

## [buena letra]

### los *blogs* en la reinención del periodismo y los medios\*

#### Jesús Miguel Flores Vivar

Doctor en Ciencias de la Información, Director del Observatorio de Periodismo en Internet, Universidad Complutense de Madrid. Licenciado en Ciencias de la Comunicación, USMP-rama Periodismo. Master en Información y Documentación, Universidad Carlos III de Madrid. Experto en Tecnologías de la Información y Multimedia, Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicaciones-UPM. Profesor e investigador.

El presente análisis forma parte de la investigación sobre modelos emergentes en el negocio de los medios, la disrupción del periodismo, los desarrollos devastadores de las TICs y la formación ciberperiodística, entornos que resumen un objetivo fundamental: reinventar los medios.

La revolución de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones están generando no sólo una época de cambios en la sociedad, sino un cambio de época. En la actualidad, todos advertimos la prodigiosa velocidad con la que cambia el panorama en el mundo virtual y tecnológico, lo que trae por consiguiente, el estudio de un nuevo paradigma en el proceso de la comunicación que subyace en el entorno de los cibermedios y el ciberperiodismo. Con unas u otras palabras, todos los estudiosos del fenómeno del ciberperiodismo han detectado el abismo que se produce en relación con el tiempo. Y es que nos hemos habituado a las nuevas formas de actuar e interactuar de la Sociedad de la Información. Bajo este panorama, parece que estás afuera de la sociedad si no tienes un ordenador con conexión a Internet. La Sociedad de la Información está revolucionando profundamente la cotidianeidad de las personas. Asistimos, quizá de manera no muy consciente, al nacimiento de una nueva civilización. Ni un solo rincón de nuestra historia

futura va a dejar de verse afectado por el desarrollo devastador del mundo digital. Y las empresas de medios y la propia profesión periodística, deben tomar buena nota de todo este acontecer. Algunos ya lo hacen, pero la mayoría aún no piensa en estos cambios.

Por ello, no nos vamos a detener en analizar el desarrollo o proceso evolutivo que ha seguido la prensa digital desde entonces hasta llegar al marco actual. Pero, dentro de este contexto, sí vamos a analizar el panorama actual motivado por la emergencia de un fenómeno que se consolida cada vez más y que forma parte de los cibermedios, los cuales se han convertido en un modelo reinventado de los llamados medios tradicionales. Cada vez más proliferan los informes, estudios y análisis que alertan sobre la crisis que se cierne sobre los medios tradicionales, con especial referencia a la prensa impresa. El periodista, Fernando Jáuregui, director de *Diario Crítico* y uno de los primeros en adaptarse a los nuevos medios (con más de treinta años de ejercicio periodístico), daba la voz de alarma en marzo de 2004, durante su intervención en el II Congreso internacional de Ciberperiodismo, en la Universidad Antonio de Nebrija. Allí disertó sobre una ponencia que tituló: “¿El fin de la era de los periódicos en papel?”, manifestando que “si se acabó la era Gutenberg, se acabó el concepto de periodismo como cuarto poder (...) están cayendo hechos pedazos muchos conceptos de aquello que antes llamábamos teoría de la información, derecho de la información y similares (...) Los medios cambian a velocidad vertiginosa y no faltan quienes quieran poner puertas al campo, controlar ese fenómeno que nos ha venido casi sin darnos cuenta y que se llama Internet”.

## [buena letra]

En meses y años posteriores a ese evento, otros analistas y empresas consultoras siguen dando la voz de alarma sobre el cambio que afecta a los medios y al periodismo a través de informes y estudios, tal como el que se refleja en el informe especial de la revista *Le Monde Diplomatique* (2005), dirigida por Ignacio Ramonet, cuya portada titulaba “Medios de Comunicación en crisis” y al año siguiente (2006), el del periodista Juan Varela, quien publicó un reportaje titulado: “El fin de la era de la prensa”. En ambos casos, la crisis que afecta a los medios, encuentran su causa en dos factores: el primero en la expansión de los medios de prensa gratuitos y el crecimiento exponencial de los medios digitales (Internet). Ante este panorama, urge pues que trabajemos en un objetivo global: reinventar los medios.

Al amparo del desarrollo de la *web*, se han ido creando nuevas formas, elementos, recursos y herramientas de comunicación digital.

Uno de los últimos hitos se viene expandiendo rápidamente y su consecuencia tal vez sea un cambio de paradigma en el proceso de la comunicación e información. El fenómeno, que se conoce como bitácora, *blog* o *weblog*, se constituye en una herramienta o recurso que se convierte en un modelo de comunicación alternativa, participativa o interactiva. Así, vemos que este fenómeno afecta a una de las disciplinas más importantes de la sociedad de la información, el periodismo.

Después de casi diez años de uso, no nos detendremos en la definición o el uso de este canal de comunicación, sino que trataremos la evolución que viene teniendo en la sociedad, en los medios y en el ejercicio de la profesión periodística.

### Un *blog* en la vida o la vida en un *blog*

Recientemente, el periodista y académico, Juan Luís Cebrian, con motivo de la puesta en marcha de los dominios multilingües, manifes-

# vista previa

taba en su discurso “La vida en un *blog*”, que la Real Academia Española (RAE) ha de vérselas, y muy en serio, con otro neologismo de reciente importación: *blog*, con “g”, que el uso (oral) y los diccionarios han pretendido con poco éxito traducir como bitácora, y que denota uno de los fenómenos de la comunicación social más espectaculares de la historia: la existencia de millones de dietarios personales que componen un entramado de relaciones individuales y colectivas apenas imaginable hace diez años. La extensión del fenómeno es tal que *blog*, es una palabra que todavía no reconoce el diccionario de la Real Academia.

Y es que la audiencia en Internet ha dejado de ser pasiva. Los lectores han pasado a la acción de opinar en el mundo virtual. Y al igual que como sucede en el mundo tradicional, la audiencia manda, sólo que aquí opina y publica su opinión para conocimiento de todo el mundo, a diferencia de lo que ocurre en el mundo tradicional, en donde una opinión o queja se hace a través de las cartas al director.

La participación de los ciudadanos a través de los *blogs* conforma el perfil de la nueva audiencia de Internet. Esto implica que los medios, y los profesionales en ellos incluidos, tienen que rendir cuentas más que nunca a los ciudadanos, quienes no perdonan una labor de investigación periodística descuidada y comentarios incendiarios sin fundamento, especialmente si éstos tratan temas de alcance nacional.

\* Diálogos, revista académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, integrante de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura, N.º 76, 21 de enero de 2008, ISSN: 1995 - 6630, en: <http://www.dialogosfelafacs.net>