

## LA REVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN PERSONAL EN INTERNET

# Bitácoras web

NO SON ALGO NUEVO en la Red, pero se han convertido en "lo último", y están cambiando desde la forma de comunicarse en línea, hasta la manera de buscar información y los propios medios de comunicación masivos de Internet. Más que diarios en línea, los weblogs, blogs o bitácoras web son ahora las nuevas ágoras digitales. Conozcamos por qué.

POR MELISA OSORES MONTERO



José Luis Requejo, doctor en Comunicación Pública y profesor de la UDEP.

AL IGUAL que los diarios tradicionales —como los famosos de Anna Frank o aquel de Bridget Jones—, los weblogs o blogs, llamados en español bitácoras web, son espacios en Internet que se caracterizan básicamente por tener entradas fechadas cronológicamente. Pero a partir de ahí, los weblogs han ido evolucionando desde básicos lugares personales que daban cuenta de las novedades que aparecían en la World Wide Web, con comentarios y enlaces, hasta convertirse hoy en día en una forma de comunicación personal y globalizada que está revolucionando la Internet.

### EL ORIGEN

PERO VAYAMOS AL PRINCIPIO. Los weblogs, según explica José Luis Orihuela, profesor en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra (España) y autor del weblog *ecuaderno.com*, son el primer género nativo de la web. De hecho, nacieron a partir del sitio web *What's new in '92*, hecho ese año por uno de los creadores de Internet, Tim Berners Lee, para comunicar las novedades del proyecto World Wide Web. Al año siguiente, el relevo fue tomado por *What's New* de la NCSA, que registró los nuevos servidores web hasta 1996.

"El término weblog se atribuye a Jorn Barger (*Robot Wisdom*), quien junto a otros pioneros como Dave Winner (*Scripting News*), Lawrence Lee (*Tomalak's Realm*) y Cameron Barret (*CamWorld*), pusieron en marcha a partir de 1996 los primeros weblogs tal como los conocemos", cuenta Orihuela.

El weblog básico, de acuerdo a Mercè Molist de El País: "es una lista cronológica de enlaces sobre un tema, comentados por una o varias personas, en cuyo criterio confía la audiencia, y que actúan como filtro del 'ruido' de la Red".

En 1999, con el lanzamiento de los servicios gratuitos de edición y publicación de weblogs Blogger y Pitas, los blogs se popularizaron y empezaron a consolidarse en la Red. En febrero del 2003, la empresa de análisis de mercado Jupiter Research estimaba la existencia de unos 500 mil weblogs personales; recientemente, Blogger ha indicado que tiene 45 mil usuarios nuevos cada mes. Muchos estudiosos concuerdan en que la facilidad de uso de los programas para crear un weblog, la frescura de los contenidos que se incluyen en ellos y el poder de la comunidad, son los principales motivos de su explo-

sivo crecimiento en Internet. "Los weblogs (...) convierten la publicación online en una tarea tan intuitiva y amigable como el uso del correo electrónico", dice José Luis Orihuela.

### PARA TODO GUSTO

AUNQUE NACIERON como sitios fundamentalmente personales, hoy los blogs son utilizados por millones de personas en diferentes lugares del globo para intercambiar información, expresar puntos de vista, comunicarse a distancia, crear comunidades de intereses similares e informar sobre chismes de todo tipo.

Como los contenidos y propósitos de los blogs actuales varían grandemente, los hay desde repositorios de enlaces y comentarios sobre otros sitios web, hasta diarios personalísimos, escaparates de noticias y fotografías, y centros de discusión de materias diversas como alcoholismo, anime, astronomía, cine, cultura, deportes, ecología, idealismo, Internet, música, política, religión, videojuegos, etc.

De acuerdo con José Luis Orihuela, los principales géneros de weblogs son: Personales (autobiográficos), Tecnología, Política, Metablogs, Artes y Humor, Economía y Negocios, Medios, Periodismo y Noticias, Educación, Ciencia, Viajes, Diseño y Usabilidad.

Hay blogs donde se desarrollan proyectos de colaboración en una determinada área del conocimiento. Hay blogs que se hacen como juego. Hay blogs que son herramientas educativas. Hay otros que son sitios de trabajo. Los hay que son utilizados como plataformas políticas, e incluso existe ya alguno pornográfico.

### CONSEJOS

#### Características de un buen weblog

Para reconocer un blog "de calidad", José Luis Orihuela recomienda tener en cuenta:

1. La antigüedad.
2. La relevancia y coherencia temática.
3. La simplicidad y eficacia del diseño.
4. La identidad del autor (y una forma para contactarlo).
5. Disponibilidad de RSS.
6. Frecuencia de actualización.
7. Relevancia de sus fuentes.
8. Corrección ortográfica y estilo claro de escritura.
9. Textos bien estructurados no demasiado largos, e imágenes no muy grandes.
10. Enlaces en el texto de los posts.
11. Sentido del humor.

Salvador de la Vega Naranjo, weblogger español creador de *Cuaderno de Anotaciones* (<http://delavega.webcindario.com/>), también aconseja considerar los comentarios. "Poder discutir y compartir conocimientos con el autor o con otros lectores, creo que es el fin máximo de una bitácora. Es a través de los comentarios donde se realiza todo el cauce de información".

"EL WEBLOG BÁSICO (...) ES UNA LISTA CRONOLÓGICA DE ENLACES SOBRE UN TEMA, COMENTADOS POR UNA O VARIAS PERSONAS"

Es que, tal como dice George N. Dafermos en su ensayo "Blogging the Market": "Un weblog es lo que lo nosotros lo hacemos que sea".

Algunos blogs se volvieron famosos debido a su increíble crecimiento, como el archiconocido *Slashdot.org*, estándar de los weblogs colaborativos que empezó como una página personal de Rob Malda y Jeff Bates, centrado en la tecnología y la política digital, que hoy recibe miles de visitas al día. Otros florecieron en el fragor del momento, como el del iraquí "Salaam Pax", que se encargó de narrar la vida cotidiana en Bagdad durante la invasión de EE.UU. a Irak. También los hay que se han dado a conocer como herramientas novedosas: tal es el caso del portal de blogs del candidato demócrata estadounidense Howard Dean, quien debate en él sobre temas de actualidad con sus votantes.

Incluso existe ya un premio anual para los mejores weblogs de la Red (en 30 categorías): los Bloggies.

Lo cierto es que la explosión de los blogs ha derivado en la llamada "cultura blogger", rasgo de identidad distintivo de este nuevo medio, mucho más importante que el software de publicación utilizado o el hecho de llamarse a sí mismo *weblog*. Orihuela refiere que los bloggers forman comunidades bastante cerradas y autorreferenciales, basadas en una lengua común y en intereses temáticos. "La blogósfera tiene sus códigos, sus líderes, sus jerarquías, sus estudiosos y críticos, sus detractores y defensores, y un creciente número de weblogs dedicados a la crónica del propio medio: los metablogs", indica.

### EL POR QUÉ DE SU IMPACTO

¿A QUÉ SE DEBE el fenómeno de los weblogs? En palabras de José Luis Orihuela, "los weblogs han democratizado el acceso de los usuarios al potencial de la web como plataforma global de contenidos: han convertido a los usuarios de la Red en productores de contenido". Gracias a ello, ahora existen cientos de miles de medios nuevos "que han quebrado el monopolio del viejo establecimiento periodístico sobre la difusión de información y opinión a escala mundial".

José Luis Requejo, profesor de Comunicación Pública en la Universidad de Piura (UDEP), comparte esta opinión e indica que el principal mérito de los weblogs, gracias a la tecnología que los sostiene, "es personalizar el discurso mediático; es decir, permitir el desarrollo de una serie de espacios lo suficientemente íntimos como para incorporar a la comunicación masiva, anónima y dispersa, una serie de contenidos con fuerte carga personal, aunque con igual sentido de responsabilidad social".

Algo semejante registró el escritor James Wolcott en *Blog Nation*, al decir que el blogging se traduce en "una relación uno a uno, sin intermediario, entre escritor y lector, paradójicamente hecha posible por el más masivo de los medios, la Internet".

Para Eduardo Villanueva, profesor del Departamento de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica

REPORTAJE | BITÁCORAS WEB

del Perú (PUCP), el atractivo de los weblogs es que les brinda a las personas un espacio propio para expresarse libremente, sin limitaciones, con "un sentido de control sobre su opinión y de importancia de la misma del cual carecen en el entorno convencional de la comunicación interpersonal y los medios masivos".

Esta libertad de expresión es precisamente lo que llevó a muchos periodistas a iniciar los suyos para escapar de los controles mediáticos y gubernamentales dirigidos a constreñir y manipular información, como sucedió durante la guerra de Irak.

Requejo considera que el desarrollo de los weblogs puede cambiar el curso de la comunicación masiva al potenciar la retroalimentación de los usuarios, dándole una inmediatez con la que no contaba, así como gracias a su capacidad de prologar ad infinitum el diálogo social. "En una sociedad con weblogs no habrá testimonios definitivos, ni discursos contundentes, sino que más bien se multiplicarán las voces y la sociedad tendrá que elegir en qué momento decide cortar el discurso para empezar a actuar", señala.

Asimismo, los blogs están cambiando la forma en que los usuarios utilizan la web como fuente de información. Primero, porque han impulsado el formato RSS (Really Simple Syndication, un dialecto de XML), que —según explica Orihuela— permite separar los contenidos de un sitio de su diseño, y "sindicarlo" (publicarlo simultáneamente en varios lugares) para convertirlo en fuente de contenidos para otro sitio, o para poder acceder a los contenidos de los blogs de modo centralizado, sin necesidad de visitarlos, a través de los news readers o aggregators.

"Los feeds de RSS (...) están convirtiendo a los bloggers en una gigantesca agencia de noticias y opiniones sobre

**"LOS BLOGGERS PUEDEN REVELAR DESTELLOS DE UNA WEB INIMAGINADA A LOS USUARIOS QUE NO TIENEN TIEMPO DE EXPLORARLA"**

prácticamente todos los aspectos de la realidad". Igualmente, el estilo de los bloggers, complementa Orihuela, asentado en la actualización regular (tendencialmente diaria), una navegación intensiva reflejada en historias con enlaces relevantes, y un fuerte sentido de comunidad (enlaces cruzados) genera valor agregado a la información disponible en la Red y contribuye a su paulatina conversión en un espacio semántico. De hecho, estas características llevaron a Google a comprar Pyra Labs (la empresa desarrolladora de Blogger) en febrero del 2003.

Así pues, los bloggers pueden revelar destellos de una web inimaginada a los usuarios que no tienen tiempo de explorarla, y servir de filtro inteligente "a través de la masa de información empacutada diariamente para nuestro consumo", escogiendo lo interesante, lo importante, lo omitido y lo inesperado. "Este ser humano puede proveer información adicional a lo que los medios corporativos proveen, exponiendo la falacia de un argumento, tal vez revelando un detalle inexacto", reflexiona Rebeca Blood, autora de Rebecca's Pocket y una pionera de los weblogs.

"Yo creo fuertemente en el poder de los weblogs de transformar tanto a los escritores como a los lectores de 'audiencia' a 'público', y de 'consumidor' a 'creador'. Los weblogs no son panacea para los efectos mutiladores de una cultura saturada por los medios, pero creo que son un antídoto", afirma Blood.

A nivel corporativo, utilizar blogs como parte de la comunicación interna de una empresa puede ayudar a mantener a todos al día, promueve la cohesión y la cultura de grupo, y provee una 'voz' informal sobre un proyecto o departamento a las personas externas, refiere Evan Williams de Blogger.



Eduardo Villanueva, jefe de la Oficina de Comunicación Digital y profesor de la PUCP.

LUIS RIVERA

EN ESPAÑOL Y EN PERÚ

AUNQUE LA SUPREMACÍA de los weblogs en la Red le corresponde al idioma inglés (1.066.792, según datos del Nitle Weblog Census), la presencia de los blogs en otras lenguas, incluyendo el portugués (75.270 en el 2003) y el español (19.269), está aumentando notablemente. José Luis Orihuela comenta que hay dos matices referidos a los datos de blogs en español: "el primero es que el número triplica la cantidad de blogs identificada en el principal y más fiable directorio de bitácoras en español, el Blogómetro; y el segundo es que se trata globalmente de blogs escritos en países hispano parlantes, no solo en España".

En nuestro país, los weblogs son de aparición muy reciente y su uso no ha llegado a los niveles que hay en Brasil o en Argentina, por ejemplo, cuyas comunidades de bloggers son cada vez más grandes y fecundas. Actualmente, si bien no se tiene un número exacto, se estima que haya entre unos 40 a 80 weblogs peruanos en el ciberespacio. No obstante, cabe anotar que esta pequeña comunidad ya ha organizado alguna reunión de weblogs peruanos durante el año pasado.

Eduardo Villanueva piensa que la poca presencia de weblogs peruanos es que estos requieren "tiempo y algo que decir", y en nuestro país "ambas cosas no suelen ir juntas", además de que el acceso a Internet es limitado. También, dice Villanueva, influye el desbalance cultural, porque en otros países el nivel cultural y el conocimiento de los weblogs es más alto que en el nuestro.

Xavier Conesa en cambio piensa que la causa de que el uso de los blogs todavía no se haya extendido en nuestro país es simplemente el desconocimiento. "Aquí todavía su uso [de blogs] no ha subido, pero sí hay mucho uso de Internet y de e-mail. Todo el mundo tiene una dirección de e-mail aquí", comenta. Conesa es un diseñador y fotógrafo español que vive hace casi seis años en el Perú, y es el creador del fotolog Ojo Rojo, que publica desde marzo del 2003.

"El blog tiene muchas cosas para ser masivo aquí: es fácil, es gratis y te leen en todo el mundo. Hay gente que emigra a otros países y se gasta mucho en teléfono, que podría aprovechar esta forma de comunicación que además es muy práctica", dice Conesa.

Él, precisamente, utiliza así su fotolog. "Lo empecé para ver si funcionaba, pero lo seguí porque me gustó y porque así me comunico con mi familia y mis amigos en España de una sola vez, sin tener que mandar mails a cada uno", cuenta.

Para el diseñador, fue su fotolog lo que le hizo darse cuenta de la globalización, "más que la propia Internet". "Me di cuenta un día que había una persona en Alaska que revisaba mi fotolog constantemente. Y ahí fue que me pegó", expresa.

Aunque Conesa ha visto posibilidades profesionales para su weblog (como escaparate de su trabajo, por ejemplo), considera que "lo más alucinante es la comunica-



Xavier Conesa, diseñador y fotógrafo español creador del fotolog Ojo Rojo.

ANA CECILIA GONZÁLES VIGIL

BITÁCORAS WEB | REPORTAJE

ción que permite establecer con la gente". Según cuenta, seguirá teniendo su blog mientras sea divertido y no represente una tortura o preocupación para él.

EL FUTURO

MIRANDO HACIA DELANTE, José Luis Orihuela prevé un cambio en el formato de los weblogs para responder mejor a la necesidad de encontrar información relevante de los usuarios. José Luis Requejo añade que los blogs deberán también preocuparse de ganar en profundidad, sin dejarse avasallar por lo económico o fórmulas populistas, como el rating o el número de lectores.

El especialista cree que si bien los blogs "caminan a convertirse en una especie de periodismo especializado 'a medida'", promoverán toda una "especie de comunicación alternativa a través de la Red".

Orihuela estima que este hecho intensificará el recelo mutuo entre bloggers y periodistas, hasta que ambos acaben de definir sus respectivas identidades en el nuevo ecosistema mediático en formación.

Tanto Requejo como Eduardo Villanueva declaran, sin embargo, que los blogs corren el riesgo de ser consumidos por el caos de Internet y el exceso de libertad en la retroalimentación.

En cuanto a la adopción de los weblogs dentro de los modelos de negocios personales y corporativos, José Luis Requejo considera que como sistema de comunicación interna puede resultar ideal, pues estimula un diálogo más horizontal entre las diferentes áreas de un cuerpo empresarial.

Pero en cuanto a ser utilizados como modelos de negocio en sí, Requejo refiere que si bien cree positivo que los blogs busquen formas de financiamiento, no lo considera imprescindible... ni lo más loable. Ciertamente, la falta de ellas no pondrá en peligro esta forma de comunicación. "Los weblogs van a existir mientras en la Red haya dos personas dispuestas a discutir con profundidad y con apuntes sobre un tema concreto", concluye. ■



Por un puñado de pixels



Slashdot



Gizmodo