

## El fenómeno «blog»

Antonio Spadaro

*Las tecnologías digitales están cambiando la escena mediática. La última prueba la hemos visto con ocasión del tsunami. Antes y mejor que las agencias oficiales, docenas de personas han contado lo que estaba sucediendo, con la ayuda de filmaciones de aficionados, enviadas inmediatamente por internet<sup>1</sup> e insertadas en los llamados blog. Estos han nacido dentro de la Red —único gran texto inagotable, que va mucho más allá de las redes de conexiones y de cada uno de los contenidos que lo componían<sup>2</sup>— hace unos seis años; pero sólo hace dos, en particular en Italia, han comenzado a difundirse como mancha de aceite.*

<sup>1</sup> Una descripción general del fenómeno internet, en nuestro art. «Le nuove riviste letterarie in Internet. Tra critica e telematica», *Civiltà Cattolica* 1999-III, 27-40.

<sup>2</sup> Cf. L. De Carli, *Internet. Memoria e oblio*, Turín, Bollati Boringhieri, 1997.

### ¿Qué son los «blog»?

La definición no es fácil. En realidad, es un sistema complejo que no cabe en definiciones demasiado rígidas, y sobrepasa la tecnología que le ha dado origen<sup>3</sup>. El término *blog* de por sí no significa nada. Es fruto de la contracción de las palabras inglesas *web* y *log*: *web*, que significa «telaraña», equivale a la Red entera, y *log*, «diario» y también «cuaderno de bitácora». El conjunto podría traducirse como «diario en la Red». Y esta es la de-

<sup>3</sup> Cf. G. Granieri, «Non è solo uno strumento, non è solo il suo autore», en *Internet News*, octubre 2003 (se puede encontrar en <http://www.internetnews.it>). Para entender qué es eso de *blog*, resulta muy útil D. Winer, *What makes a weblog a weblog?* (<http://blogs.law.harvard.edu/whatMakesAWeblogAWeblog>).

finición más simple: es un espacio virtual, que funciona autónomamente, y permite editar una especie de diario personal, o más en general, contenidos de cualquier clase que aparecen por orden cronológico, del más reciente al más antiguo, y conservados en un archivo siempre dispuesto. Los contenidos pueden enriquecerse por conexiones con otros *blog* y con otros sitios dentro de una tupida telaraña de conexiones recíprocas. A medida que se insertan nuevos materiales, los más antiguos se colocan más abajo hasta confluir en el archivo semanal, mensual o anual.

Las características que hemos ilustrado permiten comprender cómo los *blog* reúnen características propias de los *newsgroup* (cajetines electrónicos con mensajes accesibles con el programa de correo electrónico o con un lector de *news* adaptado), páginas *web* personales o portales de información. De hecho, igual que los *newsgroup*, los *blog* son cajetines de mensajes; como los sitios personales, revelan contenidos que se refieren a su autor; como los portales informativos, suministran informaciones de todo tipo: desde las estrictamente personales y autobiográficas a las de carácter general, como en el caso del *reportaje* sobre países en los que la libertad de prensa está

prohibida. Desde su comienzo, en 1997, esta forma de expresión ha ejercido una función doble: poner *on line* historias personales, reflexiones del autor, pensamientos en formas de almanaque, en los que la cadencia cotidiana de puesta al día reproduce los ritmos de la vida ordinaria, por una parte; y por otra, realizar una forma de comunicación difundida desde abajo, sin filtros de carácter económico o espacial, que suministre información, y sobre todo cree opinión, por lo general «alternativa» con relación a la de los *media* más oficiales. Es necesario añadir que cualquier contenido añadido puede provocar el comentario por parte de sus lectores, los cuales por consiguiente pueden relacionarse directamente con el que lo ha escrito o con otros lectores.

Uno de los motivos por el cual el *blog* se ha convertido en poco tiempo en un verdadero fenómeno, consiste en el hecho de que para realizarlo no es necesario ni un desembolso económico, ni una competencia particular en los lenguajes propios de la Red: en general, basta insertar los contenidos que se quieren publicar en módulos (*form*) ya predispuestos como plataformas que hacen gratuitamente el servicio. Los procedimientos son sencillos: basta registrarse, escoger un *nickname*, es

decir, un mote o apodo para reconocerse, y un *password* (consigna). En este punto, hay que indicar el nombre del *blog*, decidir si se permite o no a los visitantes hacer un comentario y si se puede publicar inmediatamente o debe ser primero aprobado, y por fin, escoger el *layout*, es decir, la forma gráfica del *blog*. Cuando nos insertamos en uno de éstos, nos damos cuenta de la diferencia con relación al sitio personal normal, que es más estático. El *blog* cambia en cualquier puesta al día, normalmente cotidiana, y manifiesta mejor el espíritu de su autor. Se reconoce enseñada, incluso por la representación gráfica esencial. Esta se compone, en general, de tres campos verticales: el central contiene los *post* (es decir, los materiales disponibles, publicables), el de la izquierda, los archivos; el de la derecha los *link* con otros sitios y *blog* (el llamado *blogroll*). En este punto, ya definido el *layout*, el *blogger* (es decir, el autor del *blog*) puede insertar cualquier contenido de texto o multimedial. Con esto, su *blog* está listo<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Los sistemas de puesta al día del *blog* son variados y no se limitan por consiguiente al teclado de los *post*. De hecho, algunas plataformas ofrecen la posibilidad de enviar un mensaje al *blog* utilizando el programa de correo electrónico preferido, del *computer* o del móvil o de cualquier dispositivo que permita enviar mensajes *e-mail*.

### Entre diarismo y periodismo

«El blog es tu voz en la web. Un espacio en el que puedes recoger y comunicar cualquier cosa que excite tu interés: un comentario sobre política, un diario personal online o link con sitios web que te intere-

---

*el blog es «un diario  
en la Red», un espacio  
virtual que funciona  
autónomamente*

---

sen. Para muchos un blog es simplemente un espacio para anotar los pensamientos propios, mientras otros sirven para comunicar con un público de millares de personas en todo el mundo. Los blog son utilizados por periodistas, profesionales o aficionados, para publicar noticias de última hora, mientras que con los periódicos diarios es posible compartir con otros los pensamientos más íntimos»<sup>5</sup>: esta es la definición que se lee en la página de presentación de los *Blogger*, una de las plataformas más conocidas por la creación de blogs. Resulta clara la fusión entre la dimensión de diario personal y

También se pueden difundir fotos y dejar un mensaje, que será automáticamente publicado como *file* audio.

<sup>5</sup> [http://www.blogger.com/tour\\_pub.g](http://www.blogger.com/tour_pub.g)

la periodística. Un ejemplo de tal fusión inspiradora es el realizado en Nueva York con ocasión del atentado de las Torres Gemelas, cuando los *blogger* contaron en directo lo que sucedía, como verdaderos «enviados especiales», produciendo crónicas en forma de testimonios personales. El *blogger* puede potencialmente informar de modo inmediato, sin pasar por ningún filtro; no hay garantía alguna acerca de lo escrito, fuera de la revelación personal del *blogger*.

El *blog* por consiguiente se sitúa a mitad de camino entre el periódico o la revista y la comunicación por pasapalabra. Con relación a un periódico normal en papel, el *blog* se caracteriza por la presencia decisiva del individuo y de sus preferencias al elegir y juzgar. Comparado a la comunicación del «pásalo», por el contrario, el *blog* puede contar con todos los recursos de la Red (*link* con el sitio del editor, con otros comentarios y fuentes...). Del «pásalo», el *blog* ha heredado la necesidad de la connivencia en la comunicación de la noticia, que no es simplemente «trasmitida» (lo que caracteriza a todos los *broadcast media* y que convierte al que los usa en un «espectador»), sino compartida en contextos de relaciones, aunque éstas sean solamente «virtuales». La de la «calle» y de la comunicación espontánea es una bue-

na imagen para explicar el fenómeno.

Sin embargo, cualquier comparación (la del periódico, el «pásalo», el diario personal...) es insuficiente: el *blog* puede ser cada una y todas juntas, pero también algo radicalmente «diverso». Un diario o un periódico son siempre tales; mientras el *blog* no impone un estilo uniforme: a un *post* representado por una crónica objetiva puede seguir otro que es una pura expresión emotiva o la cita de cualquier página de una novela. Entonces el *blog* se convierte a su modo en una narración, una novela epistolar, un ensayo crítico que no incluye la palabra «fin», etc. El *blogger*, dada la extensión cronológica del *blog*, acaba con frecuencia confiando a la Red lo que no son productos acabados y reflexiones concretas, sino los retazos de un diario desigual sobre la propia historia intelectual, y, con frecuencia, también emotiva. En suma, el *blog*, para utilizar la expresión del sociólogo Clifford Geertz, es uno de los *blurred genres*, un «género confuso»<sup>6</sup>, o si lo preferimos, un nuevo género expresivo. Y no sólo: la presencia sistemática del *link* (enlace) permanente (llamado *permalink*) a

---

<sup>6</sup> C. Geertz, «Blurred Genres: The Refiguration of Social Thought», en *The American Scholar* 49 (1980) 163-179.

otros *blog*, hace que el que frecuenta uno, de hecho frecuenta otros, que con el primero forman un verdadero y auténtico sistema, definido corrientemente como «blogosfera», sin centro y sin periferia. El *blog* realiza una de las formas más acabadas de hipertextualidad que se dan en la Red.

Y ésta es una de las características de los *blog* propiamente tales: difunden *post* reenviando a otros *blog*, es decir, haciendo lo que por norma no se debe hacer en el periodismo: desviar la preciosa atención del lector hacia otras fuentes de información<sup>7</sup>. En general, cuanto más numerosos son los *link* externos y los reenvíos a otros *blog*, mayor atención se obtiene de los lectores y de la blogosfera. Todo esto, como es obvio, no tiene lugar en la lectura de un periódico o un diario personal, que tienden a concentrar la atención sobre uno mismo. Hay que notar, por fin, que, a diferencia de cualquier libro o periódico, los contenidos de muchos *blog* están abiertos para la copia gratuita, es decir, el llamado *copy-left*, que es algo diametralmen-

te opuesto al *copyright*. Está prevista y es respetada la indicación de la fuente, pero no hay límites para la circulación de los textos, de las historias y de las ideas.

Aunque se hayan escrito numerosos estudios del fenómeno<sup>8</sup>, no so-

---

*el blog ofrece una forma de  
comunicación desde abajo,  
sin filtros de carácter  
económico o espacial, y crea  
una opinión alternativa e  
interactiva*

---

lamente es imposible clasificar los *blog*, pero ni siquiera contarlos. Ante todo por su número. Para hacerse una idea del fenómeno, baste decir que la plataforma italiana *Splinder*, una de las más conocidas, contaba a finales de 2003 unos 22.000 *blog*, y un año después el número llegaba a los 100.000. Sin embargo es posible distinguir tres dimensiones fundamentales, siempre copresentes y difícilmente se-

---

<sup>7</sup> Para canalizar a los *blog* leídos más frecuentemente y recibir una señal cuando uno de esos es puesto al día, existen los llamados «agregadores», verdaderos y propios concentradores de información, que recogen las noticias de los *blog*, agencias de información y periódicos.

<sup>8</sup> Algunos títulos italianos: M. Dovigi, *Weblog personal publishing*, Milán, Apogeo, 2003; A. Mari, *Weg Publishing con blog e wik*, *ibid.*, 2004; S. Maistrello, *Come si fa un blog*, Milán, Tecniche nuove, 2004; E. Di Rocco, *Mondo blog. Storie vere di gente in Rete*, *ibid.*, 2003; A. Zoppetti, *Blog. Per Que-neau? La scrittura cambia con Internet*, Roma, Luca Sossella, 2003.

parables, pero con equilibrios diversos y con medidas diferentes de *blog* a *blog*: la dimensión emotivo-expresiva, la crítica y la informativo-periodística.

### La dimensión emotivo-expresiva

Al tener a disposición un «instrumento» tan flexible, muchos se sienten impulsados a buscar una visibilidad en la Red y a reservarse

---

*el blog puede ser la  
expresión de una profunda  
necesidad de hacerse oír, al  
mismo tiempo que del temor  
a mostrarse tal como se es  
en el fondo*

---

un *speaker corner*, un ángulo desde el que hablar, como el célebre del *Hide Park* de Londres, del cual se espera obtener atención. Así en los *blog* se encuentra de todo: los soñadores adolescentes en busca de paisajes y sintonías interiores; los profetas inspirados, que se expresan en aforismos; los sentimentales románticos; los minimalistas, que guardan el recuerdo del menor momento de su existencia; los que se tienen por «poetas malditos» y los que utilizan la jerga moderadamente inventiva de los

mensajes sms<sup>9</sup>. Obviamente en la Red las identidades son flexibles: se puede difundir un *blog* con nombre falso, con un seudónimo o con un simple mote. El espacio de la Red es extraordinariamente anónimo e impersonal, en cuanto que cada uno puede hacer creer que es lo que no es en edad, sexo y condición, expresando sin límites datos de su supuesta identidad pública. En internet uno se hace mensaje: dialoga tal como se cree ser y por el «puro pensamiento», digámoslo así, que se expresa. Precisamente por esto es altamente confidencial, porque permite decir de sí mismo cosas que de otro modo difícilmente se dirían.

La condición diarística del *blog* puede llegar a una apertura completa y a un gran nivel de autenticidad, pero por otra parte queda expuesta a la espontaneidad sin límites y sin pudores, lo que puede degenerar en trivialidad. En cualquier caso es conveniente señalar esta gran ansia, a menudo encarnada en muchos jóvenes, de encontrar un canal de expresión para ellos solos, una forma de decir en público palabras privadas. Parece indicar un deseo de hacerse oír y de vivir una socialización, aunque

<sup>9</sup> Cf. P. Di Pietro, «Ho scritto l'amo sul blog. Punto esclamativo», en *Corriere della Sera*, 8 agosto 2003.

sea simplemente virtual y por lo mismo, sin rostro; una necesidad de contar la propia historia o el vivir de cada día. Algo que vaya más allá del «Querido diario...», y no llegue al contacto real con personas visibles. Que sea, a la vez, la expresión de una profunda necesidad de hacerse oír, y al mismo tiempo, del temor a mostrarse tal como se es hasta el fondo.

Si la expresión personal llega a trascender el mero autobiografismo diarístico extemporáneo, podríamos descubrir, aun teniendo presente la «confusión» de géneros, propia de los *blog*, espacios de significado poético-literario o por lo menos artístico-expresivo. La naturaleza sintética de los *post* y el constante *feedback* de los lectores, impulsan con frecuencia a los *blogger* a afinar la propia calidad de escritura. Un diario podría convertirse en novela por entregas, hecha de breves unidades narrativas (que son los *post*, precisamente). Naturalmente, en este caso el lector puede proceder al revés en la lectura, invirtiendo o construyendo autónomamente el «montaje» de las secuencias narrativas. Pero el *blog* podría convertirse en una forma de «flujo de conciencia» en términos joycianos, capaz de registrar en detalle todas las referencias y saltos pindáricos de la interioridad, propios de una conciencia.

Si una narración en *blog* corre siempre el riesgo de transformarse en una especie de *internet-soap*, es decir, de una *soap-opera* no televisiva sino por vía de internet, no debe extrañarnos que la *International Creative Management*, conocida agencia literaria norteamericana, haya convertido diversos *blogger* en escritores de papel impreso. En Italia, Einaudi ha publicado recientemente, editado por Loredana Lipperini, *La notte dei blogger*, que se define en la cubierta como «la primera antología de los nuevos narradores de la red»<sup>10</sup>. En realidad, no es el primero, como tampoco será el último<sup>11</sup> caso. La pu-

<sup>10</sup> L. Lipperini (ed.), *La notte dei blogger*, Turín, Einaudi, 2004. (Cf. también el sitio <http://www.lanotte.deiblogger.com>).

<sup>11</sup> Sin citar las antologías de escritos sacados no solamente de los *blog*, sino en general de la Red, recordamos que en 2002 la milanese Sironi publicaba *Pubblico/Privato 1.0. Diario on line dello scrittore inattivo*, de Giuseppe Caliceti; el año pasado, para limítarnos a Italia, la «Novecento Libri» de Roma ha publicado *BolgOut, 13 diari dalla Rete*, editado por A. Marzi y F. Ulisse (cf. <http://www.blogout.it>). Señalemos también a P. Galloni, *La affinità casuali*, Santarcangelo di Romagna (FO), Fara, 2004, que es la transcripción parcial del *blog* de su autor. Estas publicaciones no dejan de suscitar críticas por parte de los que creen que el *blog* es algo absolutamente extraño a las leyes de la edición, y la selección en orden a la publicación en papel es un modo de desfigurar la naturaleza propia del *blog*, que rechaza cualquier forma de filtro.

blicación de narraciones extraídas de internet y presentadas como tales no pasa de ser, en nuestra opinión, un puro recurso de carácter comercial. Si una narración tiene calidad literaria, poco importa dónde y cómo se haya encontrado: en el cajón de la mesa o en la Red<sup>12</sup>.

Una reflexión interesante y compleja sobre los «blog-narradores» es la de uno de los más conocidos *blogger* italianos, que se oculta bajo el mote de «personalidadconfusa» (o, con más precisión, «xs<sup>o</sup>nalità c<sup>o</sup>nfusa»): «La cotidianidad es fuente inagotable de ocurrencias y reflexiones; basta observarla. [...] Y el instrumento blog, a mi parecer, se presta mucho a la crítica de cierta realidad, por lo demás, descuidada por los medios de comunicación tradicionales, que se concentran en el sensacionalismo y la imagen, y no en la palabra. Yo creo que la comunidad de los blog se

siente cada vez más alejada y aburrida por la comunicación tradicional y por sus temas, y que por esto está buscando en otra parte, es decir, en los blog mismos, lo que hay que leer y conservar»<sup>13</sup>. Está claro el sentido de estas expresiones: el *blog*, centrado como está en el registro cotidiano de los acontecimientos, imágenes y pensamientos, tiene su propio terreno de vida en la observación de las cosas ordinarias, los sucesos y las reflexiones sobre la existencia que se hacen cada día, más que sobre los grandes acontecimientos y sobre lo sensacional. El riesgo –como se señala en la misma cita– está en que al fin la cotidianidad no sea ya la de lo real concreto, sino esa fluorescente del *monitor*, es decir, la de los mismos *blog*. En este punto el círculo perverso de la autorreferencia se habría cerrado, enrollado todo en sí mismo: tendremos *blog* que hablan de los *blog*, diarios de los diarios, y no los diarios de la vida.

<sup>12</sup> No parece, por lo demás, que las narraciones recogidas en el volumen *inaudiano* (n.10), tengan algo en común derivado directamente de su inserción en el *blog* de sus autores. Y si lo tuvieran, su colocación fuera del contexto de origen anularía su significado. Otra operación distinta es la del escritor Antonio Pascale, que en la antología *Best off* (Roma, Minimum fax, 2005), ha recogido narraciones selectas entre las leídas indiferentemente en revistas corrientes o en sitios de internet, y presentadas sin etiquetas ligadas al soporte de su publicación original.

### La dimensión crítica

Los *blogger* no son solamente una «masa narrante». Un instrumento flexible como los *blog* se presta a todo lo que está *in progress*, es decir, en evolución. Si los *blog* siguen

<sup>13</sup> L. Voce, «Confusione nella Rete», en *l'Unità*, 28 octubre 2004.



y acompañan como un diario a la vida en su desarrollo cotidiano, con sucedidos y formas varias de narración, es verdad que la acompañan también de modo informativo o crítico. Demos un ejemplo que se refiere a la crítica literaria. En tiempos, para leer reseñas de libros recientes o reflexiones de amplio vuelo sobre la literatura, había que acudir a monografías o revistas especializadas, que disponían y disponen de críticos que garantizan la calidad de la lectura y que gozan de libertad de expresión en cuanto son «lectores de profesión». Actualmente y cada vez más, esta función se concentra en la «Terza Pagina» (o sección de cultura) de los diarios, que tienen colaboradores escogidos y probados. Las revistas y periódicos compiten en esto, pero todos tienen en común la selección cuidadosa de sus propios colaboradores. Hoy en cambio se asiste al fenómeno, típico de las librerías que venden *on line*, por el cual cualquier libro puede ser comentado en ese *forum* por cualquiera que lo haya leído. Así se pueden leer en esos sitios-librerías amplias reseñas que pueden orientar al público, escritas por simples lectores que de otro modo no verían nunca publicadas sus reflexiones, porque no son críticos de profesión.

Si esto vale para las librerías *on*

*line*, vale con mayor razón para los *blog*. Entre un *post* y otro sucede no rara vez encontrar un comentario al último libro leído; pero existen también *blog* dedicados a la crítica literaria. A veces han sido abiertos por escritores<sup>14</sup>, ayudados en algún caso por sus editores, que abren un espacio *blog* en sus sitios internet<sup>15</sup>. Esto les ayuda a mantener el contacto con los lectores, desarrollar

---

*el blog se centra en lo cotidiano, en la observación de las cosas ordinarias, más que en los grandes acontecimientos y en lo sensacional*

---

su capacidad de reflexión y creación poética en trato directo con un público que los sigue y que reacciona a sus libros.

Lo mismo vale con mayor razón de los films, dado el gran número de los *blog* de cinéfilos<sup>16</sup>, y también de la música. Esta riqueza de material crítico, desde lo más cono-

<sup>14</sup> Dos ejemplos de tipología diferente: <http://www.giuliomozzi.com>, del escritor Giulio Mozzi, y <http://www.miserabili.com>, del escritor Giuseppe Genna.

<sup>15</sup> Un ejemplo: <http://www.feltrinelli.it/Blog>

<sup>16</sup> Un ejemplo: <http://cinebloggers.splinder.com>

cido a lo más inmediato y espontáneo, tiene que ser por fuerza un recurso de máximo interés. En cualquier caso, detrás de un *blog* no está solamente una persona, sino un grupo de reflexión que pretende proponer materiales de manera unitaria en forma de un «*blog* colectivo», con filtros redaccionales o, en la mayor parte de los casos, sin ellos<sup>17</sup>. Esta, por ejemplo, es la forma ideal de expresión y comunicación para un grupo de lectura que intenta darse cita en la Red, o para una redacción que pretenda proponer una forma particular de revista<sup>18</sup>.

### La dimensión periodística

Cuando se habla de los *blog* no se puede separar de manera neta la dimensión informativa y periodística de la expresiva y crítica. Con todo la primera identifica una pe-

<sup>17</sup> Un ejemplo: <http://www.nazioneindiana.com>. Un sistema complejo, que recurre a sitios integrados, forum, revista electrónica, *mailing list* y *blog*, es <http://www.bombacarta.it>.

<sup>18</sup> Lo dicho sobre la crítica de las expresiones artísticas vale también para el mundo de la ciencia, de la técnica, de la política, y para todos los campos de la actividad y del saber humano. Un elenco de 30 *blog* particularmente representativo lo ofrece S. Maistrello, «30 metas para descubrir la blogosfera», en *Internet News*, octubre 2003, que se encuentra también en <http://www.internetnews.it>.

culiar función de los *blog*, la de suministrar de modo original servicios de información y documentación, que no tendrían verdaderas alternativas<sup>19</sup>. Un *blog* ejemplar, hecho famoso por la trágica muerte de su autor, el periodista *freelance* Enzo Baldoni, muerto en Irak el año pasado, es *Bloghad*<sup>20</sup>. En su interior encontramos un poco de todo, en un estilo perfectamente coherente y adaptado al espacio virtual propio de ese «género confuso» que es el *blog*: fotos, reportajes, notas breves, comentarios... Otro también famoso es *Where is Raed?*<sup>21</sup>, un *blog* que representa lo que comúnmente está definido como el *do-it-yourself journalism*, periodismo «a tu gusto», forma del más genérico *personal publishing* (publicación personal): mientras los periodistas de los grandes *network* televisivos enviados a Irak permanecían instalados en los hoteles reservados a periodistas y las telecámaras immortalizaban el fallo de los bombardeos, bajo el seudónimo de Sa-

<sup>19</sup> Señalamos un amplio dossier sobre este tema aparecido en la revista *Problemi dell'informazione* 39 (2004) n.2, 145-203, que recoge las contribuciones a un encuentro sobre los *blog* periodísticos celebrado en la Universidad IULM de Milán el 3 mayo 2003.

<sup>20</sup> (<http://bloghad.splinder.com>). El *blog* está todavía *on line* y, a finales de 2004, había recibido más de 1.230.000 visitas.

<sup>21</sup> [http://dear\\_raed.blogspot.com](http://dear_raed.blogspot.com).

lam Pax el autor del *Where is Raed?* restituía la frescura e inmediatez de la vida cotidiana que seguía su camino en Bagdad bajo las bombas. El *blog*, a menudo irreverente, se convirtió luego en un libro titulado *Baghdad Blog*<sup>22</sup>.

Los ejemplos citados representan solamente dos casos particularmente significativos de *blog journalism* (que alguno traduce en italiano como «periodismo cívico» o «de base») realizados por personas singulares. Un caso, por el contrario, entre los más organizados y extendidos en el mundo es el de la cabecera coreana *Ohmy News*<sup>23</sup>, nacida en febrero del 2000, que publica dos ediciones: una en coreano y otra, internacional, en inglés. Funciona gracias a la contribución de sus lectores, que a menudo se convierten en cronistas (retribuidos con una cantidad máxima de 20 dólares). El *staff* de la redacción, que escoge y selecciona las noticias, está compuesto por 40 personas, pero los colaboradores de la empresa son más de 20.000 en todo el mundo, y los lectores dos millo-

nes. Un fenómeno de esta clase plantea nuevos desafíos al mundo de la información y del periodismo.

Al comienzo, *blog* y periódicos se enfrentaron a cara de perro sintiéndose recíprocamente en radical competición o incluso en alternativa. Se trataba de un conflicto de carácter a un tiempo profesional (con sus consecuencias en la práctica periodística) y social (ligado a las necesidades de información a las que el periodista está llamado a responder). La naturaleza anárquica de la forma de publicación permite abatir las barreras normales y las limitaciones para el ingreso en el mundo de la comunicación de masa (que no tienen por qué considerarse siempre negativas), y por consiguiente el fenómeno *blog* ha sido celebrado como el triunfo de la comunicación horizontal no mediatizada, pluralista y democrática.

En los países en los que la libertad de expresión está limitada abundan los cierres de sitios y los arrestos de *blogger* por su capacidad para crear opinión o para producir aquella que se suele llamar «contra-información». Esto sin embargo significa que incluso organizaciones como *hezbollah*, los milicianos islámicos, por ejemplo, o también organizaciones filo-terroris-

<sup>22</sup> Cf. Salam Pax, *Baghdad Blog*, Milán, Sperling & Kupfer, 2003. El volumen ha suscitado varias polémicas a causa de la identidad de su autor, considerado por algunos un espía de la CIA que lo habría escrito con fines de propaganda. Otros en cambio no han aceptado esta sospecha.

<sup>23</sup> <http://english.ohmynews.com>.

tas puedan libremente encontrar espacio para la expresión y propaganda<sup>24</sup>.

En los países donde por el contrario hay libertad de expresión, el fenómeno parece registrar una disminución en la disyuntiva entre la información periodística tradicio-

---

*los blogger ejercen un útil control social sobre los grandes grupos mediáticos y las agencias de información*

---

nal y la de los *blog*. Lo que era sólo un *aut-aut* parece asumir la forma de *et-et*. De hecho algunos (todavía pocos en realidad) periodistas italianos han abierto un *blog* personal. De ordinario son las mismas empresas periodísticas las que comienzan a plantearse el problema de abrir al interior del propio sitio internet un espacio dedicado a los *blog*. En este campo son tres los diarios que han tomado la iniciativa: *il Foglio*, *il Reformista* y *la Repubblica*<sup>25</sup>. El primero desde el 15

de octubre de 2002 acoge *Wittgenstein*, el *blog* de uno de los primeros periodistas-*blogger* italianos, Luca Sofri, y *Camillo* de Christian Rocca, llegado dos meses después. Entambos *blog* se caracterizan por el estilo fulminante y tajante de gran parte de los *post*, a menudo de sólo una línea. *Il Reformista* acoge actualmente seis *blog*, algunos activados a partir de enero 2003. En tercer lugar ha llegado el periódico *la Repubblica*, cuyos primeros cinco *blog* (actualmente ocho) fueron activados el 10 de septiembre 2003.

La tendencia del *newsmaking* (hacer noticia) parece ser la de una integración entre la información producida por las agencias, de los grupos editoriales y de las empresas oficiales, y la producida por los *blog*. La integración se encuentra favorecida por al menos dos factores que distinguen las dos tipologías de información: el factor «autorial», por el que un lector puede ser inducido a seguir constantemente y a ojos cerrados las opiniones de una firma que le merece confianza en una empresa; y la capacidad de puesta al día en tiempo

---

<sup>24</sup> Cf. M. Forti, «Blog, fluido vital del Islam», en *il manifesto*, 28 diciembre 2004.

<sup>25</sup> Los *blog* de *il Foglio* se conectan en <http://www.ilfoglio.it>; los de *il Reformista* en <http://www.ilreformista.it> o directamente en <http://www.ilcannochiale.it>; los de *la Repubblica* en <http://www.repubblica.it/indici/rubriche/blog.htm> por el

---

cual se accede también a los 28 *blog* acogidos al grupo *L'Espresso* (<http://www.kataweb.it/blog>). En abril 2004 también *La Stampa* ha abierto, junto a los *forum*, un *blog* (<http://www.lastampa.it/blog/default.asp>). El *Corriere della Sera* y *Avvenire* han optado por los *forum*.

real, propia del *blog*, especialmente en casos de particular emergencia o en acontecimientos de evolución rápida. Ambos factores pueden ejercer un influjo positivo sobre la fidelidad del usuario a tal medio de información. Por otra parte, sucede que un *blog* gestionado autónomamente por un periodista que se siente obligado o por los espacios tipográficos o por la tendencia ideológica o por otros vínculos de la empresa bajo la cual escribe, se convierte en un medio de expresión libre<sup>26</sup>. El periodista-*blogger* debe saber crear una relación de confianza con los propios lectores, aun sabiendo que ésta es a la vez débil, porque está sujeta a continuas verificaciones, y fuerte porque está alimentada por un acercamiento extremadamente personalizado<sup>27</sup>. Sin embargo sucede también que a veces, como en el caso de *Il Barbieri della Sera*<sup>28</sup>, esta libertad de expresión se vela con un

casi-anonimato. No se puede sino registrar una fenomenología amplia, compleja y hasta ahora en rápida evolución, que tendrá probablemente una recaída, antes o después, sobre la misma definición de la categoría profesional del periodista, con un potenciamiento del periodista *freelance*.

El beneficio de la expresión libre plantea inmediatamente el problema de un discernimiento de las fuentes y una valoración de su credibilidad, que se une al fenómeno de la *information overload*, es decir, del exceso de información, que caracteriza a la Red desde que se ha convertido en un fenómeno de masa. Por otra parte, la misma libertad de expresión potencia un útil control social ejercitado por los *blogger* sobre los grandes grupos mediáticos y sobre las grandes agencias de información.

### ¿Está Dios en la blogosfera?

Antes de concluir nuestras reflexiones, nos preguntamos si los cristianos y las comunidades eclesiales habrán valorado los *blog* igual que lo han hecho y están haciendo con internet en general<sup>29</sup>.

<sup>26</sup> Un ejemplo entre tantos es *QuintoStato* del periodista Carlo Formenti del *Corriere della Sera* (<http://www.quintostato.it>), que en realidad a su vez es un verdadero y auténtico título autónomo, con una redacción compuesta actualmente por cinco periodistas.

<sup>27</sup> Cf. E. Bianda - A. Sofri, «Es periodismo de profundidad. Los blog responden a las exigencias de información de las nuevas comunidades», en *Problemi dell'informazione* 39 (2004) n.2, 189. Una fuente preciosa es la *Online Journalism Review* (<http://www.ojr.org>).

<sup>28</sup> <http://www.ilbarbieredellasera.com>.

<sup>29</sup> Cf. A. Spadaro, «Dio nella 'rete'. Forme del religioso in internet», in *Civiltà Cattolica* 2001-III, 15-27 y «La Chiesa e internet», *ibid.*, 107-113.

¿Está Dios presente en los *blog*? Si buscamos *blog* religiosos en la *web* mundial, no advertimos una particular riqueza numérica y de contenidos<sup>30</sup>. No faltan sin embargo ideas estimulantes o, por lo menos, curiosas. Una de éstas es la «teoblogía» (*theoblogy*)<sup>31</sup>, fruto del *blogging theologically*, de un «bloggar teológico». Si se teclea sobre el *Gloogle* el adjetivo *theoblogical*, se encontrará que aparece en más de 21.000 páginas *web*<sup>32</sup>, a tal punto que la revista *Christianity today* ha hablado de una verdadera «revolución teoblógica» y de «blogosfera cristiana»<sup>33</sup>. Es muy variada y comprende espacios de reflexión y discusión teológica entre estudiantes<sup>34</sup>, *blog* ligados a revistas cristianas (*Relevant, Touchstone, World, Christianity Today...*), espacios personales, también de pastores y sa-

cerdotes, de inspiración religiosa<sup>35</sup>. En realidad conviene notar que, más que de una revolución, se trata de un uso más pertinente de la Red, en plena continuidad con el uso que ya las Iglesias cristianas (y las religiones no cristianas) han hecho de la Red a través de sistemas más tradicionales (sitios, *mailing list, newsletter, forum...*) como hemos ya ampliamente informado en nuestra revista<sup>36</sup>.

Si nos limitamos a Italia, por el contrario, es el momento de confirmar la consideración que Marco Schwarz ha insertado en su *blog*: «En cierto momento me ha saltado a la vista algo que tenía ante la nariz hace más de un año, pero que no había nunca comprobado: *En los blog se habla de todo (propia-mente de todo) menos de temas religiosos o de fe. [...]* Ante todo excluyo que la (falta de) fe esté ausente porque se la considere un argumento demasiado personal, ya que para muchos *blog* el concepto de «demasiado personal» me parece que no existe. [...] me pregunto por qué este tema se haya excluido totalmente»<sup>37</sup>. En realidad, la blogosfera italiana parece que es todavía un lugar de expresión no marcado

---

<sup>30</sup> Para tener una idea aproximada del fenómeno, se pueden consultar los elencos siguientes: [http://www.blogsearchengine.com/religious\\_blogs.html](http://www.blogsearchengine.com/religious_blogs.html), para los *blog* religiosos; <http://www.blogs4god.com>, para los *blog* cristianos; <http://www.praiseofglory.com/blogs.htm>, para los católicos.

<sup>31</sup> Cf. <http://theoblogy.blogspot.com> y <http://theoblogical.org>

<sup>32</sup> Investigación hecha a fines de enero 2005.

<sup>33</sup> <http://www.christianitytoday.com/ct/2004/001/27.69.html>

<sup>34</sup> Como el abierto por el *Seabury-Western Theological Seminary* de Evanston, Illinois (<http://www.seabury.edu/faculty/akma/seminarblog.html>)

<sup>35</sup> Por ejemplo: <http://www.brianorme.com>

<sup>36</sup> Cf. A. Spadaro, «Dio nella 'rete'...», cit.

<sup>37</sup> <http://www.montaag.it/blog/archive/000809.html>

por la presencia eclesial y mucho menos por la reflexión teológica. Existen, sí, algunos *blog* personales en los cuales la inspiración cristiana aparece más evidente<sup>38</sup>; existe también algún *blog* ligado a grupos eclesiales<sup>39</sup>; pero no existen órganos de prensa y de información que tengan una cierta relevancia y de inspiración cristiana que acojan *blog*. Señalamos sin embargo la rúbrica «Il mondo da un oblò(g)» en el diario *Avvenire*, atendido por Riccardo Spagnolo. La visibilidad de los pocos *blog* de explícito significado cristiano no es precisamente evidente y desarrollada: es una tarea que espera desarrollo.

### Perspectivas

Los *blog* no constituyen una revolución conceptual: son en sustancia un modo fácil para publicar *on line*. Realizan una de las ideas innovadoras que han surgido con la venida del internet, que no había encontrado hasta hace pocos años una realización tan completa. El fe-

nómeno está evolucionando, y el *software* se modificará con el tiempo, pero la era de un particular *personal publishing* que es el *blog* no está destinada a una próxima desaparición: cambiará la tecnología, y por consiguiente la forma, pero no la sustancia de este «género confuso» de comunicación y de expresión. Los *blog* pueden contribuir a reequilibrar el sistema mediático en su conjunto, integrando los tradicionales *broadcast media*,

---

en enero del presente año  
había en la *web* más de  
21.000 *blogs* de inspiración  
cristiana

---

que simplemente «transmiten» información, con el sistema de los «*media* de la red», que valorizan la comunicación relacional entre los que pertenecen a grupos o «redes» de personas. De esta integración debería derivar una mejora incluso para los *media* tradicionales, comprendiendo periódicos y televisión, los cuales deberán contar con su propia calidad, con el incremento de la propia credibilidad, con su línea editorial y con el servicio público que llegarán a cumplir<sup>40</sup>.

<sup>38</sup> Por ejemplo: <http://pescevivo.splinder.com>; <http://villagiovirtuale.splinder.com>

<sup>39</sup> Por ejemplo: <http://guanelliani.splinder.com>; <http://vicariatonews.splinder.com>; <http://borgodonbosco.blog.excite.it>. Acaba de nacer el *blog* del sitio oficial de los jesuitas italianos (<http://gesuiti.blogspot.com>).

<sup>40</sup> Cf. L. De Biase, «Dalla rivoluzione all'evoluzione. I blog giornalistici nel sistema

Podríamos asumir como esperanza una definición del fenómeno *blog*, quizá un tanto optimista, que se ha dado recientemente en una revista especializada: «un periodismo que es lugar de participación y construcción de identidad, capaz, gracias a la interactividad y a la multimedialidad, de reunir una o más comunidades de intereses y de propiciar nuevas formas de opinión pública consciente y

participante. Un periodismo como don, con un valor añadido que no es, y no puede ser, sólo aquel de la indicación o de la producción de *news*, sino que debe, en cualquier modo, abarcar la profundización, la reflexión, la interpretación narrativa de la realidad: el valor añadido desde un punto de vista legitimado por una relación de confianza y reforzado por la participación»<sup>41</sup>. ■

---

dei media», en *Problemi dell'informazione* 39 (2004) n.2, 183.

---

<sup>41</sup> A. Sofi - E. Bianda, «È giornalismo d'approfondimento...», cit., 191.