

La revolución de los blogs, diez años después

45

En el décimo aniversario de su publicación, el libro *La revolución de los blogs* mantiene su vigencia gracias a que no se planteó como un texto técnico y a pesar de que por aquel entonces recién se transitaban los comienzos de la era de los medios sociales. Se recogen aquí dos fragmentos de la obra en los que se abordan las relaciones entre blogs y medios de comunicación.

Weblogs y medios

Uno de los más antiguos y estériles debates de la blogosfera

arranca con la pregunta acerca de si los weblogs son periodismo. Una pregunta mal planteada que sólo consigue hacer encallar lo que podría haber sido una discusión interesante. Del mismo modo que los libros no son literatura, ni las películas son comedias, aquí de lo que retrata es de separar, una vez más, el medio del género y preguntarse, en todo caso, cuándo hay periodismo (cuándo hay literatura, cuándo hay comedia).

Los weblogs, desde el punto de vista de los géneros, pueden ser

cualquier cosa, incluyendo periodismo, pero desde luego que, los que son periodismo, no lo son por ser weblogs, sino por otras razones. Del mismo modo que una máquina de escribir no convierte a su usuario en escritor, tampoco un sistema de gestión de contenidos en línea convierte a nadie en periodista.

Por otra parte, la mayoría de los bloggers que escriben acerca de temas de actualidad o hacen opinión política, no suelen tener la pretensión de ser considerados como periodistas, incluso prefieren recalcar que escriben opiniones personales y no ocultan sus puntos de vista subjetivos y parciales, aspecto que es justamente lo más atractivo de los weblogs como medio.

Algunas lecciones que los viejos medios pueden aprender de los nuevos:



1) Entender el periodismo como una conversación

Una conversación requiere interlocutores que se escuchen y se respeten. Aprender a dialogar con sus públicos es una de las tareas pendientes de los medios tradicionales.

2) Aportar un enfoque más personal a las noticias

Tal vez haya llegado la hora de que los medios asuman que un punto de vista personal sobre las noticias es una de las demandas del público que no han sabido gestionar. Los lectores de blogs, encuentran reconfortante reconocer una voz que no pretende ser un narrador omnisciente y neutral, sino que asume su carácter personal y subjetivo.

3) Diversificar las fuentes

Los medios establecidos enfrentan la exigencia de enriquecer el repertorio de fuentes tradicionales incorporando a los nuevos agentes de la comunicación pública. La detección y el seguimiento de fuentes, conversaciones y tendencias en la Red aporta frescura a la oferta informativa convencional.

4) Gestionar mejor los errores

Una de las especialidades temáticas favoritas de los medios participativos es la identificación y denuncia de los errores y manipulaciones de los medios convencionales. Los medios participativos se han erigido en una suerte de “quinto poder”, asumiendo el control y la crítica de los medios tradicionales.

5) Cambiar el ritmo

Un medio en línea sólo puede funcionar bajo el paradigma del tiempo real. Al igual que ocurre con la interactividad, también la gestión del tiempo real en las ediciones en línea exige modificaciones estructurales en los medios.

6) Incorporar nuevos formatos y nuevos temas

La estrategia correcta para recuperar y captar lectores entre los segmentos más jóvenes de la población, pasa en buena medida por ofrecer un producto informativo más acorde con sus renovadas exigencias.

BIBLIOGRAFÍA

- Orihuela, José Luis, *La revolución de los blogs. Cuando las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente*, La Esfera de los Libros, Madrid, 2006.

* **José Luis Orihuela**. Doctor en Ciencias de la Información y profesor en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Ha participado en diversas actividades profesionales, como conferenciante y profesor invitado, en numerosos países. Es miembro del consejo editorial de *Perspectivas de la Comunicación*, del comité editorial de *Comunicación y Sociedad* y colaborador de ABC.es. Es autor de *Mundo Twitter* (Alienta, 2011), *80 claves sobre el futuro del periodismo* (Anaya Multimedia/800BOOKS, 2011), *La revolución de los blogs* (La Esfera de los Libros, 2006), coautor de *Blogs y Estrategias de marketing de las empresas de televisión en España* (1997). Desde 2002 escribe en el blog *eCuaderno* (www.ecuaderno.com), uno de los más leídos en lengua hispana, y desde 2007 es usuario activo en Twitter (@jlori).