

## La bitácora: participación, transformación, infoxicación y consolidación

David Parra Valcarce.

Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.

dparra@influenceandprofit.com

**RESUMEN.** Los blogs están contribuyendo a cambiar la tradicional estructura de la información. Se trata de un fenómeno que modifica el rol del profesional de la información, la arquitectura del mensaje informativo, así como el papel jugado por las audiencias. Un consumidor emergente de información como es el zoon tecnologí.com encuentra en las bitácoras un excelente instrumento para satisfacer sus requerimientos informativos; a su vez, los bloggers perciben en el zoon tecnologí.com a un interlocutor idóneo para desarrollar su actividad en la Red. A medio plazo, la convergencia de todos estos aspectos puede llevar a transformar el actual statu quo de la información a escala transnacional.

**PALABRAS CLAVE.** / zoon tecnologí.com / bitácora / infoxicación / participación / movilidad /

Cuando nos encontramos en el ecuador de la primera década del siglo XXI, podemos afirmar que las bitácoras están contribuyendo a horadar la tradicional estructura de la información. El esquema de medios clásicos (prensa escrita, radio y televisión) y de audiencias pasivas y heterogéneas queda, más que nunca, puesto en entredicho. Quizá el cambio no sea tan abrupto como el que propugnan los más acérrimos defensores de los blogs, pero sin duda es bastante más relevante del que reconocen sus detractores.

No vamos a plantear aquí la arquetípica pregunta que se hace siempre que se alude a los weblogs: ¿son o no son periodismo? Tampoco pretendemos incidir en la formidable explosión cuantitativa de las bitácoras acaecida en estos últimos años. Basta con observar con un mínimo detenimiento las estadísticas puestas al día por distintos organismos para comprobar cuál es el vertiginoso ritmo de creación de weblogs en todo el mundo<sup>1</sup>.

Por el contrario, sí queremos examinar cómo dicho crecimiento está generando numerosos cambios en un cuádruple ámbito de actuación: informadores, mensaje, audiencias y la propia estructura de la información. De estos cuatro aspectos nos detendremos fundamentalmente en el tercero y cuarto, dejando en un segundo plano (evidentemente no por falta de interés sino por carencia física de espacio para hacerlo) los relativos a informadores y mensaje.

Con todo, no podemos dejar de destacar cómo los blogs ponen en tela de juicio el supuesto monopolio de los informadores en los procesos de selección del material informativo, redacción y posterior publicación/edición, al tiempo que consolidan un aspecto inherente al ciberperiodismo como es el carácter multimedia del mensaje informativo, con la integración de

textos, sonidos, imágenes estáticas e imágenes dinámicas... (al menos por el momento, a la espera de la incorporación de nuevos elementos correspondientes a los sentidos todavía no implicados en este proceso: olfato, gusto, tacto).

## **Participación**

Las bitácoras implican un nuevo rol de las audiencias de la información. Frente al carácter habitualmente pasivo de los receptores, los weblogs apuntan a una nueva generación de receptores potencialmente más participativos y tenidos en cuenta. En cualquier caso, conviene advertir que no se trata en absoluto de un fenómeno novedoso desde el punto de vista conceptual, puesto que un invento como el del videotex surgido en la década de los setenta del siglo XX ya apuntaba en este mismo sentido, al aunar algunas características significativas: telemático (al provenir de la convergencia entre los entornos de informática y telecomunicaciones); muy formalizado (en el caso europeo bajo las normas CEPT 1, 2 y 3); económico, dado que disponía de una infraestructura previa; cómodo (a distancia y las 24 horas del día); fácil en su manejo; rápidamente actualizable en sus contenidos (aunque lento en la velocidad de transmisión de los mismos); y, como corolario de todo ello, interactivo, al posibilitar el feed-back entre emisor y receptor.

Aceptando esta matización, sí conviene subrayar como se merece cómo las bitácoras inciden sobre un nuevo consumidor de información al que vamos a denominar zoon *tecnologi.com*. Se trata de una noción que surge como continuación conceptual del zoon *politikon* esbozado por Aristóteles y que tiene los siguientes rasgos<sup>2</sup>:

- Acceso universal a la información. Desde cualquier lugar, mediante cualquier clase de equipo o sistema, el individuo puede llegar a una cantidad ingente de datos. Internet es un gran almacén de información, el mayor que jamás haya estado a disposición del ser humano, cuya cantidad y magnitud no conocemos con exactitud más allá de saber que supera con holgura la capacidad del ser humano de absorber dicha información a lo largo de toda su existencia.
- Multiplicación exponencial de la cantidad de información a la que se tiene acceso. Porque la Red ante la que se halla este nuevo individuo es descentralizada, democrática, caótica, difícilmente manejable, altamente redundante y en constante crecimiento. Justamente ese carácter de colosal base de datos desestructurada supone aspectos particularmente relevantes para un fenómeno como el de los weblogs: el tamaño real aproximado de la cantidad de información disponible en Internet, su alcance, su accesibilidad, el grado de utilidad y la necesidad de gestionar una logística global de la información. El carácter

descentralizado de Internet (en el sentido de que la información se encuentra en condición de distribuida, ubicada en muchos ordenadores y plataformas diferentes, en un medio de topología no definida y de diferencias notables en el ancho de banda) es un fenómeno incontenible. Pero al mismo tiempo manifiesta una situación bastante parecida al caos, entendido como gran volatilidad (como ejemplo significativo, los nombres de los dominios y de las páginas aparecen y desaparecen casi diariamente de la Red, con algunas estimaciones que ponen de manifiesto que el cuarenta por ciento de Internet cambia de una manera u otra mensualmente, a lo que se agrega el crecimiento exponencial de la información en ella contenida).

- **Movilidad.** Antes, cuando se trataba de contactar con un individuo siempre se sabía dónde estaba; el problema era, justamente, localizarlo. Ahora la situación es la contraria: no importa dónde esté, siempre se contacta con él; el quid radica en adivinar dónde se encuentra (no obstante, la aparición de los emergentes sistemas de localización a través del teléfono móvil que ofrecen la situación geográfica de personas o vehículos vía Internet o mediante mensajes SMS, ya permite superar este obstáculo). La aparición y posterior expansión de la telefonía móvil a amplios estratos de la sociedad ha contribuido a consolidar esta característica. Porque ya no se trata de una mera tendencia coyuntural, sino de que la inminente llegada de la tercera generación de telefonía celular UMTS (Universal Mobile Telecommunication System o sistema universal de telecomunicaciones móviles) va a suponer un importante paso hacia delante con posibilidades añadidas para los usuarios como envío de correo electrónico a alta velocidad, consulta de todo tipo de bases de datos y centros de información, conexión a información de utilidad (horario de aviones y trenes, meteorología), telecompra, acceso a centros de ocio, acceso a MP3, realización de gestiones bancarias avanzadas, entre otras.
- **Capacidad de acceso.** Las autopistas de la información proporcionan un ancho de banda que, al menos en la teoría, las convierten en el soporte idóneo para dar cabida a la difusión de cualquier clase de contenido, sin importar su tamaño. Atrás quedan las estrecheces habituales propias de los primeros tiempos en la implantación de Internet, cuando no siempre se contaba con una idónea anchura de banda para soportar los contenidos que circulaban por ella (incluso cuando el acceso a los contenidos de la Red se realizaba a través de las líneas telefónicas convencionales, esencialmente preparadas para soportar el tráfico de voz).

Desde este punto de vista, podemos decir que los blogs no sólo se están adaptando a las particularidades de este zoon tecnologí.com, sino que incluso están adecuándose a una verdadera revolución en la transmisión del conocimiento, dentro de un proceso en el que cabe

establecer un cierto paralelismo (sobre todo cualitativo) con lo que sucedió con la invención de la imprenta a mediados del siglo XV.

La imprenta sentó las bases para la primera revolución en el proceso de transmisión del conocimiento. De una metodología exclusivamente basada en lo oral poco a poco lo escrito fue cobrando relevancia hasta consolidarse como la técnica por antonomasia. A este hecho hubo que añadir la extensión de la escuela a grupos crecientes de ciudadanos, con los subsiguientes incrementos en los niveles de alfabetización. A mediados del siglo XX nadie parecía poner en duda la vigencia de este modelo. Pero la aparición de la televisión y, sobre todo, su extraordinario crecimiento supone un punto de inflexión en el imparable predominio de lo escrito. Van surgiendo nuevas generaciones cada vez más influidas por los contenidos audiovisuales y, de forma cuasi simultánea y estrechamente interrelacionada, el sistema educativo tradicional va poco a poco entrando en crisis.

La situación llega a tales extremos que en estos inicios del siglo XXI cabe aludir a una segunda revolución del conocimiento que discurre justamente en el sentido contrario a la primera: el modelo de aprendizaje basado en la lectura del texto está siendo sustituido por un modelo de aprendizaje basado en la contemplación de contenidos audiovisuales; frente a la escuela tradicional (aburrida y que exige esfuerzo) se alza la televisión como gran totem epistemológico (divertida y sin esfuerzo). Y todo ello con una diferencia significativa: la primera revolución tardó siglos en llevarse a cabo; la segunda lo está haciendo en años.

Se asiste así a lo que en términos mercadotécnicos ha venido a denominarse Generación Nintendo: un grupo de personas que han pasado más horas de su niñez viendo la pantalla del televisor que acudiendo a la escuela. Uno de los aspectos más relevantes de este emergente grupo generacional es la escasa atracción que sienten por los periódicos escritos tradicionales (el estancamiento de lectores que sufre buena parte de la prensa escrita durante estos últimos años no resulta ajena a este proceso).

Pues bien, los creadores de las bitácoras son bien conscientes de que su producto se adapta excelentemente a los requerimientos de conocimiento de esta Generación Nintendo.

## **Transformación**

Ya hemos afirmado que las bitácoras están contribuyendo (junto a otros nuevos soportes informativos) a que se produzca un hondo cambio en el ámbito de la estructura de la información. Sin querer profundizar en el proceso diacrónico de dicha transformación, sí podemos diferenciar dentro de él cuatro etapas:

- Estructura de la información clásica básica, caracterizada por la existencia de dos únicos entes: los entes suministradores (identificados con las agencias de información) y los entes de difusión directa (los medios convencionales, fundamentalmente la prensa escrita y, con el transcurso del tiempo, también la radio y la televisión). En este entorno la información sigue siempre el mismo circuito o flujo de comunicación: desde el suministrador al de difusión directa.
- Estructura de la información clásica avanzada, con la incorporación de un tercer ente: los entes generadores, donde nos encontramos con los gabinetes de prensa o comunicación de todo tipo de organizaciones (bien gestionados directamente desde éstas bien vía outsourcing). Se produce una complicación del proceso, dado que se admiten dos posibles circuitos: inmediato (la información circula directamente desde el ente generador al de difusión directa, suprimiendo la intermediación del suministrador); mediato (la información circula en dos fases: en un primer momento, del generador al suministrador; a continuación de éste al de difusión directa).
- Ciberestructura de la información, con la incorporación de los ciberperiódicos que entran en competencia directa con los medios tradicionales. Se producen dos aspectos dignos de ser tenidos en cuenta: por una parte, resulta difícil adscribir los ciberperiódicos a un determinado ente en exclusiva (muchos de ellos se incluyen dentro de los entes de difusión directa, pero también hay algunos que se autocalifican como portales y, por consiguiente, asumirían más bien el rol propio de los entes suministradores); y, por otro lado, a los dos circuitos contemplados en la fase anterior (inmediato y mediato) se une un tercero: el inmediatísimo (se abre la puerta al envío de la información directamente desde el ciberperiódico a las audiencias).
- Neociberestructura de la información, como consecuencia de la aparición y consolidación de los blogs. Aunque todavía es pronto para valorar el alcance de esta cuarta fase, dado que actualmente nos encontramos en pleno proceso de conformación de la misma, lo cierto es que la figura de los blogs puede llegar a dinamitar el "statu quo" informativo. La posibilidad de unir directamente el producto elaborado por una persona (el blogger) con el consumo realizado por el zoon tecnologí.com es posible que ponga en tela de juicio el papel jugado por los restantes entes y ciberentes de la información. No obstante, pienso que quizá la conclusión a la que finalmente se llegue sea a la coexistencia (más o menos armónica y equilibrada) de los diferentes entes y ciberentes.

## **Infoxicación**

Conviene poner rápidamente de relieve dos cuestiones. La primera de ellas es que el discurrir de las bitácoras no es en absoluto un “camino de rosas”. A día de hoy son ya bastantes los peligros que acechan este mundo y el sentido común permite prever que dichos riesgos se incrementarán conforme vaya creciendo este fenómeno.

Pero, sin quitar importancia a lo anterior, resultaría injusto no dejar de reconocer que la existencia de hondos problemas no es algo exclusivo de los blogs ni del ciberperiodismo. Es más, me atrevo a señalar que si analizamos los “medios convencionales” advertimos algunos problemas que parecen bastante más graves que los riesgos que puedan conllevar las bitácoras<sup>3</sup>.

Por supuesto, esto no nos debe hacer que dejemos de reconocer la existencia de un hecho como es la deformación informativa ligada con las bitácoras. En la Red el número de soplos y rumores, noticias sin confirmar, mentiras abiertas y bulos soterrados, bromas, réplicas y contrarréplicas, pensamientos diletantes y sesudos, reflexiones personales, inquietudes esotéricas y consideraciones de muy diversa índole conforma un magma difícilmente gestionable por parte de las audiencias. Es, simplemente, intoxicación + información = “infoxicación”.

Por consiguiente, de la infoxicación podemos decir que es una cuestión a combatir (aunque en esta comunicación no vamos a dar las claves de cómo hacerlo) y que también es un fenómeno con el que habrá que convivir como si fuera una especie de efecto secundario de la emergente realidad ciberinformativa. Si echamos mano de una cierta dosis de cinismo, podríamos afirmar que ocurriría una situación hasta cierto punto de vista similar a la de los automóviles: nadie duda de su utilidad, casi ninguno pone en solfa su componente estético y pocos dejan de considerarlo uno de los grandes inventos del siglo XX; aunque la inmensa mayoría son conscientes de sus adversos efectos medioambientales y todos se aterrorizan ante el número de fallecidos como consecuencia de accidentes viales.

En realidad, extremando todavía más el grado de sarcasmo podríamos concluir que, por supuesto, la infoxicación informativa es perniciosa; pero es que la vida es mortalmente peligrosa (hasta el punto de que todos tenemos una idea muy clara de cómo acaba la cosa).

Desde nuestro punto de vista, la infoxicación adquiere varias modalidades en relación con la figura específica de los blogs. Por consiguiente, ¿cuáles serían los principales riesgos infoxicativos en relación con las bitácoras?:

- **Dispersión.** Una de las características de los medios tradicionales es la “supuesta” facilidad de identificación de los contenidos. El lector de un periódico, el oyente de un programa de radio, el telespectador, saben bien a qué atenerse, con independencia de que estén o no de acuerdo con el mensaje. Los blogs contribuyen a la fragmentación y sientan las bases para un proceso de desorientación de las ciberaudencias.
- **Explosión.** El crecimiento del magma informativo es de tal magnitud que se corre el riesgo de que asistamos a una situación de bloqueo por parte de los receptores ante la sobreafluencia informativa. En este caso, un asunto como el de las bitácoras responden a un esquema cuantitativo similar al que percibimos en otros productos TI.
- **Aspersión.** Para determinados analistas, el efecto de los weblogs es hasta cierto punto de vista similar al del agua en exceso sobre la planta: no sirve para nutrirla sino para pudrirla.
- **Implosión.** Se percibe una especie de estruendo interno dentro de la Red, con la difusión de determinados mensajes que parecen responder a unos determinados (y exclusivos) patrones de consumo. Dicho con un conocido refrán: es más el ruido que las nueces.
- **Ocultación.** El anonimato real (incluso en ocasiones bajo la falsa apariencia de las identidades) contribuye a una indefensión de los receptores. ¿Cuál es la procedencia exacta de un rumor en la Red?, ¿a qué responde su puesta en circulación?, ¿quién se responsabiliza de él en caso de que sea mentira?, constituyen preguntas en absoluto baladíes.
- **Polarización.** También en las bitácoras se advierte el fenómeno del frentismo mediático pero, a diferencia de lo que ocurre con los medios tradicionales, el receptor puede llegar a estar bastante más indefenso pues no sabe bien a qué atenerse en cada momento concreto.

La realidad de los hechos y la propia capacidad de maquinación y manipulación del ser humano sobradamente contrastada y acreditada a lo largo de los siglos, permiten pronosticar que esta clasificación se verá generosamente incrementada durante los próximos años.

Ahora bien. Incluso en el peor de los casos, incluso aunque los niveles de infoxicación crezcan hasta límites muy elevados, siempre habrá que ser muy cuidadoso a la hora de su control. Porque la experiencia nos demuestra que detrás de un intento de regulación no radica el filatropico ánimo de defender la libertad de expresión sino más bien el oscuro deseo de cercenarla. O dicho de otro modo: puede que el remedio sea peor que la enfermedad.

## Consolidación

Como ocurre con tantas y tantas cosas de la vida, el tiempo dará y quitará razones. Será el transcurso de los años el que dictamine si las bitácoras son un fenómeno pasajero o, por el contrario, se erigen como uno de los elementos vertebradores de la nueva neociberestructura de la información, profundizando en los cambios que afectan no sólo a las audiencias sino también a los propios profesionales de la información, contribuyendo así al establecimiento de nuevos retos de formación y nuevos desafíos laborales.

Personalmente, no comparto los pronósticos apocalípticos que aseguran que el desarrollo de los blogs puede conducir a la desaparición de los medios de comunicación tradicionales tal y como hoy los podemos concebir. Más bien mi valoración se orienta hacia una situación de coexistencia, con una generación de weblogs cada vez más consolidada y profesionalizada, que competirá en un mercado de la información cada vez más exigente (tanto en el fondo como en la forma), crecientemente globalizado y con una clara tendencia a la especialización de contenidos.

---

<sup>1</sup> En este sentido recomendamos el análisis de los datos de una página web como la de [www.technorati.com](http://www.technorati.com). Pienso que el examen de sus contenidos resulta mucho más significativo que lo que aquí se pueda escribir.

<sup>2</sup> El zoon *tecnologi.com* es un concepto al que me he referido con anterioridad en diferentes artículos y comunicaciones. Entre los últimos pueden citarse:

PARRA VALCARCE, David: "El *zoon tecnologí.com* ante el fenómeno de la televisión digital interactiva como instrumento publicitario", en Jornadas sobre Televisión Digital Terrestre. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, 2005.

PARRA VALCARCE, David: "El *zoon tecnologí.com* como consumidor del ciberperiódico" en III Congreso de Ciberperiodismo Universidad de Nebrija. Marzo, 2005.

Si hace casi 25 siglos Aristóteles nos proponía la noción de *zoon politikon*, entendiendo como tal un individuo con voluntad propia, capaz de organizar recursos de muy diversa índole para la obtención de unos determinados fines basándose en su racionalidad, así como de comportarse convenientemente en el entorno que lo rodea como fórmula para integrarse más eficazmente dentro del mismo, con el paso en este tercer milenio nos encontramos ante un nuevo individuo que se relaciona directamente con las nuevas tecnologías de la información: el *zoon tecnologí.com*.

Desde este punto de vista, el *zoon tecnologí.com* es un ente que desarrolla su actividad en la Sociedad de la Información, entendida como ese ciberlugar donde existe una nueva distribución del trabajo, aparecen ocupaciones inéditas y desaparecen otras clásicas, emergen novedosos nichos de mercado... Un hábitat donde se pretende, a toda costa, incrementar la velocidad de los procesos productivos mientras se abaratan sus costes, así como fomentar, siempre en la medida de lo posible, el confort profesional y personal de los individuos. En suma, un entorno en el que se sientan las bases para incrementar los niveles empresariales de productividad, competitividad y rentabilidad.

<sup>3</sup> Qué decir de un fenómeno como es el de la concentración empresarial en el ámbito de la información. Aunque es cierto que no se trata de una nueva realidad, sí debe reconocerse que nunca había alcanzado las magnitudes cualitativas de aunar sistemáticamente y a un tiempo concentración horizontal y vertical a través de la constitución de grandes holdings multimedia, muchos de ellos de una opacidad extraordinariamente preocupante.



---

Y eso por no explayarnos sobre el proceso de extremada ideologización de los “medios convencionales” que se advierte en un número cada vez mayor de países, lo que deviene en su descarada adscripción y puesta al servicio de determinados intereses políticos, económicos y sociales (pónganse estos tres factores en el orden en que cada cual estime pertinente y no andará desencaminado).