

RAZÓN Y PALABRA

ISSN 1605-4806

Primera Revista Digital en Iberoamérica Especializada en Comunicología

[Acerca de RyP](#)

[Números anteriores](#)

[Convocatoria](#)

[Directorio](#)

[Política editorial](#)

México Julio 20, 2014

[Inicio](#)

LOS NUEVOS FORMATOS PERIODÍSTICOS DE LOS BLOGS O HACIA UNA REDEFINICIÓN DE CÓMO SE CONOCÍA A LOS WEBLOGS PRIMARIAMENTE. LOS BLOGS PERIODÍSTICOS, SUS CARACTERÍSTICAS Y RELACIÓN AL ESPACIO MEDIÁTICO.

Por [Manuel Frascaroli](#)

Número 62

Ante la evolución de los blogs a través de los últimos 10 años, es posible encontrar tratamientos de contenido informativo que van más allá de artículos cortos o pequeños, o donde prima solo el criterio cronológico. Coexisten diversas formas de presentar aquellos contenidos por lo que cabe preguntarse si más allá de las clasificaciones habituales, se va camino a una transformación en curso, que de forma continua va mutando de formas y las descripciones del fenómeno no deberían encasillar o hasta restar su mirada de todas sus expresiones. Así es que entre los diversos blogs periodísticos que se pueden encontrar en la web, no todos aplican las de la misma forma las que se suponen son las características del medio como la hipertextualidad, el lenguaje multimedia o la interactividad. El grado de utilización de estos elementos dan a la narrativa periodística y a los diversos géneros en que se presenta, y muestran un variado y desigual nivel de los blogs periodísticos. Igualmente cabría pensar a los mismos en relación al espacio mediático y el lugar ascendente que ocupan (dentro y fuera de los medios).

Partiendo de algunos antecedentes

Se ha dicho que los weblogs son sitios en Internet basados en comentarios y opiniones sobre ciertos temas que son actualizadas frecuente o periódicamente, pero que en cualquier caso los visitantes pueden introducir sus comentarios, de forma en que se genera una especie de conversación, elemento verdaderamente estructurador del fenómeno. Pero existen ciertas características que también aportan algunas claves útiles para comprender la naturaleza de los blogs: sus contenidos pueden abarcar cualquier temática o tipología y presentan un marcado sesgo cronológico, el autor y los participantes incluyen enlaces hipertextuales, la interactividad es una herramienta protagonista que dinamiza el proceso de comunicación, y comenzó, mas que nada, como un espacio de comunicación personal.

También se puede decir que los blogs son sitios web personales, en muchos casos, cuyo contenido puede ser noticias, opiniones, relatos, cuentos, vivencias personales, rumores, etc., mezcla de diario íntimo con foro de debate y noticiero personal, y en algunos casos ofrecen una visión de la realidad que no coincide con la de los grandes portales. Estos sitios actualizados frecuentemente, en los que cualquiera puede expresarse, se componen normalmente de una secuencia de enlaces ordenados por riguroso orden cronológico que a su vez son comentados o no. Los usuarios elaboran eventualmente -si estuviera disponible esta opción- con sus visitas la lista de los textos más exitosos de la web, apareciendo éstos en primer lugar cuando se accede al sitio. Normalmente no hay censura, y cada usuario puede contar lo que quiera, aunque existe cierta pertinencia a los temas que los aglutinan y según el autor puede fijar ciertos criterios sobre el decoro de los mensajes, por lo que cada vez es más habitual encontrar algún tipo de moderación. Más allá del contenido de los comentarios, distintos blogs han sumado igualmente algún tipo de filtro automático para la carga de los mismos para evitar que los trolls introduzcan spam en lugar de auténticos mensajes.

Cervera (2006) lo sintetiza así: “Un weblog, es un modelo simplificado de página web caracterizada por su sencillez de actualización. Como tal, nació para facilitar la publicación en Internet, limitando a cambio las posibilidades que ofrece el diseño gráfico en HTML (...) menos estética y nula flexibilidad a cambio de una gran sencillez de uso que simplifica el acto de escribir y publicar. Lo que ha ocurrido es que estas limitaciones estructurales han acabado transformando la rígida estructura simplificada en un género en sí mismo. Lo que se diseñó como ineludibles recortes para hacer más fácil la publicación ha sido convertido en un modo propio y reconocible de expresión con sus convenciones y particularidades (...) El post, o envío, es la unidad básica, el átomo del que están hechos los blogs. En su forma más arquetípica consiste en un texto de longitud variable (de una frase a varios cientos, o miles de palabras) con su título y su propio enlace permanente (permalink) (...) Los textos pueden ser muy diferentes, desde disquisiciones sobre el estado de ánimo de quien escribe a comentarios sobre noticias de actualidad, en cuyo caso la convención es enlazar la noticia comentada en el interior del mismo texto. Es este elemento, la capacidad de enlace comentado, el que ha proporcionado un inmenso poder al fenómeno, transformando en la práctica cada blog en un 'mini-medio' de comunicación”.

Quedémonos con esta reflexión que traía Cervera sobre que aquellas limitaciones estructurales han acabado transformando la rígida estructura simplificada en un género en sí mismo. Pero género no puro en definitiva, que en dinámica transformación va encontrando zonas en común, prácticas y modos de uso de todos aquellos géneros de los que se sirve.

Adolfo Estalella encuentra que la práctica de los bloggers puede describirse como un género de escritura referencial. Los blogs están plagados de hipervínculos a través de los cuales sus autores referencian artículos, apuntan hacia blogs afines o enlazan materiales de todo tipo, generando de esta forma la arquitectura de la blogosfera, de la cual emerge una jerarquía que haría más visible aquello más "relevante" y funciona como un sistema de filtrado colaborativo de la información. Aunque dicha jerarquía sea más aparente que real dado el carácter distorsivo de la intensidad de la participación que puede hacer un usuario y las referencias que puede introducir y de las que en acuerdo pueden generar un conjunto de usuarios o a través de técnicas de posicionamiento web, por la cual aquellos falsos blog que forman parte de una estrategia publicitaria de alguna compañía han podido encontrar cierta legitimación con citas y links que los han ubicado en una ubicación preferencial.

Es reconocida y distintiva la actividad de los bloggers (autores) la recopilación de noticias de la Red (las que exponen para que otros usuarios expongan sus comentarios), moderan y tamizan la entrada de textos, convirtiéndose en una especie nueva de periodistas-editores. Aunque se lucen aquellos que pueden ofrecer un valor agregado a la mera selección de links o hipervínculos y son capaces de elaborar a partir de ellos una nueva construcción, una reinterpretación de los temas originalmente tratados, y que en conjunto pueden dotar de un nuevo sentido al mensaje presentado por el blogger. Y ésta puede ser en todo caso una nueva vuelta de tuerca que aporte un diferencial a los formatos de blogs conocidos, aunque difícilmente pueda ser elaborada por cualquier usuario, sino solo por aquel que cuente con ciertas competencias para la producción de contenidos y luego aún más contenidos hipertextuales y/o multimedia.

Es justamente una de aquellas nuevas formas en que la transformación de los blogs dan vida a géneros híbridos, que requiere dotar al o los géneros tradicionales del periodismo empleados de un grado de hipertextualidad que puede variar desde un mínimo grado con la inclusión de uno o unos pocos hipervínculos a una colección de enlaces seleccionados de una búsqueda o una documentada investigación. A lo que podrá añadirse un video embebido o empotrado en streaming referenciado de sitios como Youtube o de los medios de comunicación tradicionales que ofrecen fragmentados sus contenidos audiovisuales como notas o informes sobre algún tema en particular.

Entre el aporte más interesante que realiza Varela (2005) plantea que: "la navegación por contenidos cambia el criterio de la credibilidad. Ya no responde a la autoridad de una cabecera o fuente, sino al criterio social a través del hipertexto. Cuantos más enlaces certeros y confiables, más credibilidad. Los bloggers más respetados son los más transparentes y los que citan las mejores fuentes. El hipertexto se convierte en un elemento de autoridad al aumentar la profundidad de la información".

Igualmente se produce una transformación de otra de aquellas características que inicialmente dieron identidad como la extensión de los contenidos publicados. Partíamos de una situación en que el blogger o creador hace breves comentarios acompañados normalmente de enlaces a otras páginas. La información condensada y directa era una de las principales características de estos sitios interactivos que pueden definirse también como un universo en expansión repleto de contenidos de toda clase. Los temas allí pueden variar tanto como las actividades normales de cada uno de sus autores: los hay desde tecnología, noticias, medios y poesía hasta cuentos, deportes, arte y música. Este concepto de síntesis, de tan sólo un par de líneas, oraciones o incluso párrafos, es posiblemente uno de aquellos atributos que concisión y rapidez fue muy valorado en su momento, pero también la carencia que sintieron muchos autores y lectores que sin poder abordar un tema mas o menos seriamente con tan exigua longitud, unos comenzaron a extenderse en sus consideraciones y los otros a buscar y detenerse también en una lectura que no se agota en un par de frases telegráficas.

No obstante están quienes sostienen la vieja consigna llevándola casi al extremo, como Pablo Ávila, webmaster de Darkland, para quien los weblogs son un medio de periodismo alternativo y opina que: "Son páginas muy fáciles de actualizar y, en cuanto a la información, debe ser corta y condensada. Toda el material debe estar en un tamaño similar al que ocupa cualquier copete de un artículo diario, unas cinco líneas".

Ahora posiblemente se vaya camino a considerar antiguos y perimidos aquellos preceptos que bregaban por una escuálida extensión, así como por redefinir los estrechos parámetros de actualización cuasi-diaria que se imponía como otra de las caracterizaciones clásicas. Así cierta relativización de ésta regla, si bien puede traer aparejado una menor frecuencia de visitas por parte de los lectores habituales no conspira en absoluto contra el espíritu y naturaleza del blog. Parece ser más interesante que el blogger o autor desarrolle mejor, más acabadamente un tema que sólo hacer una consideración pasajera y superficial. Y para ello además de las competencias y capacidades que decíamos anteriormente se necesitaban, está también el tiempo que demanda investigar, producir y publicar un post más completo, con mayor cantidad y calidad de hipervínculos, contenidos multimedia y elaborar con todo ello un artículo que exige interpretación, razonamiento pausado y la consiguiente construcción que conjugue y distribuya adecuadamente todos aquellos elementos que se vayan a incrustar en el texto.

Pero también se considera que la irregularidad en la actualización es demasiado marcada y no responde justamente al mayor tiempo de producción o que va de la mano de calidad del contenido, bueno pero espaciado, y más bien es adjudicable al poco interés del blogger por mantener su sitio, sumado a la inviabilidad como proyecto económico empresarial se establece una combinación de factores que puede atentar contra la continuidad del blogs. Así es que el 66 % de los blogs existentes no se han actualizado en los dos últimos meses, lo que permite pensar que han sido definitivamente abandonados, afirma la empresa Perseus Development, después de haber relevado 3.634 publicaciones

En el mismo sentido, Estalella asegura que en general, entre el cincuenta y el sesenta por ciento de los blogs suele tener una vida de tres meses, pero destacando que en su mundo se puede advertir una evolución desde su nacimiento, que se produjo coincidiendo prácticamente con la popularización de la red a inicios de los noventa.

Contra la creencia habitual de que los blogs son actualizados permanentemente, apenas 50.000 tienen un promedio de una actualización o posteo por día, mientras que algo más de 106.000 tienen algún tipo de renovación una vez a la semana. Por lo general, los sitios activos son actualizados cada 14 días.

El trabajo de Perseus se limita únicamente a los proveedores gratuitos. Pero se puede llegar a la hipótesis de que muchos de los desarrolladores y bloggers más constantes y que actualizan desde hace más tiempo sus páginas no dependen de estos servicios, sino que cuentan con dominio propio. Según Perseus, cuando se habla de blogs, se suele hacer referencia a páginas bastante populares, con decenas de miles de usuarios diarios. Pero esto es apenas la punta visible del fenómeno. El estudio plantea que la gran mayoría de los blogs son de un interés limitado a pocas personas, y por eso prefiere hablar de “nanoaudiencias”. Si se considera el explosivo crecimiento de los blogs, esto parece lógico. La mayor parte de estos sitios no tiene más que una docena de lectores, pero el grado de interacción entre bloggers y público, gracias a la posibilidad de contestar o replicar los comentarios o actualizaciones, les da a estos sitios una dinámica muy particular, muy diferente de los medios tradicionales, que no gozan de una interactividad, que sí tiende a una cierta igualdad (horizontalidad) entre emisores y receptores, tan promovida por los que sostienen el discurso pro-tecnológico, también llamados integrados.

El estudio de Pew Institute revela que el 11% de los usuarios leen weblogs de otros usuarios, tanto de conocidos como de extraños. Además de leer, un tercio de ellos escribieron algún comentario en él. Una cosa es crear un propio weblog y mantenerlo y otra distinta hacer algún tipo de contribución online. La inversión de energías es mayor en el primer caso. De hecho, según los datos del propio estudio, más de dos tercios de los que tienen su propio weblog lo actualiza poco.

Por otro lado, la máxima exposición ganada y el lugar central que han ocupado hasta en procesos políticos de algunos países los han colocado en el centro de la escena mediática y con cierta llegada a la opinión pública, aunque de momento no pasen de ser un mero complemento informativo de los diarios, sin sustituirlos ni superponerse en sus funciones, porque todavía –lamentablemente en muchos casos- lejos están los blogs y cualquier otro sistema alternativo de editar contenidos de disputarle la legitimación y credibilidad a los grandes medios establecidos como los diarios centenarios y otras organizaciones periodísticas de trayectoria, por más que éstas hayan sido captadas por multinacionales o grupos monopólicos que mal-informen, como se ha acusado a Fox News y otros grandes conglomerados por ejemplo. Por lo que difícilmente constituyan una amenaza seria para las empresas periodísticas presentes en la web, pero éstas han empezado a asimilar la nueva forma aunque no todos han terminado de entender la dinámica y naturaleza de los blogs y su inserción en los portales y sitios de los medios masivos sea un tanto despereja y no siempre exitosa.

Tras ignorar el surgimiento del fenómeno y la sorpresa inicial por su irrupción desde los diarios digitales se temió por la competencia que pudieran llegar a constituir los blogs, para dar paso luego a la búsqueda de incorporarlos ya como propios o bien de terceros. Así los medios que enlazan a weblogs propios o incluso externos, como los de sus propios lectores han visto también como incrementaban sus audiencias.

Por otro lado recordemos también que los blogs presentan una diferenciación clara en cuanto posibilidad de participación e interacción con respecto a la concepción clásica de los diarios digitales, donde los lectores no tenían la posibilidad de publicar y muy pocas posibilidades de hacer sentir su voz. Los modelos de interactividad, han sido más bien rudimentarios, escasos o nulos, y en todos los casos, muy controlados, como las cartas de lectores, en la que el medio decidía si la opinión del lector merecía ser publicada, y en qué condiciones. Frente a este modelo, los blogs han presentado la posibilidad de sortear de alguna forma el filtro de los grandes medios y formar parte de esa constelación de “medios alternativos”.

En la dinámica de relación y disputa por el espacio mediático se forjó una impronta de la diferenciación con los grandes medios establecido en un perenne conflicto con ellos, de hecho la crítica de medios es una de sus actividades favoritas, posiblemente surgida ante la notable ausencia en los medios masivos de canales habilitados para la autocritica y el feedback con la audiencia, algo que no solo se permiten los blogs sino que admiten de buena gana y promueven como parte esencial del fenómeno que apuntala la construcción de confianza, seriedad y credibilidad.

Justamente es importante en el posicionamiento la credibilidad que merezcan los weblogs, teniendo presente que el hecho de poder publicar en Internet y tener un cierto anonimato no implica que se pueda dar lugar a rumores, comentarios agraviantes o hasta para mentir o difamar. Precisamente en relación con este aspecto se manifiesta cierta preocupación acerca de la libertad-impunidad para escribir en ellos, teniendo en cuenta su creciente influencia en la opinión pública, su utilización para las campañas políticas y que eventualmente nadie se hace responsable de su contenido, ya que incluso el autor puede evadirse con seudónimos. Pero éste es un problema de fondo que entraña la propia concepción de la Red.

Como apuntan Flores y Aguado (2004), precisamente la prioridad en la inmediatez sobre el contraste de las fuentes es lo que ha llevado a triunfar a algunos weblogs, como es el caso de la publicación con tendencia conservadora que elabora Matt Drudge, The Drudge Report, que salió a la luz por publicar un rumor que hacía semanas que iba de redacción en redacción: el Presidente Clinton podía estar manteniendo relaciones sexuales con una becaria de la Casa Blanca. La noticia no había sido confirmada y no había prácticamente ninguna prueba, sin embargo Drudge no tuvo ningún reparo en publicar la información, incluyendo además el nombre de la becaria, Mónica Lewinsky. El caso fue hecho público el 17 de enero de 1998, cuatro días antes de que apareciera en el Washington Post o en la ABC. Así su mérito por haber sido el primero en publicar una información sin contrastar.

Por otro lado, si bien la Red ha puesto a disposición de los lectores una gran cantidad de contenidos informativos, ese volumen no garantiza por sí mismo la pluralidad ni la imposibilidad de censura o la existencia de mecanismos que controlan la información. Pero como afirman García Orosa y Capon (2004), no es más que una expresión de deseo que obedece al anhelo de una información pura, no mediatizada, sin que fuera afectada por los complejos mecanismos de su producción y consumo. Y la información en Internet también esta mediatizada y se produce bajo análogos procesos de producción, que incluye ciertamente a los blogs periodísticos.

Los autores remarcan que en su conjunto la cantidad de materiales que alberga la Red es heterogénea e ingente, pero ello no implica que no actúen sobre los mismos las fuerzas que en el campo informativo configuran un discurso hegemónico ni mucho menos que dé la posibilidad real de más contenidos se deduzca directamente de una ampliación democrática del medio. Ni la insistencia en la importancia del acceso y de la pluralidad no cambia que el consumo de noticias es una labor que implica interpretación personal. De la existencia de una mayor cantidad de información no se deduce que su interpretación sea crítica o pretenda objetivarla. Es la decodificación ideológica de la noticia la que garantiza un consumo crítico, no el volumen de información al alcance. Además porque la existencia tradicional de información alternativa y de los históricos mecanismos de contrainformación es una constante que viene a

aportar solidez al sistema hegemónico al permitir la ilusión de disidencia. Y la información en Internet no produce per se criterios de noticiabilidad propios puesto que la mayoría de los criterios son comunes a todo el campo independientemente del medio en el que se publiquen.

Por más que inicialmente los blogs reclamaran para sí un estatus de independencia distintivo frente a los medios tradicionales, su mayor inserción la web los obliga a una diferenciación para captar la atención de la audiencia y los anunciantes. Cierta tendencia que se ha notado con una aparición continua de noticias relacionadas con el progresivo éxito de los blogs aparece en ese sentido apuntalando una estrategia de autopromoción, que apela a la posesión de información de primera mano, información privilegiada y en los datos que los grandes medios no publicarían. Pero como señalan García Orosa y Capon el deseo de información en estado puro obedece a una fetichización de la noticia como tal. En éste sentido el consumo de los warblogs de corresponsales de guerra en Irak, respondían a esta búsqueda por sortear la manipulación informativa tanto de los conglomerados mediáticos monitoreados por el ejército y hasta por los periodistas.

En un estudio que los autores realizaron sobre la agenda informativa, encontraron que las grandes temáticas, actores y escenarios de la información marcados por los criterios periodísticos tradicionales se trasladan a los blogs que reproducen igualmente la agenda ya marcada por la prensa tradicional reflejando como espejismo el "no-monopolio" pretendido, aunque hay una mínima inclusión de temas no tratados en medios tradicionales, reflexiones propias del blogger y otra propia a la Red. Así evidencian que los blogs no solamente reproducen la tendencia natural a la mediación, sino además que se vislumbra la configuración de una nueva organización en red donde nuevos -o viejos- gatekeepers intervienen en la creación y difusión de información.

De allí la importancia de filtro y selección de fuentes e hipervínculos que hagan los autores, reforzando o menguando la fortaleza de la agenda mediática por un lado y por otro aquello que aporta Cervera (2006) con que los dos verdaderos valores de los blogs son la satisfacción que suponen para el ego del blogger y este servicio comunal de filtro.

[Manuel Frascaroli](#)

Doctor en Periodismo, Progrma "Organización y Gestión de la empresa Informativa". Universidad Computense de Madrid.

© Derechos Reservados 1996- 2010

Razón y Palabra es una publicación electrónica editada por el Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México.