

ENTREVISTA MARÍA GÓMEZ BRAVO. MMCC DIGITAL

POSIBLE TITULAR: “Las bitácoras son un medio de experimentación mucho más flexible y más adaptado a internet que los medios de comunicación digitales”

ENTRADILLA:

MMCC Digital, la bitácora de María Gómez Bravo, periodista, experta en Comunicación y Tecnologías Multimedia y doctorando en Documentación y Biblioteconomía, es un diario donde su autora recoge información del tema sobre el que investiga, el Periodismo Digital, y un medio a través del que experimenta con sus nuevos formatos y lenguajes.

¿Qué es MMCC Digital? ¿Cómo nació?

mmcc digital es una bitácora sobre el campo del periodismo, en particular sobre el periodismo digital.

Nació en diciembre de 2004 con la voluntad de ir anotando mis resultados de investigación sobre los medios de comunicación digitales así como ir dando cuenta de la actualidad del periodismo digital. Además, era el modo de adentrarme en el mundo de las bitácoras y experimentar.

Se habla de influencia de los blogs sobre el Periodismo ¿Qué aportan los blogs a los medios de comunicación digitales?

Las bitácoras o blogs (prefiero el término en español) han venido a proponer un nuevo modo de comunicarse en internet por cuanto han aportado de novedad en el uso del lenguaje, del estilo, los tiempos de publicación o las formas de interacción con la "audiencia", entre otros.

Los códigos de conducta en las bitácoras; un lenguaje más conciso; el uso del hipertexto de manera mucho más adecuada; el imperativo de citar las fuentes y las informaciones que se usan; el trato más directo con el lector; la agilidad... Son muchas las aportaciones de las bitácoras al periodismo digital y viceversa. Considero que uno y otro se han nutrido y deben seguir haciéndolo para mejorar la calidad del producto al que accedemos en internet (tanto bitácoras como medios digitales)

Hasta hace muy poco se le ha empezado a prestar realmente atención a un fenómeno que ha aprovechado mucho mejor las posibilidades de internet que los medios de comunicación digitales, quizá por la propia libertad e independencia con la que nacen, además de sus características particulares.

¿Qué cree que puede distinguir a los blogs, primeros medios “nativos” de la Red, del resto de medios online?

Precisamente esas características de las que hablaba anteriormente. Las bitácoras nacen con unas peculiaridades que son las que las han diferenciado en un principio de los medios de comunicación digitales. Su propia estructura; las posibilidades de interacción con el lector; el estilo narrativo, más personal y directo; el código de conducta que impera en la blogosfera; el formato, etc.

Las bitácoras son un medio de experimentación mucho más flexible y más adaptado a internet que los medios de comunicación digitales. Al mismo tiempo que las bitácoras se han nutrido de los medios tanto para elaboración de sus contenidos como para incluso imitar sus prácticas profesionales, los medios han empezado a mirar a las bitácoras para adoptar precisamente esas características que les han permitido aprovechar mejor las posibilidades de internet, por ejemplo.

¿Cuál fue la primera bitácora que descubrió? ¿Cuáles lee actualmente?

No recuerdo bien cuál fue la primera bitácora. Sí que empecé a buscar información sobre las bitácoras en marzo de 2003 para una investigación que estábamos realizando en el marco del proyecto de la Agencia Universitaria de Noticias Diálogo Iberoamericano (AUNDI) y que dio como resultado la presentación de una comunicación en un congreso y la puesta en marcha de un servicio de bitácoras en la web de Diálogo (<http://dialogo.ugr.es>).

Hoy día procuro mantenerme al tanto de lo último que se publica sobre el periodismo y sobre los medios digitales en bitácoras de habla española e inglesa. Aparte de estar suscrita a numerosas bitácoras de referencia en el ámbito nacional e internacional, me informo gracias a los canales rss y a opciones como las que ofrece Technorati (www.technorati.com) de recibir a través precisamente de agregadores rss la última información publicada que haya sido etiquetada con los términos que busco.

Además, me gusta consultar algunas bitácoras personales y sorprenderme navegando por nuevas, no sólo del campo del periodismo. Sigo también con curiosidad el crecimiento de La coctelera (<http://www.lacoctelera.com>).

Como doctoranda y blogger. ¿Qué posibilidades tiene un blog como MMCC Digital para contribuir a la investigación su autora? ¿Cuál es el perfil de lectores de su blog?

La bitácora es un campo perfecto para experimentar nuevos formatos, para exponer puntos de vista, para publicar sobre los temas que me interesan. El objetivo también es compartir esa información, estar abierta a las ideas y aportaciones que pueda hacerme cualquier lector; darme a conocer y tener una web bien documentada que pueda servirme de referencia para mi trabajo.

Desde su experiencia como miembro de un gabinete de prensa, ¿cuál es el potencial de los blogs como herramienta de comunicación institucional o empresarial, qué ventajas tienen frente a otras herramientas?

Una bitácora puede llegar a ser una herramienta de comunicación muy potente que, bien empleada, permitiría lograr ciertos objetivos, esencialmente un contacto más directo con el público, establecer un canal que permita detectar necesidades y además posibilite difundir una imagen de la institución o de la empresa mucho más cercana. Esto en principio si se concibe su acceso público. No soy la más indicada para hablar de esto pero en los últimos artículos que he leído, la experiencia está siendo muy buena.

Otra opción sería la utilización de las bitácoras como una herramienta de comunicación interna. Igualmente sería muy útil para fomentar la eficacia del mensaje entre los propios empleados y secciones de una empresa o institución y permitiría un diálogo más ágil y el intercambio de ideas. No obstante, servirse de las bitácoras requiere un esfuerzo que no todas las instituciones ni las empresas están dispuestas o en condiciones de realizar: una actualización constante; ciertas normas de redacción de contenidos, organización, etc. Además, en algunas ocasiones, aparece el miedo precisamente a "escuchar" lo que los usuarios quieran decirnos, las voces críticas, a menudo tan necesarias.

De cualquier forma, me gustaría poder tener la oportunidad de poner en práctica una bitácora en mi ámbito de trabajo para comprobar precisamente este funcionamiento y su efectividad. Lástima que de momento no sea posible.

Cuéntenos su experiencia dentro del programa 3.es de Radio Exterior de España. ¿Qué consejos da a quien quiera poner en marcha una "audiobitácora"?

Fue una gran experiencia en muchos sentidos. Vivir de cerca el proceso de creación y emisión de un programa de radio, más aún siendo de proyección internacional, es fascinante. Para mí fue un auténtico lujo poder participar, especialmente teniendo en cuenta que era el primer programa de la temporada.

El hecho de que el equipo del programa apostara fuerte por las bitácoras desde el principio; el interés mismo por conocer de primera mano en qué consistían y darlo a conocer a todos los oyentes y que me invitaran a mí para ayudarles a hacerlo ha sido todo un privilegio. Fue emocionante estar ahí acompañando los primeros pasos de la bitácora de 3.es (www.lacoctelera.com/trespuntos); comprobar cómo los oyentes se animan y participan cada día más y la bitácora se convierte en un instrumento muy potente de conexión entre personas de todo el mundo.

Para quien quiera poner en marcha una "audiobitácora" como para una bitácora, lo primero que les diría es precisamente que se animen, que pierdan el miedo a contar, que prueben, que experimenten y que comprueben cómo puede llegar a sorprenderles.

Algunos medios de comunicación online se publican bajo el formato de blog, incorporan blogs dentro de sus secciones o enlazan lo publicado por la blogosfera ¿Qué diría que ha llevado a los medios a interesarse por el fenómeno blog? ¿Pierde un blog su esencia cuando deja de ser personal?

Factores habrá muchos. Uno de los principales ha sido el propio potencial de las bitácoras, su crecimiento imparable y el número cada vez mayor de lectores que han ido sumando. Además, el fenómeno de las bitácoras se ha hecho tan presente en internet que no es posible dejarlo de lado. Las bitácoras se han convertido en un referente de la audiencia, en una fuente de información más cuando no la principal (especialmente en momentos determinantes, como la guerra de Irak): han actuado como informadores alternativos, como analistas, como instrumentos de mediación y altavoces de las demandas de la sociedad. Los medios de comunicación no podían ser impasibles ante tal fenómeno y, superados los temores iniciales, han vuelto la mirada hacia las bitácoras. Lo interesante ahora es ver cómo se relacionan bitácoras y medios digitales, qué se aportan y cómo se complementan, hacia dónde evolucionan.

Hay muchos factores que caracterizan a las bitácoras, entre ellos ese punto de vista particular que le otorga el autor, ya sea en una bitácora personal o bien en una de corte informativo. No podría decir que la bitácora pierde su esencia al dejar de ser personal porque de momento no me he encontrado con un caso en el que así sucediera. Las bitácoras que están incorporando los medios no dejan de ser bitácoras "de autor" y, por tanto, con un punto de vista personal.

Por último, una pregunta poco original pero necesaria: ¿cuál es el reto futuro de los blogs españoles?, ¿y para *MMCC Digital*?

Supongo que uno de los retos está precisamente en la supervivencia de las bitácoras, su capacidad de adaptación y su evolución, aún paralela a los medios digitales, pero diferenciada. Asistir a ese proceso y ver cómo se siguen buscando nuevas fórmulas, cómo se mantiene la calidad y cómo los contenidos y el valor añadido de esos contenidos hacen de las bitácoras un instrumento imprescindible de comunicación.

El reto que me planteo con mi bitácora pasa precisamente por mejorar los contenidos, aumentar la visibilidad a partir de la calidad de la información que publique, probar nuevos lenguajes y nuevos formatos. En definitiva ver cómo va creciendo y cómo puedo experimentar a través de ella.