

## PRCOMUNICACIÓN

PRNoticias  
PRComunicación*Mercedes Pescador***LA REVOLUCIÓN DE LOS WEBLOGS**

19/01/2006 11:23:18

[ver >>](#)

## NOTICIAS (PRComunicación)

*Mercedes Pescador***LA REVOLUCIÓN DE LOS WEBLOGS**

19/01/2006 11:23:18

[Enviar](#)  [Imprimir](#) **La revolución de los weblogs**

- \* “Lo que el pájaro hizo antes de ayer, el hombre lo hará mañana”
- \* “Internet es el caos de la expresión, pero nadie puede negar a los ciudadanos su derecho al caos”

El mundo es un pañuelo, nunca mejor dicho. El mundo, desde hace unas pocas décadas, gracias a Internet, es incluso un patio de vecindad, la esquina de nuestro barrio. Aristóteles no definiría hoy al hombre como animal político, sino como un ser en comunicación, expuesto a diario a todo tipo de informaciones y comercios. En menos que canta un gallo, es decir, en apenas diez años, Internet ha puesto patas arriba el mundo de los medios y la comunicación de masas. Internet es el estanco en la esquina de cada casa. Los periódicos, la gran revolución mediática tras la invención de la imprenta, ya son sólo una parte del tinglado informativo. La radio y la televisión, fenómenos mucho más modernos, también. Incluso la prensa gratuita, un suceso de ayer mismo, nos parece algo antiguo, del siglo pasado. Hoy, el gran acontecimiento es Internet, en mayúscula, que todo lo revoluciona, que cada año sorprende con una nueva conquista, como los famosos Weblogs, la última moda en la Red.

Hace apenas 30 años, el humorista Forges ilustraba la revolución informativa de la época, marcada por aires de libertad y un cierto libertinaje, con una tira cómica en la que un joven melenudo, subido al piano, era advertido por su progenitor con esta requisitoria: “O depones tu actitud, o corro por el barrio la especie de que eres periodista”. La prensa entonces tenía mala prensa. Estaba en crisis, se decía a diario. Razones había para pensarlo, aunque se desconocían las causas. Entonces era moda hablar de La Galaxia Gutemberg, y de su teorizador más famoso, el canadiense Marshall Mac Luhan. Cosas como que “el medio es el mensaje”, y así. Lo tacharon de mistificador, o ave de malos agüeros. En realidad, visto en perspectiva, Mac Luhan fue el gran profeta de la edad electrónica. Hay una frase que le engrandece, aunque venga de más lejos, del mismísimo Giordano Bruno: “Lo que el pájaro hizo antes de ayer, el hombre lo hará mañana”.

“El mundo se le escapó al periodismo”

Lo que pronosticó Mac Luhan ya está aquí, y pocos saben cómo ha sido pese a su lógica natural. La tecnología no produce nada que no tenga ya su modelo en la naturaleza, bajo una u otra forma. Aunque parezca increíble (por la manía de acostumbrarse que tiene el hombre), no hay más solución de continuidad entre el vestido y la piel, el pie y la rueda, la mano y la estilográfica, que entre la imprenta inventada por Gutenberg y una plancha de máquinas offset, las rotativas Harris-Marinoni y una emisora de televisión, la agencia Reuter y la Google News, y entre un portal de Internet y la cadena de weblogs que inundan en los últimos meses el sistema de las comunicaciones de masas.

Algunos empresarios de la comunicación siguen creyendo que lo que hace unos pocos años conocíamos como “la autopista de la información” es hoy un galimatías de redes sin fin que llevan a todas partes y a ninguna. “El mundo se le escapó al periodismo. Tenemos que reinventar al mundo”, les replica Gabriel García Márquez. Lo acaba de decir el gran premio Nóbel colombiano ante la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano, creada por él hace diez años para promover la calidad de la narrativa periodística, y su ética. Hay que aspirar a más calidad y más ética, pero el futuro, según el autor de Cien años de soledad, exige mayor atención a la investigación, en particular al papel de las tecnologías de la información y la comunicación, tanto en la recolección como en la producción y la difusión de las noticias.

La merma en el número de lectores de periódicos empezó en los años 70 del siglo pasado, y se acelera cada año. Los jóvenes, en particular, se informan de manera diferente. La amenaza que sufre el periodismo no tiene precedente en la historia de los medios, e Internet es apenas, todavía, la punta del iceberg de esta revolución digital. Hoy todos podemos ser periodistas. Cualquiera que tenga acceso a las herramientas puede expresarse y ser oído por todos. Incluso la tradicional fuente de financiación de la actividad periodística (la publicidad) está tomando otros caminos.

“Hay que reinventar el mundo”, proclamó García Márquez. Pero el invento ya está aquí. Miles de millones de ciudadanos lo están utilizando, ante la perplejidad de los periodistas profesionales y sus empresas, que no saben cómo anticiparse o participar del fenómeno, resignados ya a que no podrán frenarlo. El sistema de comunicación, además, se revoluciona cada mes. Ayer fue el ordenador portátil, hoy la aparición de teléfonos celulares con capacidad para grabar en vídeo, editar y transmitir las imágenes por una línea de banda ancha a un blog, wiki, o al sitio de la Corporación mediática de turno.

Una historia de sólo diez años

Internet está en el centro de nuestras vidas, incluso para los miles de millones de seres marginados de esta revolución mediática. Internet no es el futuro. Es el presente. Es un medio para todo: una red de redes en la que caben los medios de comunicación, el cibercorreo, todo tipo de comercios, las diversiones, la cultura, toda la organización social, por muy compleja que la imaginemos. Internet nos permite encontrar en un minuto las cosas más insólitas, o localizar a amigos que no habíamos visto desde el bachillerato... El estanco de la información absoluta a nuestro alcance, en la esquina de casa, siempre abierto. Parodiando al poeta, nada humano le es ya ajeno a Internet.

Y, sin embargo, aunque parezca increíble, apenas hace diez años que existe tan prodigiosa herramienta humana. Se construye como red de redes a partir de 1969, pero tal y como la gente lo entiende hoy se constituyó en 1994, a partir de la existencia de un browser. Un año después, a finales de 1995, ya tenía nueve millones de usuarios o beneficiarios, 700 millones en 2001, casi un par de miles de millones ahora... Y todo ello en libertad, sin que nadie pueda ponerle puertas a este inmenso campo de la comunicación. Vean lo que dice uno de sus grandes especialistas, el sociólogo Manuel Castells. “Yo me acuerdo que en los años 1995 y 1997 participé en la comisión de expertos sobre la sociedad de la información que nombró la Comisión Europea, y allí, en una comisión en la que yo obviamente estaba en absoluta minoría, se trataba de ver cómo se podían paliar los efectos devastadores que podría producir Internet en la sociedad, en la política, en la cultura. Predominaba una actitud defensiva”.

Lo que cuenta el profesor Castells indica una cosa impresionante: Internet nace, se desarrolla y crece a pesar de los Estados y de las poderosas Corporaciones de Comunicación. Es, por tanto, un instrumento contestatario, de liberación y autonomía personal. Hay quien argumenta sobre su origen militar (efectivamente, Arpanet, el antepasado de Internet, se desarrolló en Estados Unidos como medio de comunicación entre superordenadores de los centros de información militar), pero

lo cierto es que Internet se desarrolla a partir de una arquitectura informática abierta y de libre acceso, en la que los principales productores de tecnología son los propios usuarios. Por cierto: es la vieja historia de la tecnología: ya pasó con la imprenta, que se lo preguntan a los aristócratas y reyes tras la explosión de la Revolución Francesa, en la que personajes tan variopintos como Jean-Paul Marat o Camille Desmoulins lanzaban a la calle a diario sus propios medios de comunicación, libres como pájaros, terribles e imparables. Fue más tarde el caso del teléfono, que se inventó para una cosa y los usuarios le dieron la vuelta creando otras muchas aplicaciones.

Internet tiene mucha más flexibilidad y ductilidad, aún no es posible decir hasta dónde puede llegar. Una cosa es ya segura: la inmensa mayoría de los movimientos sociales, políticos y empresariales del mundo utiliza Internet como una forma privilegiada de acción, organización y desarrollo.

“Aquí estoy, este es mi manifiesto”

Internet es, además, un medio de comunicación en el que todo el que quiera puede ser protagonista. En Internet todos podemos hacer de periodistas. Y mucho más: podemos ser también agitadores, políticos, revolucionarios si se quiere. Uno puede lanzar en este medio un mensaje como éste: “Aquí estoy, este es mi manifiesto, ¿quién está de acuerdo conmigo?” O: “Esto es lo que digo, ¿qué podemos hacer juntos?” La transmisión instantánea de ideas e informaciones en un marco como Internet permite la suma y coalición en torno a acciones o valores. Pocos medios lo han subrayado (porque nadie quiere tirar piedras sobre el propio tejado), pero el principal sistema de comunicación y de reclamo entre los jóvenes que incendiaron de una extraña revolución sin nombre, hace unas pocas semanas, varios suburbios de París fue Internet.

Otro debate recurrente sobre Internet es el de la libertad. El del control. Pero los poderes públicos dan la batalla por perdida. Lo ha proclamado, por cierto, hace apenas cinco años, el Tribunal Supremo de los Estados Unidos, tras reconocer que en Internet hay “toda clase de problemas y puede conducir a excesos”. Internet es el caos de la expresión, pero nadie puede negar a los ciudadanos su derecho al caos, sostiene casi textualmente el alto tribunal norteamericano. Es una idea profundamente innovadora, como corresponde al país cuya Constitución lleva la firma de tipos tan extraordinarios como George Washington, Thomas Jefferson o James Madison.

Tan difícil como colocar puertas al campo es ponerle trabas a Internet. La única forma que tienen los gobiernos de controlar Internet sería desenchufarlo, como hacen en China, Irán y antes en Afganistán. ¿Quién se atreve a estas alturas? Otra cuestión es la privacidad, que es una batalla perdida. Cualquier cosa que hagamos en la red se puede detectar electrónicamente porque el encriptado está prohibido por los gobiernos (por lo de la droga, empezaron diciendo; ahora, por la amenaza terrorista universal).

La empresa y los cambios

La historia de Internet ofrece esta otra curiosa lección: nació y se desarrolló inicialmente al margen de la empresa. No se creó como un proyecto de ganancia empresarial. Hay una anécdota reveladora, norteamericana por supuesto. En 1972, la primera vez que el Pentágono intentó privatizar lo que fue el antepasado de Internet (Arpanet), se lo ofreció gratis a ATT para que lo asumiera y desarrollara. La ATT lo estudió y dijo que ese proyecto nunca podría ser rentable y que no veía ningún interés en comercializarlo. En fin, grandes genios de la prospectiva, disculpables si añadimos que por los mismos años el presidente de Digital, una gran empresa de informática, declaró que no veía ninguna razón para que alguien quisiera un ordenador en su casa (pocos años antes, Thomas Watson Jr., presidente de IBM, declaró que en el año 2000 en el mundo sólo habría cinco ordenadores, todos, obviamente, IBM).

Los tiempos cambian que es una barbaridad, cada día más deprisa. Hoy no hay empresa posible de espaldas a Internet. La nueva economía no es la economía de las empresas que producen o diseñan Internet (hay poquísimas en este campo), sino que es la de las empresas que funcionan con y a través de Internet. Se habla mucho del comercio electrónico entre consumidores, y es lógico porque es inmenso; pero el 80% son transacciones de empresa a empresa para relaciones comerciales entre las propias empresas, y por razones de prestigio e imagen.

Internet está transformando muchas cosas, aunque no conviene exagerar. Muchos expertos concluyen que no ha cambiado nuestras vidas. Frente a los que predicán que Internet aliena, aísla, lleva a la depresión, al suicidio, a toda clase de cosas horribles; o bien, frente a quienes dibujan un

mundo extraordinario, de libertad, de desarrollo, en torno a Internet, porque nos comunica, nos hace vivir en comunidad..., un gran estudio de British Telecon realizado a lo largo de un año en una larga serie de hogares concluye que por sí sólo “Internet no cambia nada”, es decir, que la gente que hacía lo que hacía lo sigue haciendo con Internet: a los que les iba bien, les va mucho mejor; a los que les iba mal, les va igual de mal; el que tenía amigos, los tiene también en Internet, y quien no los tenía, tampoco los tiene en Internet.

Es un estudio intelectualmente muy conservador, incluso en su propio título: Aquí no pasa nada. Pasan muchas cosas. Internet es un instrumento que desarrolla los comportamientos, aunque no los cambie. Al menos eso parece; es pronto para asegurarlo.

## DESPIECE 1

### Lección para iniciarse en bitácoras

Hay un campo en el que Internet está causando una revolución: El de las comunicaciones personales. ¿Quién escribe cartas ahora, por ejemplo, y las deposita en un buzón en Correos, sobre y sello incluidos? ¿Quién busca un quiosco para comprar su periódico local cuando va de viaje lejos de casa? ¿Quién pide un dato al departamento de Documentación de la empresa? ¿Quién pregunta al vecino de al lado cómo se llamaba el primer presidente de los Estados Unidos o en qué año se produjo la independencia de Argentina? Todo está en Internet, todo lo saben sus buscadores.

Además, están los weblogs (bitácoras en español), cuya notoriedad ha crecido en los últimos meses. En la Red existen ya cerca de 8 millones de weblogs en el mundo, y cada día se suman miles de personas. Es la nueva revolución mediática, un mundo en el que todos podemos ser periodistas y lectores al mismo tiempo.

Un weblog es un sitio web donde el autor aporta opiniones, noticias y enlaces que se actualizan de modo regular, casi a diario, escritos con un estilo informal y subjetivo. Muchos de estos weblogs están dirigidos por prestigiosos periodistas que escriben sobre temas que no pueden tratar abiertamente en sus medios. Weblogs, blogs, cuadernos de bitácora o, simplemente, bitácoras son las denominaciones de este recurso de información y comunicación. La terminología alude a los diarios de navegación en los que marineros y pilotos anotaban los incidentes de ruta y los acontecimientos más notables en sus viajes.

También hay weblogs gestionados por especialistas en diferentes sectores (farmacéutico, financiero, etc.), o por ex empleados de empresas en procesos de crisis. Estos bloggers presentan una versión personal de las noticias del día. En vez de basar su información en los tradicionales comunicados de prensa, los bloggers organizan sus noticias como quieren y redactan sus artículos de opinión según su propio criterio.

Existen alrededor de 50.000 weblogs activos escritos en español, auténticas fuentes de información alternativas que difunden la actualidad empresarial, social y política. Relacionados con Internet, cuya red comparten y de la que son una especie de prolongación inevitable, funcionan como las páginas ordinarias, con la salvedad de que son directa y exclusivamente propiedad de individuos que las utilizan como vehículo de expresión personal, como una especie de diario.

Proliferan los weblogs que, sin abandonar la forma personal y expresionista, se dedican a temas técnicos y especializados (literarios, tecnológicos, políticos, etc.). En este sentido, los weblogs parecen haber abandonado ya su fase diletante y meramente exhibicionista para pasar a adoptar formas más profesionales.

Numerosos periodistas, escritores y creadores de opinión pública tienen su propia weblog desde donde exponen sus puntos de vista sobre las noticias del día sin necesidad de soportar las restricciones que imponen los canales de información tradicionales.

Los weblogs aún no están muy extendidos en España, pero algunos ya son fuente de información habitual para periodistas y directores de comunicación de empresas, instituciones y partidos políticos. Es en los weblogs donde la polémica sobre el nuevo Estatuto de Cataluña se ha desarrollado con mayor amplitud y libertad, por citar un ejemplo reciente de comunicación de masas.

## DESPIECE 2

### Una herramienta fácil de manejar

El weblog es una herramienta fácil de crear y de usar. He aquí algunos consejos útiles, tomados de Rebecca Blood que en 2000 publicó *Weblogs: A History and Perspective* ([http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html)).

1. Prueba varios servicios. Los hay gratuitos, otros cuestan dinero. No comprometas una herramienta hasta probarla.
2. Fija objetivos. Las bitácoras se pueden utilizar para filtrar información, organizar negocios, compartir noticias familiares, establecer reputaciones profesionales, fomentar el cambio social y reflexionar sobre el sentido de la vida.
3. Conoce a los destinatarios. Se escribe de manera distinta a los amigos, a los socios o a la familia. Saber para quién se escribe permite adoptar el tono apropiado.
4. Realismo. Incluso una bitácora profesional puede ser atractiva. Evita el estilo del marketing. Habla con voz real acerca de cosas reales.
5. Escribe acerca de lo que amas. Una bitácora es el lugar para opiniones contundentes, sean de política, música, asuntos sociales, jardinería o tu profesión.
6. Actualiza con frecuencia, dos veces por semana al menos. Los lectores regresan a tu sitio si encuentran algo nuevo.
7. Construye credibilidad. Sé sincero. En Internet, tus palabras pueden permanecer para siempre, tanto si las has publicado tú como si han sido archivadas en otro sitio.
8. Enlaza a tus fuentes. La Web permita una transparencia que ningún otro medio puede igualar. Cuando enlazas a una noticia, un ensayo, un documento oficial, un discurso o un artículo de otro bloguer, das acceso a fuentes primarias, permitiendo realizar a tus lectores juicios documentados.
9. Enlaza a otras bitácoras. La Web es un medio democrático y los bloggers amplifican las voces de cada uno cuando se enlazan entre sí.
10. Sé paciente. La audiencia de las bitácoras es pequeña, pero crecerá.

**Mercedes Pescador**  
**Directora General de Medialuna Comunicación**