

QUÉ SON LAS BITÁCORAS Y ALGUNOS DATOS SOBRE ELLAS

Fernando Tricas García
Universidad de Zaragoza
ftricas@gmail.com

Juan Julián Merelo Guervós
Universidad de Granada
jjmerelo@gmail.com

1. Resumen

Las bitácoras (blogs, o weblogs, en terminología anglosajona) son una pujante forma de relación interpersonal y de publicación de contenidos de temática diversa en Internet. Una de las características clave es la facilidad de publicación, que pone al alcance de cualquier persona con acceso a la red la posibilidad de expresarse.

En este artículo vamos a presentar algunos ejemplos de las mismas, tratando de proporcionar un poco de contexto, motivaciones y razones para escribir bitácoras. Finalmente, mostraremos indicios cuantitativos del crecimiento del conjunto de bitácoras hispanas.

2. Introducción

Aunque la idea de publicar enlaces comentados en páginas web es tan antigua como la propia red, siendo uno de los precedentes la página 'What's New' del NCSA¹, el término 'weblog' fue utilizado por primera vez por John

¹Puede verse archivado en <http://archive.ncsa.uiuc.edu/SDG/Software/Mosaic/Docs/whats-new.html>, por ejemplo

Barger en diciembre de 1997². Posteriormente, y conviviendo con este término, se implantó el de 'blog', como contracción del anterior, que goza de amplia aceptación. En nuestro idioma también se usan estas palabras, aunque ha surgido una propuesta tomada del ámbito de la navegación marina, que traduce también literalmente el término *logbook*, origen de la palabra weblog. Se trata del 'cuaderno de bitácora', que es el libro en el que el capitán del barco anota las incidencias que suceden en la navegación³. El símil con la navegación por la red es suficientemente evocador y ha hecho que el término sea ampliamente aceptado (aunque tiene sus detractores). Naturalmente, los hablantes somos ahorradores por naturaleza, y se utiliza una nueva contracción, que es la palabra 'bitácora' (que, como todos sabemos, en el barco es el mueble que alberga el cuaderno donde el capitán escribe⁴). En lo sucesivo esta será la palabra que utilizaremos para referirnos a este tipo de páginas web.

La web siempre se nos había presentado como el espacio de comunicación democrático por naturaleza, donde cualquiera puede expresarse libremente y aportar sus conocimientos, de forma que los demás puedan aprovecharse de este esfuerzo. Lo cierto es que esas promesas, siendo interesantes y próximas a la verdad, ocultaban un inconveniente: había que conocer el lenguaje de la web para poder publicar contenidos en ella; había que conocer HTML (Hypertext Markup Language), que es el lenguaje que interpretan los navegadores, y ser capaces de publicar los contenidos en un lugar adecuado para que otros pudieran acceder a ellos. Es cierto que surgieron portales que facilitaban la publicación y alojamiento de los contenidos; Geocities⁵ fue uno de los portales pioneros en esta simplificación en la creación de páginas web

²<http://www.robotwisdom.com/log1997m12.html>

³El término parece que fue propuesto por Carlos Tirado y Gustavo Arizpe, en 1999

⁴entre otras herramientas de navegación marina

⁵<http://www.geocities.com/>, después adquirido por Yahoo!

para los usuarios normales a la vez que proporcionaban espacio y un sistema de direcciones web sencillas para los usuarios normales, pero seguían siendo necesarios algunos conocimientos para sacar partido a estos sistemas.

La llegada de las bitácoras hace que publicar en la web sea tan sencillo como escribir un mensaje de correo electrónico: se rellena un formulario (que el usuario ve como una casilla en blanco), se pincha con el ratón en el botón de publicar, y el sistema automático se ocupa del resto, tal como se ve en la Figura 1, que representa la ventana de edición de Movable Type⁶, uno de los sistemas de publicación personal de más amplia difusión.

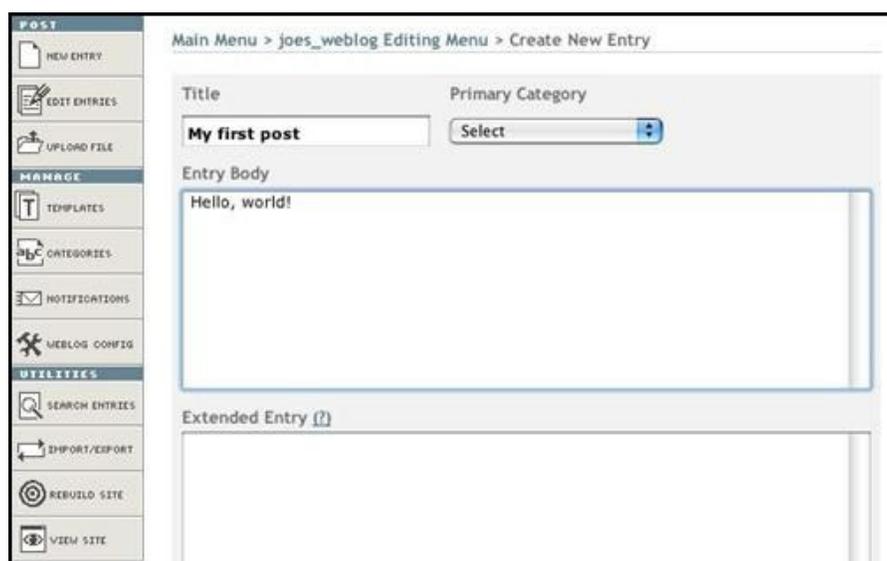


Figura 1: Página de edición de historias en Movable Type

En este caso se aprecia la posibilidad de asignar un título a la entrada (Title), así como publicar la entrada en dos partes, una introducción (Entry Body) y una extensión de la historia (Extended Entry). También se aprecia la posibilidad de seleccionar (al lado del título) una categoría (Primary Category) que nos serviría para poder clasificar los contenidos de acuerdo a una serie

⁶<http://www.movabletype.com/>

de temas que nos puedan parecer de interés. En la columna de la izquierda se presenta un menú de servicios que pueden ser de utilidad para el autor, en los que no profundizaremos.

Por tanto, una bitácora es, ante todo, una página web, pero todas presentan una serie de características comunes, que veremos a continuación.

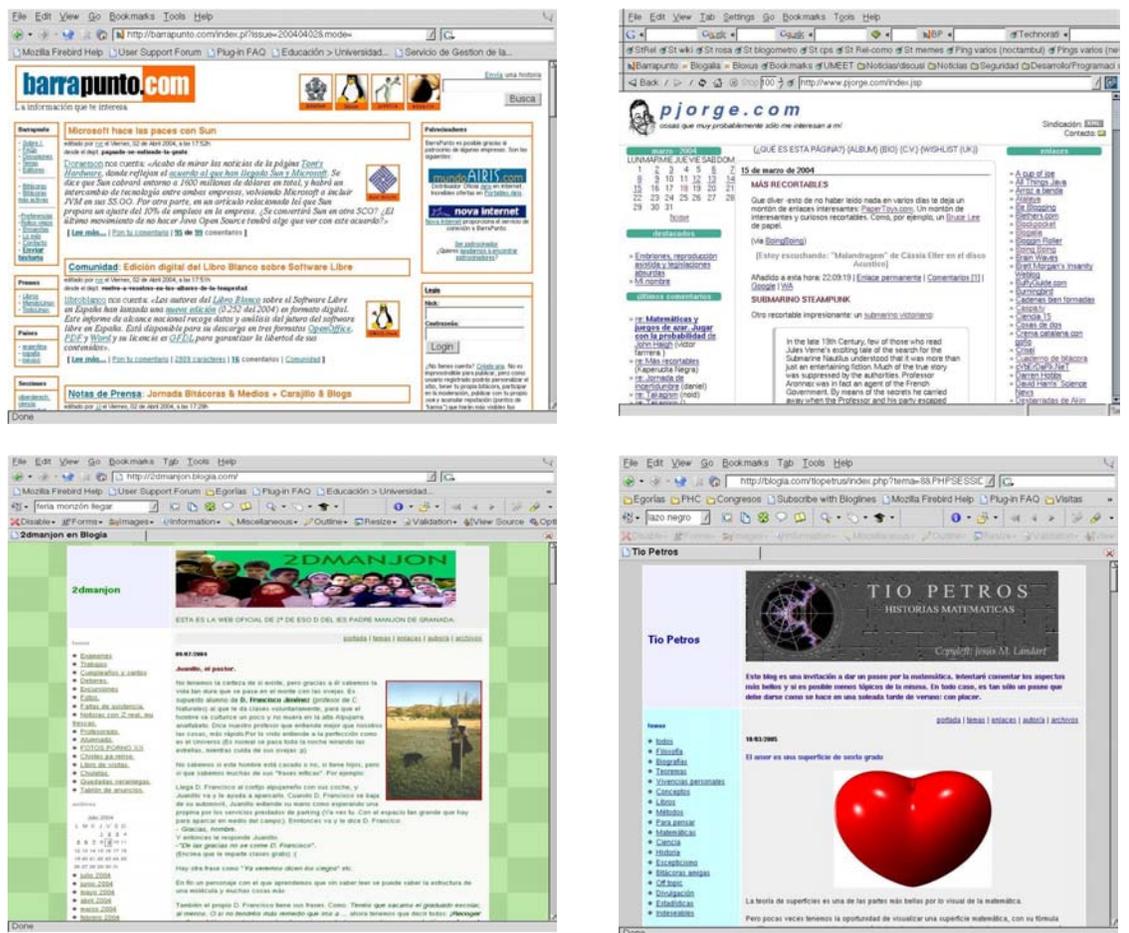


Figura 2: Algunas bitácoras populares en nuestro idioma: <http://barrapunto.com/>, <http://www.pjorge.com/>, <http://2dmanjon.blogia.com/>, <http://tiopetrus.blogia.com/>.

En la Figura 2 podemos ver algunos ejemplos de bitácoras populares en nuestro idioma. Todas ellas muestran elementos comunes: la página contiene entre dos y tres columnas, destacando una de ellas, con una mayor anchura.

En ella aparecen claramente diferenciados fragmentos de texto (que pueden contener también imágenes) que constituyen contenidos independientes. Además, asociado a cada uno de estos fragmentos suele haber un enlace permanente (permalink en terminología inglesa) que permite enlazar a cada uno de ellos de forma individual, otro enlace que permite acceder a una sección de comentarios; cada historia puede, de esta forma, recibir realimentación por parte de los lectores. Típicamente existen otras posibilidades, como el gestor de avisos de retroenlaces (Trackback⁷), o el uso de un registro de referidores, o páginas desde la que se ha entrado a la actual.

En las demás columnas suelen aparecer servicios adicionales, tales como enlaces a la propia bitácora, con la finalidad de proporcionar múltiples vías de acceso a la información generada en el sitio (archivo por fechas o temas, por ejemplo), formatos alternativos como el RSS⁸ y como enlaces a bitácoras y otros sitios que el autor valora especialmente (blogroll) y, por supuesto, tantas posibilidades como autores de bitácoras existen, pues suelen tener formato libre.

En lo que sigue vamos a tratar de hacer una introducción básica al tema, seguida de motivos y propuestas de uso, para terminar con algunas cifras que deberían ayudarnos a comprender la magnitud del fenómeno. En la sección 3 tratamos de proporcionar algo de contexto: ni el deseo de transmitir conocimiento es nuevo, ni se ha visto frenado porque las herramientas no fueran tan rápidas como las actuales. En la sección 4 proporcionamos una descripción de lo que es una bitácora y sus elementos característicos. En la

⁷<http://www.movabletype.org/docs/mttrackback.html>

⁸RSS es el acrónimo de *Really Simple Syndication* o de *Rich Site Summary*, dependiendo de a quien se le pregunte. Se trata de una versión reducida de la página web en cuestión, adecuada para ser leída mediante una clase de lectores especiales, denominados agregadores.

sección 5 se proporcionan datos y cifras. Finalmente, en la última sección se comentan algunas conclusiones sobre las ideas expuestas anteriormente.

3. Algo de contexto

Cuando hablamos de nuevas tecnologías nos sentimos seducidos por ellas y tenemos la tendencia a pensar que lo que las nuevas herramientas nos permiten es nuevo y no tiene antecedentes. Lo cierto es que no suele ser así y, desde luego (y afortunadamente, podríamos añadir), el interés por difundir conocimiento y comunicarse con los demás es algo tan antiguo como la humanidad. Por buscar algunos antecedentes próximos, podemos recordar cómo en la Edad Media los encargados de conservar y transmitir la palabra escrita eran, entre otros, los monjes. Muchos monasterios vivían gracias al patronazgo de algunos nobles y reyes, que se beneficiaban de sus labores de copistas, haciendo que la sabiduría de la época (y la de las épocas anteriores) pudiera transmitirse. Naturalmente, los que no tenían acceso a estos lugares tenían graves dificultades para consultar estos textos.

Fue en 1440 cuando Gutenberg inventó la imprenta de tipos móviles, que supuso una revolución en el acceso a la cultura, poniendo al alcance de un número mucho mayor de personas el acceso a los libros. Desde entonces hasta ahora, la transmisión de conocimiento escrito mediante la impresión ha sido un motor importante de difusión del saber y de las ideas.

Tampoco tenemos que pensar que la comunicación de muchos a muchos que permite la red es exclusiva de este medio: Jose Antonio Millán nos recordaba en Millán (1998) la existencia, a mediados del siglo XIX, de la revista *El Averiguador*

La revista no era ni más ni menos que una recopilación de correspondencia entre “curiosos, literatos, anticuarios, etc., etc.”, junto con una “revista [...] de documentos y noticias interesantes”

El mecanismo de funcionamiento de dicha publicación era el envío por parte de los lectores de textos, curiosidades, preguntas, ... En definitiva, una conversación mas o menos abierta (mediada, eso si, por los editores de la revista) mantenida a lo largo del tiempo con los plazos que impone el medio impreso.

Pero la imprenta no es el único medio de difusión de conocimiento y ‘The Internet in a cup’, publicado en *The Economist*⁹, nos recordaba cómo a finales del siglo XIX también se producía este intercambio de conocimientos y conversación de extensión mas o menos amplia en los cafés de Londres:

Where do you go when you want to know the latest business news, follow commodity prices, keep up with political gossip, find out what others think of a new book, or stay abreast of the latest scientific and technological developments? Today, the answer is obvious: you log on to the Internet. Three centuries ago, the answer was just as easy: you went to a coffee-house.

Por lo visto, había incluso cafés especializados en física, matemáticas, y otras ramas del saber y personas que se encargaban de transportar la información entre diferentes establecimientos, cuando la noticia parecía de suficiente relevancia.

⁹ http://www.economist.com/World/europe/PrinterFriendly.cfm?Story_ID=2281736. Número especial de fin de año del 2003

4. Algo más de información sobre las bitácoras

Ya hemos hablado antes de las bitácoras como un sistema para publicar en Internet de forma extremadamente sencilla. Vamos ahora a incidir un poco en los aspectos formales y también en algunas consecuencias de esta simplificación en el acceso a la difusión de contenidos en la red.

El contenido que se publica en estos sitios web se configura típicamente en entradas mas o menos largas, pero claramente diferenciadas unas de otras. Normalmente, cuando el visitante accede a la página principal de la bitácora lo que puede observar es la entrada (o post) publicada más recientemente en el lugar más privilegiado de la página: arriba y con mayor anchura que el resto. Las otras entradas (publicadas anteriormente) se encuentran más abajo en la página, o son accesibles de diferentes formas, perfectamente archivadas. Como ya dijimos arriba, cada entrada goza de vida propia, a través de los enlaces permanentes, que permiten hacer referencia a ellas individualmente. Esto, junto con la posibilidad de hacer comentarios a cada una de las historias, provoca que la actividad en el sitio web que la bitácora configura se desarrolle en varios lugares a la vez, facilitando también la creación de múltiples conversaciones, de forma simultánea. Estas conversaciones actúan como facilitadoras de un diálogo que se puede desarrollar a varios niveles, además de las que se dan dentro del propio sistema: no es raro que a la escritura de una historia en una bitácora se responda con la publicación de otra historia en una bitácora diferente, y que esa conversación se continúe a lo largo de varios sitios web (Anjewierden, Hoog, Brussee y Efimova, 2005).

Es habitual la búsqueda de motivaciones para cualquier actividad humana pero, en el caso que nos ocupa, surge con frecuencia la pregunta por parte de

las personas que se dedican profesionalmente a producir contenidos. ¿Por qué invertir esfuerzo y tiempo en una actividad como la escritura de bitácoras?

Se nos ocurren unas cuantas respuestas/propuestas, que nos gusta compartir con todo el que nos pregunta sobre el tema, con la esperanza de que estos motivos puedan ser de utilidad para alguien:

- Compartir conocimiento e información: los medios tradicionales de difusión del conocimiento tienen una limitación impuesta por la necesidad de ser rentables (económicamente) o, al menos, cubrir los costes de producción. Esto genera una barrera en lo que puede publicarse, que ha de alcanzar a un número suficiente de audiencia potencial para justificar la inversión del esfuerzo y el dinero.

Sin embargo, todos conocemos aficionados y expertos en temas que pueden no ser de interés comercial suficiente, pero que están dispuestos a invertir tiempo y esfuerzo en que sus intereses se difundan ampliamente. Además, la propia naturaleza de la red favorece que alcancen audiencias suficientes, por la agregación de muchas personas que pueden estar geográfica y temporalmente lejanas. La sencillez de publicación de las bitácoras además favorece que esos expertos puedan despreocuparse de la tecnología de la red, y centrarse en la generación y publicación del conocimiento, proporcionando una herramienta que resuelve algunas de las cuestiones técnicas.

- Opinión y diarios personales: está claro que todo el mundo tiene una opinión sobre los temas que le interesan o preocupan. Lo que no está tan claro es cómo conseguir que esa opinión sea escuchada más allá del círculo más íntimo. La publicación en los medios tradicionales está limitada a los ‘opinadores’ profesionales, y para el resto de las personas la difusión de su opinión queda limitada a poco más que las cartas de los

lectores de muchas publicaciones impresas, y los programas (típicamente radiofónicos) que permiten la participación de los oyentes.

Las bitácoras permiten que cualquier persona pueda expresar sus opiniones libremente, sobre los temas más diversos, reduciendo los requisitos necesarios para expresarse. Otra cuestión será el tamaño de la población que esas opiniones alcancen, pero desde luego potencialmente es mucho más amplia que la que permiten los medios tradicionales. Eso sin olvidar que el tamaño de la audiencia (frecuentemente nulo) no ha impedido el desarrollo de los diarios personales, que muchas personas no escribirían para ser leídos, sino como unas notas para sí mismos, que les sirven de memoria, y les proporcionan acceso en el futuro a las ideas y opiniones del momento de la escritura. Puede tener, en muchos casos, sentido que esa memoria sea abierta, de forma que no sólo el autor pueda beneficiarse de ella más adelante, sino también otros internautas.

- Relaciones públicas: es típico que muchas empresas y profesionales dispongan de una página web; el problema viene cuando la página web no refleja la actualidad de la actividad por carencia de personal especializado o por otros motivos. Los clientes visitan la página web, no encuentran lo que les interesa (ni nada) y no vuelven a visitarla nunca más.

Puede ser una buena idea utilizar una bitácora para publicar notas de prensa o referencias que se hacen sobre la empresa en distintos medios; en definitiva, mantener una presencia en la red con herramientas sencillas (Turcotte, Cass y Munroe, 2005).

- 'Periodismo': los medios tradicionales ejercen el papel de filtros de la actualidad. Reciben información sobre lo que va sucediendo y, en función de los intereses de su audiencia, seleccionan para publicar y tratar con mayor o menor amplitud los temas. Por la naturaleza de estos

medios (limitación de espacio y también de recursos) es evidente que muchos temas quedan fuera. Esto lo vive casi toda la población en momentos puntuales, cuando piensa que los temas que les son cercanos no son cubiertos adecuadamente por los medios, y también lo viven los expertos en cualquier rama del saber humano, que ven cómo sus intereses no se reflejan adecuadamente.

No es descabellado pensar en agrupar a personas por proximidad geográfica o de intereses para generar publicaciones en la red, y rellenar esos huecos dejados por los medios tradicionales. Nuevamente la herramienta hace que muchas más personas puedan acceder a la publicación en la red, sólo porque es sencillo y accesible para ellos.

- Notas, pensamientos e ideas: no todo el mundo tiene el deseo, la necesidad, o la posibilidad de estar publicando continuamente en la red (ni en ninguna parte). Pero es rara la persona que nunca, en ningún momento de su vida, ha querido tener voz en algún tema, y las bitácoras pueden ser una herramienta adecuada para ello.
- Literatura: pocas personas (al menos en España) terminan pudiendo vivir de sus actividades de creación literaria. Pero eso no impide que haya un buen número de escritores, talleres de escritura e, incluso, un no despreciable negocio de editoriales de auto-publicación que dan acceso a las herramientas tradicionales (revistas, libros, ...) a los escritores aficionados que no pueden participar a través de los canales comerciales tradicionales.

No sería desdeñable el acceso a un sistema de publicación en la red barato y sencillo, siempre que el objetivo sea dar a conocer la propia obra.

- Política: entre los diferentes temas sobre los que podemos tener opinión, la política es uno que nos afecta particularmente y que está muy

controlado en los medios tradicionales. Cada medio tiene su política editorial en el tratamiento de este tipo de noticias que corresponde, en algunos casos, a los propios intereses. En la red es posible un debate más abierto e independiente, sobre todo cuando los temas considerados afecten a áreas de nuestro interés más cercano.

- **Búsqueda de almas gemelas:** en una sociedad donde los intereses están tremendamente atomizados, muchas veces es difícil encontrar personas que compartan una parte sustancial de los mismos, y con los que poder comentar los últimos éxitos del cine iraní o los problemas profesionales de los traductores de búlgaro, pongamos por caso. El extender la búsqueda de personas a todo el mundo conectado amplía bastante las posibilidades de encontrar un grupo de personas con los que poder compartir intereses.
- **Comunicación uno-a-muchos o muchos-a-muchos:** para grupos extendidos, en los que todos usan Internet, muchas veces resulta conveniente el usar el formato bitácora para comunicar cosas personales, bien en abierto o bien sólo a un círculo restringido de amigos, como permiten ciertas herramientas, tales como MSN Spaces¹⁰. Es menos intrusivo que el correo electrónico, y permite que todo el grupo participe en conversaciones.
- **Porque sí: o, más bien, ¿por qué no?** La existencia de herramientas no nos obliga a utilizarlas, pero está claro que podemos acercarnos a ellas, si pensamos que pueden cubrir nuestras necesidades en alguno de los aspectos de nuestra vida.

En definitiva, las bitácoras no son más que una herramienta que nos facilita

¹⁰<http://spaces.msn.com>

formar parte de una conversación global, en función de nuestros deseos e intereses. Ya no tenemos por qué ser espectadores pasivos, sino que podemos aportar y podemos tener cosas que decir (y decir las) si ese es nuestro interés. Internet favorece que haya personas que puedan compartir con nosotros esa conversación. O, al menos, es la herramienta que nos proporciona esa posibilidad de forma más accesible.

5. Algunos datos y cifras

En esta sección vamos a ofrecer algunos datos que nos permitan evaluar el tamaño y crecimiento de la blogosfera. Hablar de cifras siempre es peliagudo, porque las fuentes son difíciles de contrastar, y además quedan anticuadas en muy poco tiempo. Por eso es importante señalar que los datos corresponden a mayo de 2005 y se comparan con datos obtenidos por los autores en marzo de 2005 y finales de abril del mismo año. El objetivo es mostrar, aunque sea de forma anecdótica, la variabilidad de las cifras, en particular debido al espectacular crecimiento actual. Se han obtenido de diversas fuentes, principalmente de Technorati¹¹, un buscador especializado en bitácoras. También del blogómetro¹², una herramienta creada por los autores junto con Víctor R. Ruiz para estimar el crecimiento de la blogosfera hispana, así como para realizar otras medidas. El blogómetro incluye tanto una base de datos de bitácoras y de enlaces entre las mismas, como un robot que periódicamente recorre todas las bitácoras en busca de enlaces nuevos.

En mayo de 2005 Technorati estimaba el tamaño de la blogosfera (a nivel mundial, aunque con un fuerte sesgo hacia la blogosfera de habla inglesa) en

¹¹<http://www.technorati.com/>

¹²<http://www.blogometro.com/>

10 millones de bitácoras (9M en marzo, 7.8M en abril)¹³. Los autores del sitio hablaban de 1151 millones de enlaces (1099 y 937 en marzo y abril, respectivamente). Estas medidas tienen el problema de que no son muy útiles a la hora de representar nuestra propia blogosfera: aunque en los últimos tiempos ha mejorado mucho, hay muchas bitácoras que no aparecen. Además, es difícil obtener cifras de nuestro interés a partir de los datos globales. Estos fueron algunos de los motivos que impulsaron la creación de nuestro robot, con el que tratamos de alcanzar un poco de visibilidad y recibir la colaboración de los miembros de la blogosfera hispana para hacernos una mejor idea de su tamaño y comportamiento, con variado éxito.

Como en Internet es difícil establecer claramente la ubicación geográfica de las páginas web (o, más bien, de sus autores), decidimos hacer una descripción de la blogosfera hispana que fuera inclusiva, en lugar de selectiva: en este sentido, la decisión fue incluir a todas las bitácoras que se escriban en alguna de las lenguas de España (y, por lo tanto, de Latinoamérica), así como las bitácoras para las que pudiendo determinar claramente el origen del autor, éste perteneciera a cualquiera de los países a los que hace referencia la selección basada en el idioma, independientemente de cuál fuera el elegido por el autor.

En el caso de la blogosfera podíamos hablar en mayo de 2005 de algo más de 73400 bitácoras (67800 y 49000 en marzo y abril, respectivamente) con más de 6 millones de enlaces (4.5 y 5 millones en marzo y abril, respectivamente). Sin embargo, estos datos incluyen sólo bitácoras de las que tenemos conocimiento. Una estimación basada en las bitácoras conocidas y usando

¹³entre paréntesis vamos a poner los datos obtenidos para la participación en las *Jornadas del Plan Joven*, y en las *I Jornada de Bitácoras y e-Derecho*, celebradas en Zaragoza en marzo y abril, respectivamente

Google¹⁴ nos dice que posiblemente el tamaño real de la blogosfera sea ente 2.5 y 3 veces el número de bitácoras registradas en el blogómetro, con lo cual cabe decir que el aumento del número de bitácoras se debe tanto a la creación de las mismas, como al descubrimiento de bitácoras ya existentes, en cuyo caso el ritmo real de creación de bitácoras sería inferior al que refleja la base de datos del blogómetro. En todo caso, este número es un límite inferior, que conviene tener en cuenta. Además, no hay que olvidar que algunas de esas bitácoras pueden estar inactivas durante un periodo determinado, que puede oscilar entre meses y años.

Según nuestros datos, estas cifras se desglosarían entre los distintos proveedores de servicios de acuerdo a los datos de la Tabla 1¹⁵.

Alojamiento	Datos mayo	Datos abril	Datos marzo
Blogia.com	31013	27899	17265
Ya.com	13535	12248	10860
diariogratis.com	6020	5461	1759
blogspot.com	3797	3672	3614
bitacoras.com	3117	3110	3110
zonalibre.org	2398	2397	2394
acelblog.com	1925	1568	*
lamevaweb.info	1699	1483	*
barrapunto.com	1410	1375	1326
barcelonablogs.com	1272	1185	958

Tabla 1: Alojamientos con más de 1000 bitácoras en mayo de 2005

¹⁴Publicada por uno de los autores en su bitácora, <http://atalaya.blogalia.com/historias/32256>

¹⁵Con * marcamos la ausencia de datos por tener menos de 1000 bitácoras alojadas

Algunos de estos datos (particularmente los de Blogspot¹⁶) son menores de lo que corresponde a la realidad, como hemos señalado antes. No todos los sitios facilitan/favorecen este tipo de información y tenemos que confiar en las personas que nos ayudan y contar con nuestras propias fuerzas.

En el mes de abril se publicó un informe Henning (2005) de la consultora Perseus en el que se hacía una estimación de 53 millones de bitácoras en todo el mundo para finales de este año (el año pasado se hizo un informe Henning similar que hacía una estimación de 10 millones).

Para concluir con el repaso del tamaño de la blogosfera, incluimos también otras cifras publicadas en diversos sitios web del tamaño de varias blogosferas 'locales'. Insistimos en que estas cifras deben considerarse con las precauciones debidas porque no siempre las fuentes proporcionan datos contrastables.

- En MSN Spaces se hablaba de más de 7 millones en mayo¹⁷ con una tasa de creación de nuevas bitácoras de alrededor de 100000 al día. De ellas, alrededor de 170000 estarían actualizando cada día, habiendo estimaciones de unas 880000 activas.
- En Francia, en Skyblogs¹⁸ se hablaba de mas de 2 millones de bitácoras¹⁹.
- En Japón²⁰, más de 3 millones.
- En China²¹, a pesar del fuerte control impuesto por el gobierno, se

¹⁶<http://www.blogspot.com/>

¹⁷<http://www.blogherald.com/2005/04/21/microsoft-poised-to-take-blogsphere-lead-7-million-blogs-100000-new-blogs-being-created-per-day/>

¹⁸<http://www.skyblogs.com/>

¹⁹<http://www.lemonde.fr/web/article/0,1-0@2-3226,36-652528@51-651796,0.html>

²⁰<http://japantoday.com/e/?content=news&cat=4&id=337565>

barajaban cifras de más de 4 millones (de una estimación de 100 millones de internautas).

En cuanto al crecimiento, se ha publicado que la blogosfera global se duplica en tamaño cada cinco o seis meses. Nuestras propias estimaciones, a partir de los datos que vamos recolectando, nos sirven para afirmar que en el caso de la blogosfera hispana también se duplica el número de bitácoras con la misma periodicidad más o menos. En todo caso, la tasa de abandono también es alta. Por ejemplo, se publicó²² que de los 2 millones de usuarios que habían probado LiveJournal²³ durante los 6 meses previos, sólo 170000 permanecían activos. También conocemos el trabajo de Gina Venolia (2004), donde se hace una primera aproximación al modelado del abandono por parte de las personas que crean bitácoras en el mismo alojamiento.

6. ¿Un mundo ideal?

Todo lo expuesto hasta ahora podría hacer pensar que la publicación de bitácoras (o, para el caso, el uso de cualquier sistema de publicación en Internet) es algo que todo el mundo hará con gusto y del que todos podrán sacar partido. Queremos señalar en esta sección algunos de los aspectos negativos, que pueden afectar a los que publican en la red, o impedir el acceso a esta forma de expresión.

En primer lugar, está claro que para poder participar en la conversación global hace falta conexión a la red, y utilizarla habitualmente. Esto no está al alcance

²¹<http://www.nytimes.com/2005/05/24/opinion/24kristoff.html>

²²<http://dijest.com/bc/2004/08/livejournal-15-million-active-users.html>

²³<http://www.livejournal.com/>

de todas las personas (y menos en nuestro entorno, donde arrastramos un importante retraso en estas cuestiones, si hacemos caso a las estadísticas que se publican sobre el nivel de acceso; mucho menos en los países del llamado Tercer Mundo). Por supuesto, igual que otras actividades humanas no son adecuadas para todo el mundo (o diferentes personas ven adecuadas para ellas distintas actividades), no todos los internautas sacarán beneficio (o verán las ventajas antes expuestas a esta forma de comunicarse).

También parece claro que la mera existencia de herramientas para publicar y la posibilidad de que nuestras contribuciones sean universalmente accesibles no garantizan que nadie vaya a prestar atención a nuestra actividad. Vivimos en una economía de la atención, donde el tiempo de las personas es un bien escaso y que ha de repartirse entre un número creciente de fuentes de información y conocimiento.

Finalmente, parece que en la red tenemos tendencia a reproducir los defectos de la vida desconectada (Adamic y Glance, 2005): seguir las fuentes que ayudan a reforzar nuestras creencias, en lugar de contrastar su opinión con otras, que nos sirvan para alcanzar una visión más global. Probablemente eso tiene que ver con el tiempo limitado del que hablábamos arriba, pero sería bueno aprovechar en toda su amplitud un medio que nos permite contrastar una diversidad de opiniones.

7. Conclusiones

Las bitácoras son una herramienta que nos facilita publicar en la red. Su simplicidad favorece que muchas más personas puedan utilizar esta forma de expresión y comunicación.

No obstante, no debemos pensar que esto hace que, automáticamente, todo el mundo vaya a utilizarlas. Las herramientas existen, son cada vez más sencillas de manejar, pero eso no quiere decir que todo el mundo vaya a necesitarlas o tener interés por ellas.

Finalmente, hay que tener cuidado con la llamada fractura digital, a dos niveles: el de las personas que no tienen ni siquiera la posibilidad de conectarse a la red, y el de las personas que usan estas herramientas de comunicación sólo para reafirmarse en sus propias convicciones, sin explotar las posibilidades de búsqueda de alternativas que nos proporcionan.

Bibliografía

- ANJEWIERDEN, A.; HOOG, R.; BRUSSEE, R.; y EFIMOVA, L. (2005). *Detecting knowledge flows in weblogs*. Submitted, 2005.
- ADAMIC, L., y GLANCE, N. (2004) "The political blogosphere and the 2004 u.s. election: Divided they blog?". En *Proceedings of the 2nd Annual Workshop on the Weblogging Ecosystem: Aggregation, Analysis and Dynamics*, WWW2005, 2005. Disponible en <http://www.hpl.hp.com/research/idl/papers/politicalblogs/>.
- HENNING, J. (2004). "The Blogging Iceberg". *Perseus*, Abril 2004. Disponible en <http://www.perseus.com/blogsurvey/geyser.html>. Descargado Abril 2004.
- HENNING, J. (2005). "The Blogging Geyser". *Perseus*, Abril 2005. Disponible en <http://www.perseus.com/blogsurvey/geyser.html>. Descargado Abril 2005.
- MILLÁN, J. A. (1998). "Del averiguador a la malla mundial la cultura en la comunidad virtual del español". *Revista de Occidente*, 206, Junio 1998. pp. 98–109. Disponible en <http://jamillan.com/averigua.htm>. Descargado Junio 1998.
- TURCOTTE, S.; CASS, J.; y MUNROE, K. (2005). "Corporate Blogging. Is it Worth the Hype?". *Backbone Media*, 2005. Disponible en <http://www.backbonemedia.com/blogsurvey/>. Descargado Julio 2005.
- VENOLIA, G. (2004). "A matter of life or death: Modeling blog mortality". Disponible en <http://research.microsoft.com/~ginav/ljmodeling.pdf>. Descargado Julio 2005.

