

Los weblogs: ¿el nuevo fin de la Historia?

Maria de los Angeles Miranda Bustamante1
[Descargar PDF] - [Descargar SWF]

Resumen: Siguiendo al criticado Francis Fukuyama, lo que él llamó el "reconocimiento" es uno de los motivos primicia del ser humano. Para él este deseo quedó colmado con el consenso universal en torno a la validez de la democracia y el capitalismo. Sin embargo, las guerras y el terrorismo de los noventas y principios del siglo XXI fueron claros desmentidos a su teoría. Sin embargo, ahora Internet aparece como una nueva forma de "reconocimiento", que permite que cualquier persona se transforme en "propietario" de un medio de comunicación, a través de los weblogs o bitácoras. Son sitios web personales, que retroalimentan y critican a los medios tradicionales, que constituyen canales de información alternativos y que permiten el reconocimiento del hombre y de su cultura, haciendo frente a la globalización de la aldea con la aldeización del globo.

Palabras Clave: Weblog, webloggers, bitácoras, Internet, Francis Fukuyama, reconocimiento.

El hombre descubre en Internet una fuente plena de participación y reconocimiento

'Antes había un señor Burns que controlaba todos los medios de comunicación, ahora hay un montón de locos diciendo tonterías desde sus periódicos personales'
Homero Simpson
Episodio 335

Mr. Burns decidió comprar todos los medios de comunicación de Springfield, excepto el humilde periódico de la tenaz Lisa, que se resiste a capitular y edita sus ejemplares en el mimedraño de la escuela. Pero sufre repetidamente el amedrentamiento de parte del poderoso empresario y está a punto de rendirse, cuando su padre Homero decide apoyarla, publicando también su propio diario. Esto inspira a los habitantes de la ciudad y cada uno comienza a distribuir su propio periódico, donde da a conocer sus problemáticas particulares.

No es difícil imaginar este capítulo de los Simpsons en un escenario real, donde la concentración de los medios es indiscutible. Pero, por razones técnicas y económicas, no es factible que cada uno pueda publicar su propio periódico, ni mucho menos tener su propio canal de televisión o estación de radio. Sin embargo, desde que Internet es un factor penetrante en el hogar promedio, proliferan los weblogs o bitácoras personales, de libre acceso, sin censura y sin costo, en que cada individuo que tenga contacto con un computador en línea, con mínimos conocimientos, puede publicar sin fronteras su propia forma de ver el mundo.

Siguiendo al criticado Francis Fukuyama, lo que él llamó el "reconocimiento" es uno de los motivos principales de la historia y de la búsqueda del ser humano. Para él este deseo quedó colmado con el consenso universal en torno a la validez de la democracia y el capitalismo. Sin embargo, las guerras y el terrorismo de los noventas y principios del siglo XXI fueron claros desmentidos. Pero ahora aparece Internet como una nueva forma de "reconocimiento", que puede hacerse más universal aún y permitir que un simple Homero Simpson pueda transformarse en propietario de un medio de comunicación.

¿Y la cultura qué?

Cuando Francis Fukuyama se atrevió a decir en 1992 que la historia había terminado, creyó que el hombre por fin había obtenido lo que deseó adquirir durante toda su existencia sobre la tierra: el reconocimiento. Es lo que Platón llamó thymos, o conciencia del propio valer, lo mismo que los conquistadores españoles denominaban "gloria" y que en estos días se acostumbra identificar como autostestima. Para este autor esta búsqueda había logrado su completa satisfacción con la expansión global del liberalismo económico y con la democracia. El tener la posibilidad, hipotética al menos, de competir en el mercado y elegir a algunos de sus representantes, aunque fuera sólo cada cierta cantidad de años, había tranquilizado al hombre en su afán de reconocimiento.

Con esto, y como ya se había extinguido la Guerra Fria y desanimado momentáneamente las hostilidades en Kuwait, se acabarían también las guerras, que a juicio del autor siempre se habían generado como luchas por el prestigio y, pero el reconocimiento, de una idea, de una nación, de un territorio. Sólo había que esperar que la democracia y el capitalismo se globalizaran.(Fukuyama, 1992: 5-340)

Pero esto último no fue un detalle. Qué más potente contrariedad que las desgarradoras guerras de los Balcanes o Chechenia. O el signo de que la democracia no era aún un consenso universal, con el conflicto de Chiapas. Esto fue en la periferia, pero el golpe de gracia retumbó en los oídos de Fukuyama en el año 2001, cuando se desmoronaron las Torres Gemelas en el corazón mundial del capitalismo y la democracia.

En vez de llegar a su fin, la historia le dio la razón a Samuel Huntington, que en su artículo "The clash of civilizations?", responde a las teorías de autores como Fukuyama, argumentando que la historia continúa y que el conflicto seguirá presente, aunque de otra forma. Su hipótesis, que se probó a poco andar, es que "la fuente fundamental de conflicto en este nuevo mundo no será en primer lugar ideológica o económica. Las grandes divisiones entre la humanidad y la fuente predominante de conflicto serán culturales". De este modo los choques se producirán entre naciones y grupos de diferentes civilizaciones. (Huntington, 1993)

Por su lado, Fukuyama salió al paso de las críticas reafirmando su tesis inicial: "Seguimos en el fin de la historia porque sólo hay un sistema que seguirá dominando la política mundial, la del Occidente liberal-democrático". Sin embargo, tuvo que aceptar que la globalización de este sistema tendrá problemas debidos a la presión provocada por "una serie de acciones guerrilleras de retaguardia emprendidas por sociedades cuya existencia tradicional está amenazada por la modernización" (Fukuyama, 2001)

¿Entonces qué hacer si el hombre sigue buscando reconocimiento? Si la historia escribió con sangre que no basta con la participación política y económica, es necesario buscar una fuente de reconocimiento cultural.

Desde el punto de vista de la comunicación, esto incluye la libertad de opinión, de expresión, la eliminación de la censura, pero también la simple libertad de ser una cultura, y sobre todo un individuo, únicos e irrepetibles en medio del mundo, reconocidos y no simplemente tolerados por el resto. Y en ese sentido, ya es sabido que la globalización de los sistemas políticos y económicos suele arrollar la cultura distinta, con ese "tren de carga muy poderoso" de la Modernidad, según lo describe el mismo Fukuyama.

Cuando en 1990 Internet dejó de ser un arma militar o reservada sólo para los académicos, permitió que, primero unos pocos privilegiados y hoy cada vez más personas, se relacionaran con una tecnología que les permite obtener información a su medida, que está las 24 horas del día a su disposición, que les da la oportunidad de participar en foros (porque su opinión importa) o de criticar o elogiar a quienes están en el poder.

Esto aunque Internet es parte de esa misma modernidad globalizadora y arrolladora de culturas a la que alude Fukuyama. Esto es nitido si se analiza este medio desde el punto de vista del público. Jean Baudrillard, que tempranamente advirtió sobre el simulacro en la era posmoderna, dijo ante la llegada del nuevo milenio que «el sistema hará que el hombre real se convierta en artificial» porque Internet «crea un nuevo mundo, invivible para el hombre, que es incapaz de soportar toda la responsabilidad de la información que recibe». (Baudrillard, 1999).

En efecto, como cibernauta, el hombre queda desprotegido. Aplicando los dichos de este filósofo francés, la red es el mapa que quedó en reemplazo de la realidad misma, superada por la virtualidad. (Baudrillard, 1987: 10) El hombre pasa de habitar el mundo a vivir en el ciberespacio, que fue definido por William Gibson, escritor futurista que acuñó el término, como "una alucinación consensuada, experimentada a diario por billones de legítimos operadores en cada nación" (Gibson, 1984: 51). De este modo, la simplicidad de la vida cotidiana se complejiza en una fuente de datos inabarcable que no corresponde al universo que el hombre puede alcanzar con sus sentidos, fenómeno que conocemos como "globalización de la aldea".

Sin embargo, esto no es distinto a lo que ocurrió con la imprenta en su tiempo, en que la vaguedad y lo efímero propios de lo oral se enfrentaron con la fijación de la palabra escrita, que cercó el entorno y la búsqueda de la verdad en las páginas de un libro, que también es un mapa que ocupa el lugar de la realidad. Es lo mismo que después sucedió con la televisión, que regresa a lo efímero y multisensorial, que es un medio que argumenta por el solo hecho de exhibir una realidad, produciendo una identificación ficticia entre el demostrar y el simple hecho de mostrar. Todos los medios son en cierta medida virtuales.

Pero la pantalla chica no tiene el conjuro que posee Internet: la posibilidad del espectador de pasar de la actitud pasiva a la activa, del frente al detrás de la pantalla, de público a emisor o "propietario" de los medios de comunicación. Si se analiza Internet no desde la perspectiva del público, sino desde la óptica del emisor, el individuo puede hacer frente a sus efectos adversos y de paso obtener grandes cuotas de reconocimiento.

"Todos pueden tener una imprenta"

Los weblogs son bitácoras personales creadas a partir de un sistema de administración de contenido que facilita la creación y publicación de un sitio web. Pero esta definición también incluye todo tipo de sitio web creado en forma independiente por un particular. Esta tecnología permite que cualquier persona, con el único requisito de acceder a un computador con acceso a Internet, pueda transformarse en emisor.

Mediante este medio se ejercita una parte importante de la libertad expresión: el "derecho a informar", que, por factores prácticos, es dejado de lado aun en las sociedades democráticas y los ciudadanos deben conformarse con el "derecho a ser informado". En la Constitución chilena vigente, por ejemplo, curiosamente se omite el derecho a ser informado y si se consagra el derecho a informar, que por lo tanto no sólo es prerrogativa de los periodistas, sino, al menos jurídicamente, de todos los chilenos.

Este derecho tiene dos partes; la primera consiste en "la libertad de emitir opinión y la de informar, sin censura previa, en cualquier forma y por cualquier medio"2 . Hasta la creación de los weblogs, la única forma de opinar e informar sin ser periodista por algún medio era enviar una carta a la sección editorial u opinar telefónicamente en la radio o la televisión, aunque la mayoría de las veces "con censura previa". Peor era el cumplimiento de la segunda parte de este derecho: "Toda persona natural o jurídica tiene el derecho de fundar, editar y mantener diarios, revistas y periódicos, en las condiciones que señale la ley" (Constitución Política de la República de Chile, 1980) 3 . El costo de fundar un diario y mantenerlo es alto, sobre todo por la aligda competencia de los grandes conglomerados de la prensa en Chile. Más difícil es adquirir equipamie-to para radio o televisión y ganar la concesión para una frecuencia de transmisión. Por lo tanto, las bitácoras en Internet ofrecen por primera vez una forma efectiva de acceso casi universal al papel de emisor en los medios, sólo limitado por las barreras socioeconómicas que impiden que todos operen un computador. Como dice Steve Outing: "todos pueden tener una imprenta". (Franco, 2005) He aquí un primer gesto de reconocimiento, que aumenta el thymos ciudadano: la posibilidad de ejercer un derecho natural que antes le había sido negado.

Al cruzar la línea del público y situarse detrás de un medio de comunicación , el hombre puede ponerse de pie y batirse a duelo con ese cúmulo de información aplastante a la que teme Baudrillard y que por lo demás no puede evitar. La acción del weblogger hace frente a la saturación de datos con tres estrategias principales:

1) La retroalimentación: En la medida que el público conozca lo que hay detrás de la caja negra podrá desarrollar una actitud crítica hacia el medio y pasar de ser un individuo abatido por el exceso de datos al de un sujeto capaz de interactuar ante la complejidad del ciberespacio. De este modo se hace real la retroalimentación que este medio posibilita.

"Los bloggers cumplen ahora un papel de críticos de la prensa, señalando cuando los periodistas pasan por alto o entierran noticias importantes".(Franco: 2005). Es así en Estados Unidos, como cuando por ejemplo, Fournlomb afirmó que el periodista Eason Jordan, jefe de noticias de CNN, había asegurado en el Foro Económico Mundial de Davos, en Suiza, que Estados Unidos había dado muerte deliberadamente a 12 periodistas. A partir de entonces los blogs republicanos empezaron una campaña contra CNN que terminó con la renuncia del ejecutivo. (McGann, 2005)

De este modo, la participación virtual que ocurre en el ciberespacio tiene repercusiones en el mundo real y puede fortalecer o hacer temblar también los poderes políticos, los sistemas económicos, las creencias y todas las instituciones.

2) Medios alternativos: Lo que ocurrió en Springfield no es una exageración: la concentración de los medios de comunicación es patente. En el caso chileno, por ejemplo, de acuerdo al estudio de Esteban Geoffroy y Guillermo Sunkel, se detectó una gran concentración en la prensa escrita, que está conformada por dos grandes consorcios, El Mercurio y COPESA. Los investigadores especifican que el fenómeno de la concentración de medios es una tendencia mundial que no necesariamente afecta a la libertad de expresión. No obstante, en el caso nacional se da la tónica de que el fuerte oligopolio de los medios va emparejado con un "monopolio ideológico" de los dueños, que en este caso coinciden con un neoliberalismo en el área económica y un conservadurismo en lo moral. (Sunkel y Geoffroy, 2001: 114-115). Por otra parte, en la industria radial, la tendencia está marcada por la llegada de los conglomerados internacionales Iberoamerican Radio Chile y Caracol, que han adquirido emisoras nacionales, concentrando la propiedad de ese medio.

Ante esa tendencia mundial, el ciudadano común suele buscar versiones alternativas de la realidad que muestran las grandes cadenas. De este modo, por ejemplo, durante la guerra de Estados Unidos contra Irak, "los weblogs se establecieron como principal fuente de información del cibernauta", según afirma un estudio del Tecnológico de Monterrey (Islas y Gutiérrez, 2003). Publicados por particulares, gran parte de ellos periodistas, estos weblogs especializados, que fueron llamados warblogs, contenían el lado oculto de la guerra, que se omitía en CNN y en Al Jazeera, incluyendo testimonios de iraquíes acerca de la invasión, galerías fotográficas de personas que cubrían de forma independiente la movlización bélica, imágenes de video que se actualizaban minuto a minuto, discusiones y opiniones del conflicto de personas de diferentes partes del mundo, y direcciones electrónicas a sitios con información relativa a la guerra.

De este modo, en Estados Unidos, el año 2004 fue el de las bitácoras personales. Según el estudio de Pew Internet & American Life Project, en noviembre de 2004 un 27% de los usuarios de Internet leían los blogs, mientras siete meses antes, esta cifra sólo alcanzaba el 17%. Esto a pesar de que el 64% de los usuarios norteamericanos no sabe qué es un weblog. En cuanto a los que publican estos sitios, se calculan en ocho millones las personas adultas de Estados Unidos que han creado su propio blog. (McGann: 2005)

3) Aldeización del globo: A través de las bitácoras, el usuario puede también ser transmisor de su propia forma de ver el mundo, calmando esa sed de reconocimiento.

"Esto es sobre mí...la forma en que veo el mundo". Así describe su bitácora una joven egipcia de 24 años. La mayoría de los weblogs son autorreferentes. Esto queda establecido al examinar las temáticas en los buscadores especializados en bitácoras de diferentes partes del mundo. En mayo de 2005, globeoblogs.com cuenta con 202 sitios de África, de los cuales 63, es decir, un 31%, se describen como páginas personales. La segunda categoría preferida es la de relatos sobre viajes, con sólo 15 bitácoras. En blogarea.net, con páginas francesas, de 26 categorías, la favorita es "sites persos"(abreviatura de sitios personales). De 804 sitios, 232 (28,8%) corresponden a verdaderos perfiles de cibernautas desconocidos, deseosos de decir al mundo lo únicos que son y su opinión sobre la vida. De éstos, 72 están subclasificados como "diarios íntimos". Uno de ellos es el de "una joven de 25 años, enamorada, apasionada, frágil y sensible, dividida entre Francia y Québec". En su página escribe: "Esta noche tengo ganas de dulzura, ganas de caricias ligeras, de sonrisas, de miradas, ganas de plenitud".4 Su mundo privado disponible para todo el mundo.

De este modo, si la simple vida cotidiana se ve amenazada por la avalancha de datos que se despliega por la red, también puede afirmarse que la complejidad de la vida cotidiana, de sus cuestionamientos, impotencias, injusticias, decisiones y enfrentamientos, se simplifica en la sencilla serie de estímulos sensoriales que constituyen Internet. De este modo, los anhelos, las demandas civiles y la histórica necesidad de reconocimiento se canalizan en la red. También lo local colectivo: la forma de vida de la propia nación, su historia, sus lugares, su gastronomía, su lenguas autóctonas, lo que hace a un pueblo único en el mundo y los miedos a la globalización, todo puede encauzarse en una serie de sencillos signos multimedia.

Es el caso de un weblog peruano, en que lo autóctono se mezcla con lo tradicional:

"Caminábamos por PlazaFea con un amigo y él se sorprendía de ver yacón, sauco, y otros productos "serranos". Estos se ofertaban junto con los demás elementos comunes de una cocina peruana "estándar": zapallo, zanahorias, fresas"5

O el Dr. Krishnanand Kamat, un estudioso indio, que escribe sobre su país, su religión y sus costumbres: "El canto de los mantras ha sido comparado con el croar de las ranas en época de lluvias". 6

Entonces puede considerarse que si Internet tiene el peligro de globalizar la aldea, también puede "aldeizar" el globo, rescatando lo único, poniéndolo en conocimiento universal y transformándose en una vasta fuente de reconocimiento7 .

¿Nuevo fin de la historia?

Como proveedor de reconocimiento al hombre, los weblogs pueden ser aun más efectivos que la democracia, que fue elevada al rango de panacea por Fukuyama. A este sistema político se le critica por ejemplo el menosprecio por las minorías. Pues en la llamada "blogósfera" es lo contrario. Un weblog puede ser exitoso si le gusta a 50 personas, que lo usen y lo retroalimenten en forma efusiva (Rosen, 2003). Apunta justamente a los intereses de alguna minoría bien segmentada, que haya sido ignorada por los grandes medios tradicionales y que requiera un receptáculo para sus intereses y formas de pensar.

En cuanto al capitalismo, si bien hay bloggers que viven de la publicidad en sus sitios una vez que demuestran su impacto, este medio no opera por criterios económicos. Se puede clasificar como una economía del regalo (gift economy), que en contraste con la economía de mercado opera cuando existe abundancia y no escasez de bienes. Si, de acuerdo a Baudrillard, en el ciberespacio existe exceso de información, el prestigio no se podría medir por quién tiene más datos. "El estatus social está determinado no por lo que tú controlas, sino por lo que tú obsequias"(Raymond: 2001). En este caso, se dona un valor agregado a esa información, que consiste en un cuño personal y alternativo. Además, en este mundo, el reconocimiento de competir en el mercado, que ofrece el capitalismo, no es válido.

Por lo tanto, siguiendo la teoría de Fukuyama, acerca de la lucha del hombre por el reconocimiento, desde que existen los blogs se podría diagnosticar un nuevo fin de la historia, porque el usuario al menos, encontró una fuente clara de prestigio, no sólo virtual, para él como individuo y también para su cultura.

Sin embargo, la historia continúa. Hay que admitir en primer lugar una realidad muy visible, sobre todo para los periodistas: los weblogs suelen producir desinformación, como un efecto colateral de que todos ejerzan su derecho a informar. De este modo, a menudo, y más aun cuando no son publicados por periodistas, los blogs dan por cierto rumores, omiten el derecho a la verdad, mezclan opinión con información. También pueden tener malas intenciones, como instrucción de venganza, por ejemplo, de los republicanos molestos por la cobertura de CNN de la guerra en Irak, contraria a la gestión de Bush, que se unieron en sus trincheras on line para derrocar a Jordan. Por eso no seputarán a la prensa profesional, más bien pueden complementarla, enriquecerla, criticarla y desafiarla.

Pero, más que eso, recordemos que existen dos fuerzas antagónicas en el ciberespacio y específicamente en la blogósfera: por un lado la aldeización del globo, en que el público puede alzarse como emisor, pero también la globalización de la aldea, en que el hombre queda desnudo ante la avalancha apocalíptica de información que predijo Baudrillard. Y aún no se sabe cuál fuerza ganará, si la de Homero Simpson o la del poderoso Mr. Burns.

Referencias bibliográficas

- BAUDRILLARD, Jean (1999): "Internet crea un mundo invivible para el hombre". Diario El Mundo, 28 de septiembre. Madrid.
- BAUDRILLARD, Jean. Cultura y simulacro. Barcelona, Kairós. 1987.
- FRANCO, Guillermo (2005): "La re-blog-lución". El Tiempo. Dirección: http://enter.terra.com.co/ente_secc/ente_inte/noticias/ARTICULO-PRINTER_FRIENDLY-1002460-1989396.html
- FUKUYAMA, Francis (1992): The End of History and the Last Man. New York, Avon Books Inc., 1992.
- FUKUYAMA, Francis, "Clash of Civilizations. History Is Still Going Our Way. Liberal democracy will inevitably prevail". Wall Street Journal , 5 octubre 2001. Estados Unidos.
- GIBSON, William (1984): Neuromancer. New York, Ace Books
- HUNTINGTON, Samuel P (1993): "The clash of civilizations?", Foreign Affairs. Summer 1993, Washington.
- ISLAS, Octavio y GUTIÉRREZ, Fernando (2003): La guerra de información en Internet. De los weblogs a los warblogs. Revista Mexicana de Comunicación, Número 81 mayo - junio 2003, México DF.
- MCGANN, Rob (2005): "Mercaderes del Templo". Flylosophy: Laboratorio de Tendencias, Creative Commons, issue 6, mar.abr 2005. Dirección: www.flylosophy.com/
- MCLUHAN, Marshall (1967): El Medio es el Masaje, Barcelona, Editorial Paidós.
- RAYMOND, Eric Steven (2001): "The Hacker Milieu as Gift Culture", Future Positive. Dirección: http://futurepositive.synearth.net/stories/storyReader\$223.
- REPÚBLICA DE CHILE (1980): Constitución Política de la República de Chile de 1980. Santiago, 1999.
- ROSEN, Jay (2003): "What's Radical About the Weblog Form in Journalism?", Department of Journalism at New York University. Dirección: http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2003/10/16/radical_ten.html
- ROZAS, Eliana (1993): "La Noticia y lo Cotidiano", Cuadernos de Información N°8, Escuela de Periodismo, Pontificia Universidad Católica de Chile, 1993, Santiago.
- SUNKEL, Guillermo y GEOFFROY, Esteban (2001): La concen-tración económica de los medios de comunicación, Santiago, Lom Ediciones.

Notas

1 1997 Título de Periodista, Licenciada en Información Social, Pontificia Universidad Católica de Chile. 2002 a la fecha Académica de la Carrera de Periodismo de la Universidad de Playa Ancha. Magister en Literatura Hispanoamericana.

2 El texto aclara que este derecho puede ejercerse sin perjuicio de responder de los delitos o abusos correspondientes, como las injurias y calumnias, consignados en el Código Penal chileno.

3 Artículo 19 número 12 de la Carta Fundamental vigente.

4 El blog se llama "Les Toiles filantes", y se encuentra en <http://toilesfilantes.free.fr/blog/>

5 El blog se llama: Todo lo que nunca quisiste saber. Cada vez más, un blog peruano. Se encuentra en: <http://franc.apuntesperuanos.com/archivos/category/peru/cultura/>

6 El sitio se llama Kamat's Potpourri y está en: <http://www.kamat.com/kalranga/prani/animals.htm>

7 Se usa la terminología de Marshall Mc Luhan, que acuñó el término "aldea global" (El Medio es el Masaje, Editorial Paidós, 1967) y la contraparte "aldeización del globo" es tomada del artículo "La Noticia y lo Cotidiano" de Eliana Rozas de 1993, en que identifica en los medios la tendencia de "aldeizar el globo", es decir, de privilegiar lo local como forma de acercar las noticias al público.