

LOS BLOGS Y LA HISTORIA DE LA VETERINARIA

Luis Moreno Fdez-Caparrós
Presidente de la AMHV
lmorfer@oc.mde.es

En los últimos diez años asistimos a una verdadera transformación de la historia de la ciencia y profesión veterinarias. Nuevos posicionamientos y nuevas perspectivas han venido de la mano de una nueva generación de veterinarios. Otros profesionales de las Ciencias de la Salud y de las Humanidades se sienten atraídos por la ciencia de los animales en todos sus aspectos, incluido el histórico. Tan interesante y enriquecedor posicionamiento ya no se limita a narrar los acontecimientos desde una mejor o peor cronografía. El estudio de nuestra historia ha comenzado a utilizar todas las herramientas que los investigadores de la historia usan. Ya no se mira nuestra historia desde un punto de vista unidireccional y monocorde, sino desde otras perspectivas muy en la línea orteguiana. En nuestros Congresos nacionales e internacionales ya es frecuente contar con la presencia y con las comunicaciones de historiadores, sociólogos, economistas, ingenieros, médicos, políticos, farmacéuticos, especialistas en historia del arte, paleontólogos y otros muchos más, y es que la atracción por el mundo animal, y muy en particular la vertiente cultural de los estudios de veterinaria, ha provocado un interés social. Lo hemos dicho otras veces: la Historia de la Veterinaria ya no está sola para recorrer este camino, y uno de los instrumentos a los que deben recurrir los investigadores es Internet. Quien esto escribe reconoce estar escasamente dotado para el manejo de ciertos programas, pero el contacto con nuestros jóvenes estudiantes y también, porque no decirlo, con mis propios hijos, han contribuido a mantener con dignidad el uso de ciertas habilidades con el PC, aunque solo sea para no hacer el ridículo ante los más jóvenes (en mi plan de estudios solo llegué a la máquina de escribir eléctrica). Pero como las ciencias avanzan que es una barbaridad me he dado cuenta que desde hace poco tiempo corre entre los internautas una nueva palabra, el "blog" o "bitácora". Pero cabe preguntarnos ¿para qué sirve? y si es así ¿es útil para los investigadores y amantes de la historia de las ciencias veterinarias? Vamos ha aproximarnos al dichoso término utilizando un lenguaje desenfadado al que estoy poco familiarizado.

¿Qué es un blog?

Vaya por delante que no figura en el diccionario de la RAE, pero el término "*blog*" corre de boca en boca, incluso ha sido "palabra del año 2004". A pesar de esto, el *blog* sigue siendo un virtual desconocido (excepto entre sus millones de practicantes; de ellos unos cincuenta millones en lengua española y subiendo).

Su antecedente más lejano lo encontramos en el "*log-book*", o abreviadamente "*log*", que era el documento en que el capitán del barco anotaba las incidencias del viaje (el rumbo, velocidad, maniobras, meteorología y demás accidentes de la navegación, como así lo recoge la Academia británica); es decir, en román paladino, el "*log*" no es ni más ni menos que el marinerero término del "cuaderno de bitácora". Pues bien, 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. (¡No debe confundirse con el *log* que crea automáticamente un servidor!)

Básicamente un *weblog*, *blog*, o bitácora es una **dirección de internet** frecuentemente actualizada, donde el autor recopila cronológicamente textos y/o artículos de uno o varios autores. El más reciente aparece primero y todos hacen referencia a un asunto muy particular, pero siempre conservando el autor la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. Generalmente los "weblogs" son publicados con un estilo personal e informal donde el autor escribe en forma de diario, sobre los temas que le llaman la atención con enlaces a otras páginas webs que considera interesantes. Es algo así como un medio de comunicación unipersonal. Si frente a la palabra "e-mail" se utiliza "correo-e" (a la que doy preferencia), frente a "blog" deberíamos utilizar "bitácora", vocablo propuesto por un colega mexicano para el ámbito de la lengua española. En este artículo utilizaré la palabra "*blog*", y otras palabras derivadas de la misma raíz, sin entrecomillar, con la finalidad de darme "pisto" y para parecer que estoy "in" y "on line" (¡a mi edad!).

En su forma más típica la técnica del *blog* es una especie de cruce híbrido entre diario íntimo, una columna de opinión y una revista de prensa con muchos enlaces. Para publicarlos hay servicios en la Red sencillos de usar y ¡gratuitos!, lo cual explica su popularidad. ¿Y eso es todo? ¿Un formato de página y unos cuantos enlaces? ¿Qué hace de los *blogs* el fenómeno más interesante de la web en los últimos tres años?

Durante el año 2004 el fenómeno *blog* desbordó los límites de Internet. En las elecciones estadounidenses han dominado el paisaje mediático y en los conflictos bélicos han logrado modificar opiniones.

Los *blogs* o bitácoras (lo suelto en español para ver si cuela y fijamos el término), se han convertido en todo un acontecimiento, sobre todo por una razón: porque numerosísimos usuarios de la Aldea Común o Malla Mundial hacen públicos estos recorridos colgándolos en una web y de esa forma pueden servir a otros. Digamos que un *blog* es el historial de la navegación de un sujeto, que en vez de dormir el sueño de los justos en el disco duro de su ordenador se abre al público, muchas veces adornado con comentarios personales (con sus faltas de acentuación, errores de concepto y patadas a la ortografía). Los actuales *blogs* son los descendientes de las listas de enlaces tituladas *What's new*, *What's cool* y *otras*, que informaban de los hallazgos, con frecuencia sorprendentes, de los navegantes, y que no solían faltar en las primeras y "glamorosas" páginas personales.

El nombre *blog* lo acuñó Peter Merholz en 1999, antiguo director creativo de "Epinions". Él mismo fue un notable *blogger* (persona que se dedica a

hacerlos). Hoy hay cientos de miles de tipos muy diversos: temáticos o anárquicos, comentados o no. Unos parecen diarios personales y otros revistas.

Básicamente, un *blog* es un espacio personal de escritura en Internet. Puedes pensarlo como un diario “*on line*”, o un “*site*” que una persona usa para escribir periódicamente, en el que toda la escritura y el estilo se manejan vía web. Un *blog* está diseñado para que, como en un diario, cada artículo (*post*) tenga fecha de publicación, de forma tal que el escritor (weblogger o simplemente blogger) y los lectores puedan seguir un camino de todo lo publicado y archivado. ¡Si esto lo llega a saber Gutenberg!

¿Por qué es importante este recurso de la red?

Si observamos que las lenguas más utilizadas en la comunicación de redes es el inglés y después el chino mandarín, el español aparece como la tercera lengua de comunicación en Internet. Pero para los *bloggers* es la segunda. Aunque estadísticamente en los *blogs* la primera sigue siendo el inglés, la segunda el chino mandarín y la tercera el japonés. Como observamos la segunda y tercera lenguas tienen un ámbito geográfico limitado y constreñido a una cultura endogámica que no logra proyectarse con el interés que reclama la globalización. La importancia del español radica en la Comunidad de habla hispana (sobre todo la americana), cada vez con mayor peso específico en el mundo de las relaciones económicas.

Características del blog

Las podemos resumir en las siguientes:

- Presentan contenidos en orden cronológico.
- Tienen un carácter informal y, muchas veces, personal.
- Se actualizan de forma periódica y a menudo.
- No requieren la intervención de profesionales o informáticos.
- Mantiene muchos enlaces (webroll) con la “comunidad” de usuarios.

El formato, estilo y contenidos de los *blogs* pueden ser diversos. Como muchas veces son *blogs* personales (diarios), el estilo y los contenidos reflejan los gustos y la personalidad de su autor.

The image shows a screenshot of a Google search results page for the query "Explorar blogs". At the top, there is a search bar with the text "Busque blogs por todo Internet con la Búsqueda de blogs de Google Search." and a "BUSCAR BLOGS" button. Below the search bar, there are three columns of results: "BLOGS" with links like "Your Map Is Not the Hope Eternal" and "Printable Coupons & Free"; "BLOGS NOTABLES" with a link to "Monkeys for Helping"; and "BLOGS ALEATORIOS" with a "BLOG SIGUIENTE >>" button. The main content area features a section titled "¿Qué es un blog?" with a "VISITA RÁPIDA" button. Below this, there are four icons representing different blog features: "Publicar opiniones", "Obtener comentarios", "Enviar fotografías", and "Vuélvase móvil". To the right of these icons, there is a section titled "Cree un blog en tan sólo 3 pasos:" with a numbered list: 1. Crear una cuenta, 2. Asignar un nombre a su blog, and 3. Elegir una plantilla. Below the list is a large orange arrow button that says "CREE SU BLOG AHORA". At the bottom of the page, there are sections for "RECENT NEWS" and "QUICK CASH". The footer contains navigation links like "Página Principal", "Acerca de", "Buzz", "Ayuda", "Idioma", "Desarrolladores", "Artículos", "Privacidad", and a copyright notice for 1999-2006 Google.

¿Cuál es la diferencia entre un blog y una página personal?

La gran diferencia radica en que los *blogs* son actualizados de forma más rápida, y no requieren conocimiento previo de html, ya que la mayoría de sitios que ofrecen *blogs* gratis

ofrecen plantillas hechas en las que es muy fácil presentar la información que cada uno quiera publicar.

El mundo de los *blogs* está muy relacionado con las noticias y la actualidad. Uno de los *bloggers* más famosos es Salam Pax, alias el Blogger de Bagdad, que ofrecía información independiente a través de su blog durante la guerra de Irak (le mojaba la oreja a muchos corresponsales de las mejores cadenas de prensa escrita).

La mejor forma de conocerlos es leer algunos y luego animarnos para hacer uno. Puede ser un sitio informativo, un sitio en el que un experto ofrece información sobre su campo de especialidad por oposición a otros expertos, o simplemente un desahogo (una interesante variante de la terapia ocupacional). Algunos *blogs* tienen literalmente miles de lectores, otros solo son leídos por sus autores, o un familiar pelota o un amigo incondicional que terminaremos perdiendo.

Decantarme por alguno es un ejercicio arriesgado, pero recomendamos mirar <http://www.bloghop.com>, por ejemplo, o <http://www.swallowingtacks.com>. Hay sitios que los agrupan y dotan de herramientas, como *Blogger* (<http://www.blogger.com>), que reúne casi 100.000 *blogs* de todas las procedencias, o <http://www.weblogs.com/>. Para España recomendamos ir a Blogalia, <http://www.blogalia.com/> y <http://www.bitacoras.net/>.

En conclusión, los weblogs también conocidos como blogs o **bitácoras**, término español re-inventado por el mexicano Carlos Tirado en 1999, son básicamente un espacio personal de escritura en Internet. Puedes pensarlo como un diario en vivo y en directo para informar, compartir y debatir periódicamente sobre las cosas que te gustan e interesan, en el que toda la escritura y estilo se maneja vía web. En un *blog* cada artículo (*post*) tiene fecha de publicación y se organiza automáticamente en orden cronológico inverso, de tal forma que la anotación más reciente es la que primero aparece.

El espíritu *blog*, cuyo origen lo podríamos fechar en 1992 con la invención de la World Wide Web y el protocolo HTTP por parte de Tim Berners-Lee, se basa en la “cultura del enlace” o hipertexto, muy en la línea de la globalización y la ciberdemocracia. La mayoría de autores enlazan webs frecuentemente en sus anotaciones como la noticia de un periódico digital que deseamos comentar, la anotación que acabamos de leer en otro *blog* y que deseamos recomendar, la web oficial de un cantante cuando estás escribiendo que ayer fuiste a su concierto, la visita a un museo de veterinaria ya real o virtual... en definitiva cualquier recurso “*on line*” que sirva para que el lector tenga toda la información que genera la lectura a su alcance evitándole tener que recurrir a un buscador. No hay un estilo impuesto para enlazar webs en las anotaciones pero sí unas formas recomendadas y ampliamente extendidas que te pueden orientar. Recomendamos en una primera fase observar, analizar e imitar.

Otro aspecto fundamental para llegar a entender el éxito del formato *blog*, es la **posibilidad de comentar las anotaciones** estableciéndose una relación directa entre autor y lectores, incluso de amistad en algunos casos. El principal

beneficiado es el debate, y el flujo de información que se genera es muy valorada por los buscadores. Hoy día, salvo algunas contadas excepciones, **el termómetro que mide la popularidad de un blog es la cantidad de comentarios que reciben al día**. A pesar de ser un aspecto importante no debe suponer una obsesión para el autor de una bitácora (ahora al *blog* le llamo bitácora para despistar). La motivación para escribir un *blog* es comunicar, compartir y aunque tu bitácora reciba pocos comentarios no quiere decir que no te lean o que lo estés haciendo mal.

Si a pesar de ello te preocupa estos son algunos consejos para escribir una bitácora expuestos por quién os escribe:

- Dale un nombre corto y llamativo a tu *blog*.
- Aliméntalo todos los días aunque sea poco y
- Dale personalidad.

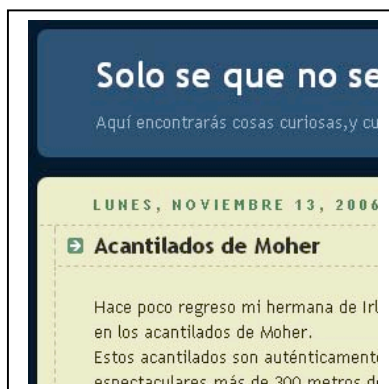
Recomendaciones para ser un bitacorero (antes le he estado llamando *blogger*):

- Mantén espíritu desenfadado.
- Mantén espíritu deportivo.
- Sé tú mismo.
- Sé natural.
- Acepta las opiniones contrarias.
- A razones de tus lectores oponles otras razones.
- Acepta tus equivocaciones con gracia, aumentará tu caché.

Los Webloggers

Los *blogger*s o bitacoreros de un *blog* son los encargados de llevar el volante del chiringuito (¿este lenguaje es suficientemente desenfadado para un *blogger*?) y a su vez tienen el control absoluto de su *blog*. Los *blogs* suelen ser unipersonales, aunque cada día salen más variantes de *blog* realizados por dos o más personas, éstos últimos son conocidos como *blogs* grupales.

En general, los *blogger*s forman verdaderas comunidades “*on line*” con aquellos con quienes comparten intereses. Estas comunidades pueden tener diferentes formas. Existen grupos de trabajo en colaboración que utilizan un *blog* como herramienta para comentar, opinar y escribir (postear) noticias relativas a su tarea. O una comunidad como la que dio origen a Weblogs.com.ar, formada por diez o quince personas que un día se dieron cuenta de que se leían e interactuaban a través de los comentarios y *mails* (correos-e). Incluso hay ejemplos de comunidades con miles de miembros, como el caso de Slashdot, orientada a la tecnología. Como ejemplo de *blog* especializado he tomado al asalto uno de los realizados por uno de mis hijos. Cuando tecleo: <http://www.elzorrodeldesierto.blogspot.com/>, aparece su curiosa bitácora.



Como me gustó el formato he querido hacer mis pinitos acerca de la historia y museos de veterinaria. Le he propuesto que me ayude. Como es generoso y ese día estaba en biorritmo positivo me dedicó 15 minutos (quizá fueron diez). Encendió el ordenador, me puso la herramienta del *bloger* en la mano y me dijo: ¡a experimentar! ¡Adiós! Si no incluyo ahora como ejemplo mi *blog* es porque soy lento de reflejos, pero les digo que puse toda mi atención y en tres minutos ya estaba en la red con mi flamante *blog* sobre el “virtual museo español de veterinaria”. Aprendí al vuelo los elementos que forman el blog.

¿Qué elementos componen un blog?

El *boom* que desde el año 2003 está viviendo el formato *blog* hace que diariamente proliferen nuevas tendencias, accesorios, modas, hábitos que están ampliando y diversificando los elementos habituales de una bitácora, sobre todo la forma de presentarlos debido fundamentalmente al uso de XHTML y CSS, que son la base de los diseños y plantillas predefinidas que ofrecen los servicios de creación de bitácoras, siempre ligados a la divulgación de los estándares web, y con los que se pueden crear verdaderas obras de arte (pensemos en la utilidad que pueden tener para dar a conocer los museos virtuales de historia de la veterinaria).

Este continuo fluir de accesorios a incorporar a tu *blog* como *tagboards*, o bien dejarse llevar por la creatividad, no deben desviar la atención de las secciones habituales de una bitácora que deben aparecer de una manera clara, sencilla y fácilmente accesibles. Éstas son las siguientes:

1. **Posts (anotaciones, artículos):** En la portada del *blog* aparecen las anotaciones publicadas más recientes. Según el CMS (herramienta de

publicación) puedes elegir cuántas quieres que aparezcan en portada. Cada *post* suele incluir: título, fecha de publicación, nombre del autor, enlace permanente (el link de archivo para la URL individual de esa anotación), y un link para escribir comentarios mediante un formulario. También pueden incluir *trackback*, que es un aviso automático para notificarte si otro *blog* ha enlazado uno de tus artículos.

2. **Archivo:** Las anotaciones se archivan automáticamente cada vez que publicas. Puedes configurar el Archivo y dependiendo del CMS que utilices lo puedes hacer por fecha de publicación (semanas, meses, años), temas, autores... los más frecuentes son los archivos mensuales y temáticos asignándole una categoría al *post*. El Archivo permite una consulta permanente y ordenada de los textos tanto para el autor como lectores.
3. **Acerca de (Información del autor):** Es una sección vital para la valoración y credibilidad de tu *blog*. Aunque no aportes información excesivamente personal es recomendable que los lectores sepan tu nombre, ciudad en la que resides, profesión. Una dirección de correo-e o formulario de contacto para que los visitantes puedan transmitirte sugerencias es recomendable. El apartado de dudas es otro aspecto clave para elevar la nota de tu bitácora.
4. **Webs/Weblogs recomendados:** Los primeros *blogs* nacieron por la necesidad de los autores de recopilar y compartir las webs que utilizaban para trabajar, informarse, divertirse. Con la popularización de las bitácoras en 1999 esta práctica ha continuado pero desde una perspectiva diferente. Lo prioritario ha pasado a ser la escritura y los enlaces aparecen como una sección permanente en el *blog*, generalmente en los laterales. Igual que sucede con la información del autor, tener una lista de enlaces a las webs y *blogs* que sueles leer (y comentar) es altamente valorada por tus visitantes.

Dependiendo de la herramienta que utilicemos para publicar ya vienen predefinidos un buscador y un calendario mensual de las anotaciones.

Otros complementos como pueden ser la lista de los últimos comentarios, los artículos más comentados y un sinfín de posibilidades de listados permiten hacer un seguimiento estadístico de tu *blog*. Todo ello también son elementos que ayudarán a fidelizar tus lectores. Eso sí, no abuses de tu tribu.

Sindicar contenidos

Si la primera etapa de la revolución *blog* fue la aparición de las iniciativas especializadas para crearlos (alcanzando así su popularidad y difusión), la segunda fue la sindicación de contenidos, es decir, los enlaces de texto.

A día de hoy casi todos los *blogs* incorporan enlaces de texto, o bien, los famosos botones naranjas con las abreviaturas XML, RSS, RDF, o ATOM para que el lector copie la dirección web que traen (más conocida como *feed*) y la inserten en un lector/agregador de noticias o *feeds* que nos avisará de las

actualizaciones de tus *blogs* favoritos evitándote acudir a la página web una y otra vez.

Las ventajas de la sindicación son enormes y requieren de una voluntad para cambiar el hábito de navegación que quizá cueste en los primeros momentos. Superada esta fase, tendremos la certeza de estar informado al instante de producirse. La actualización resultará imprescindible una vez lo experimentes.

¿Para qué puedes usar un blog?

Si nos asomamos por el Directorio y navegamos entre las categorías de *blogs* en español como pueden ser los personales, tecnológicos, políticos ¡y ya incluso sobre la historia de la veterinaria!... verás que el uso habitual es la de plasmar, memorizar y contar las cosas que nos interesan en un espacio que sea accesible en todo momento. Otro aspecto fundamental para entender el fenómeno *blog* es que se crean relaciones de confianza. Hay aspectos éticos que promueven la confianza como citar las fuentes documentales que uno utiliza, reconocer con espíritu deportivo cuando uno no está acertado o ha cometido una equivocación. En los *blogs* también hay rasgos de estilo que favorecen las relaciones personales. Se utiliza un lenguaje directo, cercano, se conversa con confianza casi familiar. Los que practican el "*blogin*" (creo que me acabo de inventar este término) no escriben una fría crónica. Los "*blogger*" están dispuestos a emitir y recibir, es decir, a hablar y a escuchar también la opinión de alguien apasionado por el asunto elegido por el *blogger*. Estoy convencido que dentro de poco los *blogger* o los bitacoreros apasionados de la historia de la veterinaria, y también los del patrimonio histórico y científico veterinario estaremos blogeando en la web. Los *bloggers* más preparados ya nos corregirán o discreparán de nuestros *post* cuando revisen nuestros *backrolls* y posteen con nosotros. A mí sólo me resta pedir disculpas a nuestros lectores por haber llegado hasta aquí sin tirar la toalla.