos no buscó beneficios económicos desde el principio, sería más fructífero empezar a pensar con un poco más de proyección y alejarnos un poco de la dinámica económica, para empezar a ver sus cualidades subjetivas y públicas como dos elementos que claramente hay que perfeccionar, antes de hablar de modelos económicos.

#### 4. De la velocidad al compromiso

La presencia de las nuevas tecnologías llevó, en un primer momento, a dar por hecho una mayor celeridad en el proceso de discusión de los temas en la esfera pública. La mayor preocupación –a nivel social– por obtener información en tiempo real, unida a las posibilidades de respuesta inmediata que posibilitan los weblogs, podrían hacer percibir –erróneamente– que todo se reduce a ser más rápido en el intercambio de información, como si la rapidez garantizara una sociedad más adaptable.

Si la adaptabilidad es uno de los capitales más importantes que el género humano ha cultivado desde sus inicios, entonces la velocidad debe dar paso a un interés por reflexionar más. Nadie ha llegado más lejos informándose más rápido, sino adaptándose mejor a los cambios. Estos aspectos están relacionados pero no son lo mismo.

La adaptación requiere de una posibilidad de reflexión constante e infinita que sí ofrecen los weblogs de manera más cómoda que sus pares mediáticos, sea prensa, radio, televisión o Internet. Esta necesidad de reflexión *ad infinitum* se complica si tomamos en cuenta que en las postrimerías de un mundo globalizado la cantidad y complejidad de actores se multiplica.

Desde el punto de vista de repercusión sociocultural y política, los weblogs han ocasionado, gracias a la multiplicación de voces y actores, que la esfera pública se vuelva totalmente irregular, llevando al límite el paradigma identificado por Dader como “la ausencia de cualquier garantía de estar reflejando las cuestiones que, provenientes de la esfera

social o privada, requieran más incuestionablemente de un análisis público” (Dader, 1992, 153).

Con esta perspectiva, podemos afirmar que la elección se sitúa entre reflexionar o morir en la carrera. Y la velocidad empieza a ceder el paso a la actitud crítica. Esta actitud nos ubica, no frente a otro que hace lo mismo que nosotros para hacerlo mejor y ser más competitivos, sino frente a nosotros mismos, para ver si podemos mejorar lo que hicimos anteriormente, retándonos a hacerlo por el resto de nuestra existencia. Este es el caso del mejor weblog sobre política 2004, *instapundit*, cuyas reflexiones y anotaciones sobre los últimos acontecimientos en Irak se pueden seguir con soltura e interés social, para ver cómo la nación estadounidense se enfrenta a contradicciones o refuerzos en sus posturas.

“06 de julio de 2004,

Lo amargo:

Bagdad, Irak. Un grupo de irakíes encapuchados y armados amenazaron de muerte, el martes, al militante jordano Abu Musab al Zarqawi, si no se iba inmediatamente del país, acusándolo de asesinar irakíes inocentes y atentar contra la religión musulmana.

Comentarios de XX:<sup>12</sup> Normalmente, estoy en contra de estas milicias, pero por Zarqawi, puedo hacer una excepción.”

En general, las reflexiones de los weblogs tienen un formato bastante corto, como una especie de síntesis informativa, bastante concisa y esquemática, a fin de que, a manera de despieces, se pueda seguir lo último de la información sin necesidad de mayor aplicación intelectual, intercambiando pareceres y colándose en cualquier momento, en cualquier conversación.

Y para quienes quisieran acusar de superficiales a los weblogs que pretenden hacer esto, existen también, además de los tradicionales enlaces, citas a libros propios y ensayos sobre el mismo género que nada deben envidiar a sus antecesores del papel impreso. Este es el caso del mejor artículo sobre weblog 2004, *Weblogs and The Mass Amateurisation of Nearly Everything*, o el libro que publica Dan Cederholm, autor de weblog de mejor diseño, *simplebits*, ambos con mucha exhaustividad y autoridad intelectual.

De esta manera, los procesos de creación de contenidos para los medios de comunicación empiezan a desprofesionalizarse, atomizando el negocio editorial o de gestión de información. A este fenómeno he querido denominarle *personalización del discurso* en lugar de *amateurización de las masas* (Plasticblag.org, 2004; Shirky, 2004), precisamente porque creo que la primera frase, a diferencia de la segunda, no encierra ningún atisbo de desprecio por esta nueva y valiosa inclusión de ciudadanos anónimos en el discurso público.

Esta transformación nos empuja a salir poco a poco de nuestra madriguera de audiencia para empezar a ser público, en el sentido más participativo del término, al más viejo estilo de los hombres que habitaban en la caverna platónica.

Esto también hace más patente la necesidad global de contar con las propuestas personales de cada individuo. Iniciativas que, en muchos casos, habíamos abandonado en manos de los periodistas o de los propios medios.

Trabajar por nuestra mejor comunicación es algo a lo que no estamos acostumbrados. Es como estar habituado a comer en un restaurante y de pronto tener la posibilidad de preparar nuestros propios platos. Al principio nos saldrá algo insípido, incomible, pero será nuestro. Y así, poco a poco, iremos mejorando la sazón, hasta darle nuestro toque personal.

Por supuesto que habrá gente que seguirá comiendo en restaurantes, pero nadie puede dudar de que una buena comida hogareña alimenta más el espíritu y permite un nivel de relajación que aún nos queda por explorar. Lejos de las encorsetadas y manidas posturas cultivadas por los grandes medios.

#### Notas

- 1 “El término weblog se atribuye a Jorn Barger (Robot Wisdom), quien junto a otros pioneros como Dave Winer (Scripting News), Lawrence Lee (Tomalak’s Realm) y Cameron Barret (CamWorld), pusieron en

- marcha a partir de 1996 los primeros weblogs tal como los conocemos”, cuenta Orihuela (citado por Osoreo, 2003).
- 2 La sigla originalmente significaba RDF Site Summary, pero ahora la mayoría de usuarios lo traduce como Really Simple Syndication o sindicación realmente simple.
  - 3 Variación empresarial de los weblogs, empleada principalmente para la comunicación corporativa.
  - 4 Google usa Linux y Yahoo emplea una combinación de Php y Perl (Delgado, 2004).
  - 5 “El alfabetismo, tanto con respecto a la habilidad de leer lo impreso y la habilidad de usar el ordenador, también puede limitar el crecimiento posterior de la participación en internet” (Crespi, 2000, 141).
  - 6 Para una reflexión más amplia respecto a la incidencia de las nuevas tecnologías en la sociedad se recomienda vivamente la conclusión de Mattelart (2002, 161-164).
  - 7 Estos rasgos distintivos de la esfera pública se han extraído de sendas lecturas de Sampedro (2000) y Dader (1992), dos referentes importantes en habla hispana.
  - 8 Desde enero de 2001, se realiza anualmente, el premio mundial a los mejores weblogs. La ceremonia de premiación de este año fue realizada en el marco del festival interactivo de Southwest y por segunda vez consecutiva se realizó en Austin, Texas, Estados Unidos, el 15 de marzo del presente (Bloggies, 2004).
  - 9 1) Al más estimado; 2) Al mejor artículo o ensayo sobre weblogs; 3) Al mejor directorio de weblogs; 4) A la mejor aplicación web para weblogs; 5) Al mejor weblog australiano-neozelandés; 6) Al mejor weblog asiático; 7) Al mejor weblog africano o de oriente medio; 8) Al mejor weblog europeo; 9) Al mejor weblog británico-irlandés; 10) Al mejor weblog latinoamericano; 11) Al mejor weblog canadiense; 12) Al mejor weblog estadounidense; 13) Al weblog mejor comentado (best tagline of a weblog); 14) Al mejor weblog de fotografía; 15) Al mejor weblog sobre contenido no-weblog; 16) Al weblog de mejor programación; 17) Al mejor weblog de música; 18) Al mejor weblog de política; 19) Al mejor weblog desarrollado en la

web; 20) Al mejor weblog sobre tecnología e informática; 21) Al weblog de mejor temática; 22) Al mejor weblog de la comunidad glbt; 23) Al weblog más jocoso; 24) Al mejor weblog grupal; 25) Al mejor weblog comunitario; 26) Al mejor weblog diseñado; 27) Al estilo de weblog menos presente en la red; 28) Al mejor de los nuevos weblogs; 29) Al de más larga duración; 30) Al weblog del año (Bloggies, 2004).

- 10 Un género consta de dos aspectos muy definidos: unos rasgos morfológicos muy claros al servicio de una intencionalidad expresa.
- 11 Además de los espacios tradicionales como el parlamento, las plazas o los bares.
- 12 Por seguridad, debido a lo riesgoso que resulta dar la identidad del que comenta la noticia, debido a las circunstancias actuales que padece el mundo, he omitido dar su nombre.

#### Referencias

- ANDREWS, P. (2003, Fall) Is Blogging Journalism? *Nieman Reports*, 63-64.
- BERIÁIN, D. (2003) Diario de Irak. *La Voz de Galicia*, Especiales, la guerra de Irak. Consultado en febrero de 2004.  
[http://www.lavozdegalicia.es/especiales/guerra\\_irak/index\\_diario.jsp](http://www.lavozdegalicia.es/especiales/guerra_irak/index_diario.jsp)
- BRIGGS, A. y BURKE, P. (2002) *De Gutenberg a Internet: una historia social de los medios de comunicación*. Madrid, Taurus, 425 págs.
- CRESPI, I. (2000) *El proceso de Opinión Pública: ¿cómo habla la gente?* Barcelona, Paidós, 255 págs.
- DADER, J. L. (1992) *El periodista en el espacio público*. Barcelona, Bosch, 292 págs.
- DELGADO, A. (2004, 15 de Enero) Weblogs en el V Congreso de Periodismo Digital, *Caspa TV*. Consultado el 16 de enero de 2004.  
 (II) <http://www.caspa.tv/mt/mt-tb.cgi/434>  
 (III) <http://www.caspa.tv/mt/mt-tb.cgi/435>
- EMERY, E. (1966) *El periodismo en los Estados Unidos*. Mexico, Trillas, 795 págs.

- FOURNIER, V. (2003) Weblogs: otra herramienta de trabajo en el abanico de los medios electrónicos. *Técnicas de Prensa*, IFRA, Enero. Consultado el 13 de febrero de 2003.  
<http://www.ifra.com/WebSite/ifra.nsf/HTML/Index.html>
- GUPTA, A. y PITT, L. (2004) Weblogs - A New Way of Networking. *Wired*, April / May, 8 (3), 3.
- HERMAN, J. (2003) Blogs for Business. *Business Communication Review*, April, 20-22.
- KEDROSKY, P. (2004, junio) La hora de los feeds. *Harvard Business Review América Latina*, Anticipaciones, 28 (6), 10-11.
- MANCHÓN, E. (2004) ¿Hacia dónde van los weblogs? *Alzado.org*, 20 de enero. Consultado en febrero de 2004.  
[http://www.alzado.org/articulo.php?id\\_art=260](http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=260)
- MATTELART, A. (2002) *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona, Paidós, 193 págs.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Paidós, 142 págs.
- MITCHELL, B. (Fall 2003) Weblogs: A Road Back to Basics. *Nieman Reports*, 65-68.
- THE ECONOMIST. (2004) Blogging goes to work. *The Economist*, Monitor section, 13 de marzo, 370 (8366), 18.
- ORAVEC, J. (2003, October) Blending by Blogging: weblogs in blended learning initiatives. *Journal of Educational Media*, 28 (2-3), 225-233.
- OSORES, M. (2004, 15 de febrero) Bitácoras web. La revolución de la comunicación personal en internet. *PCWorld*, Reportaje, 20-23.
- SAMPEDRO, V. (2000) *Opinión pública y democracia deliberativa*. Madrid, Itsmo, 215 págs.
- SHIRKY, C. (2002) Weblogs and the Mass Amateurization of Publishing. V.O. en *Network, Economics and Culture* mailing list, 03 de octubre. *Shirky.com*, consultado el 06/07/04.  
[http://www.shirky.com/writings/weblogs\\_publishing.html](http://www.shirky.com/writings/weblogs_publishing.html)
- ZISIS, R. (2004, junio) En cobro del tiempo perdido. *Harvard Business Review América Latina*, Carta al lector, 28 (6), 6.

Correo electrónico: [jlrequejoaleman@gmail.com](mailto:jlrequejoaleman@gmail.com)