

## LA EXPLOSIÓN DE LOS BLOGS

Los **diarios personales publicados en internet** cotizan al alza. Hay cerca de siete millones en el mundo, y algunos se han convertido en líderes de opinión, en negocio, en una nueva forma de comunicarse de abajo a arriba. Otra revolución crece en la Red

# «Blogalización»: el nuevo activismo

TEXTO: JUAN FRANCISCO ALONSO FOTOS: DANIEL G. LÓPEZ Y JULIÁN DE DOMINGO

**E**n el aula azulona del Instituto de Empresa, en la calle de Serrano (Madrid), no hay una silla libre. La mesa redonda que aquí se celebra apenas se ha susurrado en algún sitio de Internet, y quizá en el boca a oreja, pero los fanáticos del chip son sabuesos entrenados para descubrir lo poco evidente. Al menos sesenta «bloggers» (escritores de cuadernos de bitácora en la Red), empresarios con el nudo de la corbata aún apretado a las 18.00 h., casi todos hombres, se sientan y esperan. Quieren saber qué hay de nuevo en este mundo recién estrenado. Media docena han venido con el portátil puesto, y teclean en tiempo real en su diario, el colmo de la adicción: «Bloggeando desde la sesión de blogs y empresa», escribe Enrique Dans [www.enriquedans.com], profesor del Instituto anfitrión, sentado en la primera fila.

¿Y qué hay de nuevo? En realidad, todo lo es, tanto que puede que a muchos de los que lean estas líneas, la «blogosfera» les suene a un planeta extraño. Para ellos, habría que precisar que los weblogs, blogs o bitácoras son diarios personales publicados en Internet, moda seguida por casi siete millones de personas en el mundo, según Loric Le Meur, director de Six Apart, una de las compañías que facilitan las herramientas para construir los blogs. Pero, más allá de las cifras, estos modestos textos colgados en el aire se han convertido en formas de activismo de seguimiento millonario, en ojos alternativos en acontecimientos internacionales, en ideas que surgen de abajo a

arriba y socavan las jerarquías tradicionales» (Álvaro Ibáñez, www.microservos.com), en un puñetazo de frescura (o de irreverencia, o de locura, o de datos insospechados, o de opiniones múltiples, o de operaciones de marketing, o de, al cabo, sensaciones íntimas).

### Viaje de la música a la política

Veamos un ejemplo. Ignacio Escolar, periodista especializado en tecnología, empezó a escribir sobre música independiente hace cuatro años. Hace dos se rompió el hombro mientras esquiaba, circunstancia que le dejó en cama durante un tiempo y que le permitió empezar un blog que hoy recibe entre dos mil y cuatro mil visitas diarias. El martes, en pleno debate sobre el plan Ibarretxe, comentado en directo en escolar.net, esa cifra se triplicó. «El blog es una charla de café en la que participa mucha gente. En mi página, los temas políticos son los que despiertan más interés, los que provocan más debate, tal vez porque llevamos un tiempo de avalancha de grandes noticias. Los blogs enfocan esos temas de una forma muy diferente a los medios tradicionales, con enormes dosis de opinión y un tono confidencial que el público agradece».

La «explosión blog» toca todas las telas. Un día supimos que un ciudadano iraquí de veintinueve años, Salam Pax, narraba en directo la vida bajo el fuego en Bagdad. Hace poco más de un mes, cuando se desgarró la tierra en Asia, un blog canalizó y organizó las actuaciones de emergencia. Más de

dos millones de personas visitaron esta página en unos días: <http://tsunamihelp.blogspot.com>. Y el pasado martes, el último texto de Ivan Noble, periodista de la BBC, antes de que un tumor cerebral acabara con su vida, nos helaba el corazón: «Esta es la última vez que escribo...».

Almudena Montero, periodista, creó su bitácora en el invierno de 2003, atacada de aburrimiento después de llenar el estómago en el comedor de la productora de televisión Globomedia, en un polígono industrial cercano a Madrid. Comía a las dos, y a las dos y diez había terminado, con casi dos horas por delante sin nada que hacer. Su hermano tenía un blog, y pensó que quizá fuera buena idea dedicar el tiempo libre a escribir, una de sus pasiones. Inventó historias, las mezcló con los fantasmas de una treintañera que vive sola (bueno, con su perro, Baído), y un día alguien le dijo que las leían en Radio 3. Luego, un periódico reseñó su bitácora, antes muerta que sencilla [www.lacoctelera.com/amqs], y le llamó una editorial (Aguilar), y este miércoles llegará a las librerías el primer blog español recopilado en papel, «Mi vida perra».

Dice José Luis Orihuela, profesor de la Universidad de Navarra, que «el boom de los diarios personales llegó de la mano de las soluciones de software para editar y publicar bitácoras, muy especialmente de Blogger, desde finales de 1999. Orihuela, que recibe cada día dos mil visitas en [www.ecuaderno.com](http://www.ecuaderno.com), reconoce que vive «bajo el síndro-



«Acabamos de descubrir un continente, pero sólo estamos en la playa», opinan los seguidores de esta nueva herramienta de comunicación

## Otra forma de exhibición, otra forma de cobardía

POR NACHO VIGALONDO CANDIDATO AL ÓSCAR AL MEJOR CORTOMETRAJE

**N**ecesitaba hacer una página para ordenar mi trabajo y exponerlo a quien pudiese estar interesado. He superado el prejuicio de la ventanita, del archivo comprimido y la tortilla de pixels, además «7:35 de la mañana» había cumplido un año de vida y merecía colarse por debajo de la puerta. Lo añadí textos y convertirlo en un blog era una tentación inevitable, otra forma de exhibición, otra forma de cobardía, quizá «Oiga, estas son mis películas, pero antes de nada, que quede claro que soy así de najo». Por otro lado, prácticamente el ochenta por ciento de mi actividad escrita son guiones cinematográficos. Ya se sabe, esos textos que necesitan ser so-

brios, precisos, secos, bla, bla, bla. Un blog me daba la oportunidad de liberarme y ampliar la gama de epítetos a la hora de hablar de mi director favorito o la borrachera de tal noche. Y ya, en el colmo de lo retorcido, un blog me permitiría estudiar la expectación que podrían crear futuros proyectos, palpar en las reacciones de los visitantes anónimos qué evoca tal título o si despierta la curiosidad tal cartel o tal frase promocional.

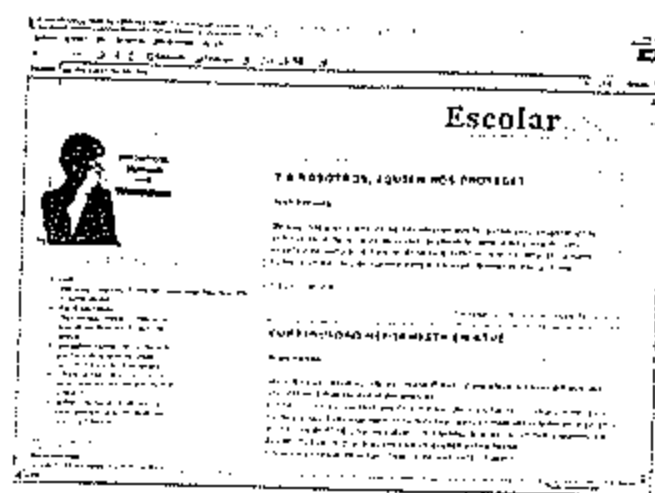
¿En qué se ha concretado todo esto? En una página en la que acabé enseñando los videos que no enseñaría jamás y acabé contando las cosas que no contaría jamás. Una visión de mi mismo y mi entorno inmedia-

to con sus luces, claro, pero con algunas sombras que, en fin... Nada que pueda destacar ningún escándalo real. Pero lo justo para convertirme, quizá, en el nominado al Oscar más expuesto de la historia.

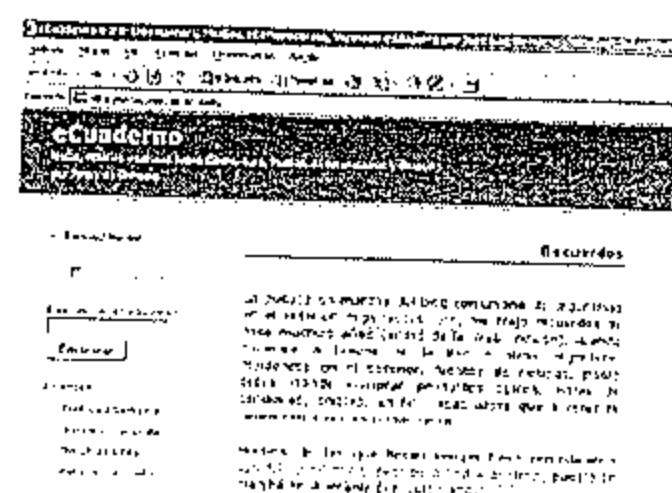
Y el giro de la nominación, aparte de colapsar el blog durante días, ha servido para poner la página en un sillón privilegiado en eso que he aprendido a llamar la blogosfera. El apoyo y el ánimo que han llegado desde las bitácoras más lejanas e impredecibles es algo que nunca terminaré de agradecer en estos días en los que mis aparatos digestivo y nervioso están cerrando el pacto de amotinamiento definitivo.

[www.nachovigalondo.com](http://www.nachovigalondo.com)

«En mi página, los temas políticos son los que despiertan más interés, los que provocan más debate», dice Ignacio Escolar



José Luis Orihuela, de ecuderno.com, cree que «la sociedad civil va muy por delante de los partidos, de los medios y del Gobierno en la Red»



«Teckis». Siempre están «on line», con el pc al alcance de la mano. De delante a atrás, Loic Le Meur (Six Apart), Octavio Rojas (octavio Rojas.blogspot.com), Fernando Polo (Dicelared) y Alberto Knapp (lacoctelera.com)

## MARGOT WALSTROM

Vicepresidenta de la Comisión Europea

# «El blog forma parte de una nueva política»

Los políticos aún no han descubierto los cuadernos de bitácora, salvo excepciones. Quizá la más llamativa sea la de Margot Wallstrom, que cuenta su vida en el Ejecutivo comunitario

POR ENRIQUE SERBETO CORRESPONSAL EN BRUSELAS

(Viene de la página anterior)

otro gadget convertido en obsesión: profesores o profesionales en busca «de un cierto liderazgo intelectual» que fortalezca su curriculum y que les sirva de escaparate, como reconocen Enrique Dans y Octavio Rojas, este último relaciones públicas [http://octavio Rojas.blogspot.com]; y periodistas, muchos periodistas.

«El poder de publicar se extiende a los lectores, y los medios tradicionales pierden el privilegio de ser los intermediarios exclusivos en los procesos de comunicación pública—explica el profesor Orihuela—. Cuando los usuarios de los medios se convierten en suministradores de contenido y en críticos del sistema mediático, entonces el concepto y las funciones de los medios tradicionales y del periodismo se enfrentan a un cambio radical. Con diversas denominaciones, el movimiento We Media, medios participativos o periodismo participativo, revela que se impone un modo más plural y diverso de concebir la gestión de la información pública, que ya no está exclusivamente mediatizada por el sistema de medios tradicionales».

Algunos periódicos, sobre todo franceses, incluyen en sus ediciones en Internet los blogs de sus periodistas o de otros «redactores» invitados, que alientan curiosos dueños: el diario de un activista de Porto Alegre frente al de un visitante de Davos, por ejemplo. Toda esta avalancha de opiniones forma un ruido muy útil desde el punto de vista comercial. Dicelared, la empresa de Fernando Polo, se ocupa de analizarlo con un sistema de arañas que rastrea foros y blogs. ¿Para qué sirve? «Se puede tener información en tiempo real de lo que se está diciendo sobre un nuevo producto: sus virtudes o sus defectos, lo que va a ha-

cer que se venda o, al contrario, lo que le va a hacer fracasar». Su último proyecto, buzzmaps, entrega a los clientes un cuadro de mando que muestra gráficamente qué se dice en la Red sobre cada tema que les interesa.

Y, así, el caz de las bitácoras nos lleva al molino del negocio. ¿Se podrá ganar dinero con un diario personal? Julio Alonso, consultor de empresas durante diez años y ahora promotor de Xataka.com, blog sobre tecnología, con cien mil visitas al mes, está convencido de ello, siempre que se cumplan tres premisas: un contenido de calidad, un tráfico importante y la independencia. Las bitácoras pensadas para los «teckis», llenas de lo último en electrónica, como gizmodo.com o engadget.com, son un continuo ir y venir (200.000 páginas vistas cada día) de «gente obsesionada en busca de contenidos pensados para gente obsesionada», según la definición de Alonso.

La reunión del Instituto de Empresa está llena de «teckis» en busca de aplicaciones económicas de los blogs. En la charla se manejan conceptos como «ponerle rostro humano a las empresas», facilitar la comunicación con los clientes o gestionar la comunicación corporativa. Claro que no siempre es tan fácil. A veces, es insultantemente difícil: una lista nutrida de «bloggers» han sido despedidos en Estados Unidos por colgar en su diario ideas o imágenes que sus empresas consideraron inadecuadas, entre ellos la conocida autora de este diario: http://queenofsky.journalspace.com, casi un símbolo. Y es que, como afirma el profesor Orihuela, «la sociedad civil sigue estando muy por delante de los partidos, de los medios y del Gobierno en la apropiación de la Red como canal de comunicación».

«Creo que es esencial hablar con la gente, antes que hablar a la gente. Lo que importa es entablar un diálogo, porque la comunicación no puede circular solo en una dirección». La vicepresidenta de la Comisión Europea y encargada de la estrategia de la Comunicación, la sueca Margot Walstrom, se ha puesto este lema en su página oficial y después ha querido cumplirlo al pie de la letra creando también su propio blog desde donde cuenta su vida como miembro del ejecutivo comunitario.

Aunque no se lo recomienda a otros dirigentes políticos, la comisaria Wallstrom, de origen sueco, está muy satisfecha con su experiencia en la web: «En esta legislatura empezaron llamándome la Relaciones-Públicas-en-jefe de la Comisión Europea y al principio no me gustaba nada, pero ahora he cambiado y lo veo mejor, porque significa relaciones con el público pero en las dos direcciones, porque consiste en saber también lo que la gente piensa sobre nosotros. Es tiempo de que se empiece a tener en cuenta también lo que la gente piensa sobre la Unión Europea. Una parte del papel que me corresponde ahora es precisamente ese, escuchar lo que dice la gente. Eso nos enseñará precisamente a que tenemos que ser mucho mejores a la hora de comunicar lo que es la UE y lo que hacemos».

—¿El Blog que ha abierto en internet forma parte de su estrategia de relaciones públicas?

—Bueno, creo que sí, que se puede considerar parte de esa nueva política. Me gusta la idea y creo que es bueno también para mí, porque me ayuda a sentarme en calma cada día un tiempo y reflexionar sobre lo que ha pasado y contarlo de una forma que yo defino como «personal, pero no privada», ese es el punto.

—Se habrá dado cuenta de que muchas de las preguntas y los comenta-



rios que hacen los visitantes de su blog no son precisamente amistosas ni favorables.

—Sí, lo sé. Imaginará que lo sigo con atención. La mayor parte de los comentarios creo que son positivos, pero los hay que efectivamente tienen un contenido... bueno ya sabe. Pero está bien, es algo que hay que asumir. De hecho se trata precisamente de eso, de que la gente diga lo que piensa. Unos hacen comentarios que me gustan, otros no. —¿Les aconsejaría a otros miembros de la Comisión o a dirigentes políticos europeos que sigan sus pasos y construyan sus propios blogs? —Yo lo hago, pero es una decisión personal. Eso no quiere decir nada, puede hacerse o puede no hacerse. Cada cual sabe si le parece bien o no. A lo mejor si lo hicieran se enfadarían mucho al leer los comentarios, así que puede que sea mejor que no lo hagan.

<http://weblog.jrc.cec.eu.int/page/walstrom>



**Blogadictos.** De izquierda a derecha, Álvaro Ibáñez (microservos.com), Enrique Dans (enriquedans.com), Juan Varela (periodistas21.blogspot.com) y Julio Alonso (xataka.com)

me del próximo post», de la siguiente anotación que pueda compartir con sus alumnos o sus lectores. Ecuaderno es una referencia entre las bitácoras escritas en español, unas cuarenta mil, una gota de agua en el océano del inglés.

Las cifras y las posibilidades de esta nueva herramienta aún se antojan modestas, entre otras cosas porque, como dice Alice Marshall, de TechnoFlak, «acabamos de descubrir un continente, pero sólo estamos en la playa». En la ciberarena, muchos se preguntan qué se puede hacer con una ventana en la que cualquiera puede cantar las cuarenta al mundo. ¿Se puede ganar dinero? ¿O tal vez prestigio? ¿Se puede modificar la realidad? Juan Varela,

consultor de medios [<http://periodistas21.blogspot.com>], cree que «pocos escriben para que les lean o para aportar información; escriben para que pase algo. Son activistas, gente que quiere vender un teléfono móvil o hacer la revolución, o conseguir que viere un estado de opinión entre políticos y periodistas».

Entre los casi siete millones de blogs de los que habla Le Meur hay de todo. Quinceañeros taciturnos porque su chica no les ha enviado un sms; fanáticos de la tecnología, capaces de dedicar una bitácora seguidísima a un teléfono, el Treo 650, al ipod o a cualquier

*(Pasa a la página siguiente)*



**Almudena Montero** empezó a escribir su blog porque se aburría a la hora de comer en el trabajo. El miércoles verán la luz en papel («Mi vida perra», Aguilar) sus textos de internet. En la foto posa con un protagonista clave en sus relatos, Baldo. A la izquierda, los blogs de Nacho Vigalondo, Jeff Bridges, escrito a mano, con infinidad de dibujos, y Peter Jackson, que cuenta el rodaje de «King Kong»