

Weblogs: medios personales en la red



Como sucede con cientos de anglicismos, barbarismos y neologismos que echan anclas en la lengua española – enriqueciéndola tantas veces como la empobrece – a causa de la celeridad con que los avances tecnológicos y científicos obligan a adoptar nuevos tecnicismos, el vocablo ‘weblog’, se está imponiendo con gran rapidez entre los usuarios de internet, extendiendo lo que se ha venido a llamar la blogosfera.

En un primer momento, Jorn Barger – quien acuñara el término ‘weblog’ e influyera de un modo decisivo con el “Robot Wisdom Weblog” – hablaba sobre 1997 de un formato en el que la idea era añadir una nueva entrada en la parte superior de la página para que los visitantes más fieles comprobaran la actualización con tan sólo un vistazo. Si acudimos a Wikipedia, la enciclopedia libre, accesible y gratuita redactada por los propios navegantes, encontramos que “un weblog, también llamado blog o bitácora, es un sitio web donde se recopilan cronológicamente mensajes de uno o varios autores, sobre una temática o a modo de diario personal. Existen algunos elementos comunes de los weblogs, como son una lista de enlaces a otros weblogs, un archivo de anotaciones anteriores, enlaces permanentes para que cualquiera pueda citar enlazando una anotación, o una función que permite añadir comentarios”.

Dejando a un lado aquellos blogs que hacen las veces de diarios personales o autobiográficos, la potencialidad de este formato – bastante más extendido en Norteamérica, pero cada vez más de moda en Europa – reside en la especialización de contenidos diariamente actualizados y, sobre todo, en el hecho de que la generación de esos contenidos no está mediada por nadie aparte del titular del blog. Hace pocos meses, José Luis Orihuela – que entre otras muchas cosas es profesor de Escritura No Lineal y Diseño Audiovisual en la Facultad de Comunicación de Navarra y alude a los blogs como “el primer medio nativo de la web” – proponía una categorización de bitácoras, en la que se incluían grandes temas como la política, tecnología, arte, educación, ciencia o los propios medios de comunicación-información. Con el profesor Orihuela tuvimos la oportunidad de charlar el 29 de junio de 2004, una entrevista de la que extraímos muchas cosas interesantes y que nos pareció necesario adjuntar íntegramente en esta investigación, tal y como hacemos más abajo.

En cualquier caso, esta predilección por personalizar contenidos no es más que una tendencia comunicativa cada vez más patente en la gran telaraña que es la world wide web, que tiende irremediamente a fraccionarse en comunidades de intereses online para darle sentido a una masa revuelta de información. Y los weblogs tienen todas las papeletas para adoptar ese rol organizativo. Se encuentran a medio camino entre el caótico formato del foro y las obligatorias directrices informativas de las grandes publicaciones digitales, que carecen de un feedback cada vez más demandado por los

usuarios, que no quieren permanecer pasivos delante de la pantalla de su ordenador. La idiosincrasia del medio en internet es la interactividad y eso repercute en nuevos modos y necesidades de comunicar, en nuevos modelos de comunicadores-periodistas. Más que de revolución, deberíamos hablar de evolución.

En esta evolución, el usuario es más partícipe que nunca. En realidad, el éxito y el cada vez mayor número de bitácoras que día a día van surgiendo, no son más que consecuencias de la facilidad con que cualquiera que desee puede ver publicado online y al instante lo que él mismo – o ellos mismos si se opta por el weblog colectivo – ha escrito con total libertad y con un estilo de redacción similar al de un correo electrónico. Con herramientas que ofrecen en nada complejos sistemas de publicación, tales como Blogger o Motime (en inglés), Blogia o Blogalia (en español), el usuario se registra, sigue algunos pasos intuitivos y, con la misma destreza que hasta ahora ha necesitado para redactar un mail, sin conocimientos técnicos y de manera totalmente gratuita, en un santiamén se transforma en un nuevo ‘blogger’, esto es, en unos minutos ya es editor, administrador y moderador de su propio medio digital. Así de sencillo.

Ni que decir tiene el hecho de que ya se estén oyendo los primeros gritos de rechazo por parte de los periodistas más tradicionales, que quizás no sean conscientes de la transformación y evolución de las que hablaba anteriormente. Joseph D. Lasica – un veterano periodista experto en el impacto de las nuevas tecnologías en la cultura – describe en “Blogging as a form of journalism” el fenómeno ‘weblog’ como “un movimiento de gente de la calle que puede sembrar la semilla para nuevas formas de periodismo, discurso público, interactividad y comunidad online”. Desde luego, la transparencia de los weblogs no solamente en cuanto al estilo, sino también en cuanto a contenidos y organización, ha contribuido a su vez a que los medios tradicionales se hagan más accesibles e interactivos, beneficiando a los tradicionales intervinientes en el proceso de la comunicación: emisor-receptor y mensaje.

#

José Luis Orihuela Colliva, profesor de la Universidad de Navarra, conferenciante y consultor de eComunicación es argentino de nacimiento, pero español de adopción. Es una de las eminencias actuales de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en nuestro país. Editor de weblogs como eCuaderno, Blogzine e INTERTainment, habló con nosotros sobre los contenidos que se cuecen hoy día en la red y la influencia de las nuevas tecnologías en los distintos modos de informar en lo que se ha venido en llamar el periodismo digital.

Usted ha trabajado en muchos países, tanto en el ámbito universitario como en el empresarial, público y privado. ¿Hay mucha diferencia entre la teoría y la práctica en la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación?

Una de las diferencias fundamentales estriba en que en América Latina hay una mayor conciencia crítica sobre los supuestos ideológicos e impactos socio-culturales de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC). La otra gran diferencia es la relativa a las condiciones de acceso a las infraestructuras TICs, lo que se conoce como la 'brecha digital'.

¿Cree que la universidad está a la altura de la demanda del mercado laboral?

El ideal de una buena universidad es estar en el origen mismo de los cambios. Organizar la universidad en torno a la estacionalidad de las demandas laborales sería una trampa y una torpeza.

¿Considera el e-learning como el verdadero futuro de la formación profesional?

La formación profesional debe entenderse como un proceso permanente (life-long-learning). La formación permanente es una exigencia básica para mantener un perfil profesional competitivo. El triunfo del e-learning se habrá conseguido cuando dejemos de dividir la vida en etapas de aprendizaje y ejercicio profesional, y comprendamos que resulta inviable el ejercicio profesional competente sin aprendizaje permanente. Para entonces, e-learning se volverá a llamar learning.

¿Cómo ve la implantación de las nuevas tecnologías y la situación actual del periodismo digital en Andalucía?

Desarrollos como la Escuela Superior de Comunicación (ESCO), la Asociación de Periodistas Digitales de Andalucía (APDA), el portal Pressnet de Periodistas, Periodismo y Medios de Comunicación en Internet, el portal Buscacine.com, el proyecto Filmica.com y el Festival Audiovisual Zemos98, por mencionar algunas de las iniciativas que conozco más directamente, apuntan en la buena dirección y muestran el camino a seguir.

Se habla de una nueva forma de informar y comunicar gracias a la innovación tecnológica, pero hoy día los contenidos digitales no suelen estar diseñados para la red. ¿Existe realmente el periodismo digital?

El periodismo digital o ciberperiodismo, es ya una especialidad académica y un perfil profesional en la industria mediática. Al igual que ocurrirá con el e-learning, lo previsible es que en el futuro volvamos a llamarle simplemente periodismo, pues no se concebirá un modo no-digital de realizarlo. En cuanto a la producción de contenidos, es cierto que está muy por debajo del potencial comunicativo de la Red: la multimedialidad es muy limitada, la interactividad no está asumida y la hipertextualidad, sigue siendo una promesa.

Por su dedicación al desarrollo de la comunidad bitácora en España, podría decirse que usted ha sido un pionero. ¿Cómo surgió su relación con los weblogs cuándo aquí aún eran

prácticamente desconocidos?

No me considero un pionero, pues cuando me inicié en agosto de 2002 ya estaba en marcha la blogosfera hispana. He procurado impulsar esa comunidad, he estudiado las repercusiones de los weblogs sobre el sistema mediático y los he introducido en mis clases como herramienta didáctica.

En pocos años, el crecimiento y la influencia de los blogs ha sido realmente notable. ¿Cuál cree que ha sido el secreto de su auge en España?

Ha habido acontecimientos como la segunda guerra de Irak, el desastre del Prestige y los atentados del 11M que han conferido visibilidad mediática a los weblogs. Además la creciente oferta de servicios de edición y alojamiento de blogs en español ha contribuido de manera decisiva a la expansión del fenómeno en el mundo hispanoparlante, que en cualquier caso sigue siendo minoritario en relación a la blogosfera global.

¿Considera positiva la democratización que permite internet (especialmente los weblogs) para la publicación de contenidos o supone un marasmo de información que pone en peligro la labor de los profesionales?

La Web inició el proceso masivo de democratización del acceso a la Red y los weblogs lo están completando. Como ha ocurrido con las innovaciones medáticas anteriores, el sector que representa el statu quo se siente amenazado y comienzan las polémicas más o menos estériles acerca de si esto o aquello es periodismo. Creo que lo que de verdad pone en peligro la labor de los profesionales son las deficiencias de su formación, el inmovilismo corporativista, la censura y la guerra.

¿Cuáles cree que son las posibilidades futuras de los weblogs y hacia dónde caminará su evolución? Sus temas y contenidos, públicos o privados, servidores de pago...

Una tecnología triunfa socialmente cuando se hace invisible, cuando su uso resulta transparente, cuando no es necesario hablar de ella todo el tiempo, ni entender cómo funciona. A los blogs les falta mucho en este sentido, aunque van por el buen camino...

#

Con el éxito del fenómeno weblog, no se pueden obviar una serie de avances en el uso de las nuevas tecnologías en internet por parte de un cada vez mayor número de usuarios. El hecho de poder publicar contenidos sean del tipo que sean de manera sencilla y automática, y el hecho de que no lo haga un solo usuario, sino que sean miles los que se lanzan a publicar, ha hecho que se creen auténticas redes de publicación y consumo de contenidos que se retroalimentación proporcionalmente al crecimiento de bitácoras. Es un fenómeno casi de boca a boca, esto es, a mayor número de

usuarios editores, mayor número de usuarios lectores, con la consabida peculiaridad de que todo aquel que lee, también suele lanzarse, curiosamente, a publicar.

Uno de esos fenómenos paralelos más importantes ha sido el uso de la sindicación de contenidos por un número cada vez más importante de internautas. Hay ya cientos o miles de páginas web con una especie de botones naranjas o azules con las siglas rss, xml o atom. Digamos que esos botones no están ahí más que para ayudarnos a organizar un poco esta gran telaraña de información que es internet, donde la posibilidad de seleccionar uno mismo el contenido puede hacernos llegar a una desorganización que muchas veces nos haga pasar minutos delante de la pantalla sin saber muy bien por dónde navegar. Precisamente para evitar esto ha aparecido la sindicación de contenidos. Es decir, con la sindicación podemos organizar un poco mejor los weblogs (en este caso) que queremos leer sin necesidad de ir uno a uno.

Aunque los acrónimos RSS, XML o ATOM puedan resultar extraños términos informáticos, nada más lejano a la realidad. La sindicación de contenidos, de una manera resumida, la podemos definir como la forma que algunos sitios web tienen de distribuir sus propios contenidos hacia aquellos usuarios que normalmente acceden a ellos sin necesidad de entrar en el propio sitio web. En cierta manera es como enviar un correo electrónico a cada usuario que así lo requiera no sólo para avisarle de que hay un contenido nuevo, sino para ofrecerle en la misma ventana ese contenido [parcial o totalmente], junto a otros contenidos de otros sitios web.

Los contenidos se distribuyen a través de canales de sindicación. Estos canales no son más que una selección de contenidos a la que el usuario-lector puede suscribirse. Los canales de sindicación tienen una dirección muy parecida a la de cualquier página web, donde guardan la información seleccionada en un lenguaje de marcado llamado XML [Extensible Markup Language]. Aunque cualquier navegador (Internet Explorer, Mozilla Firefox, Opera, etc.) puede leer el contenido de cualquier dirección escrita en XML, no nos será de gran ayuda porque sólo veremos un extraño código. Por eso tenemos que conocer cómo funcionan los lectores de XML o normalmente llamados, lectores de feeds.

XML (Extensible Markup Language) es el lenguaje en que se describe técnicamente el contenido de cada canal de sindicación. RSS (Really Simple Syndication) y Atom son dos maneras distintas de escribir -en ese lenguaje de marcado XML- los contenidos que hay en los canales, aunque es verdad que elegir entre uno u otro es más una cuestión de gustos que otra cosa. Sí es cierto que según el lector de feeds que se utilice para leer los canales, RSS o Atom funcionarán mejor o peor, o mostrarán más o menos información. El lector de feeds o agregador de canales de sindicación te va a ayudar a suscribirte a un canal de sindicación determinado (normalmente pinchando en añadir canal y copiando la url del canal elegido en el programa lector), para así recibir cada información que se publique en ese sitio web. Es, por llamarlo de alguna manera, la combinación perfecta entre un navegador y un gestor de correo electrónico (Outlook Express, Mozilla Thunderbird, etc.).

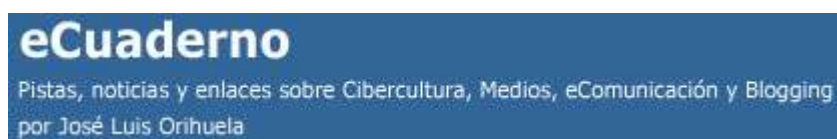
Hay muchos lectores de feeds y casi todos gratuitos. En español recomendaría especialmente

feedmania, que funciona on.line, es decir, no podrás ver los contenidos si no estás conectado a internet. Pero también están feedreader, feeddemon o el propio gestor de contenidos que incorpora la última versión de Mozilla Thunderbird, que además te servirá para leer tu correo electrónico. El último lector de feeds que he conocido: feedness.

#

No podemos terminar esta investigación sin citar algunos de los weblogs que nos han parecido más interesantes durante este último año, bitácoras que tratan de temas dispares pero que han llamado la atención de una gran parte de los internautas. A continuación reseñamos unos cuantos:

<http://www.ecuaderno.com/>



Como nos anuncia su cabecera, [ecuaderno.com](http://www.ecuaderno.com) trata, ante todo, sobre Cibercultura con

mayúsculas y los derivados del nuevo prefijo “e”, llámese eComunicación, eLearning, educomunicación, etc. Se le podría asignar también la cualidad de metabitácora, en tanto que habla y reflexiona sobre la blogosfera desde su propio weblog.

<http://www.minid.net/>

Diego Martín Lafuente define su sitio web de la siguiente manera: “esto es un weblog en donde se debaten muchos temas como la tecnología, el diseño, la usabilidad y otros temas en general”.

<http://www.escolar.net/>

Uno de los blogs más influyentes en los últimos tiempos, con una repercusión mediática importante dado el tema principal con el que trata: la política.

<http://www.4colors.net/>

“Anotaciones periódicas personales y transferibles // mencionando la procedencia //”. Así de claro deja el autor de 4colors la intención de su bitácora. Sin duda, el humor, la ironía y a veces hasta el sarcasmo inundan sus posts, con una actualización prácticamente diaria y una media bastante considerable de visitas a nivel nacional.



<http://www.caspa.tv/>

Antonio Delgado es el responsable de caspa.tv; describe así su proyecto: “Weblog dedicado a la evolución de los mass media y su influencia en la sociedad”. Delgado es uno de los bloggers más activos en la red, con más proyectos aparte de éste, tales como filmica.com -que reseñamos a continuación- o buscacine, visto en televisión, etc



<http://www.filmica.com/>

El propio blog se describe así: “El espacio Fílmica es una plataforma de diálogo abierta, donde abordar todos los aspectos del pasado, presente y futuro de la industria audiovisual, así como la opinión y el análisis de las obras audiovisuales y cinematográficas. Cada bitácora alojada se presenta como un espacio personal, donde cada autor opina, expresa y comenta los temas que más le interesan. Directores, productores, guionistas, periodistas, profesionales del sector en general, aficionados... disponen de su propia bitácora, totalmente gratuita”