

ESTUDIO SOBRE LA VARIACIÓN *WEBLOG*, *BLOG* Y *BITÁCORA* EN DISCURSOS DE DIFERENTE GRADO DE ESPECIALIDAD

Albert Morales Moreno¹

(Programa de doctorado en Ciencias del Lenguaje y Lingüística Aplicada
Institut Universitari de Lingüística Aplicada. Universitat Pompeu Fabra, España)

RESUMEN:

LA APARICIÓN DE INTERNET PARECE QUE HA COMPORTADO LA DEMOCRATIZACIÓN DEL ACCESO Y LA DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN. SI HEMOS NAVEGADO POR LA RED, NOS HABREMOS PERCATADO DE LA APARICIÓN Y EL CRECIMIENTO QUE HA TENIDO UN TIPO DE PÁGINA MUY CONCRETO QUE HA DESBANCADO AL PERIODISMO DE SU POSICIÓN PRIVILEGIADA COMO DIFUSOR DE LA INFORMACIÓN: LOS *WEBLOGS*. ESA REALIDAD, EN ALGUNAS LENGUAS ROMÁNICAS COMO EL ESPAÑOL, SE HA DENOMINADO DE FORMAS DIFERENTES: *WEBLOG*, *BLOG*, *BITÁCORA*. SON VARIANTES DENOMINATIVAS QUE EN CONTEXTO SE USAN COMO SINÓNIMOS ABSOLUTOS. TRAS LOS ANÁLISIS PREVIOS PRESENTADOS EN ESTE ARTÍCULO, SIN EMBARGO, PARECE QUE EXISTEN DIVERGENCIAS DEPENDIENDO DE UN FACTOR CLAVE: EL GRADO DE ESPECIALIDAD DE LOS TEXTOS. TRAS ANALIZAR ESTOS CASOS DE VARIACIÓN EN DOS TEXTOS ESPECIALIZADOS DEL ÁMBITO DE LAS CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y EN DOS MÁS DE UN GRADO BAJO DE ESPECIALIZACIÓN, SE HAN PODIDO OBSERVAR TENDENCIAS DIFERENTES. ÉSTAS PARECEN RELACIONARSE MÁS CON LA FRECUENCIA DE USO DE UNAS FORMAS POR ENCIMA DE OTRAS SEGÚN EL GRADO DE ESPECIALIDAD QUE CON LA PROPIA SELECCIÓN LÉXICA.

PALABRAS CLAVE: VARIACIÓN TERMINOLÓGICA; DISCURSO ESPECIALIZADO; *WEBLOG*; *BLOG*; *BITÁCORA*

RESUMO:

O APARECIMENTO DA INTERNET PARECE IMPLICAR A DEMOCRATIZAÇÃO AO ACESSO E A DIFUSÃO DA INFORMAÇÃO. SE NAVEGARMOS PELA REDE, REPARAREMOS NO APARECIMENTO E NO CRESCIMENTO DE UM TIPO DE SITE MUITO CONCRETO QUE DESBANCOU A IMPRENSA DA SUA POSIÇÃO PRIVILEGIADA COMO DIFUSORA DA INFORMAÇÃO: OS *BLOGUES*. ESSA REALIDADE, EM ALGUMAS LÍNGUAS ROMÂNICAS COMO O ESPANHOL, FOI DENOMINADA DE FORMAS DIFERENTES: *BLOG* OU *BITÁCORA* SÃO VARIANTES DENOMINATIVAS QUE, EM CONTEXTO, PARECEM SER USADAS COMO SINÓNIMOS COMPLETOS. AS ANÁLISES APRESENTADAS NESTE ARTIGO, PORÉM, PARECEM MOSTRAR QUE EXISTEM DIVERGENCIAS, DEPENDENDO DE UM FACTOR CHAVE: O GRAU DE ESPECIALIDADE DOS TEXTOS. DEPOIS DE ANALISARMOS ESTES CASOS DE VARIAÇÃO EM DOIS TEXTOS ESPECIALIZADOS DO ÁMBITO DAS CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO E EM MAIS DOIS DE UM GRAU BAIXO DE ESPECIALIZAÇÃO, PUDERAM SER OBSERVADAS TENDÊNCIAS DIFERENTES. SÃO DIFERENÇAS QUE PARECEM ESTAR MAIS RELACIONADAS COM A FREQUÊNCIA DE USO DE ALGUMAS FORMAS, SEGUNDO O GRAU DE ESPECIALIDADE, DO QUE COM A PRÓPRIA SELECÇÃO LÉXICA.

PALAVRAS-CHAVE: VARIAÇÃO TERMINOLÓGICA; DISCURSO ESPECIALIZADO; *WEBLOG*; *BLOG*; *BLOGUE*; *BITÁCORA*

1. INTRODUCCIÓN

En este estudio analizaremos un caso de variación denominativa en castellano para un mismo concepto: *weblog*, *blog* y *bitácora*. Todas estas formas se utilizan en contexto (según se puede observar en los textos en que nos hemos basado para hacer los análisis, incluidos en el Anexo 1) como sinónimos absolutos para referir la misma realidad.

Blogalia² define la *bitácora* como “una página web con historias ordenadas cronológicamente” y el Diccionario de Neologismos online³ ofrece una definición similar pero más ampliada: *página web, generalmente personal, donde el autor publica periódicamente información, comentarios, opiniones o vivencias personales sobre temas diversos que suelen estar relacionados con la actualidad y dónde los visitantes pueden hacer comentarios sobre los contenidos*. La última que nos gustaría presentar es la del periodista, escritor y lingüista José Antonio Millán⁴, según la cual el *weblog* o *bitácora* [de la web] es “la relación y anotación que hace un navegante de la Red de los sitios que ha visitado, es decir, como el historial de la navegación de un sujeto muchas veces adornado con comentarios”.

Observadas las diferentes denominaciones y el número de ocurrencias de cada una de ellas, procederemos a analizar la distribución de éstas en los diferentes discursos con tal de identificar alguna tendencia. Para realizar el estudio partiremos del comportamiento de estas denominaciones en textos con un grado alto de especialización y, para contrastar los datos obtenidos, se procederá a estudiar esos mismos casos en discursos de un grado de especialidad más bajo por alguna de sus coordenadas discursivas (campo, modo, tenor interpersonal o tenor funcional). De este modo se quiere verificar con una muestra superior a un individuo para cada una de las categorías si los resultados que obtenemos son significativos o no para así intentar extraer conclusiones.

En lo que respecta a los textos de un grado alto de especialidad hemos seleccionado dos artículos científicos que tratan los *weblogs* desde el ámbito de las ciencias de la información, ya que, tal y como se sostiene en uno de ellos, la aparición de este tipo de página ha supuesto una gran transformación en la forma de concebir los medios de comunicación, por lo que se está debatiendo ampliamente en el seno de dicha disciplina. Esos parámetros contextuales configuran los textos seleccionados como altamente especializados, ya que están redactados por especialistas en la materia y van dirigidos a personas de ese mismo colectivo. El primero de ellos, incluido en el anexo (apartado 5.1), se titula *Un acercamiento crítico a la consideración del weblog como género periodístico* (1123 lemas, 3192 ocurrencias) y el segundo, en el 5.2, del mismo ámbito, era, en un principio, más extenso, pero lo hemos reducido (1287 lemas, 3155 ocurrencias) –para así obtener muestras de una longitud similar– y lleva como título *Presencia del formato weblog en los cibermedios: una aproximación a sus usos y funciones*.

Para contrastar los resultados que obtengamos, estudiaremos los mismos casos de variación denominativa en textos de un grado bajo de especialidad sobre el mismo tema. Los textos escogidos son: un reportaje aparecido en el diario *El País* el pasado 16 de octubre de 2005 titulado *Mi diario en la red* (1181 lemas, 3063 ocurrencias), en la sección 5.3, y una reseña de una página web, reproducida en el punto 5.4, sobre un manual de *weblogs* (732 lemas, 1950 ocurrencias) escrito por Rebecca Blood⁵ que no depende de ningún medio de comunicación –a diferencia del artículo de *El País*– y que, de hecho, es un *blog*.

Tras esa observación previa de los datos se pasará a establecer una serie de conclusiones que deberían de verificarse con un corpus más amplio, ya que los resultados que se presentarán son estudios preliminares basados únicamente en cuatro textos.

2. ANÁLISIS

2.1 MARCO TEÓRICO

Según se afirmaba en el apartado anterior, en este estudio se procederá a analizar las diferentes variantes denominativas de *weblog* y su comportamiento tanto en textos de un grado alto de especialización como en aquellos cuyo grado de especialización es más bajo. La TCT (CABRÉ, 1999) establece que un texto se considera especializado no sólo por la temática de la que trata sino también por la óptica que se adopta. Así pues, se podrían encontrar textos que no fueran especializados y que trataran ese mismo tema. Para seleccionar los textos analizados en este estudio y evitar obtener unos datos que pudieran resultar erróneos por ese motivo, se ha determinado seleccionar textos elaborados por especialistas, ya que dichas personas son emisoras de información especializada, aunque el grado de especialización de su discurso viene condicionado por las las coordenadas discursivas en las que se enmarca su enunciación.

Llegados a este punto, conviene recordar (según CABRÉ, 1999: 122) que “aunque tradicionalmente se afirmase que un concepto se expresa sólo con una denominación, desde la óptica de la TCT se afirma que es un hecho real que existen denominaciones alternativas para un mismo concepto dentro de un campo de especialidad concreto; de este modo, la sinonimia en la comunicación especializada es un hecho real, cuantitativamente dependiente del nivel de especialización del discurso, entre otros factores”.

Además (citando a FREIXA, 2005: 112) se puede afirmar en esa línea que “los términos no sólo denominan, sino que también significan, de modo que difícilmente dos unidades denominan y significan de forma idéntica, aunque es bastante habitual en discurso observar que dos o diversas unidades se usen para referirse a un mismo concepto”. Las causas que están detrás de esa variación a la hora de denominar un mismo concepto son muy diversas y, según la tipología de la misma autora (FREIXA, 2006), se pueden agrupar en cinco grandes grupos:

Causas dialectales
Causas funcionales
Causas discursivas
Causas interlingüísticas
Causas cognitivas

Para la elaboración de este trabajo partiremos de la hipótesis que la forma *weblog*, un préstamo del inglés (lengua en la que la unidad es una forma compuesta por *web* y *log*, 'registro'), es la forma principal de la que han derivado las otras dos: *blog* (una forma abreviada de ésta, también importada del inglés, acuñada en 1999 por Peter Merholz) y *bitácora* (abreviación de la forma patrimonial española *cuaderno de bitácora* resemantizada para designar estas páginas surgidas a raíz del desarrollo de las TIC).

En lo que se refiere a su tipología, se debe afirmar que la variante *blog* –respecto a la denominación establecida como canónica para nuestro trabajo– es un cambio gráfico (según la propuesta de FREIXA, 2005: 116), ya que se produce la alternancia entre un término y su abreviación; en el caso de *bitácora*, sin embargo, el cambio que se produce es de tipo léxico.

Si se ponen de relieve otras características, se debe afirmar (LORENTE, 1998: 83) que nos encontramos ante “variantes lexemáticas diferentes para un solo significado”, es decir, que un mismo concepto se denomina a partir de unidades diferentes desde un punto de vista morfológico. Por un lado, en el caso de *weblog* vemos que se trata de un fenómeno interlingüístico, ya que, según afirmábamos, es un préstamo. En estos casos (LORENTE, 1998: 89), se produce una clara variación léxica de base morfológica –al igual que ocurre con *blog*, abreviación de esa denominación–. Por el otro, en el caso de *bitácora*, ésta se debe observar como una unidad léxica patrimonial, de modo que también es resultado de un proceso morfológico, aunque en este caso a nivel intralingüístico. Vemos, pues, que al ser tres formas que se refieren al mismo concepto –aunque formadas por procesos diferentes– se debe afirmar que existe variación denominativa formal.

Así pues, todas esas denominaciones se refieren al mismo concepto, de modo que existe sinonimia entre ellas. Según la definición de dicha noción (LYONS, 1977: 190), “son sinónimas dos o más expresiones que tienen el mismo sentido en un determinado ámbito de enunciación si –y sólo si se produce dicha situación– son permutables en los enunciados sin afectar a su significado descriptivo”. De este modo, pues, si aplicamos la clasificación de tipologías de sinonimia del mismo autor (LYONS, 1968: 428) aparentemente son sinónimos completos y totales, ya que “existe una intercambiabilidad total sea cual sea el contexto en el que se encuentren y una equivalencia completa entre el sentido cognitivo y el afectivo” –aunque la equivalencia con éste último no se pueda afirmar categóricamente, ya que no se ha definido ni delimitado de un modo conciso el alcance del concepto de *sentido afectivo*.

Una vez definidas estas nociones teóricas y su marco conceptual, se analiza el comportamiento de dichas unidades en contextos de diferentes grados de especialización. Para hacerlo se ha utilizado la aplicación informática *Lexico3*, desarrollada por el grupo SYLED-Cla²T –dirigido por André Salem– de la Université Paris III, ya que es una herramienta de análisis estadística que sirve para realizar estudios lexicométricos de textos. Según el manual⁶ (SALEM, 2004) de la herramienta, ésta “permite al usuario gestionar todo el conjunto de procesos lexicométricos desde la segmentación inicial hasta la edición de los resultados finales para así poder explotar corpus lingüísticos con relativa facilidad y obtener datos estadísticos sobre segmentos repetidos, concordancias, particularidades lexicométricas, especificidad y análisis factoriales, etc”.

A pesar de todas las posibilidades que nos ofrecía, para poder procesar los textos de esta investigación con el programa era suficiente con marcar cada inicio de párrafo con el símbolo § y así obtener una imagen visualmente comprensible de la distribución de las unidades léxicas por párrafos. Todos los gráficos que acompañarán nuestras explicaciones se han extraído de la representación gráfica que ofrece dicha aplicación en la distribución estadística de las unidades léxicas estudiadas y ya definidas. Esas representaciones están segmentadas en cuadrados (blancos en los casos en los que no se encuentra aquella unidad en el párrafo y de color en los que sí lo hace), cada uno de los cuales equivale a un párrafo delimitado con el símbolo ya citado.

2.2 VARIACIÓN EN TEXTOS ALTAMENTE ESPECIALIZADOS

En primer lugar se estudiarán los casos de variación en los textos identificados como de un grado alto de especialidad, que son los textos de los apartados 5.1 y 5.2. El primero de ellos se titula *Un acercamiento crítico a la consideración del weblog como género periodístico*, del investigador Próspero Morán de la Universidad Carlos III de Madrid, y está compuesto por un total de 1123 lemas que se manifiestan en 3192 ocurrencias. Tal y como se infería de las afirmaciones hechas a partir del marco teórico presentado anteriormente (CABRÉ, 1999: 159), se conciben las tres formas como variación denominativa por ser unidades léxicas que adquieren valor especializado en determinados contextos comunicativos, como en el caso que nos ocupa, ya que son artículos que se insieren en un ámbito de conocimiento especializado.

En este primer texto las tres variantes denominativas lematizadas suman un total de 61 ocurrencias distribuidas de la forma siguiente: 33 casos de *weblog*, 22 de *blog* y 6 de *bitácora*, como se puede ver en la tabla siguiente:

	Ocurrencias		%
Weblog	15+17	32	52,46
Webblog	1	1	1,64
Blog	15+7	22*	36,06

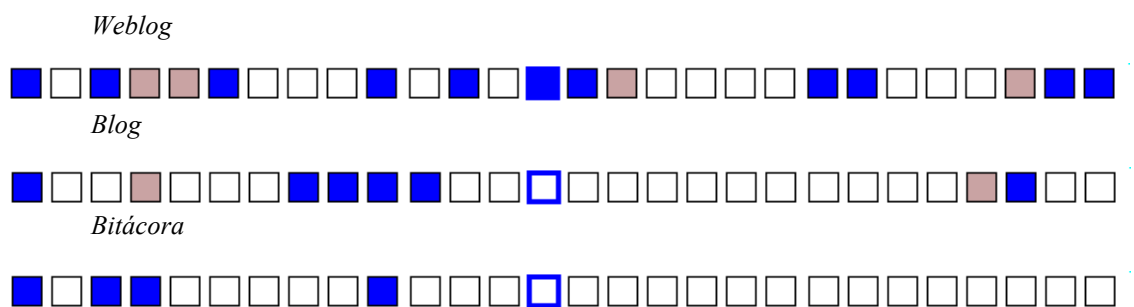
Bitácora	5+1	6	9,84
		61	100

Tabla 1: Ocurrencias de las diferentes denominaciones en el texto 5.1

En el caso de *weblog* se encuentran 15 ocurrencias en la forma singular y 17 en la de plural, 1 variante ortográfica (*webblog*), y de *bitácora* 5 en singular y 1 en plural. Finalmente, cabe destacar que en lo que se refiere a *blog*, se identifican 15 en singular y 7 en plural, aunque está marcado con asterisco porque hay algunos casos que no deberíamos tener en consideración en nuestro análisis, ya que se emplea como parte de un nombre propio o está utilizado en un contexto de metalenguaje, como en los casos siguientes:

"Blog: 1. nombre. Weblog, forma de escritura en línea caracterizada en su formato por una única columna de texto en orden cronológico inverso (lo más reciente arriba) con la habilidad de enlazar a artículos individuales. Usualmente acompañado de una barra que ofrece enlaces y cuyo contenido es actualizado frecuentemente. También: Warblog, Journal blog, Pundit blog, Tech blog, Group blog 2. verbo. Escribir un artículo" §

La tabla 1 muestra que en este tipo de textos predomina muy por encima del resto de formas la variante *weblog*. Respecto a sus distribuciones en el texto, se observa la situación siguiente:



Tal como se puede ver a continuación, aparecen todas las formas en tres párrafos (en azul, los más oscuros) y dos de ellas en dos párrafos (verde, más atenuado).



Eso implica que, aunque existe variación denominativa –según se ha observado desde el principio: *weblog*, *blog* y *bitácora*–, ésta se produce más a nivel macrotectual (es decir, en el conjunto del texto) que a nivel microtextual. Esa distribución de formas en el texto va en contra de la causa estilística –entendida según la propuesta de tipología de causas establecida en Freixa (2006) y que, como se avanzaba unos párrafos antes, tomaremos como referencia para clasificar los casos estudiados–, presente detrás de la mayoría de casos de variación, ya que se pueden leer párrafos como:

*En general son escasas las aproximaciones desde el ámbito académico al **weblog** y casi todas insisten en caracterizar de forma directa o velada a los **weblogs** como género. Así parece desprenderse de afirmaciones como la de Ramón Salaverría en su reciente "Redacción Periodística en Internet" cuando afirma que "no en vano, **weblogs** y crónicas -y también otros géneros periodísticos de autor que analizaremos más adelante, como las columnas de opinión- comparten algunos rasgos comunes". Salaverría no se implica en caracterizar de forma contundente a los **weblogs** como un nuevo género periodístico, pero reúne numerosas opiniones sobre este extremo. Por un lado el autor dice coincidir de forma clara con la postura de Rebeca Blood quien encuentra complementariedad entre los **weblogs** y los géneros periodísticos informativos pero manteniéndolos a una notable distancia. Pero por otro lado asegura que "en todo caso, nos interesa reseñar las importantes similitudes que existen entre escribir **weblogs** y redactar crónicas. Ambos géneros comparten una aproximación retórica similar, a medio camino entre lo informativo y lo interpretativo". (Salaverría, 2005: 155-157). §*

Aunque existen casos en los que inevitablemente se tiene que utilizar la forma *weblog* (aquellas ocurrencias que aparecen en una cita textual), en las otras se podría haber seleccionado cualquiera de las otras dos denominaciones y así evitar la repetición. Un ejemplo del mismo tipo (en el que se usa exclusivamente la unidad *blog*) sería este:

La mayoría de los **blogs** son amateur y originados por autores individualmente, aunque también perviven formas de **blog** colectivo que quedan a medio camino entre el "diario personal" y el "diario periodístico". Y parece claro que el elemento diferenciador de un **blog** con otros formatos digitales (foros, wikis, etc.) es que los artículos principales, en oposición a los comentarios que se añaden en el hilo creado con cada uno de ellos, son escritos por el propietario del **blog** y no por el público en general. §

Observado el comportamiento de la variación en este tipo de texto, queremos contrastar los resultados obtenidos con otro de características similares (ámbito, grado de especialidad, extensión, etc.). Por ese motivo, hemos estudiado un segundo texto que lleva como título *Presencia del formato weblog en los cibermedios: una aproximación a sus usos y funciones*. Redactado por una investigadora de la universidad del País Vasco, Ainara Larrondo, y del mismo ámbito, era ligeramente más extenso, pero se han eliminado los últimos párrafos para equilibrar la extensión de ambos (1287 lemas, 3155 ocurrencias).

En este texto también aparecen las tres formas estudiadas en unas proporciones similares. La forma *weblog* aparece 33 veces, *blog* 15 y *bitácora* 6, tal como indica la tabla 2, y a continuación hemos incluido las distribuciones obtenidas con la herramienta *Lexico3*.

	Ocurrencias		%
Weblog	14+19	33	61,12
Blog	5+10	15	27,77
Bitácora	1+5	6	11,11
		54	100

Tabla 2: Ocurrencias de las diferentes denominaciones en el texto 5.2

Weblog



Blog



Bitácora



Aquellas en las que se alternan las tres denominaciones son las de color azul (más oscuro) y en verde (más claro) los párrafos donde coinciden dos:



Aunque las distribuciones en este caso no son tampoco muy dispersas y se localizan en determinadas partes del discurso, parece que sí existe una alternancia ligeramente superior de formas a nivel macrotextual, ya que se produce coincidencia de más de una forma en más párrafos que en el texto anterior, como en los fragmentos que reproducimos a continuación:

En primer lugar, y respecto a su denominación, cabría recordar que el término "**weblog**" data de 1997, cuando Jorn Barger lo empleaba por primera vez en su **bitácora** "Robot Wisdom". En los últimos tiempos, empero, se han ido extendiendo otras terminologías como la derivada de su aféresis (**blog**) o su traducción al castellano ("**bitácora**"), referida tempranamente por los bloggers Carlos Tirado² y Gustavo Arizpe³ (1999). Por lo que se refiere a sus primeros pasos, nos tenemos que remontar hasta finales de la década de los noventa, cuando su uso se dirigía básicamente a recomendar sitios web y enlaces a otras páginas. Por estas fechas, comenzaron a surgir las primeras definiciones del término y ya en 1999 veían la luz Blogger, el primer servicio gratuito de **bitácoras**, y el primer **weblog** en español, Barrapunto.com. §

Sirvan los datos ofrecidos para insistir, una vez más, en el boom cualitativo de los **weblogs**, cuya audiencia en España suponía a finales de 2004 un 11'4% de los internautas, según la última encuesta de "Navegantes en la Red", correspondiente a febrero de 2005. Este mismo estudio refleja que durante el

periodo de recogida de datos unos 190.000 internautas españoles 'blogueaban' habitualmente, cifra que en la actualidad habrá aumentado considerablemente. De hecho, la creación de **bitácoras** en la 'blogosfera' hispana duplica su número cada cinco o seis meses, lo que dificulta su control en cifras y audiencias. Todo ello viene a demostrar la versatilidad de la que hacen gala estos prototipos, estrechamente ligada al propio desarrollo tecnológico y a las nuevas modalidades que surgen a su amparo: 'fotoblogs' (de fotografía), 'podcasting' (radio a la carta) y 'mobweb' (elaborados desde teléfonos y otros dispositivos móviles) (eEspaña 2005). Ante este panorama, a nadie sorprende que el fenómeno se haya situado en el punto de mira de numerosos expertos para quienes la expansión de la 'blogosfera' supone una auténtica revolución. Los **blogs** no pierden actualidad y tampoco son una mera moda pasajera; sus conquisistas en el complejo panorama comunicativo de la red les avalan, al igual que lo hace su éxito para sumar adeptos también en los medios de calidad, a los que se van incorporando 'sin prisa pero sin pausa'. §

Estos ejemplos nos sirven para citar otra de las causas de la variación y que es bastante evidente: la interlingüística (de la tipología ya comentada de Freixa, 2006), implícita desde el inicio cuando ya se avanzaba que *weblog* (y su forma abreviada, *blog*) son unidades prestadas del inglés.

En ese caso parece que la variación denominativa se debe a ciertas motivaciones estilísticas, con tal de evitar repetir una forma múltiples veces en un mismo párrafo (situación que, sin embargo, se observaba en los fragmentos del texto anterior). Se ha visto, pues, que en esta ocasión existe una intención mayor por parte de la autora de alternar las diferentes denominaciones e integrarlas en un mismo párrafo.

Sin embargo, en el primer texto, cuando coincidían las tres formas eran párrafos como los siguientes:

*Resumen: Esta comunicación pretende acercarnos a las dificultades que presenta la necesidad por definir y ajustar lo que es un **weblog (blog o bitácora)** y su relación con los géneros periodísticos partiendo de la mezcla de características literarias además de informativas que presenta su modelo de comunicación. En primer lugar, ofrecemos un acercamiento a la definición de **weblog** para introducirnos a continuación en el centro del problema y abordar la relación que con los géneros periodísticos tradicionales mantiene este formato de nueva creación. A partir de ese punto intentamos dilucidar si los **weblogs** pueden considerarse un nuevo género periodístico y llegamos a la conclusión de que existen numerosos indicios que niegan esa posibilidad. Palabras clave: **blog, weblog, bitácora**, periodismo digital, géneros periodísticos. §*

*Ese algo, hasta ahora innombrado en esta comunicación, como innombrable resulta en los círculos del periodismo tradicional salvo riesgo de cometer herejía, es la irrupción de los **weblogs**, de las **bitácoras**, de los **blogs** en cualquiera de sus variaciones y mutaciones crecientes [...]. §*

Se hace evidente, pues, que en el primer texto la variación existía en vertical pero no en horizontal, mientras que en el segundo se presentan las diferentes denominaciones totalmente integradas en el discurso. En estos contextos, aunque aparecen las tres formas, dos de ellas (*blog* y *bitácora*) son subsidiarias de la forma canónica (*weblog*), de forma que se puede decir que éstas dependen en cierto modo de la forma principal (a excepción del caso de *palabras clave*, en el que son una enumeración).

Por otro lado, si contrastamos los datos obtenidos en los dos análisis, obtenemos la tabla siguiente:

	Ocurrencias		%	
	Texto 1	Texto 2	Texto 1	Texto 2
Weblog	32	33	52,46	61,12
Webblog	1	–	1,64	–
Blog	22	15	36,06	27,77
Bitácora	6	6	9,84	11,11
	61	54	100	100

Tabla 3: Datos obtenidos en los textos altamente especializados

De los datos que presenta esta tabla se desprende la afirmación que, al menos en el discurso especializado dirigido a especialistas –es decir, de un grado alto de especialización– predomina considerablemente la variante *weblog*, aunque ésta se va alternando asimétricamente –según la autoría– con las otras dos denominaciones: *blog* y *bitácora*. Pero, llegados a este punto, cabe preguntarse si se da

la misma situación en textos con un nivel más bajo de especialidad, que son los textos con los que la población profana a la materia –como nosotros y la mayoría de usuari@s de internet– se encuentra más a menudo.

2.3 CONTRASTE CON TEXTOS DE UN GRADO BAJO DE ESPECIALIDAD

Para contrastar los resultados hemos analizado –siguiendo la misma metodología de trabajo– los mismos casos de variación en textos con un carácter menos especializado al de los ya presentados. Los textos son: un reportaje aparecido en el diario *El País* el pasado 16 de octubre de 2005 titulado *Mi diario en la red* y un artículo sobre *weblogs* escrito por Rebecca Blood extraído de una página web –redactada al margen de cualquier medio de comunicación, como *El País*– para ver en qué términos se expresa la comunidad que participa activamente en la *blogosfera*.

En el primer caso se podría afirmar que la persona que firma el texto de *Mi diario en la red* (1181 lemas, 3063 ocurrencias), en tanto que periodista de *El País* que es, debería de ser experta en el ámbito de las ciencias de la información, marco en el que se insiere la práctica del periodismo. De este modo, el texto *per se* debe ser considerado como especializado, pero de un grado bajo, ya que no está dirigido a colegas de la profesión sino al público en general, a diferencia de los dos ya analizados. El estudio de este texto nos proporciona los datos siguientes: la forma *weblog* aparece 6 veces, *blog* 21 y *bitácora* 15, como se ve en esta tabla:

	Ocurrencias		%
Weblog	4+2	6	14,29
Blog	10+11	21	50
Bitácora	7+8	15	35,71
		42	100

Tabla 4: Ocurrencias de las diferentes denominaciones en el texto 5.3

Resulta interesante destacar la frecuencia de la forma *weblog*, ya que sólo aparece 6 veces (que representan tan sólo el 14,29%), mientras que en los textos de un grado alto de especialización ya analizados la misma forma cubría más del 50% de las ocurrencias.

Esta distribución parece confirmar la hipótesis que se planteaba al principio, ya que en los textos de un grado bajo de especialidad (entendiendo como tal aquellos producidos por especialistas en la materia dirigidos a no especialistas) parece que no existe un predominio de la forma *weblog*; la variante más frecuente es *blog* y, a continuación, *bitácora*. Conviene destacar que esta última representa el 35,71% del total, muy superior a su peso relativo en los textos altamente especializados.

En lo que se refiere a la representación gráfica de las denominaciones en todo el texto, a partir del análisis lexicométrico de *Lexico3*, obtenemos estas imágenes:

Weblog



Blog



Bitácora



A diferencia de la situación que se producía en el primer texto analizado, y tal y como es de prever, la variación denominativa en estos casos tiene una clara función estilística según la clasificación de Freixa (2006) ya citada anteriormente, ya que en la mayoría de fragmentos se puede detectar –en la representación gráfica se ve con claridad– una alternancia de, como mínimo, dos formas (hay siete párrafos donde aparecen, simultáneamente, dos de las denominaciones estudiadas) y en uno de los párrafos, las tres, como se puede ver a continuación:

¿El secreto de su éxito? Una mezcla de sencillez (crear un **weblog** es cosa de minutos incluso para un iletrado cibernético), -gratuidad no sólo de expresión, alojarlos en los servidores habituales no cuesta dinero- y cierto exhibicionismo inherente a la condición humana. Algo más de diez años de existencia han bastado para que se conviertan en la gran revolución de la comunicación del siglo XXI. En 1994, Justin Hall, solitario estudiante de la Universidad de Swarthmore, comenzó a anotar sus impresiones en el que se considera el primer **weblog** de la historia. Según los editores del diccionario Webster, en 2004, la palabra más citada en el planeta fue, ya lo han adivinado, **blog**. Y en enero pasado, la revista Fortune publicó la lista de los ocho bloggers (autores de **bitácoras**) que los poderosos del mundo no deberían dejar de leer. §

Aunque en este párrafo se produce dicha alternancia, se tiene que decir que tampoco es representativo del estilo que predomina en el texto, ya que en general se emplea más la forma *blog* que las otras dos denominaciones, como sucede en este párrafo:

*Pese a que se puede considerar un número escaso si se relaciona con la cantidad de hablantes de castellano, está claro que la fórmula de los **blogs** y fotologs autobiográficos engancha. Y no sólo a sus autores. "Para muchos son como una especie de culebrón protagonizado por gente real y escritos en primera persona", explica el profesor José Luis Orihuela. "En los **blogs** autobiográficos te cuesta mucho entrar, pero también te cuesta mucho salir", explica Alberto Knapp Bjerén. Este publicista de formación dirige La Coctelera (www.lacoctelera.com), una de las herramientas de edición y publicación de **blogs** en español de más éxito. Sentado ante su ordenador portátil en una oficina de ambiente informal en la zona financiera de Madrid, Alberto cifra el triunfo de la web, que gestiona unas 8.000 **bitácoras**, en dos factores. Por un lado, en la sencillez de su uso. "Está diseñada para gente que no tiene ni idea. Que sólo pretende comunicar y busca para ello un medio de comunicación sin complejos". §*

El segundo, tal como se avanzaba, proviene de un *weblog* sobre novedades en el campo de las tecnologías web, y es un texto sobre un libro de Rebecca Blood que trata de la temática que nos ocupa: los *weblogs*. Es un artículo breve (732 lemas, 1950 ocurrencias) sobre la aparición de un manual de *blogs*. Resulta bastante pertinente comentar que dicho texto se halla publicado en una *bitácora*, ya que así se puede observar qué formas usan la misma comunidad *blogger* para referirse a dicho tipo de página. En esta ocasión hay 48 ocurrencias de las dos variantes denominativas que aparecen en el texto: *weblog* (20 ocurrencias) y *blog* (28 ocurrencias).

	Ocurrencias		%
Weblog	13+7	20	41,67
Blog	12+16	28	58,33
Bitácora	–	–	–
		48	100

Tabla 5: Ocurrencias de las diferentes denominaciones en el texto 5.4

Es destacable el hecho de que no aparezca ni una sola vez la forma *bitácora*, unidad que, aunque en el resto de ocasiones tampoco era la más utilizada, sí que aparecía residualmente. Parece, pues, que no es una denominación lo suficientemente implantada en la *blogosfera*. Además, según las cifras obtenidas se detecta una mayor presencia de la forma *blog* (representa casi el 60 % de los casos), junto a las 20 ocurrencias de *weblog*.

A continuación podemos observar la representación gráfica con las ocurrencias de las denominaciones en el texto:

Weblog



Blog



A simple vista, el gráfico nos permite predecir el comportamiento que tiene la alternancia léxica y su función. Aunque son más frecuentes las ocasiones en las que sólo aparece una de las formas en un párrafo, hay varias –concretamente en ocho– en las que se alternan ambas formas, de modo que resulta evidente la función estilística inherente a la mayoría de casos de variación, aunque ésta no se dé siempre (como sucedía en el primer texto analizado).

Por tanto, si Rebecca Blood no entra en tecnicismos, no se atreve a discutir si GrayMatter, Blogger o MovableType, no publica una lista de ' los mejores blogs del mundo ', ¿Qué cuenta su libro? §

*En realidad, describe lo más interesante del mundo de los **weblogs**: el por qué de los **blogs**, cómo funcionan en calidad de fenómeno personal y de comunidad, y qué hacer para ser feliz creando y manteniendo un **weblog**. §*

En la tabla siguiente incluimos todos los datos obtenidos en el análisis y presentados hasta el momento:

	Ocurrencias				%			
	Textos grado alto de especialidad		Textos grado bajo de especialidad		Textos grado alto de especialidad		Textos grado bajo de especialidad	
Weblog	33	33	6	20	54,10	61,12	14,29	41,67
Blog	22	15	21	28	36,06	27,77	50	58,33
Bitácora	6	6	15	–	9,84	11,11	35,71	–
	61	54	42	48	100	100	100	100

Tabla 6: Ocurrencias de las denominaciones en todos los textos

2.4 COMENTARIOS DEL ANÁLISIS

En el primer bloque de textos analizados, el de los textos altamente especializados, parece predominar la forma *weblog* (que acumula el 54,10% y el 61,12%, de los textos 1 y 2 respectivamente), mientras que en los de un grado de especialidad más bajo las formas más frecuentes son *blog*, *weblog* y –en último lugar, con muy pocas ocurrencias– *bitácora*.

En ese segundo bloque, el panorama que obteníamos era bien diferente al del primero y, en este caso, consideramos que resulta pertinente indicar las características contextuales para poder formular una hipótesis sobre las causas de la variación. En los textos de un grado bajo de especialidad, en el primer texto –el que proviene de *El País*– se observa una alternancia de las tres formas, de las que *blog* acumula la mitad de ocurrencias; *weblog* suma menos del 15% (tan sólo 6 casos) y, finalmente, conviene remarcar el hecho que hay un total de 15 ocurrencias de *bitácora*.

En el segundo texto de dicho bloque la situación es parcialmente similar. Predomina la forma abreviada *blog*, alternada con el préstamo *weblog*, pero sorprende que no haya ninguna de *bitácora*. Parece que en los textos de un grado bajo de especialidad creados por la misma comunidad *bloguera* aparece mucho más la forma abreviada o importada del inglés. Puede que dicha situación se deba a que normalmente no se someten los textos a ningún filtro lingüístico más allá del criterio del propio redactor, mientras que en un texto como el de *El País* el periodista está muy condicionado por el libro de estilo del diario, sus criterios lingüísticos y de traducción (1998: 140) y por las etapas de revisión y corrección inherentes a la prensa.

Esa hipótesis, pues, serviría para explicar que las formas consideradas como equivalentes en la lengua meta (*cuaderno de bitácora* o *bitácora* en castellano), fruto de una voluntad explícita de adaptación a la lengua, aparezcan menos (o, simplemente, no lo hagan, como en el último texto) en los textos que produce la comunidad en la que se debería de emplear esa propuesta terminológica.

Se puede añadir que existe cierto equilibrio entre el uso de las dos denominaciones *weblog* y *blog* aunque, en contextos de un grado bajo de especialización como los analizados, la frecuencia de aparición de *blog* es mucho más alta que la de *weblog* (representa casi el 60%). Conviene no olvidar, sin embargo, la extensión de las muestras seleccionadas, ya que para extraer conclusiones y generalizaciones se deberían validar los resultados con corpus más amplios.

3. CONCLUSIONES

En un primer momento se afirmaba que existía sinonimia completa y total entre las tres variantes denominativas, pero dicha idea podría no ser cierta si se confirmase la hipótesis planteada en este artículo de acuerdo con las muestras estudiadas. Se ha podido ver que existe sinonimia completa referencial entre las diferentes unidades analizadas, ya que refieren a la misma realidad, pero lo que sí podría ser

significativo a la hora de determinar el grado de especialidad de un texto no sería tanto la selección de alguna denominación determinada como su frecuencia de uso.

Según los datos obtenidos con el programa *Lexico3* –que se ha perfilado como una herramienta de trabajo lingüístico relativamente sencilla de utilizar y bastante útil que permite realizar unos estudios lexicométricos muy completos de corpus– cabe afirmar que, por un lado, en los textos de un grado alto de especialización predomina el uso de la forma *weblog* (en ambos casos representa más de la mitad de los casos de variación), en detrimento del resto de denominaciones, que aparecen de forma más residual (como *blog* o, sobre todo, *bitácora*). Por otro lado, conviene afirmar que en los textos de un grado bajo de especialidad la variante que predomina por encima de las otras es la de *blog* (su frecuencia es mucho más alta), a pesar de que *weblog* es la otra denominación con que aparece alternada bastante a menudo.

Llegados a este punto se debe indicar que, aunque el uso de una u otra no viene determinado por el grado de especialidad de un texto (en ambos casos se produce la misma variación denominativa), puede que sí sea significativa su frecuencia de aparición: en un texto altamente especializado aparecerá bastante más la forma *weblog* que las otras, mientras que en uno cuyo grado de especialidad es más bajo *blog* sería la más habitual (pero también sería frecuente *weblog*).

En esos casos se debe aducir la causa funcional (denominación extraída, como se ha citado antes, de la tipología presentada en Freixa, 2006) ya que parece que, *a priori*, el uso frecuente de la variante original prestada tendría prioridad por encima de las otras en textos altamente especializados del ámbito de las ciencias de la información. Si se validasen esos mismos resultados con un corpus más extenso que incluyese otros casos similares de variación del mismo ámbito (*tabloid*, *tabloide* y *prensa sensacionalista*), de otras materias cercanas –como la informática (*firewall* y *cortafuegos*)–, de otros ámbitos (*merchandising* y *mercadeo*) e incluso de otras lenguas (*logiciel* y *software*), y se detectase la misma tendencia, se podría validar o descartar la hipótesis según la cual la comunidad científica en la que se sitúa una unidad terminológica parece preferir el uso más frecuente de la forma prestada y sin apocopar, mientras que las personas profanas a la materia utilizarían ambas denominaciones, con cierta preferencia hacia la abreviada por motivos que pueden estar relacionados con el principio de economía lingüística.

Por último es importante destacar la situación que se observaba en el último texto: ver que la forma adaptada (com los casos de *bitácora* y *blog*, *blogger* y *bloguero* o *software* y *aplicaciones informáticas*) se utiliza poco –en ambos casos, no representan más del 12%– o, simplemente, no se usa (como en el cuarto). Estos datos nos llevan a cuestionarnos sobre el éxito de implantación de las propuestas terminológicas realizadas por aquellos organismos que velan por la salud de la lengua –como en el caso del español sería la RAE o la Fundéu–, sobre si dichas formas acaban enraizándose en el ámbito al que pertenecen o si, al contrario, aquellas unidades sólo se acaban socializando en sectores profanos a la materia, como lo serían los textos de un grado bajo de especialidad.

Para acabar, pues, deberíamos volver a recordar las conclusiones principales que se derivan de nuestro análisis. De momento, parece confirmarse que una presencia más frecuente de la forma *weblog* respecto de las otras denominaciones indica el tenor altamente especializado de los textos seleccionados relativos al ámbito de las ciencias de la información. En los textos de un grado bajo de especialidad, sin embargo, la distribución entre las diferentes variantes es más equitativa y, a diferencia de la situación que acabamos de describir, en esta ocasión parece que la balanza se decanta hacia la forma abreviada *blog*. En relación al resto de denominaciones, las frecuencias de uso de las diferentes variantes deberían ser un buen indicador para clasificar como altamente especializado aquel texto en el que predomina la forma *weblog*, del mismo modo que una presencia más equilibrada estadísticamente de *weblog* y *blog* –e incluso el predominio de esta segunda forma– debería indicar un grado de especialización más bajo del discurso que se analiza.

NOTAS

1. Aunque sólo conste mi nombre en la firma, me gustaría agradecer a la doctora Judit Freixa Aymerich todas las recomendaciones que me ha ido sugiriendo –tanto a nivel estilístico como conceptual– durante la fase de redacción de este artículo. Sin sus consejos y apoyo probablemente este estudio nunca hubiese visto la luz pública.
2. Definición extraída de <http://www.blogalia.com/documentos/Gu%EDa/01-introduccion.html> [Fecha de consulta: 20/9/2006].
3. Definición extraída de <http://obneo.iula.upf.edu/spes/> [Fecha de consulta: 20/9/2006].
4. Definición extraída de http://jamillan.com/v_index.htm [Fecha de consulta: 20/9/2006].
5. Disponible en <http://www.microsiervos.com/archivo/libros/the-weblog-handbook.html> [Fecha de consulta: 17/06/2006].
6. Disponible en <http://www.cavi.univ-paris3.fr/ilpga/ilpga/tal/lexicoWWW/manuels.htm> [Fecha de consulta: 20/9/2006].

ABSTRACT:

INTERNET HAS SUPPOSED A GREAT DEMOCRATIZATION IN THE ACCESS AND SPREADING OF INFORMATION. IF WE ARE HABITUAL SURFERS, IT SHOULD HAVE BEEN OBSERVED THAT THE NUMBER OF WEBLOGS HAS INCREASED CONSIDERABLY AND IT HAS KNOCKED DOWN JOURNALISTS AS THE UNIQUE SOURCE OF INFORMATION IN SOCIETY. IN SOME ROMANCE LANGUAGES, SUCH AS SPANISH, THERE IS DENOMINATIVE VARIATION WHEN REFERRING TO THAT REALITY: WEBLOG, BLOG, BITÁCORA. APPARENTLY, THEY ARE USED IN CONTEXTS AS IF SYNONYMY BETWEEN THEM BE COMPLETE. HOWEVER, ACCORDING TO THE RESULTS PRESENTED IN THIS ARTICLE, IT SEEMS THAT THERE ARE DIFFERENCES DEPENDING ON A KEY FACTOR: TEXT'S SPECIALIZATION LEVEL. THE BEHAVIOR OF THESE THREE DENOMINATIONS NOT ONLY IN SPECIALIZED TEXTS BELONGING TO SPECIFIC KNOWLEDGE DOMAINS (LIKE INFORMATION SCIENCES) BUT ALSO IN LOW-DEGREE SPECIALIZED TEXTS WAS ANALYZED. THESE VARIANTS HAD A DIFFERENT BEHAVIOR DEPENDING ON THE CONTEXT'S PARAMETERS OF THE SELECTED DISCOURSE. DEPENDING ON THE SPECIALIZATION DEGREE OF THE TEXT, DIFFERENCES ARE LIKELY TO BE ASSOCIATED MORE WITH A HIGHER USAGE FREQUENCY OF A SPECIFIC UNIT RATHER THAN WITH THE LEXICAL SELECTION ITSELF.

KEYWORDS: TERMINOLOGICAL VARIATION; SPECIALIZED DISCOURSE; WEBLOG; BLOG; BITÁCORA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cabré, M. Teresa. *La terminología: representación y comunicación. Elementos para una teoría de base comunicativa y otros artículos*. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada, 1999.

Freixa, Judit. La variació denominativa a través de la variació vertical. En Cabré, M. T.; Bach, C. *Connexions, llenguatge i discurs especialitzat*. Girona: Documenta Universitària, 2005.

Freixa, Judit. Causes of denominative variation in terminology: A typology proposal. *Terminology*, v. 12, n. 1, 2006, p. 51-77.

Freixa, Judit. *La variació terminològica: anàlisi de la variació denominativa en textos de diferent grau d'especialització de l'àrea de medi ambient*. Tesi doctoral. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada DL, 2002. Disponible en Internet: <http://www.tdx.cesca.es/TDX-0313103-110156/index.html>.

Libro de estilo. El País. 14ª ed. Madrid: Ediciones El País, 1998.

Lorente, Mercè. Variació lèxica. De la idiosincràsia al tractament sistemàtic de la diversitat. *Caplletra: Revista de Filologia*, v. 25, 1998, p. 83-98.

Lyons, John. Reference, sense and denotation. En *Semantics*. V. 1. Cambridge: Cambridge University Press, 1977, p. 174-230.

Lyons, John. *Introduction to theoretical linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press, 1968.

Salem, André. *Manuel d'utilisation de Lexico3. Version 3.41 Outils de statistique textuelle* [en línia]. París: SYLED-CLA²T. Université de la Sorbonne Nouvelle – Paris 3, 2004 [fecha de consulta: 20/9/2006]. Disponible en Internet: <http://www.cavi.univ-paris3.fr/ilpga/ilpga/tal/lexicoWWW/manuels.htm>.

ANEXO 1: CORPUS TEXTUAL

1. UN ACERCAMIENTO CRÍTICO A LA CONSIDERACIÓN DEL WEBLOG COMO GÉNERO PERIODÍSTICO

§ Resumen: Esta comunicación pretende acercarnos a las dificultades que presenta la necesidad por definir y ajustar lo que es un **weblog** (**blog** o **bitácora**) y su relación con los géneros periodísticos partiendo de la mezcla de características literarias además de informativas que presenta su modelo de comunicación. En primer lugar, ofrecemos un acercamiento a la definición de **weblog** para introducirnos a continuación en el centro del problema y abordar la relación que con los géneros periodísticos tradicionales mantiene este formato de nueva creación. A partir de ese punto intentamos dilucidar si los **weblogs** pueden considerarse un nuevo género periodístico y llegamos a la conclusión de que existen numerosos indicios que niegan esa posibilidad. Palabras clave: **blog**, **weblog**, **bitácora**, periodismo digital, géneros periodísticos.

§ INTRODUCCIÓN

§ Nadie duda que las ciencias sociales han evolucionado enormemente en las últimas décadas ni tampoco que lo han hecho de forma evidente las que tienen como objeto de estudio la información. No obstante, aún parece pronto para estudiar con una metodología

eficiente algunos fenómenos informativos que por su caracterización especial, en constante evolución, no permiten el empleo de técnicas que se han manifestado enormemente prácticas al acercarse al estudio de los medios de comunicación de masas. Las novedades que Internet está produciendo en el ámbito informativo se suceden con tal velocidad que hacen imposibles acercamientos estables a la estructura de algunos fenómenos que nos advierten realmente de su trascendencia futura pero al mismo tiempo nos impiden analizar sus aportaciones con la frialdad que permite la distancia. Algunas propuestas, que como ya hemos dichos en otros trabajos “se nos apuntan tan destacadas como revolucionarias en aspectos que van de lo meramente informativo a las características poliédricas de esta red de redes en constante expansión”, presentan enormes dificultades para ser estudiadas de forma conveniente sobre todo en lo que a su estructura se refiere.

§ Como afirmábamos en “Un acercamiento crítico y optimista al [weblog/bitácora](#) como fenómeno innovador del ejercicio del periodismo”, en el V Congreso de Periodismo Digital de Huesca 2004, venimos asistiendo a una intuición que hace prever que ese elemento al que hacemos referencia puede traer para el periodismo digital, el ciberperiodismo, una gran revolución en la forma en que se crea, difunde y recibe la información: “Por ahora son sólo estremecimientos que la intuición hace asociar con grandes cosas por venir. Pero el tiempo vuela y ese algo al que nos referimos amenaza con dotar a nuestras vidas de mayor riqueza informativa de la que jamás hubiéramos soñado.

§ Ese algo, hasta ahora innombrado en esta comunicación, como innombrable resulta en los círculos del periodismo tradicional salvo riesgo de cometer herejía, es la irrupción de los [weblogs](#), de las [bitácoras](#), de los [blogs](#) en cualquiera de sus variaciones y mutaciones crecientes. Algo que hasta ahora se ha asociado al fenómeno de la muerte del periodismo, a la desaparición del periodista por el proceso simple de conversión de todos cuantos escriben en la red con la periodicidad descrita en una [bitácora](#) (sea cual sea, pero con una linealidad cronológica irrenunciable) en intermediarios de información. Pero esa asociación responde sin duda a un error de planteamiento, porque el periodismo en la Red hace ya tiempo que no responde a las clasificaciones del periodismo tradicional, poniendo en cuestión verdades como la pirámide invertida o la clasificación en géneros más o menos estables y de contornos muy definidos que hasta ahora nadie había puesto en duda durante muchas décadas. Y por tanto, la figura de un periodista, entendido como intermediario de una información (adquirida en forma presencial la mayoría de las veces) ha dejado paso hace ya tiempo a la figura del periodista/autor, que deja de ser el “observador” del hecho que después narra empleando el género más adecuado (crónica, reportaje, entrevista...) para pasar a suplantar al editor/corrector, que selecciona y escoge contenidos para además proceder a continuación a darles la forma apropiada (no necesariamente ortográfica y gramaticalmente hablando, pero también) que será aquella a la que acceda el destinatario final de esa información, de esos contenidos.

§ El problema que nos plantea la irrupción de los [weblogs](#) a quienes ejercemos la profesión periodística tiene más que ver, por tanto, con la consideración del fenómeno como una amenaza por los estamentos profesionales más asentados que con las aportaciones que está ya ofreciendo el fenómeno a campos como la evolución de los géneros en el ámbito del periodismo digital o la irrupción de nuevas técnicas de interrelación informativa o de interactividad con el receptor de la información. Y mientras ese problema se acentúa, la dificultad primaria de acotar la materia de investigación se muestra ingente en esta ocasión por la anárquica creación y desarrollo que está teniendo el fenómeno y por el hecho incluso de la tradicional dificultad hispana por traducir a nuestro idioma con urgencia y acierto terminologías anglosajonas, al estilo de nuestros vecinos galos, en lugar de aceptar sin miramientos el término extranjero sin por ello tener que rasgarnos las vestiduras.”

§ [Weblog](#) es una palabra compuesta que nos habla de un fichero (log) donde se acumulan las 3 entradas a un servidor para consultar un sitio web determinado y de la Red de redes basada en el estándar “html” como lenguaje. Y ha pasado a designar un sitio web propiamente dicho que viene a ser el “log” de nuestra actividad en la red, recogiendo entradas que recopilan nuestra visita a otras páginas o simples acontecimientos de la vida cotidiana o profesional por nosotros redactados o surgidos de reflexiones más o menos profundas. Aunque si se trata de conseguir una definición verdaderamente ajustada podemos participar antes en auténticos debates sobre este extremo partiendo de todo tipo de consideraciones (teóricas, personales, históricas, socioeconómicas, tecnoculturales, etc.), que recuerdan a las soflamas tan habituales en los inicios de Internet y aún persistentes en los foros y grupos de noticias. Ese es uno de los principales problemas de partida: La dificultad en poner de acuerdo a los propios “bloggers”, a los propios usuarios de esta herramienta, de este formato, sobre lo que realmente están haciendo, cómo lo están haciendo, las características que lo definen y su alcance social y mediático. Lo más fácil y socorrido en ámbitos cibernéticos para acotar la definición de “[weblog](#)” es acudir a la versión hispana de la Wikipedia (un proyecto de enciclopedia “libre” surgida en mayo de 2001 a partir de un proyecto internacional anterior administrado por voluntarios). La definición por la que opta nuestra hispana Wikipedia es la que nos lleva a denominar como [weblog](#) a un “sitio web donde se recopilan cronológicamente mensajes de uno o varios autores, sobre una temática o a modo de diario personal”. Los [weblogs](#) comparten elementos comunes, como una lista de enlaces a otros [weblogs](#), un archivo de entradas anteriores, enlaces permanentes para que se pueda citar una anotación o una función para añadir comentarios”.

§ Pero mejor aún parece ser acercarse a la definición propuesta por la propia comunidad de internautas como la propuesta por [samizdata.net](#):

§ “**Blog**: 1. nombre. [Weblog](#), forma de escritura en línea caracterizada en su formato por una única columna de texto en orden cronológico inverso (lo más reciente arriba) con la habilidad de enlazar a artículos individuales. Usualmente acompañado de una barra que ofrece enlaces y cuyo contenido es actualizado frecuentemente. También: Warblog, Journal [blog](#), Pundit [blog](#), Tech [blog](#), Group [blog](#)

§ 2. verbo. Escribir un artículo”

§ La mayoría de los [blogs](#) son amateur y originados por autores individualmente, aunque también perviven formas de [blog](#) colectivo que quedan a medio camino entre el “diario personal” y el “diario periodístico”. Y parece claro que el elemento diferenciador de un [blog](#) con otros formatos digitales (foros, wikis, etc) es que los artículos principales, en oposición a los comentarios que se añaden en el hilo creado con cada uno de ellos, son escritos por el propietario del [blog](#) y no por el público en general.

§ Y finalmente, hay una característica que se ha impulsado desde 2004 y que no es otra que la obligación de que, para considerarse a un sitio web como un [weblog](#), además de todo lo dicho, esas páginas deben ser accesibles por la blogosfera: si los artículos no pueden ser enlazados por separado por un “permalink” el sitio no es un [blog](#). Esto significa que algunos ostensibles [blogs](#) no lo son en realidad, más bien se envuelven en una apariencia de [blog](#), como luego veremos con mayor profundidad. Por ejemplo, The Guardian, tiene 2 “[blogs](#)”: Online [Blog](#), dedicado a la tecnología es realmente un [blog](#), pero el [blog](#) principal, called simply The [Weblog](#), no era hasta el 2004, cuando se convirtió en Newsblog, una verdadera [bitácora](#), puesto que no pertenecía a la blogosfera, no podía participarse desde ella.

§ En definitiva, el **blog** parece caminar entre su carácter de “log” de nuestra actividad en la red, recogiendo entradas que recopilan nuestra visita a otras páginas o simples acontecimientos de la vida cotidiana, profesional o informativa (general o especializada) redactados por colectivos o individuos con intenciones literarias o informativas y su apariencia de formato de escritura en línea caracterizado por una única columna de texto en orden cronológico inverso con la habilidad de enlazar a artículos y además, usualmente, acompañado de una barra que ofrece enlaces y cuyo contenido es actualizado frecuentemente, pero sin periodicidad fija.

§ COMUNICACIÓN LITERARIA Y COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA

§ En general son escasas las aproximaciones desde el ámbito académico al **weblog** y casi todas insisten en caracterizar de forma directa o velada a los **weblogs** como género. Así parece desprenderse de afirmaciones como la de Ramón Salaverría en su reciente “Redacción Periodística en Internet” cuando afirma que “no en vano, **weblogs** y crónicas –y también otros géneros periodísticos de autor que analizaremos más adelante, como las columnas de opinión- comparten algunos rasgos comunes”. Salaverría no se implica en caracterizar de forma contundente a los **weblogs** como un nuevo género periodístico, pero reúne numerosas opiniones sobre este extremo. Por un lado el autor dice coincidir de forma clara con la postura de Rebeca Blood quien encuentra complementariedad entre los **weblogs** y los géneros periodísticos informativos pero manteniéndolos a una notable distancia. Pero por otro lado asegura que “en todo caso, nos interesa reseñar las importantes similitudes que existen entre escribir **weblogs** y redactar crónicas. Ambos géneros comparten una aproximación retórica similar, a medio camino entre lo informativo y lo interpretativo”. (Salaverría, 2005: 155-157).

§ En este sentido, parece que nos encontramos en numerosos autores expertos en el tratamiento del periodismo digital o del ciberperiodismo, como algunos de ellos prefieren denominarlo, con dudas constantes que se manifiestan en su redacción sobre el carácter de género periodístico y sobre la forma de emplear la teoría de géneros cuando navegamos por la blogosfera.

§ Pero el conflicto surge desde la caracterización misma del **weblog**. Algunos autores no tienen ninguna duda en caracterizarlo como un formato como hace Rebeca Blood de forma clara e indiscutible:

§ “Journalism begins with reporting: all of the other functions associated with the practice have been developed in support of this one essential objective. The **weblog** format is optimized for filtering and dissemination, but to make a case in case in those terms for **weblogs** as journalism is to confuse journalism with influence”. (Blood, 2202:19).

§ Y otros prefieren acercarse a la conceptualización de los mismos como nuevo género, incluso trastocando en o confundiendo en ocasiones el concepto de género en su respuesta como hace la periodista que traduce las palabras de José Luis Orihuela en una entrevista concedida al PC World: “¿Existen tipos de **weblogs**? ¿Cuáles son los más conocidos?: Los principales géneros son: Personales (autobiográficos), Tecnología, Política, Metablogs, Artes y Humor, Economía y Negocios, Medios, Periodismo y Noticias, Educación, Ciencia, Viajes, Diseño y Usabilidad”.

§ Y, finalmente, la noción de género está clara en autores que conocen y han estudiado el periodismo digital y la tipología hipertextual de su lenguaje: “El punto de partida y de llegada es la pirámide invertida. La pirámide invertida es la técnica de escritura necesaria para cualquier periodista, la mejor forma de contar algo rápido y bien. Con ella se aprende a comunicar eficazmente y a tener criterio periodístico: lo más importante al principio. Ya lo decía Warren (Warren, 1979: 97): “La noticia correcta comienza por el clímax” El enfoque periodístico se aprende y se hace con la pirámide invertida. También en los géneros de opinión, que deben exponer, aunque sea brevemente, el hecho noticioso del que parten” (María José Cantalapiedra, 2004).

§ En todo caso, parece obvio que como Ana Torresi anticipaba en 1995 los géneros vienen contaminándose por cuestiones que tienen que ver con los soportes, los temas y por supuesto las tecnologías:

§ “... es innegable que los géneros se contaminan, es decir, toman algunas características de otros géneros. En el caso de los géneros periodísticos, esa contaminación es por lo demás evidente: la identidad de los soportes materiales, la proximidad de los temas abordados, las imágenes que se construyen del locutor y del destinatario, entre muchas otras consideraciones, revelan algunas de las tantas vías de contaminación” (Torresi, 1995:40).

§ Pero es evidente que eso no debería hacernos caer en la confusión entre formato y género. El problema principal probablemente parta previamente de otra contaminación, o mejor confusión: la que existe en distinguir con claridad y separar comunicación literaria y comunicación periodística. El lenguaje periodístico nace del literario, aunque busque una comunicación distinta para transmitir su mensaje informativo. Entre otras cosas porque busca una comunicación distinta de la del lenguaje hablado, pero también de la del literario o poético. Y es verdad asumida que la responsabilidad del profesional de la información está directamente relacionada con la actualidad y utilidad de lo que comunica y la verificación de los datos.

§ Pero si bien parece aceptable considerar que la actualidad y utilidad de lo que se comunica está fuera de toda duda en los **weblogs** que tienen una orientación marcadamente informativa o periodística, el segundo supuesto plantea numerosas dudas. Por un lado por la dificultad misma de verificar datos en un canal como Internet con la rapidez que demanda el formato del **weblog**. Y por otro lado por el carácter de comunicación literaria que finalmente impregna a todos los **weblogs**, incluyendo los inequívocamente periodísticos: “El discurso informativo habla de algo, habla del mundo; el literario hace el mundo. El discurso informativo se juzga por la relación entre conocimiento y hecho; el literario, sólo por la necesidad interna de la obra. En el informativo, la selección y valoración de lo comunicado se realiza con criterios prácticos, pensando en el público; en el literario no. El informativo es un acto de responsabilidad pública; el literario no se propone jamás la utilidad pública en cuanto a literatura” (Diezhandino, 1994).

§ Y es aquí justamente donde parece que podemos encontrar la dificultad primera y principal que nos impide considerar a los **weblogs** como un género periodístico propiamente dicho, salvo que amplíemos la acotación del concepto o definición de género hasta el infinito. Porque, sin duda de ningún tipo, el **weblog** elude generalmente la responsabilidad pública o la revista de pelajes que nos alejan irremediamente de ella. Pero aún más, el **weblog** no piensa en el público, piensa en el autor. De hecho comparte con la comunicación literaria su principal particularidad: “la necesidad interna de la obra”.

§ La definición de género nos llega desde la Teoría Literaria, anterior a la Teoría de los Géneros Periodísticos, de la mano de René Wellek y Austin Warren quienes entienden éste como un “concepto regulativo, estructura subyacente y como convención que es real y efectiva porque moldea textos concretos en un momento determinado”. Para estos autores, “la teoría de los géneros y de los estilos literarios es un principio de orden: no clasifica la literatura y la historia literaria por el tiempo y el lugar, sino por los tipos de organización o estructura específicamente literarias”. Lo dicho por Wellek y Warren para los géneros literarios puede ser aplicable a los géneros periodísticos. José Luis Martínez Albertos defiende esta idea cuando afirma que “por similitud a los géneros literarios, tópicos en toda Perceptiva Literaria, los estudiosos del 7 periodismo han señalado igualmente la existencia de determinados géneros periodísticos” (1983: 272).

§ Pero aún más que los géneros mismos nos interesa también el lenguaje y, más concretamente las seis características de las distintas manifestaciones del lenguaje periodístico escrito, (Martínez Albertos, 1991: 203): corrección, concisión, claridad, captación del receptor, lenguaje de producción colectiva (porque intervienen distintos coautores con responsabilidad diferente en el texto final) y lenguaje mixto (“en el que las series lingüística, paralingüística y no lingüística se influyen entre sí para llegar al producto periodístico definitivo que van a recibir los lectores”).

§ Y esto nos lleva a preguntarnos si es periodístico el lenguaje de los **blogs**. La respuesta es tan obvia como puede intuirse: Tendremos **blogs** periodísticos si el lenguaje empleado es periodístico, con independencia de que lo sea su apariencia formal o su apariencia hipertextual (el uso de enlaces con criterios periodísticos). Y tendremos **blogs** periodísticos si los textos “periodísticos” en ellos recogidos han sido creados expresamente para publicarse con este formato o han sido adaptados expresamente desde su concepción original a las características del formato que nos ocupa.

§ Si se denomina género a cada una de las distintas clases en que se puede ordenar la información periodística, esto es a la forma particular de tratar una información periodística, no nos costará concluir que los **weblogs** son ejemplos de un nuevo formato en que la comunicación literaria se superpone en demasiadas ocasiones a la informativa. El **blog** no es tampoco un medio informativo, en sentido estricto, porque no es, ni pretende ser, un acto de responsabilidad pública; es por ahora un medio literario, plenamente literario, que se aprovecha de elementos propios de la comunicación periodística, de modelos informativos, pero sin proponerse jamás la utilidad pública como objetivo principal. Y que en ocasiones consigue alcanzar un equilibrio entre la comunicación literaria y la periodística que le permiten navegar entre esas dos aguas, pero probablemente no de forma suficiente como para caracterizarlo ni como un género periodístico, ni como un género literario.

§ ¿Quiere decir esto que no existen **weblogs** periodísticos? Desde luego que no. Pero considerar que todos los **weblogs** son en esencia periodísticos y que conforman un nuevo género a partir de esa consideración parece cuanto menos en extremo arriesgado. Otra cosa sería considerar las posibilidades que este formato presenta para la creación de nuevos géneros que impongan fórmulas de relación entre emisor y receptor que aprovechen todas las capacidades interactivas que el **weblog** presenta y que sin duda llevarán en un futuro no muy lejano a creaciones entre las que puede que encontremos algún nuevo género.

§ En este sentido, nuestra conclusión apunta a las enormes posibilidades que el **weblog** como formato tiene de convertirse en género en el momento en que se apliquen a informaciones de actualidad sus características que permiten agrupar elementos interactivos con géneros tradicionales y combinarlos de formas diversas. En una de esas combinaciones se construirá probablemente, en un futuro próximo, una sólida base para edificar un género periodístico. Pero la argamasa aún no parece haber comenzado a mezclarse.

2. PRESENCIA DEL FORMATO WEBLOG EN LOS CIBERMEDIOS: UNA APROXIMACIÓN A SUS USOS Y FUNCIONES

§ Revista Latina de Comunicación Social 60 Julio - Diciembre de 2005 LAboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social Universidad de La Laguna (Tenerife, Canarias)

§ [Revisor: El artículo constituye un completo esfuerzo de revisión de las características de los **weblogs** como formato de publicación de contenidos periodísticos, en particular en lo que concierne a su uso por parte de los cibermedios convencionales. Está bien fundamentado en fuentes bibliográficas, adecuadamente estructurado y desarrollado. Ofrece además útiles listados que plasman los diferentes usos del formato en los cibermedios españoles. Por todo lo que antecede, y aunque la cuestión planteada en el artículo ya ha sido, y está siendo, estudiada con profusión, el artículo contiene aspectos muy interesantes que permiten clarificar el debate teórico.] Presencia del formato **weblog** en los cibermedios: una aproximación a sus usos y funciones

§ Resumen Este trabajo se acerca a las particularidades que presenta el formato **blog** cuando es empleado por los medios en la Red. Un uso sobradamente acreditado en el ámbito anglosajón, pero que en España ha resultado algo más desconocido, al menos, hasta hace bien poco. Así, nuevos medios se apuntan en nuestros días a la adopción de este prototipo característico del entorno red, en lo que representa una de las principales estrategias comunicativas llevadas a cabo en los últimos años por las empresas ciberperiodísticas. Esta incorporación de **blogs** tiene como objetivo aprovechar las ventajas expresivas que ofrece este formato, entre otras, la posibilidad de enlazar la información y de interactuar con la audiencia. De ello se derivan diferentes usos y funciones que definen las especificidades del **blog** cuando se presenta en los medios de comunicación online. Las líneas que siguen examinan las características de esta decisiva apuesta informativa con el fin de ofrecer un estado de la cuestión o, si se prefiere, la foto fija de una de las principales revoluciones acontecidas en el escenario periodístico de la WWW. Con este fin, a partir de los postulados aceptados y reconocidos por la doctrina académica, el artículo considera el fenómeno **weblog** en el panorama comunicativo virtual para reflexionar, a continuación, acerca del papel específico que juegan estos modelos en el mercado español. Con ello, se pretende resaltar los cambios que imbuyen los **blogs** en la práctica de los cibermedios, en pleno proceso de consolidación.

§ 1. Introducción

§ El desarrollo alcanzado por la red Internet animó a los medios de comunicación tradicionales a situarse en la World Wide Web a mediados de los noventa. Para finales de esa misma década, estos medios mostraban ya un verdadero interés por elaborar productos diferenciados, afanándose en consolidar su propia identidad. Al mismo tiempo, fueron surgiendo otras formas de comunicación ajenas al periodismo, y la rapidez con la que se han ido sucediendo todos estos cambios ha dejado poco tiempo a la reflexión, aún cuando la mayoría de estos productos no han alcanzado siquiera la madurez. Además, el nuevo entorno tecnológico generado por el advenimiento de Internet ha puesto en manos de los usuarios nuevos modos de comunicar, oportunidades hasta ahora desconocidas que la Sociedad de la Información y el Conocimiento brinda a los ciudadanos conectados.

§ En este contexto, el ámbito comunicativo permanece inmerso en una vorágine de cambios que evidencian ya sus primeros síntomas. Uno de los más evidentes es sin duda el surgimiento de modelos comunicativos que otorgan a un sinnúmero de internautas la posibilidad de generar y publicar sus propios contenidos. Muchos de estos prototipos han demostrado su capacidad para satisfacer las necesidades informativas de un creciente número de usuarios, lo que ha contribuido a dotar a estos medios de una probada validez como sistemas de expresión libres y eficaces. Tal sería el caso de los denominados **weblogs**, sitios wiki, IRC o grupos de noticias, herramientas de comunicación que facilitan la interacción y colaboración por medio de convenciones sociales (Wikipedia, 2005). De todas ellas, en las próximas líneas nos centramos en los **weblogs** como objeto de nuestro estudio, para llevar a cabo una somera caracterización de esta forma de expresión que admite pocas novedades a estas alturas.

§ En primer lugar, y respecto a su denominación, cabría recordar que el término “**weblog**” data de 1997, cuando Jorn Barguer lo empleaba por primera vez en su **bitácora** “Robot Wisdom”¹. En los últimos tiempos, empero, se han ido extendiendo otras terminologías como la derivada de su aféresis (**blog**) o su traducción al castellano (“**bitácora**”), referida tempranamente por los bloggers Carlos Tirado² y Gustavo Arizpe³(1999). Por lo que se refiere a sus primeros pasos, nos tenemos que remontar hasta finales de la década de los noventa, cuando su uso se dirigía básicamente a recomendar sitios web y enlaces a otras páginas. Por estas fechas, comenzaron a surgir las primeras definiciones del término y ya en 1999 veían la luz Blogger, el primer servicio gratuito de **bitácoras**, y el primer **weblog** en español, Barrapunto.com.

§ Superada esta etapa embrionaria, su caracterización ha representado uno de los principales retos a los que se han enfrentado –y siguen haciéndolo– investigadores y expertos en la materia (Barrett, 1999; Blood, 2002:1; Stone, 2002:9).

§ De hecho, no siempre ha resultado fácil definir el “rostro” de estos prototipos comunicativos. **Bitácoras** personales, grupales, profesionales, con múltiples posibilidades temáticas..., la gama es tan amplia que incluso se ha llegado a afirmar, con acierto, que “cada **blog** es un mundo”. Luego no parece demasiado conveniente tratar de ofrecer una definición ajustada y rigurosa de un término del que se han llegado a citar hasta veintiséis acepciones diferentes (Urban Dictionary, 2005)

§ Por ello, en esta sucinta revisión de los **weblogs** nos limitamos a ofrecer algunas pinceladas útiles para recordar los rasgos estructurales básicos e identificativos de este tipo de publicación, caracterizada por su usabilidad a la hora de difundir de manera sencilla -y, generalmente, gratuita- contenidos en red. Así, como elementos más habituales de estas páginas, Bausch, Haughey y Hourihan (2002: 91) señalan las entradas o notas (posts), la información sobre la nota (resumen, comentarios, enlaces a la nota –trackback-), la atribución (quién publica la nota), y el enlace permanente e información sobre la fecha y hora de publicación.

§ También el profesor José Luis Orihuela coincide en señalar la “cronología inversa de las historias (lo más reciente es siempre lo más visible) (...), los enlaces permanentes (cada historia o post tiene un URL propio fijo) y (...) la existencia de comentarios (cada historia puede comentarse individualmente) (...) Mediante los enlaces a sitios externos que realiza y los comentarios que recibe, cada ‘blogger’ se inserta dentro de una comunidad o ‘vecindario’, conformado por esos vínculos comunes y por la familiaridad que adquiere con su grupo de referencia” (Orihuela, 2004). Según esto, los **weblogs** proporcionan un peculiar tipo de escritura que va encadenando los textos a medida que estos se renuevan y completan con contenidos y comentarios de los lectores. Asimismo, son frecuentes los sumarios de enlaces (blogroll) a otros **weblogs** que el autor recomienda y dispone al alcance del usuario.

§ Cabe razonar, por tanto, que buena parte del éxito del **weblog** reside en la combinación que lleva a cabo de los recursos específicos de la red. De todos modos, como bien reconoce Fournier (2003), no resulta sencillo ofrecer una definición unitaria y definitiva del término, que él mismo caracteriza –en una cita algo larga pero ilustrativa– como una “página web personal, por tanto más o menos subjetiva, concentrada en cualquier tema: política, economía, tecnologías, religiones, etc. con un mantenimiento y puesta al día más sencillos y regulares, una presentación cronológica inversa (...) y, sobre todo, con un gran número de vínculos de hipertexto hacia otras fuentes de información sacadas de la red o de otros **weblogs**”.

§ De igual forma, es menester tener en cuenta que el grado de hibridación alcanzado por estas especies comunicativas dificulta no sólo su definición, sino también su ordenación rigurosa. Con todo, se han planteado diversas categorizaciones útiles para dar cabida a estos prototipos en constante evolución y crecimiento. Entre las más extendidas, destaca la tipificación de **weblogs** propuesta por la blogger Rebecca Blood. Esta significada experta en la materia apunta diferentes matices para el **weblog** y cada uno de los subtipos que engloba: **blogs**, notebooks (“cuadernos”) y filters (“filtros”) (Blood, 2000: 2-6). El **weblog**, nos recuerda Blood, conserva buena parte del carácter primigenio del formato: “certainly the particular mixture of links, commentary, and personal observation unique to each individual site has always given each **weblog** its distinctive voice and personality; and certainly the **weblog** has always been an infinitely malleable format”. Ahora bien, derivados de la propia evolución del formato y de sus nuevos usos, han surgido otros especímenes que, como el “**blog-style weblog**”, alteran, en palabras esta misma autora, la definición de **weblog**: “the influx of **blogs** has changed the definition of **weblog** from a list of links with commentary and personal asides to a website that is updated frequently, with new material posted at the top of the page”. Aunque los **blogs** y notebooks coinciden al ocuparse de temas personales del autor, basados generalmente en sus experiencias, también se diferencian por el tamaño de las notas de entrada o bloques de texto, mucho más largas en los segundos. Asimismo, mientras en estos dos tipos de **weblog** el enlace sirve como acompañamiento al texto principal, en los filters (“filtros”) ocurre todo lo contrario, pues el propio ordenamiento del sitio aparece supeditado a estos enlaces. Tanto es así que la mayoría de estos tienen como objetivo prioritario convertirse en fuente informativa o referente habitual de lectura para el usuario interesado en un determinado tema (2002: 8).

§ En la misma línea, Bausch, Haughey y Hourihan (2002) llevan a cabo una clasificación de los **weblogs** basándose en dos criterios bien definidos, como son los rasgos diferenciales y el contenido de estos formatos. Según el primero de estos criterios, cabría diferenciar aquellas **bitácoras** elaboradas a base de pequeños fragmentos de texto y aquellas otras en las que las notas de entrada son de mayor tamaño, denominadas “ensayos” o “diarios”. La aplicación del segundo criterio proporciona una mayor amplitud tipológica, con cinco modalidades diferentes: 1) temáticas (single-topic **weblogs**); 2) basadas en enlaces (link-driven **weblogs**); 3) noticias comentadas (news opinion); 4) diarios (journals); y 5) fotoblogs (photoblogs). Por su parte, las clasificaciones formuladas por Cindy Curling (2001) y Winther y Balslev (2004) aplican un criterio temático.

§ Para terminar esta aproximación general a los **weblogs** daremos cuenta brevemente del crecimiento exponencial de este formato, una profusión que tiene lugar a ritmo vertiginoso, tal y como podemos verificar con un simple vistazo a los datos de los motores de rastreo Blogometro.com⁵ y Technorati.com⁶. Esta rápida expansión de **weblogs** tiene lugar tanto en el contexto anglosajón⁷, como en el ámbito hispanohablante, si bien el carácter introductorio de este epígrafe nos lleva a centrarnos en la ‘blogosfera’ española y en las consideraciones efectuadas al respecto por el “Informe anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España” (eEspaña 2005)⁸ de la Fundación Auna. Según este texto, el número de **weblogs** en España ronda la cantidad de 68.000 (aunque menos de la mitad se actualizan regularmente). Estos albergan, según el Blogómetro de abril de 2005, más de cinco millones de enlaces, la mayoría alojados en servidores como Blogia.com (27.899), seguido con distancia por Ya.com (12.248).

§ Sirvan los datos ofrecidos para insistir, una vez más, en el boom cualitativo de los **weblogs**, cuya audiencia en España suponía a finales de 2004 un 11’4% de los internautas, según la última encuesta de “Navegantes en la Red”⁹, correspondiente a febrero de 2005. Este mismo estudio refleja que durante el periodo de recogida de datos unos 190.000 internautas españoles ‘blogueaban’ habitualmente, cifra que en la actualidad habrá aumentado considerablemente. De hecho, la creación de **bitácoras** en la ‘blogosfera’ hispana duplica su número cada cinco o seis meses, lo que dificulta su control en cifras y audiencias. Todo ello viene a demostrar la versatilidad de la que hacen gala estos prototipos, estrechamente ligada al propio desarrollo tecnológico y a las nuevas modalidades que surgen a su amparo: ‘fotoblogs’ (de fotografía), ‘podcasting’ (radio a la carta) y ‘mobweb’ (elaborados desde teléfonos y otros dispositivos móviles) (eEspaña 2005). Ante este panorama, a nadie sorprende que el fenómeno se haya situado en el punto de mira

de numerosos expertos para quienes la expansión de la 'blogosfera' supone una auténtica revolución. Los **blogs** no pierden actualidad y tampoco son una mera moda pasajera; sus conquistas en el complejo panorama comunicativo de la red les avalan, al igual que lo hace su éxito para sumar adeptos también en los medios de calidad, a los que se van incorporando 'sin prisa pero sin pausa'.

§ 2. La apuesta por el periodismo participativo

§ El **blogging** supone una de las potencias más importantes con las que cuenta el ámbito comunicativo del ciberespacio a la hora de promover una verdadera participación de los ciudadanos. No en vano, el **weblog** representa una particular forma de expresión que promueve la colaboración -voluntaria, asíncrona y pública- de los usuarios en la comunicación. Esta interrelación entre el emisor y receptor -o, si se prefiere, entre el **blogger** y el **internauta**- es caracterizada como un proceso comunicativo abierto que ha sabido consagrarse como alternativa al paradigma tradicional de los medios de comunicación, de carácter jerárquico y unidireccional. Desde su irrupción en el panorama comunicativo de Internet, los **weblogs** han venido planteando importantes desafíos en la estructura comunicativa tradicional representada por los medios clásicos (prensa, radio y televisión). Tanto es así que a estas alturas nadie duda de la autoridad de estas expresiones cibernéticas para alterar el papel del periodista y de los mensajes que construye para un público que ve convertir su rol de receptor pasivo. Estas transformaciones experimentadas por la clásica estructura de la información desbrozan el camino para que la opinión pública transite hacia una mayor autonomía y capacidad de decisión.

§ En consecuencia, contar hoy con mayores opciones de intervención en el proceso informativo representa para un sinnúmero de ciudadanos conectados la mejor forma de ejercer su participación cívica. En torno a ésta, han surgido diversas posibilidades periodísticas, como el Periodismo 3.0, denominación que apunta el estudioso Juan Varela para aludir, específicamente, a aquellos medios sociales (**blogs**, wikis, foros, etc.) de intención periodística e informativa que abordan información y opinión de actualidad, ya sea especializada temática o geográficamente (Varela, 2005a). Como rasgos más característicos de estos formatos, Varela destaca su capacidad para rebajar el poder de intermediación de los medios -al permitir entrar en contacto con las fuentes y con los testimonios directos de los hechos-, o su rechazo a la concepción tradicional de la objetividad, gracias a la mayor observación y comunicación no subjetiva de los acontecimientos que llevan a cabo (Varela 2005a). Según el mismo autor, el Periodismo 3.0 da cabida a los ciudadanos, quienes "irrumper en el espacio público para informar y comentar la información", de ahí que podamos entender el Periodismo 3.0 como heredero directo del "periodismo cívico". De todos modos, Varela asume que no todo el periodismo participativo puede considerarse periodismo cívico o Periodismo 3.0, puesto que muchas de las **bitácoras** que pululan por la red "atienden sólo a la expansión comunicativa de personas individuales y se usan como una gran herramienta de expansión de la comunicación interpersonal, con mucho más alcance que los instrumentos y modos desarrollados anteriormente" (Varela, 2005b)

§ Esta mediación de las audiencias se convirtió pronto en objeto de análisis para los expertos, quienes advirtieron en el nuevo fenómeno grandes interrogantes a los que dar respuesta. Con este fin, Bowman y Willis publicaban a finales de 2003 el informe "We Media. How audiences are shaping the future of news and information", encargado por The Media Center10. Dicho trabajo refleja los cambios que el ámbito periodístico experimenta en la Red para dotarse de una fisonomía diferente que, ya por aquel entonces, comenzaba a alterar la práctica habitual de los medios. De esta forma, la publicación del informe sirvió en su momento para llamar la atención sobre la significación del "periodismo participativo" que algunos refieren indistintamente con el nombre de "periodismo ciudadano" (citizen journalism), aunque ya hemos visto la diferenciación establecida al respecto (Varela, 2005b).

§ Así pues, para Bowman y Willis el periodismo participativo representa un nuevo perfil que se ha ido modelando gracias a diversos modos como los **weblogs**, en los que la participación del usuario se guía por el interés de "informar y ser informado" (2003: 40). A partir de esta consideración, los autores definen la nueva modalidad periodística participativa como el acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos que juegan un papel activo en el proceso de recopilación, tratamiento y difusión de la información, con el fin de "suministrar la información independiente, confiable, exacta, de amplio rango y relevante que una democracia requiere" (2003:10). Para los medios tradicionales, este mayor control de los ciudadanos sobre la información supone la pérdida de su hegemonía tradicional, la desaparición de su status como gatekeepers únicos. Ahora bien, el informe habla también de los beneficios que el "We media" ("nosotros el medio") puede traer a las empresas periodísticas tradicionales, entre otras la posibilidad de desarrollar una relación más honrada con sus audiencias. Esto ocurre, por ejemplo, cuando el reportero que escribe el **weblog** solicita el feedback por parte de su audiencia, para pedir bien un consejo, bien fuentes de primera mano útiles a la hora de confirmar una historia u orientarle en una nueva dirección (Bowman " Willis, 2003: 53).

§ Quien tampoco duda de la fuerza de este periodismo "hecho por la gente y para la gente" es Dan Gillmor. El que fuera columnista del San José Mercury News, hoy **blogger** (<http://bayosphere.com/blog/dangillmor/>), publicaba un año después del informe de Bowman y Willis su obra "We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People"¹¹ (2004). En este libro, Gillmor sienta las bases de la comunicación descentralizada que vincula a los movimientos 'grassroots'. Con ello, este autor expresa su convencimiento en las masas, en los 'periodistas ciudadanos' que están desmantelando el monopolio sobre la información de los grandes medios, a los que no les queda más remedio que abandonar su atávica unidireccionalidad para transformarse en una conversación. En torno a esta mayor participación y sus efectos en el consumo mediático Gillmor ofrece interesantes reflexiones. Entre otras cuestiones, apunta que se trata de una tendencia en alza y que en los próximos años todos seremos potenciales productores de información, cada vez más, a medida que las herramientas ya conocidas -**weblogs**, foros de debate, correo electrónico, teléfonos móviles, etc.- alcancen un mayor desarrollo y expansión.

§ De todos modos, cabría recordar aquí también que hace ya algunos años Allan Herrell, del Poynter Institute, aclaraba en su artículo "Are **Web logs** Journalism?" (2002) que los **blogs** pueden ser muchas cosas, incluso periodismo, pero que no son periodismo por el mero hecho de ser **blogs**. Aun así, tampoco cabe dudar de la viabilidad de determinados **blogs** periodísticos para el tratamiento y difusión de información.

3. MI DIARIO EN LA RED. EL PAÍS 16 DE OCTUBRE DE 2005

§ REPORTAJE: INTERNET

§ Mi diario en la red Añadir a Mi carpeta

§ Ya hay más de 18 millones en Internet. Una cifra que en seis meses se habrá doblado. Son los 'blogs' o bitácoras virtuales. Modernas confesiones en su mayoría escritas por personas anónimas que documentan su vida sin complejos. También en imágenes.

§ Cada noche, Maribel López pone en orden los detalles de lo que ella llama su “lucha hacia la maternidad”. Se sienta ante el ordenador de su casa y escribe un nuevo capítulo en la historia de su séptimo tratamiento de fecundación in vitro en catorce años de matrimonio. Al terminar, pulsa enter en el teclado y, entonces, sus dolores de menstruación, sus pruebas de embarazo, sus esperanzas y decepciones quedan a la vista de millones de internautas del mundo entero.

§ El suyo (www.lacoctelera.com/fuegoazul) es sólo uno más –ni muy original ni demasiado leído– entre la selva de 18,9 millones de [weblogs](#) o diarios personales que existen en la Red, según cálculos tomados a principios de octubre de la web de Technorati, lo más parecido a un censo en un universo cambiante. Por una vez, algo más que una expresión hecha. Cada seis meses, el número de [blogs](#) se duplica al ritmo de la más contagiosa de las infecciones. En lo que tarda en leer esta frase habrán nacido mil nuevos diarios virtuales. [Bitácoras](#) (en su traducción al castellano) o [blogs](#) (la versión reducida y para entendidos) que versarán sobre todos los temas imaginables. Desde la botánica o el linco ibérico hasta los vicios de Kate Moss o las proezas de Fernando Alonso. De las opiniones de un senador de Estados Unidos a las inquietudes de un informático en paro. Tecnológicos, de opinión, sobre cine o puramente autobiográficos.

§ ¿El secreto de su éxito? Una mezcla de sencillez (crear un [weblog](#) es cosa de minutos incluso para un iletrado cibernético), gratuidad –no sólo de expresión, alojarlos en los servidores habituales no cuesta dinero– y cierto exhibicionismo inherente a la condición humana. Algo más de diez años de existencia han bastado para que se conviertan en la gran revolución de la comunicación del siglo XXI. En 1994, Justin Hall, solitario estudiante de la Universidad de Swarthmore, comenzó a anotar sus impresiones en el que se considera el primer [weblog](#) de la historia. Según los editores del diccionario Webster, en 2004, la palabra más citada en el planeta fue, ya lo han adivinado, [blog](#). Y en enero pasado, la revista Fortune publicó la lista de los ocho bloggers (autores de [bitácoras](#)) que los poderosos del mundo no deberían dejar de leer.

§ Es la historia de una revolución que primero fue ampliamente ignorada por las grandes empresas informativas para después rendirse a la evidencia de que un mutante y levantisco quinto poder ha llegado para quedarse. “Los medios de comunicación finalmente han descubierto los [weblogs](#), primero como tema y posteriormente como algo que se integra entre la oferta de las ediciones en línea”, reconoce José Luis Orihuela, profesor de la Universidad de Navarra, jurado de los premios Best of the [Blogs](#) 2005 y autor de www.ecuaderno.com, una [bitácora](#) basada “en el impacto de la innovación tecnológica sobre los medios y los modos de comunicación”.

§ El gesto de Fortune no fue más que la confirmación de un hecho. Algo así como poner nombre y apellidos a las estrellas de la blogosfera mundial (palabra con el que se denomina la compleja e informe enredadera). Pero ellos no son sino la vistosa punta de un iceberg cuya parte sumergida la forman millones de [bitácoras](#) personales como la de Maribel, la contribución anónima de los que vierten sus vidas en la Red. Porque en el siglo XXI, los diarios, lejos de esconderse en el cajón de una mesilla, se exhiben en escaparates de poderosa difusión.

§ Cuando las reflexiones personales se acompañan de imágenes se entra en el universo de los fotologs, una versión más reciente y refinada de las [bitácoras](#). La primera está datada en 1995, pero su popularización no llegaría hasta 2002. Cambia el nombre, aunque no la mecánica de su funcionamiento. Los fotologgers documentan embarazos, retratan noches de copas o se recrean en el autorretrato. Igual que en un [blog](#) autobiográfico tradicional, sirven la crónica, esta vez visual y comentada, de sus vidas. El resultado es un continuado reportaje gráfico de la cotidianidad.

§ Su función adquiere dimensiones insospechadas en acontecimientos como los atentados del 7 de junio en Londres o el huracán Katrina. Cuando la maquinaria de un medio de comunicación tradicional acierta a engrasarse, ellos ya llevan horas sobre el terreno. “El blogger no piensa. Ve algo, lo publica y luego opina. No entiende de líneas editoriales, porque las crea sobre la marcha”, explica Diego Martín Lafuente, creador de Minid (www.minid.net), la [bitácora](#) de “un diseñador y tecnólogo”. Él es uno de los bloggers más respetados y veteranos del universo hispano. Una comunidad que forman más de 110.000 socios, según los cálculos más fiables de la web Blogometro.

§ Pese a que se puede considerar un número escaso si se relaciona con la cantidad de hablantes de castellano, está claro que la fórmula de los [blogs](#) y fotologs autobiográficos engancha. Y no sólo a sus autores. “Para muchos son como una especie de culebrón protagonizado por gente real y escritos en primera persona”, explica el profesor José Luis Orihuela. “En los [blogs](#) autobiográficos te cuesta mucho entrar, pero también te cuesta mucho salir”, explica Alberto Knapp Bjerén. Este publicista de formación dirige La Coctelera (www.lacoctelera.com), una de las herramientas de edición y publicación de [blogs](#) en español de más éxito. Sentado ante su ordenador portátil en una oficina de ambiente informal en la zona financiera de Madrid, Alberto cifra el triunfo de la web, que gestiona unas 8.000 [bitácoras](#), en dos factores. Por un lado, en la sencillez de su uso. “Está diseñada para gente que no tiene ni idea. Que sólo pretende comunicar y busca para ello un medio de comunicación sin complejos”.

§ Por otro, en su capacidad para “generar comunidad”. Porque un componente esencial de la cultura del [blog](#) es que la comunicación se alimenta en las dos direcciones. Los autores escriben textos de longitud libre (posts en el argot) y a cambio reciben comentarios de los internautas, muchos de los cuales son también bloggers. Unas páginas se enlazan con otras y se crean pequeñas telarañas. A partir de ahí, las relaciones pueden atravesar la pantalla del ordenador y continuar en la vida real. “Leernos a diario nos hace conocernos y apreciarnos. La gente que encuentras es uno de los aspectos más gratificantes del [weblog](#) como medio, y posiblemente una de las claves de su creciente implantación social”, opina Orihuela.

§ ‘El Abuelo Cascarrabias’ y ‘Ultrasónica’ ejemplifican bien las nuevas y atípicas relaciones de la blogosfera. Él, Diego Rodríguez, barcelonés, de 27 años, trabaja como gerente de una empresa de recursos humanos. Al final del día se convierte en El Abuelo Cascarrabias, nick (apodo) tras el que se esconde en su [blog](#) (www.diegorguez.com/blog), su “medio de expresión”. Ella, Judit Izquierdo, periodista barcelonesa, de 23 años, es Ultrasónica en su [bitácora](#) (www.vidadementira.net), donde ofrece con derroche de ironía “verdades universales”. Eran pareja antes de que los [blogs](#) entrasen en sus vidas. Ella empezó leyendo la [bitácora](#) de Diego. Luego se atrevió con la suya propia. Y en junio, él le regaló un dominio personal para alojarla. Por supuesto, los lectores de ambos [blogs](#) están al corriente de su relación, que mantienen “con una buena conexión a Internet”. “Cuando entras en el mundo de la blogosfera piensas en clave de [blog](#)”, confiesa Judit. “Cualquier cosa sirve para un nuevo post”. Un eclipse anular de sol, un cambio de trabajo, comer unos canelones o un tema muy socorrido: el tedio vital.

§ Todo material es válido. Incluso la muerte. Como sucedió el pasado mayo, cuando la blogosfera se estremeció con la historia de Lin Ng, un blogger de 19 años que fue asesinado junto a su hermana por un ex novio de ésta. La policía dio con el culpable gracias a la última entrada del diario en Internet de Lin. “Todavía está en casa, fumando, andando con los zapatos puestos. ¡Hace sólo dos días que fregué el suelo!”. Aquel post recibió 3.565 comentarios de pésame por una noticia que al principio fue recibida con cautela.

Aparte de candidato a guión de un gran thriller, aquel episodio transitaba la fina frontera entre la realidad y la virtualidad en un medio en el que ésta es a menudo difusa.

§ “En la mayoría de los ‘blogs’ autobiográficos se cuele mucha ficción también. Nadie dice absolutamente la verdad, siempre se tiende a adornarlo porque es difícil que cada día te pasen cosas interesantes”, opina Hernán Casciari. Este argentino, de 34 años, se define como autor de blognovelas y está detrás de dos de las bitácoras hispanas más exitosas: Diario de una mujer gorda y Juan Dámazo, vidente. En la primera se hizo pasar por un ama de casa con mala leche. En la segunda, que recibe casi 30.000 visitas diarias, es un adivino cuyas alocadas predicciones rozan el sadismo.

§ Utiliza los ‘blogs’ como un medio para contar historias sin revelar que lo que se está leyendo es ficción. Y su última pirieta es escribir la bitácora del protagonista de una teleserie que produce Globomedia para la televisión vasca. Cuando cada lunes termina un capítulo de Mi querido Kilkowsky, las andanzas del judío argentino exiliado en Irún (Guipúzcoa) continúan en la Red, “como un puente aéreo entre los episodios”.

§ “Un escritor tradicional solía trabajar en solitario en su casa. Después lo mandaba a su editor por correo y luego le tocaba esperar una respuesta. En un blog, uno es un escritor mutante. Su propio jefe de diseño, su director de marketing”, cuenta Hernán. Su trabajo ha traspasado los límites de la blogosfera varias veces. Mientras planea escribir su próxima novela “en directo, ante los internautas”, la editorial Plaza & Janés acaba de publicar Diario de una mujer gorda en un soporte tan aparentemente obsoleto como un libro. Con una particularidad. Lo que se puede encontrar en las librerías por 16 euros continúa colgado en la Red, gratis para cualquiera con una conexión a Internet.

§ La historia de Hernán es cada vez más común. Almudena Montero, treintañera madrileña, guionista de televisión, fue una estrella de la blogosfera española junto a su perro Baldo antes que una autora publicada en la editorial Aguilar (Mi vida perra). A diferencia de Hernán Casciari, Almudena ha abandonado durante un tiempo la edición de blogs. “Básicamente porque me he dado cuenta de que me es imposible mantener el anonimato, y últimamente la gente se dedicaba a insultarme o a sabotear mi página”, explica.

§ Lo que nadie ha logrado fijar aún es la fórmula matemática que convierte el relato de la vida cotidiana de una treintañera cualquiera como Almudena Montero en un acontecimiento que congrega a miles de seguidores, mientras que otros blogs con similares protagonistas no lo logran. “Entre los factores que contribuyen a la consolidación de un weblog como referente”, teoriza el profesor José Luis Orihuela, “figuran su antigüedad, la calidad de sus contenidos, la frecuencia de publicación, la participación del autor en la cultura de la blogosfera, su prestigio, las referencias que reciba el blog y el reconocimiento de los propios pares”.

§ Fórmulas infalibles aparte, en los bloggers veteranos cunde la sensación de que estamos viviendo una moda que cuando pase dejará las cosas de la blogosfera en su sitio. Se calcula que por cada cuatro bitácoras que nacen, más o menos una deja de actualizarse. Y eso para un blog es sinónimo de muerte. “Es una herramienta de la que cada vez parece más fácil hacer una carrera”, opina Miguel Paz, especialista en blogs del diario chileno La Nación. “Democratiza el exhibicionismo en función del talento”. Lo cual puede inducir a ver en esto una vía para lograr el éxito. Cerca del “fenómeno mediático”, dice Orihuela, “muere el blog y se convierte en otra cosa”.

§ Entonces seguramente se traiciona el espíritu que mueve a Maribel López a actualizar su diario cada noche: “Escribir como terapia algo que pueda enseñar a mi hijo. Para que así viera lo deseada que había sido su llegada al mundo. Si algún día lo logro”.

§ Historia de un perro abandonado

§ “Soy huérfana, de piernas largas y muy rápida. Soy uno de tantos perros abandonados por personas que no son personas”. Así se presenta ‘Maggie’ en su ‘fotolog’. Una bitácora llamada ‘Síndrome de ansiedad por separación’, que es lo que, dicen los veterinarios, sufren estos animales cuando son abandonados. Hace tres años que su dueño, Alberto Knapp Bjerén, la recogió de la perrera. Y desde hace cinco meses cuelga sus fotos en la Red. “Todo, como una broma de nuestra oficina, donde tenemos a ‘Maggie’, aclara Alberto. Un día, mientras la paseaba por el parque, un ‘blogger’ se acercó. Había reconocido a la estrella de la ‘blogosfera’ canina. “Eso fue total, pero ya que salga en el EPS, convierte todo este proyecto en una cosa mucho más divertida y absurda”.

www.lacoctelera.com/maggie

§ Enviar postales públicas

§ “En mi ‘fotolog’ se puede ver cierto hilo conductor de mi vida en el último año: viajes, cine, música, lecturas, mi mujer, su embarazo y, por fin, nuestro hijo”. Pedro Díaz Ayala, de 34 años, actualiza cada día ‘Pura Vida’, su bitácora en imágenes, que es también la de Susie, su esposa, y la de su Vespa Primavera, que llama ‘la Perica’. Aunque desde su nacimiento hace dos meses, el protagonista absoluto es Nico, su primer hijo. En las fotografías, aún en el vientre de su madre. “Es como enviar postales públicas con retazos de mi vida y mis inquietudes”, reconoce Pedro.

§ www.fotolog.net/pura_vida

§ Una beca Erasmus en París

§ “A veces es como desnudarse ante desconocidos”, afirma Marta Verrier, vallisoletana de 21 años. Su ‘hobby’ es fotografiar fiestas, reuniones en casas de amigos o conciertos. Entonces, el día menos pensado, alguien la reconoce por la calle. “Y piensas: ‘Soy famosa y no me he enterado’, se ríe. Para esos improvisados ‘fans’, Marta no es Marta, sino ‘Xylomatica’, su apodo en Internet. Acaba de mudarse a París para estudiar cuarto curso de filología francesa. Lejos de abandonar la actualización de su diario, la acomete con más ímpetu. “Me sirve más que nunca para mantener el contacto con los míos”. www.fotolog.net/xylomatica

§ Martín cumple dos meses

§ Miguel Paz, periodista chileno de 29 años, especialista en ‘blogs’, llama en broma al proyecto de documentar los primeros pasos de su hijo “el ‘show’ de Martín”. “No, en serio. Es un modo de estar conectado con la familia y amigos alrededor del planeta. Con mis suegros, que viven Argentina; mis padres, en el sur de Chile, y familiares en España y Canadá”. Así, ni los océanos son excusa para no estar al tanto de las andanzas de Martín. Por cierto, el día 26 cumple dos meses.

§ www.flickr.com/photos/txt

§ Álbum familiar

§ Los recuerdos familiares ya no tienen por qué atesorarse en obsoletos y voluminosos libros de páginas pegajosas. 'Webs' como Flickr permiten guardarlos en la Red. Yago Avilés, un vecino de Noia (A Coruña) que aparece en la última imagen de la serie, encuentra en este sistema, además, otra ventaja. Su familia que vive en Colombia puede seguir las vidas de sus hermanos, sobrinos, tío y madre sin necesidad de esperar a las esporádicas visitas.

§ www.flickr.com/photos/yagoaviles

§ "El 'blogger' no piensa. Ve algo, lo publica y luego opina" (Diego Martín Lafuente, diseñador)

§ "En la mayoría de las bitácoras autobiográficas se cuele mucha ficción" (Hernán Casciari, escritor)

§ "Este fenómeno democratiza el exhibicionismo en función del talento" (Miguel Paz, periodista)

4. RESEÑA DE THE WEBLOG-HANDBOOK

The [Weblog Handbook](#)

§ [Weblog-Handbook](#)The [Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining your Web Log](#). Rebecca Blood. 2002. La creadora de Rebecca's Pocket, uno de los [blogs](#) de la época antigua ha volcado en un pequeño volumen de 200 páginas todo lo que ha aprendido durante los últimos tres años sobre [weblogs](#). No solo están sus propias experiencias, sino algo más valioso: la experiencia de la comunidad de [webloggers](#) de los primeros tiempos, y su evolución durante los últimos años.

§ El libro no enseña en realidad cómo crear un [blog](#) en el sentido «técnico», aunque incluye un apéndice con un tutorial rápido para hacer un 'blog de pruebas' bajo Blogger. No cuenta prácticamente nada sobre diseño, ni sobre tecnicismos innecesarios, aunque los imprescindibles para entender cómo funciona un [blog](#) (por ejemplo, cómo leer los «referrals» de los logs del servidor, para saber quién te visita o quién te enlaza, o qué es un dominio) están explicados de forma clara para cualquier internauta de nivel bajo-medio.

§ Por tanto, si Rebecca Blood no entra en tecnicismos, no se atreve a discutir si GrayMatter, Blogger o MovableType, no publica una lista de 'los mejores [blogs](#) del mundo', ¿Qué cuenta su libro?

§ En realidad, describe lo más interesante del mundo de los [weblogs](#): el por qué de los [blogs](#), cómo funcionan en calidad de fenómeno personal y de comunidad, y qué hacer para ser feliz creando y manteniendo un [weblog](#).

§ Uno de sus primeros comentarios es que un [blog](#) es interesante porque ayuda a cualquier persona a expresar sus ideas, a plasmarlas en «papel» (escribirlas) y a hacerlo de forma concisa (mensajes breves) y razonada (citando o enlazando). Partiendo de la base de que «todo el mundo tiene talento, es original y tiene algo importante que contar» (cita del clásico If You Want to Write de Brenda Ueland), Rebecca da una serie de consejos prácticos sobre cómo conseguirlo —consejos que vienen de la experiencia personal y de la comunidad original de [bloggers](#).

§ Los consejos del libro están escritos en un estilo que, aunque no deja de ser el de un clásico «libro en papel», denotan la concisión, claridad y estilo directo típicos de los [blogs](#), especialmente las afirmaciones rotundas (que cada uno puede creer o discutir). Un resumen rápido de todo lo que se explica y razona en el libro serían más o menos este:

§ * ¿Qué es un [weblog](#)? - Es una conversación de café en modo texto, con referencias cuando son necesarias. Un [blog](#) no deja de ser una página web en la que hay entradas (mensajes) ordenados por fechas, de arriba a abajo, empezando por las más recientes. Esta sería la descripción genérica de la que luego se derivan los diversos [blogs](#): los de tipo Diario («este soy yo y lo que me pasa»), Apuntes («notas sobre un tema cualquiera») o Filtros («mira este enlace y este y este, que son muy buenos»).

§ * ¿Por qué los [weblogs](#) son interesantes? - Porque proporcionan contexto a la información, promueven la cultura, proporcionan puntos de vista alternativos, invitan a la participación e incitan a evaluar la información. Desde el punto de vista personal, un [blog](#) hace que escribas mejor, tomes más consciencia de ti mismo, seas más crítico, te crees una reputación, e incluso que puedas hacer negocio con él.

§ * ¿Cuáles son las convenciones de los [weblogs](#)? - Mensajes con fechas: los más recientes arriba. Archivo de mensajes anteriores. Lista de enlaces a sitios que consideras interesantes. Notas de copyright y e-mail del autor. Enlaces permanentes que puedan ser citados. Buscador para encontrar mensajes antiguos. Sistema de comentarios para que los visitantes puedan opinar. No todas estas convenciones son obligatorias —y existen muchas otras en realidad— pero estas son las más reconocidas hoy en día como básicas e importantes.

§ * ¿Qué contar en un [weblog](#)? - Lo primero que hay que hacer es definir qué es lo que quieres hacer con tu [blog](#): publicar información para los amigos o familia, hacer negocio, ser un sitio de referencia sobre un tema concreto, compartir información. Los tipos más genéricos son los que sirven sencillamente para expresar ideas, mantenerse en contacto, compartir información o construirse una reputación.

§ * ¿Para quien escribir? - «Si escribes una anotación en tu [weblog](#) pensando en que eso es lo que alguien que te lee quiere que escribas, no has entendido lo que es un [weblog](#) (...) Es muy común que un nuevo [weblogger](#) anuncie al «público» a los tres meses que «necesita un descanso», para volver a la semana siguiente diciendo que ya no escribirá para su «audiencia». ¿Qué audiencia? Si quieres un [weblog](#) interesante sólo debes escribir para una audiencia: tú mismo.»

§ * ¿Cómo dar a conocer tu [weblog](#)? - Aparecer listado en los directorios como Yahoo o las listas de [blogs](#) no sirve de mucho: apenas llevarán visitas a tu [blog](#). Está bien si Google o AltaVista indexan tus páginas porque tal vez alguien encuentre algo que citaste. También puedes participar en los 'anillos web' de [blogs](#), listas de correo o trackers de actualizaciones de [blogs](#). Pero es más importante poner la URL de tu [blog](#) en tu firma de correo, participar en comunidades y publicar mensajes inteligentes y con contenido, a partir de los cuales —a través de tu firma— la gente investigará qué más has escrito... Naturalmente harán eso si les interesa lo que cuentas. Puedes enlazar a otros y esperar que te enlacen (si tus contenidos son interesantes), pero nunca pidas enlaces o aceptes intercambios de enlaces «porque sí». Como comentario sobre posibles tipos de contenidos, estas alturas de la película (año 2002), Rebecca considera que es especialmente pesado el cross-blogging o estar hablando y posteando sobre el «mundo de los [blogs](#)» (en vez de sobre otras cosas interesantes de cada uno), hablar de la «revolución de los [weblogs](#)», etc. ¡Esto puede ser hasta contraproducente!

§ * Tu audiencia. - «Es mejor tener la audiencia que te interesa que una gran audiencia.» Te darás cuenta de ello por los mensajes de correo que recibas, sobre todo si son de apoyo sincero o con comentarios inteligentes. Tu [blog](#) será finalmente juzgado por lo que realmente es y contiene, por mucha publicidad que le hagas por ahí. Nunca pongas un contador y te pases el día mirándolo. Los contadores o el análisis de logs pueden ser interesantes para descubrir otros [blogs](#) de gente que te ha enlazado o comentado sobre lo que has publicado, porque seguramente sus intereses son parecidos a los tuyos, y te apetecerá enlazarlos también.

§ * Cosas a evitar. No ataques a los demás. No respondas a los flameos (discusiones acaloradas, guerras santas). No pidas que te enlacen. No te quejes del poco tráfico que tienes. No censes comentarios.

§ * Cosas a hacer. - Cita las fuentes y da crédito a los autores originales de lo que encuentres y comentas por ahí. Avisa si ciertos contenidos o enlaces pueden herir la sensibilidad de alguien. Contesta el correo privado (en la medida en que puedas). Y respeta las seis reglas de la ética de los [weblogs](#):

- o 1. Publica sólo hechos que creas realmente que son ciertos
- o 2. Si existe material en línea, enlázalo
- o 3. Corrige cualquier desinformación que hayas podido publicar
- o 4. Nunca añadas, reescribas o borres un mensaje (la estructura de la WWW pierde consistencia, si lo haces, indícalo)
- o 5. Explica cualquier posible conflicto de interés que tengas que pueda ser relevante sobre lo que publicas
- o 6. Indica las fuentes «cuestionables» como lo que realmente son.

§ * Cómo mantener un [blog](#) - Organízate un horario o plan sobre cuándo publicar. Intenta no publicar durante tus horas de trabajo [hay gente a la que han despedido por esto]. Recuerda que todo lo que publiques permanecerá en Internet para siempre (sea en tus páginas, en la caché de Google o en Archive.org) por tanto, no publiques nada que pueda «sacarte los colores» o de lo que te arrepientas en el futuro —borrarlo no será la solución, y muchas veces no podrás borrarlo. Procura mantener tu intimidad en un nivel que te resulte confortable. Protege la privacidad de los demás (especialmente de los niños). No publiques cuando estás enfadado.

§ Terminada la parte central del libro, medio didáctica, medio «filosófica», The [Weblog Handbook](#) se completa con una breve historia de los [blogs](#), con detalles sobre la comunidad (de Estados Unidos, naturalmente) [¿Alguien se anima a hacer lo mismo sobre los [blogs](#) españoles, o los [blogs](#) en castellano? Actualización: [HistoriaDeLosWeblogs.com](#)], la evolución del software, el nacimiento de Blogger y otros sistemas de publicación personales, y algunos eventos relevantes como el cambio que está suponiendo para individuos y periodistas la existencia de los [blogs](#) como fuente de información alternativa. Como no podía ser menos, este libro publicado en junio de 2002 hace referencia a los acontecimientos del 11 de Septiembre de 2001 y lo que supuso para muchos bloggers especialmente implicados en la tragedia. Pregunta: ¿Hay algún libro con fecha 2002 de cualquier tema que no mencione en algún párrafo los acontecimientos del 11-S?

§ En definitiva: The [Weblog Handbook](#) es un volumen muy recomendable para todas aquellas personas que consideren que los [blogs](#) son algo divertido, interesante y que merece la pena — tanto crear como mantener, como simplemente probar. Al leerlo cualquiera que mantenga un [blog](#) se dará cuenta de lo que ha hecho bien, lo que ha hecho mal, o incluso se planteará discutir si todo lo que opina y propone Rebecca es cierto, razonable o «cuestión de gustos». El propio Rebecca's Pocket de la autora, por ejemplo, no es a mi parecer lo más interesante del mundo, pero en general yo diría que su experiencia, lo que ha aprendido de la comunidad de bloggers y lo que vemos en los [blogs](#) de todo el mundo cada día está correctamente reflejado en su libro y le otorga credibilidad suficiente como para convertirlo en un libro de referencia sobre este curioso mundo de los [weblogs](#).

Albert Morales es licenciado en Traducción e Interpretación por la Universitat Pompeu Fabra y en la actualidad está cursando el programa de doctorado en Ciencias del Lenguaje y Lingüística Aplicada (IULA, UPF, Barcelona).

Es becario predoctoral, colaborador del grupo de investigación IULATERM y miembro del Observatori de Neologia. Su investigación se centra, sobre todo, en el estudio de la neología, de la lexicografía y del análisis del discurso general y especializado (albert.morales@upf.edu).