
Los blogs como recurso alternativo de comunicación para la interacción de los jóvenes

Blogs as an alternative communication resource for the interaction of young people

Estefania Caizaluisa*
Cooperación Internacional de la Gestión del Conocimiento
Machachi, Mejía, Ecuador

*estefy.ct22@gmail.com

Recibido: 3/10/2016

Aceptado: 17/2/2017

Resumen

El presente artículo identifica la funcionalidad de los blogs en cuanto al uso que le proporcionan sus usuarios, partiendo desde una recopilación informativa de otros estudios afines. La Sociedad Digital contemporánea ha posicionado a los blogs, como una de las herramientas más útiles dentro de la comunicación alternativa, y por su impacto atraen a gran variedad de usuarios; sin embargo, este estudio tiene como objetivo analizar la interacción existente de los jóvenes con estas plataformas virtuales. Partiendo desde la perspectiva de la comunicación alternativa como instrumento de desalienación y ruptura del paradigma convencional de transmisión informativa. Este enfoque presenta una alternativa de participación, evaluando los principales desafíos que implica el uso de Internet y de cada una de sus plataformas virtuales a las que se encuentran ligados los jóvenes.

Palabras Clave: Blogs, comunicación alternativa, interacción, jóvenes usuarios, sociedad digital.

Abstract:

Contemporary Digital Society has positioned blogs as one of the most useful in alternative communication, which by its impact attract a variety of users tools, however, this study aims to analyze the interaction of youth with these virtual platforms. Starting from the perspective of alternative communication as an instrument of alienation and rupture of the conventional paradigm of information transfer, this article attempts to identify the functionality of blogs on the use provided by its users, starting from an informative collection of other studies related. This approach presents an alternative participation, assessing the main challenges of Internet use and of each of its virtual platforms that are bound youth.

Keywords: Blogs , alternative communication , interaction, young users , digital society.

Introducción

Diversos estudios han demostrado la relevancia de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en los procesos de construcción del mensaje informativo en todos sus ámbitos de transmisión; históricamente esta facultad ha sido únicamente acaparada por los medios tradicionales, (Tv, radio, prensa) convirtiéndolas en prácticas de dominación y enajenación de grandes sectores de la sociedad.

Sin embargo, en los últimos años la forma de comunicación se ha transformado en algo más autónomo y vinculado con el desarrollo de la sociedad, ofreciendo la oportunidad de una nueva alternativa comunicacional, con amplias posibilidades de generar y acceder a la información; entre estas nuevas tendencias de comunicación surgen los blogs, sitios web, chats, etc., plataformas virtuales que facilitan el intercambio de información. El origen de los blog data de los años noventa, desde entonces han experimentado una serie de cambios, permitiendo marcar la diferencia frente a los medios tradicionales por su característica bidireccional y de retroalimentación. Asimismo, se debe considerar la interfaz entre el usuario y la plataforma en cuestión. A este proceso se lo conoce como web 2.0, que presenta ciertas distinciones:

Lo que caracteriza a la Web 2.0 es, ante todo, el hecho de constituir un espacio abierto a la colaboración, más que el empleo de unas tecnologías especialmente novedosas. Asimismo, entre las aplicaciones que mejor representan el espíritu de esta nueva internet destacan los blogs, también llamados we-blogs o bitácoras. (Macías, 2007, p.1)

Aunque se han dado diversas definiciones del término, aún es complejo comprender en teoría lo que es un blog. Sin embargo, para el usuario está claro que se trata de una plataforma de recursos multimedia (texto, imágenes, audio, video) sobre diversas temáticas, donde el autor postea la información y su entrada es “abierta”, puesto que el usuario puede interactuar mediante comentarios u opiniones que pueden ser enlazados con otros sitios web.

Desde esta breve conceptualización, el presente artículo pretende formular una nueva alternativa de comunicación, considerando que los blogs se han convertido en una herramienta de uso público e impacto social, que han logrado influir significativamente en cambios culturales, de manera especial en los jóvenes. En una breve categorización de usuarios se ubica los siguientes:

Turistas (no son lectores habituales, por lo que, cuando participan, lo hacen con comentarios sin valor y preguntas absurdas), la parroquia (el lector fiel que sigue con asiduidad los posts publicados y los comentarios a que da lugar) y los surfers (usuarios que llegan al blog desde un enlace, con más información que los turistas y sabiendo exactamente lo que buscan). (Orihuela en Macías, 2007, p.2)

De esta manera se puede identificar el perfil que el usuario joven presenta cuando hace uso de un blog. Estas plataformas son consideradas transmisoras de información y una nueva forma de expresión, que se usa para conseguir reconocimiento social o simplemente para construir conexiones vir-

tuales. Por tanto, no solo se establecen relaciones de causa-efecto, sino que se crean vínculos entre el periodismo tradicional y los blogger, a pesar de que los medios de comunicación hayan tomado la decisión de implementar estas plataformas y obviar así la forma tradicional de proporcionar información, que en muchos de los casos puede ser manipulada por los mismos usuarios.

La tecnología y los nuevos contenidos en la web

Existen diferentes tipos de blogs y, por tanto, de usuarios, quienes responden a diferentes intereses de orden social o cultural, de tal forma que para el desarrollo del artículo, partimos de la revisión de la literatura existente sobre los medios de comunicación alternativa y la interactividad de los usuarios en los weblogs. La interpretación de estudios afines a la temática permite plantear una perspectiva desde la comunicación alternativamente y las incidencias de estas formas de comunicar en la identidad cultural.

La web proporciona una interfaz interactiva entre usuario y autor, posicionando a los blogs como una de las herramientas más utilizadas a la hora de buscar información. “Los blogs utilizan un lenguaje propio: los forman opiniones, comentarios y noticias de actualidad que están elaborados con la premura que marca el deseo de compartirlo inmediatamente con el público.” (González, 2013, p.505). La autonomía de la que gozan los blogs en la red permite que autor y usuario adquieran información de toda índole.

Los estudios sobre la blogósfera analizan la interacción de los jóvenes a la hora de acceder a la información, que puede ser o no compartida con otros usuarios. Esto permite identificar aquellos contenidos que registran

un número considerable de reproducciones, así como los contenidos en los que los usuarios solo hicieron una breve revisión. “La blogosfera no es simplemente el conjunto de blogs y sus contenidos, sino, justamente, todo eso que está entre ellos: las conexiones, esas sutiles interacciones que son su esqueleto” (Estalella en González, 2013, p.6)

La coexistencia de varios recursos multimedia, en torno al funcionamiento del blog, permite una comunicación de orden interpersonal, donde el usuario puede completar su búsqueda informativa en varios ámbitos. En respaldo a esta idea, el Informe sobre el estado de los blogósfera hispana 2011, señala: “Para los bloggers suponen, además, una vía excelente para “viralizar” contenidos, ampliar sus comunidades y extender la conversación más allá de las propias fronteras de sus bitácoras.” (p.43)

Desde su creación, los blogs ofrecen al cibernauta una ventana abierta al mundo, no solo de acceso a determinada información, sino también de actualización de conocimientos constante, en el caso de quienes administran una de estas plataformas.

La elección de contenidos para un prospecto de usuarios debe ser manejada con base en resultados preliminares; es decir, el administrador hace una visión general de sus posibles visitantes. En el caso de los blogs periodísticos, la línea editorial juega un papel muy importante, puesto que es el eje en el que gira la idealización, redacción y publicación de artículos de calidad, optimizados para el posicionamiento web:

Como es evidente, pueden encontrarse tantas definiciones para el término como especialistas sobre el tema, pero a pesar

de las múltiples acepciones existentes para definirlo hay consenso en considerarlo como un tipo de sitio web simplificado, con características muy específicas, que lo hacen distinto de otros tipos de servicios disponibles en la Web (foros, wikis, chatrooms, etc.) y que le confieren su estatus de weblog. (Martínez y Solano, 2010, p.67)

En este punto, también es importante señalar que los contenidos weblog enmarcan una cantidad de elementos implícitos, es decir, no todo lo que se lee es lo que el autor desea expresar, por lo que el usuario debe ir mucho más allá de la información que llegase a encontrar, de tal forma que las imprecisiones sean transformadas en aseveraciones, que para al usuario le resulten de utilidad.

Los contenidos de la web son ilimitados, siendo éste el principal recurso de búsqueda de información, este “vasto mar informativo” es imprescindible en el mundo de los ciberusuarios, y los jóvenes, en particular, son los más propensos a usarlos, debido a su versatilidad:

- Presentan artículos (posts) en orden cronológico inverso, es decir, las últimas anotaciones aparecen primero.
- Se actualizan de manera regular y periódica, incluso varias veces en un día.
- Normalmente son de carácter informal y, a menudo, personal.
- Puede verse en un navegador html.
- No necesitan profundos conocimientos técnicos ni de programación.
- Regularmente, basan su funcionamiento en Sistemas Administradores de Contenido

(Winner en Martínez y Solano, 2010, p.67)

La sociedad digital y el periodismo

Si planteamos una comparación entre periodismo tradicional y los weblogs, donde se evidencia la transformación que ha tenido el periodismo al momento de proporcionar información a los usuarios de estas nuevas plataformas web, podemos mencionar que en el periodismo tradicional, los periodistas escriben para los lectores, a diferencia de los weblogs, donde los lectores son los escritores e interactúan proporcionando información adicional a la presentada por los periodistas.

Otro ejemplo del periodismo tradicional es que los periodistas asumen que representan al lector; es decir, que la información que se presenta debe ser enfocada de acuerdo a los intereses de los lectores y a las políticas del medio al que pertenecen, a diferencia de los weblogs, en donde el usuario es el autor de la información proporcionada.

Los usuarios también pueden convertirse en productores de mensajes y subirlos a la web de un cibermedio. [...] El usuario desarrolla la interactividad con la tecnología de manera automática, con los contenidos informativos: recepción añadidos-debates o con otros usuarios como sucede en las redes sociales. (Cebrián, 2009, p.18)

Sin embargo, los usuarios, al ser ciudadanos comunes, pueden publicar información no verificada, lo que no sucede con los comunicados sociales profesionales, que presentan información verificada y oportuna. Uno de los contenidos más usados en los weblogs, es la publicidad, que intenta vender un producto o un servicio.

El consumidor en general acepta la inserción de publicidad en los blogs, siempre y cuando no sea demasiado in-

trusiva. Estas comunidades son, pues, corrientes de opinión para liderar la conversación en internet y las opiniones sobre determinadas materias. [...]Están informadas sobre los temas que les interesan, muchas veces por profesionales expertos que aconsejan en la red.” (García y Núñez, 2009, p.6)

Intereses socioculturales del sector juvenil

El consumo de internet y de las nuevas tecnologías son hábitos frecuentes en la vida de los jóvenes, y está mediado por sus contextos sociales y culturales. El acceso a internet no es generalizado, pero aún para quienes tienen acceso disponible en cualquier momento, la equidad no está garantizada.

Por otra parte, tener acceso a Internet tampoco garantiza la igualdad de oportunidades para informarse, pertenecer, debatir o simplemente jugar. El capital cultural y simbólico y los procesos de socialización tecnológica de jóvenes de diversa pertenencia socio-cultural crean distintos contextos de apropiación de la cultura a través de Internet (Winocur, 2006, p.7)

Los jóvenes experimentan estilos de vida para sentirse identificados dentro del marco social, cuando somos jóvenes pensamos en qué grupo social podemos encajar y probamos muchas culturas para sentirnos identificados con la manera de pensar que tenemos en esa etapa de nuestras vidas; los jóvenes se han adaptado tan bien al proceso tecnológico que las relaciones sociales que tengan ahora dependen de ello.

La información actual es uno de los valores fundamentales del consumo audiovisual y digital de los jóvenes [...] Los jóvenes construyen redes de intercam-

bio conversacional. Hacen de la información un objeto de relación cotidiana con los otros. En esos relatos, editados y reescritos con material de sus imaginarios tecnológicos, los jóvenes afirman su identidad social y cultural [...] La información posibilita la relación social con los pares. Y eso, en las culturas juveniles, tiene el más alto sentido simbólico (Cabrera, 2001, p.60-61).

Hoy asistimos a un cambio cultural en que los jóvenes se relacionan de manera distinta con el espacio público tradicional, en la medida que los contenidos juveniles hoy son definidos por sí mismos y pueden dar cuenta de una identidad heterogénea que busca expresarse libremente.

Los espacios que los adolescentes se crean son lugares en los que pueden sentirse identificados. “Los escenarios juveniles permiten expresar las distintas formas de vivir, la cotidianeidad que se desarrolla con otros jóvenes, compartiendo el espacio del barrio, el trabajo, la barra de fútbol, el carrete, el grupo de música, la universidad, etc.” (Jara, 1999, p.4).

Es cierto que la tecnología ha tenido un gran impacto y por ello se ha perdido el hábito de la lectura, pero con la llegada de la Web2.0 los adolescentes recuperan el sentido de la lectura, ya que buscan blogs de diversos intereses, donde ellos puedan formar parte de un círculo e interactuar, recordemos que los blogs son bidireccionales y permiten un feedback entre usuario y lector.

Para este autor, “el paradigma del experimento lo representan jóvenes y adolescentes que escriben e intercambian diferentes tipos de discursos en internet sobre los relatos para literarios que leen” (Llunch, 2014, p.6). La

mayoría de los blogs que se encuentran en internet son escritos por jóvenes, con base en sus experiencias, y logran hacer que el lector se sienta identificado con la historia que se cuenta, interactúan, dando una opinión o invitándolo a que también sea partícipe.

Hoy asistimos a un cambio cultural en que los jóvenes se relacionan de manera distinta con el espacio público tradicional, en la medida que los contenidos juveniles hoy son definidos por sí mismos y pueden dar cuenta de una identidad heterogénea que busca expresarse libremente. Los espacios que los adolescentes se crean son lugares en los que pueden sentirse identificados.

Los escenarios juveniles permiten expresar las distintas formas de vivir, la cotidianidad que se desarrolla con otros jóvenes, compartiendo el espacio del barrio, el trabajo, la barra de fútbol, el carrete, el grupo de música, la universidad (Jara, 1999, p.4).

Es cierto que la tecnología ha tenido un gran impacto y por ello se ha perdido el hábito de la lectura, pero con la llegada de la Web2.0 los adolescentes recuperan el sentido de la lectura, ya que buscan blogs de diversos intereses, donde ellos puedan formar parte de un círculo e interactuar, recordemos que los blogs son bidireccionales y permiten un feedback entre usuario y lector. Para este autor,

“el paradigma del experto lo representan jóvenes y adolescentes que escriben e intercambian diferentes tipos de discursos en internet sobre los relatos para literarios que leen” (Llunch, 2014, p.6).

La mayoría de los blogs que se encuentran en internet son escritos por jóvenes, con base en sus experiencias, y logran hacer que

el lector se sienta identificado con la historia que se cuenta, interactúan, dando una opinión o invitándolo a que también sea partícipe.

Hay que tomar en cuenta que la forma de escritura en el uso de internet ha cambiado las formas expresivas, se usan vocablos que no están oficialmente aceptados por la Real Academia de la Lengua Española (RAE). Para escribir en la web es importante hacerlo con mesura y palabras completas, para que no sean mal interpretadas y evitar futuros problemas.

No solo se sienten identificados con temas diversos que existan en los blogs, sino también en el lenguaje que se pueda utilizar, dependiendo de la temática que se esté discutiendo, se pueden aprender nuevos idiomas, nuevos términos o a la vez aprender sobre nuevas culturas.

Ritmo de crecimiento en torno al uso del blog

Los jóvenes interactúan con los blogs por múltiples cuestiones de orden académico, informativo o diversión.

En gran medida, lo que ha permitido esta proliferación de los blogs es el desarrollo de software y servicios de hospedaje que facilitan su creación. [...] Es decir, los bloggers no requieren profundos conocimientos técnicos y ni pagar por crear un blog, pues existen varios servicios gratuitos. (Contreras, 2008, p.5)

Al ser interactiva la información publicada en la red, no siempre puede ser verídica, porque en muchas ocasiones es manipulada por los usuarios.

Las empresas de comunicación han comprobado la respuesta positiva por parte de las audiencias a la nueva interactividad de los medios.

En el caso de los medios online, las audiencias que mejor responden a la interactividad son los jóvenes que han nacido, crecido y aprendido en una cultura digital. (Cabrera, 2010, p.4

La gran virtud que destaca del blog como medio de comunicación es que permite una participación e interacción mayor por parte del ciudadano que circula por la Red. Propuestas como la de The Huffington Post, que proponen en el plano teórico que los ciberactores sean quienes de algún modo decidan los contenidos de sus secciones y de su página principal, generan un sentido de comunidad entre sus lectores. (Ramaris, 2010, p.5)

Conclusiones

En las últimas décadas, la vida social de los jóvenes se encuentra ligada a la Sociedad Digital, que se ha convertido en una de las herramientas más usadas para la retroalimentación e intercambio de información, a través de los conocidos blogs, sitios web que permiten la interacción de sus usuarios, mediante comentarios u opiniones que genera debates.

La demanda de interactividad por parte de los usuarios jóvenes en estas plataformas virtuales hace que los medios de comunicación que se encuentran inmersos en estos sitios, transformen su forma de producir y difundir sus contenidos, esto mediante una forma creativa, con el fin de llamar la atención del usuario y por ende mantenerlo conectado con las temáticas que se publican.

Por tanto, los blogs son medios que sus-

tentan las necesidades de información del usuario convirtiéndose en una herramienta multitarea, multidisciplinar y especializada en narrativas multimedia, que son ofertadas por los mismos usuarios o por los medios de comunicación inmersos en la web, mostrando así el futuro de la comunicación.

Desde estas perspectivas, podemos mencionar que el periodismo debe acoplarse a las múltiples necesidades que tiene el usuario con el fin de ser un medios responsable que publique información veraz (esta parte de la infoemación veraz apenas aparece en la última línea, considero que podría desarrollarse más ampliamente) y oportuna de interés social.

Literatura Citada:

Bitácoras.com (2011). Informe sobre el estado de la blogósfera hispana 2011.

Disponble en: http://static.bitacoras.com/informe/11/informe_estado_blogosfera_hispana.pdf [05-05-2013].

Cabrera González, M. A. (2010). La interactividad de las audiencias en entornos de Convergencia Digital: Evolución de los medios hacia el sistema de comunicación participativa. Revista ICONO 14, N° 15, pp. 164-177. ISSN 1697-8293. Madrid (España)

Cabrera Paz, J. (2001). Naufragos y navegantes en territorios hipermediales: experiencias psicosociales y prácticas culturales en la apropiación del Internet en jóvenes escolares. En Internet y Sociedad en América Latina y el Caribe, pp. 39-125. compilado por Marcelo Bonilla y Gilles Cliche. Quito: Flacso Ecuador/IDRC.

Cebrián, H. (2009) Comunicación interactiva en los cibermedios. Revista

- Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación (Comunicar). Universidad Complutense de Madrid. ISSN: 1134-3478. 33; (XVII). pp. 15-24
- Contreras, T. (2008). La web participativa: Blogs, el periodismo ciudadano y la democracia. Razón y Palabra, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Estado de México, México. ISSN: 1605-4806. 13, (60), pp. 1-17
- García, L., y Núñez, P. (2009). Los Bloggers y su influencia en la imagen de una marca. Internet: un nuevo supermercado del marketing, Blogs y marketing. Facultad de Ciencias de la Información, UCM, Madrid, España. pp. 1-11
- González, P. (2013). Tendencias de consumo de blogs entre los jóvenes universitarios españoles: radiografía de su blogósfera. Historia y Comunicación Social. 18. (Esp). Octubre. ISSN: 1137-0734
- Jara, R. (1999). Jóvenes y espacios públicos. Redalyc: Última Década. Centro de Estudios Sociales Valparaíso, Chile (11), ISSN: 0717-4691, septiembre, p.4
- Llunch, G. (2014). Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red. Universidad de Castilla-La Mancha Cuenca, España. ERI Lectura. ISSN: 1885-446 (11) Ne: 2254-9099. pp. 7-19.
- Macías, C. (2007). La revolución de los blogs, de José Luis Orihuela: reseña en línea. UOC Papers. N.º 5. UOC. . ISSN 1885-1541. pp. 1-4.
- Martínez. S., y Solano, E. (2010). Blogs, Bloggers, Blogosfera. Universidad Iberoamericana, Primera edición electrónica: A.C.ISBN 978-607-417-081-8. México, pp. 5-247.
- Navarro, L. (2009) Tres lustros del periodismo digital: interactividad e hipertextualidad. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación (COMUNICAR) Universidad Complutense de Madrid. ISSN: 1134-3478. 33; (XVII). pp. 35-43
- Ramaris, T. (2010). Periodismo Web 2.0: La interacción entre los webactores y el blog periodístico: El caso de The Huffington Post., Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España. pp. 1-10.
- RAMIREZ, R. (2010): Blogs, Bloggers, Blogosfera. Universidad Iberoamericana, Primera edición electrónica: A.C.ISBN 978-607-417-081-8. México
- Reyes, S., Fernández, M., y Martínez, R. (2013). Comunidades de blogs para la escritura académica en la enseñanza superior: Un caso de innovación educativa en México. Revista Mexicana de Investigación Educativa, 18, (57), pp. 507-535.
- Winocur, R. (2006). Internet en la vida cotidiana de los jóvenes. Revista Mexicana de Sociología, 68, 3, julio-septiembre, pp. 551-580.