



Blogs: redes de conocimiento para el ejercicio de la infociudadanía

Mg. Klibis Marín Mejías
Doctoranda Ciencias de la Información (ULL).

Resumen:

La blogósfera es una gran conversación virtual desde la que se critica, se cuestiona, se describe y narra el entorno de cada bloguero. Pese a que no sigue creciendo como antes, parece que ahora madura y se asienta. Los medios la ven con recelo mientras los ciudadanos se apropian de ella. Está conformada por una comunidad que fiscaliza, cuestiona, escribe y lee. Es una gran red de construcción de conocimiento que participa y se hace escuchar. Su grado de influencia en la opinión pública, pese a que no ha sido medido, se discute entre conceptos que intentan aproximarse a un futuro, que sólo parece mostrar la punta del iceberg.

Palabras claves: Blogósfera, blogs, blogueros, medios de comunicación social, internet, redes, ciudadanos, infociudadanos.

De acuerdo al informe más reciente de Technorati (2008)¹, sobre el estado mundial de la blogósfera, existen en el mundo 113 millones de blogs, un salto importante desde Abril del 2007 cuando Technorati sumó 70 millones de blogs en el mundo, lo cual permite decir que año y medio se crearon 43 millones de bitácoras. No se duplicó el crecimiento tal como si lo hizo en el 2004 según las propias cifras de Technorati, pero ciertamente parece que, de ser una moda, los blogs han comenzado a consolidarse con blogueros que defienden su espacio virtual como una oportunidad para la expresión.

¹ TECHNORATI, Informe Estado de la Blogósfera 2008. Disponible en: <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere//>

Ahora que, para algunos el Facebook es tan imprescindible como el Twitter, ahora que hablamos de Web 2.0 y para algunos estamos a las puertas de la web 3.0, los blogueros siguen confiando en cada blog como su propio medio de expresión, como ese espacio para la construcción de conocimiento, para ejercer la infocidadanía, para expresar eso que nunca pudieron contar a través de ningún medio de comunicación social tradicional.

Nuevos medios, nuevo modelo

Los medios de comunicación social tradicionales convirtieron las informaciones en mercancía. Impusieron su agenda y definieron su línea editorial sin contar con sus lectores o usuarios. La noticia se convirtió en excusa para crear empresas que respondían a intereses económicos y políticos. “El periodista de hoy en día no es el único constructor de la mirada social y el espectador, lector u oyente, ya no se conforma con la versión parcial de medios de masas fuertemente mediatizados por una línea editorial que en ocasiones se ve demasiado influenciada por un sesgo político” (Blanco, 2006. 114)²

El fracaso de los medios tradicionales preparó el terreno para que los usuarios abrazaran Internet como esa plataforma para la expresión libre. “cualquier navegante puede convertirse en consumidor, generador y fuente de información, incluso, en editor de su propio medio en la Red. Todos podemos ser periodistas en Internet. Esto refuerza el papel de los ciudadanos como los verdaderos titulares de la información” (Parra, D y Álvarez J. 2004:142)³

Por otra parte, el modelo de Laswell, tantas veces dibujado, no calzó en el nuevo medio. Internet llegó rompiendo paradigmas. El **QUÉ dijo QUÉ a QUIÉN a través de CUAL MEDIO** ha mutado de manos de la interactividad que cierra el círculo de los mensajes: **QUIÉN dijo QUÉ a través de CUAL MEDIO y QUIÉN respondió QUÉ a QUIÉN.**

Un primer mensaje emitido la primera vez nunca regresa igual. Se transforma según la construcción de conocimiento que, quizás inconscientemente, mantienen los usuarios en la red. Ese nuevo modelo comunicacional se inscribe en las formas de apropiación social descrita por Maria Isabel Neüman:

“Cuando la identidad se establece desde la relación no es posible considerarla como la identidad del individuo. **Es una identidad construida en comunidad ...Lo que se apropia ya no llega al nuevo usuario tal cual era** si no después de pasar un proceso de re-codificación, donde el nuevo código proviene del que se apropia, interviniendo el horizonte de comprensión distinto del sujeto de la apropiación que mira desde una episteme alterna, (Moreno, 1995)

² Blanco, Sonia (2006). Las bitácoras como garantes de la calidad de los medios de comunicación de masas. Los mediainfluenciadores. Ponencia en el Congreso Blogs y Periodismo en la Red. Universidad Complutense de Madrid.

³ Parra, D y Álvarez J. (2004) Ciberperiodismo. Madrid. Síntesis

y por lo tanto **se apropia recodificando desde su otredad**. No es un “otro” homogéneo sino un “otro” relacional” (2009: 5)⁴

La red se ha convertido en un sistema sociotécnico desde el que se imponen nuevos patrones en el uso de Internet. “Y con capacidad de auto organización suficiente, para dar cabida a la innovación de usuario como motor de un cambio continuo y sostenible. Se trataría de una dinámica conversacional que pretende tener su realización principal en la blogósfera” (Fumero y Roca. 2007: 16)⁵

Ese ejercicio de apropiación social a través de una conversación constante, tiene su máxima expresión en lo que se conoce como Web 2.0.

“La Web 2.0 es una actitud y no precisamente una tecnología. El aspecto medular de ésta, es que evidencia los próximos pasos evolutivos de Internet (...) El cambio de la web tradicional, que venimos utilizando hace años hasta la web 2.0, visualiza un nuevo paradigma digital. Si bien es cierto que se basa en el mismo soporte digital y funciona bajo la misma estructura reticular (networks), este cambio **se relaciona con la filosofía que soporta el uso de Internet** (...) Ésta responde a la interacción de diferentes procesos tanto de orden tecnológico, económico, cultural, que indudablemente influyen en el campo social”. (Cobo, 2006)⁶

“La blogósfera se ha convertido en una inmensa conversación de millones de voces que interactúan” (Cerezo 2006)⁷. Lo blogs se asientan en la Web 2.0, conviven, coexisten y se cohesionan con otros formatos como fotoblogs, podcast, microblogging, con formas distintas de relacionarse y apropiarse del espacio digital, para conformar lo que Fumero llamó la Red Universal Digital (2007).⁸

Infoc Ciudadanos en diálogo productivo

Los blogs son espacios escritos en singular para la construcción en plural. Imágenes, textos, hiperenlaces y estilo forman un blog que se conecta a otras imágenes, textos e hiperenlaces escritos por un bloguero que a su vez lee, comenta y escribe en su propio blog, y el de otros, para mantener lo que se denomina comunidad bloguera.

⁴ Neüman, M. (2009) Comunicación, relación y apropiación social. Ponencia presentada en el II Congreso Invecom. Nueva Esparta - Venezuela.

⁵ Fumero, A y Roca, G. (2007) Web 2.0. España. Fundación Orange.

⁶ Cobo, Juan Cristóbal. (2006) Arquitectura de la información y su impacto en la usabilidad de las tecnologías interactivas, Tesis para obtener el grado de doctor en Comunicació Audiovisual i de Publicitat, Facultat de Ciències de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona. España, 2005.

⁷ Cerezo, J. (2006) La Blogósfera Hipana: Pioneros de la cultura digital. Fundación France Telecom. España.

⁸ Fumero, A y Roca, G. (2007) Web 2.0. España. Fundación Orange.

Se establecen códigos de conducta y códigos de lenguaje, en una gran conversación que ha convertido a los blogs en un espacio para la construcción de agendas informativas y de opinión cuyo impacto en la sociedad, aunque no está comprobado, no deja de preocupar a los medios de comunicación tradicionales.

Los blogueros mantienen su propio ecosistema, bajo códigos de lenguaje y comportamiento. Forma parte la Red Universal Digital, espacio en el que nacen las infociudades “espacio informacional y su ocupación electiva por un elenco creciente de nuestras actividades, instituciones y servicios públicos y privados es lo que construye la infociudad, una ciudad en principio sin límites físicos ni geográficos, cada día más globalizada, al tiempo que desconocida, incierta, un “territorio” (si es que aún vale enunciarlo así) por explorar y conceptualizar, henchido de promesas y de riesgos”. (Sáez Vacas, 2007)⁹

Las infociudades están habitadas por infociudadanos quienes, con la autoregulación como única ley, construyen conceptos, ideas y afectos. Dejan de ser receptores pasivos para convertirse en los constructores de información. “Esa conversión de receptor en emisor podría por lo tanto influir en la mejora del producto final. La Información se vuelve más plural porque el flujo no está acaparado por los medios consolidados que son los que configuran la agenda y ofrecen su propia representación de la realidad”. (Otero y López. 2006)¹⁰

Los blogueros asumen la infociudad como su espacio de comunicación en el que interactúan sobre una autopista de percepciones, opiniones e interpretaciones de su realidad física.

Ese diálogo permanente de construcciones simbólicas se inscribe en el concepto Comunicación Productiva. Para definir este concepto Abraham Nosnik plantea la existencia de tres niveles. En un primer nivel está la capacidad de informar, el segundo nivel lo ocupa la capacidad de comunicarse con los demás y el tercer nivel refiere la receptividad y capacidad de alineación del individuo.

“Corresponde a la habilidad de uno o más individuos e/o instituciones de definir para sí mismos y entre sí metas, objetivos y fines que permitan **el uso de la información** (mensajes organizados con base en las metas, objetivos y fines propios y compartidos) **y los diálogos** (los mecanismos de interpretación y retroalimentación que resultan tanto de aceptar comprenderse como de la aceptación de no lograr la mutua comprensión) **para mejorar el mundo y todo lo que éste contiene**”.(Nosnik, 2003)¹¹

⁹ Sáez Vacas, Fernando. (2007) El poder tecnológico de los infociudadanos. Revista Telos. Disponible en: <http://www.telos.es/articulocuaderno.asp?idarticulo=4&rev=65>

¹⁰ Otero, M y López J. (2006) Diez años de periodismo digital. (p. 57). España. Prentice Hall

¹¹ Nonik, Abraham. (2003) Comunicación Productiva, un nuevo enfoque teórico. Revista Electrónico Razón y Palabra. Nro 34. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org/anteriores/n34/anosnik.html>

La comunicación productiva de Nosnik, desarrollada en Infociedades de Saez Vacas, a través de blogueros que construyen conocimiento, es parte de la estructura del Entorno Tecno Social.

Red de conocimiento efervescente

Aunque los blogs también forman parte de las redes sociales en la web, su función se centra en el debate y en la construcción de conocimiento. La blogósfera como espacio conversacional reta la atención de los medios tradicionales.

“La blogósfera en su conjunto se está convirtiendo en una amenaza real dentro del ecosistema de los medios de comunicación tradicionales. No se trata de que un blog pueda derrotar a un medio consolidado, sino de que la conjunción de millones de ellos no sólo roba a estos medios la cada vez más valiosa atención de los lectores, sino que además **pone en riesgo algunas de sus bases estructurales, como el control de la agenda informativa**”. (2006. 19)¹²

A juicio de Fernando Núñez, bloguero venezolano y profesor universitario, los blogs ya están marcando la agenda en los medios. “70% de los periodistas norteamericanos afirma que usa los blogs como fuente de investigación. Si sumamos a eso ‘los agregadores’, medios híbridos que toman de otros, como [Noticias 24](#) o [Noticiero Digital](#), más aún. A veces marcan la pauta por su rapidez” (Nuñez, 2009)¹³.

Sin embargo, para Juliana Boersner, bloguera y psicóloga, “se trata más de un deseo que de una realidad”. Afirma que potencialmente sí es posible, aunque tiene sus dudas: “los medios han intentado usar los blogs para su propio beneficio pero dentro de las mismas políticas tradicionales. Quizás han influido en la forma pero no diría que lo han hecho en las agendas informativas” (Boersner, 2009)¹⁴.

Por su parte Iria Puyosa, también profesora universitaria y bloguera, se replantea si realmente importa que los blogs tengan impacto en la agenda de los medios. “No creo. Si la gente puede intercambiar información relevante, oportuna y confiable, directamente con otra gente en sus redes sociales ¿para qué necesita a los medios? Por el contrario, los medios necesitan poner gente

¹² Cerezo, J. (2006) La Blogósfera Hipana: Pioneros de la cultura digital. Una teoría general del blog. Fundación France Telecom. España.

¹³ Nuñez, Fernando. Profesor de la Universidad Católica Andrés Bello de Caracas y bloguero en: <http://www.contenidodigital.com/wp/>. Entrevista realizada por la autora en Mayo 2009.

¹⁴ Boersner, Juliana. Bloguera en <http://www.ciberescrituras.com/>. Entrevista realizada por la autora en Mayo 2009.

a monitorear los espacios de la web social si no quieren quedarse solos hablando de cosas que no le interesan a la gente”.(Puyosa, 2009)¹⁵.

Pese a que no ha sido medida la influencia de los blogs en la opinión pública, ellos se hacen sentir cuestionando, fiscalizando, observando y retando a los medios tradicionales. “Los blogs se han ganado un hueco en el panorama de los medios, e intervienen, por tanto, en los equilibrios de poder de las democracias. Además de controlar y criticar a la prensa, el conjunto de la blogósfera es capaz de movilizar, de sacar temas, de discutir programas e incluso de hacer retroceder a grandes grupos” (Cerezo, 2006. 16)¹⁶

Los blogs han cambiado la mirada de los medios tradicionales y los han obligado a replantearse sus modelos de comunicación. De hecho los diarios digitales han creado sus blogs e invitado a blogueros a participar de ellos. Aún cuando la blogósfera no influya de forma determinante, porque quizás no le interesa, en la agenda informativa, el debate que genera sobre temas de interés la ha consolidado como una red de conocimiento, de interacción permanente sobre objetivos e intereses comunes.

Movilizando desde la red

Eventos informativos de gran impacto han sido reportados desde la blogósfera. Tal ocurrió en el año 2003 con la guerra por parte de Estados Unidos a Irak y el ataque al metro de Madrid en el 2004, que fue referido en blogs pero también fue informado a través de los teléfonos celulares de los testigos. En el año 2005 las terribles consecuencias del huracán Katrina en EEUU fue reportada desde blogs, y flickr que detallaban lo que ocurría mientras los medios tradicionales intentaban desviar la responsabilidad política del gobierno de George W Bush en la evacuación tardía de las zonas afectadas.

“La guerra de Irak impulsó el desarrollo de las bitácoras, hasta el punto de acuñarse el término ‘warblogging’ para referirse a los blogs de temática bélica...**Cualquier ciudadano que disponga de un teléfono móvil con cámara fotográfica puede convertirse en un reportero.** De hecho los trágicos acontecimientos ocurridos en Madrid el 11 de marzo del 2004 pusieron de relieve cómo las primeras imágenes televisivas que se emitieron fueron grabadas por un videoaficionado” (Parra, D y Álvares J. 2004:198)¹⁷.

Fernando Nuñez estima que los infoc Ciudadanos pueden impactar la realidad desde la virtualidad, cree que “si el blog tiene audiencia, credibilidad y confiabilidad se puede lograr algún tipo de movilización. Si se activan los mecanismos ‘virales’ de la web, los blogs y medios independientes forman una

¹⁵ Puyosa, Iria. Profesora de la Universidad Central de Venezuela y bloguera en: <http://www.nosumacero.org/>. Entrevista realizada por la autora en Mayo 2009.

¹⁶ Cerezo, J. (2006) La Blogósfera Hipana: Pioneros de la cultura digital. Una teoría general del blog. Fundación France Telecom. España.

¹⁷ Parra, D y Álvares J. (2004) Ciberperiodismo. Madrid. Síntesis

poderosa red de información que puede definirse como una larga cola de información distribuida”. (Nuñez, 2009)¹⁸.

No obstante Boersner es cuidadosa al referirse a la influencia de los blogs en la movilización social. Considera que es un reto por lograr. “Hay movilizaciones concretas que se inician o motivan desde los blogs y, nuevamente, sobre todo a partir de las redes sociales más que de los blogs, pero de allí a que escribir en un blog, dialogar desde el blog signifique movilización social, es mucho lo que falta”. (Boersner, 2009)¹⁹

Pero para Puyosa la conversación sobre asuntos públicos en la blogósfera no significa movilización. Estima que los blogs son espacios para el debate de argumentos sobre temas que podrán tomar fuerza en la opinión pública, sin embargo enfatiza que: “La movilización es siempre una etapa posterior a la conversación y a la formación de opiniones; de hecho es una etapa que no siempre se da, en el proceso de activismo político mediado por TICs. Para que se dé la movilización, tienen que estar presentes motivadores emocionales fuertes que sirvan de disparador para la acción y también deben darse condiciones (asociadas con el clima político y con la pre-existencia de estructuras de organización) que faciliten el proceso” (Puyosa, 2009)²⁰

Debido a la polarización política en Venezuela los blogs se han convertido en tribunas políticas, apoyados en otras redes sociales como Facebook o Twitter. Igualmente, y de forma más organizada, se han presentado experiencias de cobertura y difusión de procesos electorales como las elecciones presidenciales del 03 de diciembre del 2006, el referéndum de diciembre 2007 y la enmienda constitucional de febrero 2009, así como debates sobre la no renovación a la concesión de RCTV en el año 2007 y la Reforma Constitucional en el 2008. en los cuales un grupo de blogueros se dedicó a informar sobre estas jornadas electorales desde sus respectivos espacios virtuales.

Sin embargo no dejan de ser experimentos aleatorios, los infoc Ciudadanos no parecen del todo conscientes de la potencialidad que ofrece Internet. Los ejercicios de participación ciudadana a través de los blogs como redes de conocimiento apenas dan sus primeros pasos. “Una de las facetas menos exploradas de la Web de Nueva Generación es la de sus posibilidades para catalizar el cambio hacia una administración de Nueva Generación que, dándole una vuelta más al asunto, nos conduciría hacia una gobernanza 2.0 que integre de manera efectiva la colaboración y la participación ciudadana”(Fumero y Roca. 2007:19).²¹

Referencias bibliográficas:

¹⁸ Nuñez, Fernando. Profesor de la Universidad Católica Andrés Bello de Caracas y bloguero en: <http://www.contenidodigital.com/wp/>. Entrevista realizada por la autora en Mayo 2009.

¹⁹ Boersner, Juliana. Bloguera en <http://www.ciberescrituras.com/>. Entrevista realizada por la autora en Mayo 2009.

²⁰ Puyosa, Iria. Profesora de la Universidad Central de Venezuela y bloguera en: <http://www.nosumacero.org/>. Entrevista realizada por la autora en Mayo 2009.

²¹ Fumero, A y Roca, G. (2007) Web 2.0. España. Fundación Orange.

Blanco, Sonia (2006). Las bitácoras como garantes de la calidad de los medios de comunicación de masas. Los mediainfluenciadores. Ponencia en el Congreso Blogs y Periodismo en la Red. Universidad Complutense de Madrid.

Boersner, Juliana. Bloguera en: <http://www.ciberescrituras.com/>. Entrevista realizada por la autora en Mayo 2009.

Cerezo, J. (2006) La Blogósfera Hipana: Pioneros de la cultura digital. Una teoría general del blog. Fundación France Telecom. España.

Cobo, Juan Cristóbal. (2006) Arquitectura de la información y su impacto en la usabilidad de las tecnologías interactivas, Tesis para obtener el grado de doctor en Comunicació Audiovisual i de Publicitat, Facultat de Ciències de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona. España, 2005.

Fumero, A y Roca, G. (2007) Web 2.0. España. Fundación Orange.

Neüman, M. (2009) Comunicación, relación y apropiación social. Ponencia presentada en el II Congreso Invecom. Nueva Esparta - Venezuela. Disponible en:

Nonik, Abraham. Comunicación Productiva, un nuevo enfoque teórico. Revista Electrónico Razón y Palabra. Nro 34. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/anosnik.html>

Nuñez, Fernando. Profesor de la Universidad Católica Andrés Bello de Caracas y bloguero en: <http://www.contenidodigital.com/wp/>. Entrevista realizada por la autora en Mayo 2009.

Otero, M y López J. (2006) Diez años de periodismo digital. (p. 57). España. Prentice Hall

Puyosa, Iria. Profesora de la Universidad Central de Venezuela y bloguera en: <http://www.nosumacero.org/>. Entrevista realizada por la autora en Mayo 2009.

Parra, D y Álvares J. (2004) Cyberperiodismo. Madrid. Síntesis

Sáez Vacas, Fernando. (2007) El poder tecnológico de los infoc Ciudadanos. Revista Telos. Disponible en: <http://www.telos.es/articulocuaderno.asp?idarticulo=4&rev=65>

TECHNORATI, Informe Estado de la Blogósfera 2008. Disponible en: <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/>