

Páginas en blanco con un destinatario global

Los blogs, lo más parecido a un cuaderno digital interactivo, abren la creación en Internet a los que antes sólo eran espectadores



La cita que corona Technorati, el mayor buscador de blogs o bitácoras del mundo reza lo siguiente: "55 millones de blogs: algunos de ellos deben ser buenos". Éste no es el único número colosal que rodea a esta floreciente criatura de la Red, lo más parecido a un cuaderno digital interactivo. La consultora estadounidense Gartner predice que para mediados de 2007 se alcanzará la cifra de 100 millones de blogs.

Sin embargo, y según el mismo informe, a partir de ese máximo histórico el número de este tipo de páginas web decaerá hasta reducirse a la mitad. ¿Cómo es posible que tantas personas expongan sus vivencias, escriban sus pensamientos y cuelguen sus vídeos y fotografías personales en las páginas de Internet? ¿Y cómo

se explica que de golpe la mitad de esas páginas vayan a desaparecer? La razón de esta espectacular subida y de su rápido descenso radica en la esencia misma de este nuevo medio.

Entre el exhibicionismo y el discurso público

Un blog, o bitácora, es lo más parecido a una página en blanco en formato digital. Se trata de páginas web muy sencillas de crear y mantener que sirven para publicar textos, imágenes o vídeos periódicamente. En estas páginas web se muestran los contenidos en orden cronológico inverso: los últimos textos aparecen en primer lugar. Así, los lectores asiduos pueden seguir a sus autores preferidos con comodidad.

Los adolescentes plasman sus sentimientos en las pági-

nas en blanco de sus diarios y los adultos mantienen correspondencia por carta, por correo electrónico... Pero, a diferencia de la correspondencia escrita a tinta, o de los diarios íntimos guardados en cuadernos, el destinatario de estos nuevos escritos digitales ha pasado de ser una sola persona (o unas pocas) a convertirse en la comunidad global. El blog es un punto intermedio entre el exhibicionismo y el discurso público, ya que es un individuo el que habla a todos los demás y les cuenta su vida o sus pensamientos. Y el lector es libre de entrar en esa página web concreta o de irse a otra.

Dependencia de quien lo crea y de quienes lo leen

A pesar de ser un fenómeno que se desarrolla en un

entorno muy mecanizado, un blog depende por entero del esfuerzo humano, de la voluntad de escribir en él permanentemente o de mostrar vídeos o imágenes digitales captadas con una cámara. El blog es un organismo vivo que se alimenta de la comunidad; depende tanto del que lo crea y actualiza como de los que lo leen, lo miran y se hacen eco de su existencia en sus respectivos blogs. El blog nace en una sola persona, pero su objetivo es trascender a la comunidad.

Explicada la esencia de los blogs, tal vez sea más fácil entender la razón por la que se prevé que para mediados de 2007 alcancen su máxima expansión y luego comiencen a decaer: simplemente cuando pase la moda la mitad de los 'bloggers' (escritores de blogs) dejarán de escribir, por lo que sus 'creaciones' se perderán en la inmensidad de la 'blogosfera' (la comunidad de todos los blogs). Eso sí, la otra mitad continuará adelante.

El usuario es el protagonista

Entre los internautas que no se desaniman se está creando una verdadera sociedad digital en la que los usuarios no dependen exclusivamente de los periódicos, las revistas o las editoriales para informarse, entretenerse o disfrutar de buena literatura. En la 'blogosfera' no hay directores de periódico que digan qué noticia vale más que otra ni críticos literarios que señalen el nuevo genio. ★



PARA LOS AUTORES: sencillo y económico

Plataformas como **'Blogger' (www.blogger.com)** ponen al alcance de cualquier persona con ganas de sacar adelante su blog las plantillas y los programas para escribir y publicar en Internet de manera completamente gratuita. No son más difíciles de usar que el correo electrónico.

Con este sistema, el usuario adquiere una dirección de Internet en la que estará su blog. Esta dirección es del tipo **'www.usuario.blogspot.com'** (aunque ahora 'Blogger' ofrece también direcciones personalizadas si el usuario paga el dominio, unos 9 euros al año). Esto quiere decir que a los demás usuarios les bastará con teclear esta dirección en su navegador para acceder a las páginas del usuario, a no ser que éste indique expresamente que son privadas. ¿Y para escribir una nueva entrada en blog? El proceso es tan sencillo como enviar un email.

Con el tiempo, y si el entusiasmo no se ha perdido, se puede acceder a plataformas más complejas de edición de blogs, como WordPress o MovableType, que tienen muchas más posibilidades creativas que 'Blogger', pero que requieren de un servidor propio y conocimientos más avanzados. ★

PARA LOS LECTORES: lo mejor, los buscadores

Es tal la cantidad de blogs que hay en Internet y son tantos los miles que se crean cada día, los que dejan de actualizarse o los que sencillamente apenas contienen información, que lo recomendable es utilizar los buscadores de blogs, de gran importancia para los lectores (novatos o avezados) y también para los propios creadores de blogs (los **'bloggers'**) porque suelen incluir mediciones de popularidad que alimenta el *combustible* que mueve a la mayoría de estas webs: el ego de sus autores.

El primer buscador especializado fue Technorati, basado en las etiquetas que les ponen los bloggers a los comentarios que escriben (**'tags'**) para ordenar la **'blogosfera'**. Después Google contraatacó con Google Blog Search ofreciendo información más **'fresca'** (actualizada) que la versión convencional del buscador. En cualquier caso, en muchas ocasiones todo se resume en encontrar un buen punto de partida: los blogs suelen recomendar en una columna en su parte izquierda o derecha a otros blogs.

Si damos con un blog que nos apasione, podremos ir saltando de blog en blog para tejer una red de nuevos medios que acabaremos por consultar a diario. ★

