



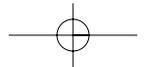
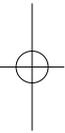
José Luis Orihuela

Autor del blog *eCuaderno.com*

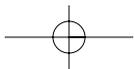
LA REVOLUCION DE LOS

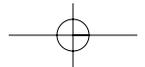
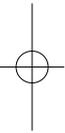
BLOGS





LA REVOLUCIÓN DE LOS BLOGS





José Luis Orihuela
Autor del blog *eCuaderno.com*

LA REVOLUCIÓN DE LOS BLOGS
CUANDO LAS BITÁCORAS SE CONVIRTIERON
EN EL MEDIO DE COMUNICACIÓN DE LA GENTE

Prólogo
Antonio Cambroner

la esfera  de los libros

Primera edición: junio de 2006

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del *copyright*, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier método o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.

© José Luis Orihuela Colliva, 2006
© Del prólogo: Antonio Cambronero, 2006
© La Esfera de los Libros, S. L., 2006
Avenida de Alfonso XIII, 1, bajos
28002 Madrid
Teléf.: 91 296 02 00 • Fax: 91 296 02 06
Pág. web: www.esferalibros.com

Diseño de cubierta: Carlos Aparicio
Fotografía de cubierta: Corbis/Cover
ISBN: 84-9734-498-7
Depósito legal: M-21.910-2006
Fotocomposición: J. A. Diseño Editorial, S. L.
Fotomecánica: Star-Color
Impresión: Cofás
Encuadernación: Méndez
Impreso en España-*Printed in Spain*

Índice

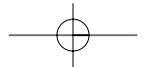
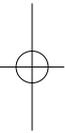
| | |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Prólogo por Antonio Cambroner, autor de Blogpocket.com</i> | |
| LOS WEBLOGS Y LA BLOGOSFERA | 11 |
| <i>Introducción</i> | 27 |
| 1. CONCEPTO, HISTORIA Y ESTRUCTURA DEL WEBLOG | 33 |
| ¿Qué es un weblog? | 34 |
| Un poco de historia..... | 39 |
| Estructura del weblog..... | 45 |
| Un decálogo para nuevos bloggers..... | 51 |
| 2. EL WEBLOG COMO MEDIO | 65 |
| La emergencia de los medios sociales | 66 |
| Principales ámbitos temáticos | 73 |
| Evolución del medio | 78 |
| Estilos y claves de escritura | 82 |
| 3. AUTORES Y LECTORES DE BLOGS | 93 |
| ¿Quiénes son y por qué escriben los bloggers? | 94 |
| Visitantes: la parroquia, los turistas y los surfers | 107 |

L A R E V O L U C I Ó N D E L O S B L O G S

| | |
|------------------------------------------------------------------|-----|
| Los comentarios y otros ámbitos de encuentro | |
| con los lectores | 110 |
| Cómo escribir buenos comentarios | 120 |
| 4. LA BLOGOSFERA | 129 |
| Blogosfera y blogosferas | 129 |
| El universo y la cultura de los weblogs | 133 |
| Las funciones de la blogosfera | 136 |
| Referencias básicas sobre la blogosfera hispana | 140 |
| 5. EL IMPACTO DE LOS WEBLOGS | 155 |
| Weblogs y periodismo | 155 |
| Weblogs y empresa | 162 |
| Weblogs en la educación | 169 |
| Weblogs y política | 175 |
| ANEXOS | |
| <i>Anexo I. Selección de servicios de edición y alojamiento</i> | |
| de weblogs | 189 |
| <i>Anexo II. Principales directorios nacionales de weblogs</i> | |
| en español | 193 |
| <i>Anexo III. Selección de weblogs en español por temas</i> | 195 |
| <i>Autobiográficos/personales</i> | 195 |
| <i>Buscadores</i> | 197 |
| <i>Cibercultura</i> | 198 |
| <i>Ciencia</i> | 199 |
| <i>Cine</i> | 200 |
| <i>Cómics</i> | 202 |
| <i>Comunicación</i> | 204 |

Í N D I C E

| | |
|---------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Deportes</i> | 206 |
| <i>Diseño</i> | 209 |
| <i>Documentación</i> | 211 |
| <i>Educación</i> | 212 |
| <i>Ficción</i> | 213 |
| <i>Fotografía</i> | 215 |
| <i>Gadgets</i> | 216 |
| <i>Gastronomía</i> | 217 |
| <i>Humor</i> | 219 |
| <i>Infancia</i> | 221 |
| <i>Innovación</i> | 222 |
| <i>Letras</i> | 224 |
| <i>Marketing</i> | 227 |
| <i>Metablogs</i> | 229 |
| <i>Música</i> | 230 |
| <i>Periodismo</i> | 232 |
| <i>Política</i> | 234 |
| <i>Publicidad</i> | 235 |
| <i>Tecnología</i> | 237 |
| <i>Telecomunicaciones</i> | 239 |
| <i>Televisión</i> | 240 |
| <i>Usabilidad</i> | 241 |
| <i>Viajes</i> | 242 |
| <i>Videojuegos</i> | 243 |
| <i>Anexo IV. Principales rankings de la blogosfera hispana</i> | 245 |
| <i>Anexo V. Preguntas frecuentes</i> | 251 |
| | |
| <i>Glosario</i> | 267 |
| <i>Bibliografía</i> | 275 |



Prólogo

LOS WEBLOGS Y LA BLOGOSFERA

por Antonio Cambronero, autor de Blogpocket.com

El libro que el lector tiene en sus manos revela, de forma sencilla, concisa y didáctica, los enigmas de un nuevo medio de comunicación, conocido con el nombre de weblog. Un medio que ha revolucionado la relación entre los editores de información y las audiencias de los medios tradicionales. En Internet la comunicación se ha democratizado y ahora resulta posible que cualquiera pueda participar: ya sea directamente publicando contenidos o simplemente interviniendo, en la conversación mediática y digital, con sus aportaciones en forma de comentarios.

El autor de este libro no sólo es un concienzudo investigador, es también un entusiasta de este mundillo, y el entusiasmo es una de las características que distinguen inequívocamente a un blogger. Su bitácora, *eCuaderno*, es una de las más populares y enlazadas de la blogosfera, palabra ésta que, por cierto, comienza poco a poco a dejar de ser propia de iniciados, gracias a la expansión vertiginosa que están teniendo los weblogs en la actualidad.

En mayo de 2003 tuve el placer de participar, junto a un grupo de bloggers, entre los que se encontraba también José Luis Orihuela, en un proyecto inconcluso que consistía precisamente en escribir un libro acerca de los blogs. El invento se llamaba *blogosfera.org*, pues además del libro en sí, pretendíamos crear un punto de encuentro para el análisis y la conversación sobre las bitácoras, un lugar que naturalmente era un blog. Una de las discusiones más encendidas fue la relacionada con la definición de «weblog». Y tras cinco años blogueando, puedo afirmar sin temor a equivocarme que existen tantas definiciones del término como escritores de blogs.

Uno de los bloggers pioneros, Eduardo Arcos, opina que los blogs no son una única cosa, ni el mejor espacio para los ortodoxos y puristas. El autor de *ALT1040* lleva evangelizando, desde comienzos de 2000, sobre el apasionante mundo de los weblogs y para él no hay absolutos, ni en su forma de usar, de escribir o de tratar los temas. Y entonces, ¿qué es un weblog?

Es difícil definir lo qué es un weblog pero, afortunadamente, disponemos de algunas referencias para, al menos, entender el papel que representan en la actualidad y su impacto como medio social. José Luis Orihuela aporta con esta obra, que tengo el honor de prologar, un nuevo recurso imprescindible.

Andrew Grumet publicó a mediados de 2003 «Deep Thinking about Weblogs», uno de los mejores artículos que se han escrito sobre los blogs. En él se formula una expli-

P R Ó L O G O

cación muy acertada de las cuatro características fundamentales para entenderlos: su diferencia con las páginas web tradicionales, la facilidad para ser publicados, el torrente de contenidos que representan y un renovado uso de las viejas tecnologías.

Publicar contenidos en Internet es posible, desde hace mucho tiempo, gracias a las páginas web personales. *GeoCities* es un ejemplo de sitio con el que cualquiera podía almacenar y publicar sus páginas. ¿Cuál es entonces la novedad de los weblogs? Básicamente, su propiedad temporal. Una página web personal podía ofrecer información en el momento de su creación pero era más bien un sitio estático y aunque surgiera nueva información acerca del tema, no se actualizaba hasta pasado un tiempo. En los weblogs, sin embargo, la información se va publicando a medida que las noticias se van produciendo. Las anotaciones, habitualmente cortas e informales (posts), se van sucediendo a modo de lo que inglés se conoce como «log», un registro, y de ahí su nombre: log en la web (weblog).

Sitios como *Technorati* se dedican a registrar las actualizaciones de los weblogs y miden también el porcentaje de actividad, es decir, cuántos se actualizan por minuto. Ese ratio se encuentra alrededor de 60, lo que demuestra otra de sus características: la facilidad para publicar.

Decía Andrew Grumet que, en los primeros tiempos de Internet, los webmasters dedicaban mucho tiempo a construir su sitio web y a transferir las modificaciones desde su máquina local al servidor web. Y aunque alguien tuviera

mucho que decir, podía dejar de hacerlo al perder todo el tiempo en trastear con el HTML, colores, gráficos y el resto de componentes. Una de las más importantes innovaciones en los weblogs es que se libera al autor de la necesidad de mantener un servidor web o transferir manualmente contenido, en forma de ficheros, a través de Internet. La sencillez de administración de los sistemas de blogging hace que hoy sea realmente fácil compartir contenidos en Internet.

Una consecuencia de esa facilidad para publicar es el inmenso caudal de información generado diariamente en la blogosfera. Ese torrente de anotaciones ha dado lugar a mecanismos como la sindicación de contenidos que sirve para organizar y facilitar la lectura habitual de nuestros blogs favoritos. Los lectores de fuentes RSS han revolucionado la forma de acceder a la información en la Red. Servicios como *Bloglines* facilitan la lectura de weblogs mostrando solamente las últimas actualizaciones de nuestras suscripciones. Lógicamente, esto evita la consulta diaria a blogs que no hayan publicado nuevos posts. Con la sindicación, uno se desliga de la obligación de navegar para acceder a la información. Más bien, al contrario, es la información la que acude a ti.

Sin embargo la tecnología que existe bajo la sindicación no es nueva, está basada en la utilización de un lenguaje para describir datos. Lo mismo sucede con el lenguaje HTML, utilizado desde el principio para codificar las páginas web. Por estas razones se afirma que los weblogs han propiciado un nuevo enfoque de las viejas tecnologías.

P R Ó L O G O

En mayo de 2004 escribí un post con algunas pinceladas de lo que significaba aterrizar, en aquel momento, en la blogosfera: «Supongo que dar a luz un blog y abrirse paso, hoy día, en la blogosfera es mucho más complicado que hace tres años. Aunque, en la actualidad, existe más información y mayor número de facilidades para mantener una bitácora, me imagino a un nuevo blogger asomando tímidamente su cabeza, con mucha ilusión y desconocimiento de casi todo». Como comprobará el lector en este libro, hoy es mucho más fácil iniciarse en este apasionante mundo. Existe gran cantidad de servicios gratuitos en castellano que ofrecen herramientas y alojamiento para mantener un weblog. Sin necesidad de poseer un servidor propio, esos servicios proporcionan todo lo necesario para empezar a escribir y publicar en un instante.

Por *blogosfera* entendemos el conjunto de todos los weblogs, pero ese concepto carecería de sentido sin otros dos términos muy utilizados: conversación y comunidad.

Las comunidades se materializan en portales, más o menos genéricos, que agrupan weblogs con intereses comunes. Sin embargo, la comunidad entendida más globalmente implica una red de comunicación entre weblogs que se relacionan intercambiando información. Un lector que no escriba un weblog pertenece también a la comunidad anotando comentarios y participando en los hilos de la conversación sin ninguna restricción.

La sindicación con RSS, la clasificación desjerarquizada de la información mediante *tags* (etiquetas), los enlaces y las

licencias *Creative Commons*, entre otros elementos, han contribuido a la configuración de un estilo de comunidad propio de los weblogs y que no poseen, por ejemplo, los foros. Solamente algunas redes sociales, alimentadas al abrigo de los weblogs, han adoptado ese espíritu especial.

El inmenso repositorio de conocimiento, opiniones y noticias que es la blogosfera estuvo pronto en el punto de mira de las empresas con negocio en Internet. *Google* compró *Blogger*, el sistema de publicación de blogs con alojamiento gratuito que albergaba la mayoría de las primeras bitácoras. Además, los weblogs, debido al elevado número de enlaces incluidos en ellos, dinamizaron enormemente el ranking de los resultados de las búsquedas de *Google* y otros motores, revolucionando las técnicas de posicionamiento y creando grandes posibilidades de marketing para ellos.

Los bloggers comprendieron pronto que necesitaban compartir otro tipo de contenidos aparte del simple texto escrito. Los *fotoblogs* y los *videoblogs* son bitácoras en las que se postean imágenes y vídeos respectivamente. Cuando este tipo de contenidos se publica desde un teléfono móvil, por ejemplo, se habla de *moblogs*. En 2005 tuvo su explosión otro fenómeno que ha revolucionado el audio en la Red: los *podcasts*. Con el *podcasting* cualquiera puede grabar audio en formato mp3 y distribuirlo mediante sindicación RSS.

La blogosfera, por lo tanto, no es sólo una inmensa fábrica de anotaciones, imágenes, vídeos o podcasts. La blogosfera es una fantástica y permanente conversación. Los sistemas de comentarios y los *trackbacks*, entre otros, son

P R Ó L O G O

herramientas indispensables que facilitan la interacción. Con los comentarios podemos participar en debates o discusiones en un blog; sin embargo, no es posible seguir el hilo de la discusión más allá de ese blog. Es decir, necesito algo que me permita apuntar en otro weblog (en el que se habla de un tema) que en mi blog también se habla de ese tema. Esa herramienta se llama *trackback* y fue creada originalmente para el sistema de publicación *Movable Type*.

En la actualidad los mensajes basura, tan habituales en el correo electrónico, también invaden los sistemas de comentarios y *trackbacks* de los weblogs, además, existen muchos blogs falsos. Todo ello ha provocado que algunos bloggers hayan decidido eliminar sus sistemas de comentarios evitando un debate muy polémico que enfrenta a los partidarios de evitar la opinión directa de los lectores con los que creen que así se pierde una de las propiedades vitales de los blogs. El modo de gestionar los comentarios y la inclusión de publicidad en los weblogs son dos de los asuntos que más polémicas han generado y siguen generando a diario en la blogosfera.

Finalmente, podemos decir que la blogosfera, la conversación y la comunidad, la configuran los bloggers. Y con ellos, llegamos a otra de las cuestiones clave también abordada, de forma clarificadora, en este libro: ¿por qué blogueamos?

En enero de 2001 empecé a escribir mi weblog, como la mayoría, más bien por curiosidad y con sólo una o dos bitácoras de referencia. Pronto me di cuenta de que mi moti-

vacación para ser bloguer era una extraña mezcla de terapia, *hobbie* y adicción. José Luis Orihuela avisa al lector, en la introducción de este libro, que escribir y leer blogs es altamente adictivo.

Sin embargo, una vez superada esa etapa dudosa en la que uno no es demasiado consciente de las razones que le motivan a mantener una bitácora, descubrí que, al otro lado, se encuentra un buen puñado de lectores. Poco a poco vas dando mucha importancia a ese factor y empiezas a ser muy respetuoso con ellos. En ese momento, en el que percibes que tu audiencia es lo más importante de tu weblog, te empiezas a convertir en un auténtico bloguer. Como diría el inefable Jesús Quintero: «¿Qué hago yo aquí si ustedes no están ahí?».

* * *

Este libro está especialmente pensado para principiantes, quienes encontrarán en sus páginas la obra divulgativa más clara sobre los weblogs escrita hasta el momento. José Luis Orihuela considera que las bitácoras en Internet son el medio de la gente y contesta, una a una, todas las preguntas que cualquiera se puede hacer al enfrentarse por primera vez a ellas. Para el autor de este libro, los weblogs están cambiando nuestra cultura.

La revolución de los blogs se estructura en cinco capítulos y cinco anexos y, con gran acierto, el autor ha realizado un planteamiento modular para que cada capítulo del libro pueda ser leído de forma independiente y en cualquier orden.

P R Ó L O G O

Al principio de este prólogo incidía sobre la dificultad que entraña definir un weblog debido a la relativa novedad del medio. Cada bloguer tiende a dar su propia definición y apenas existen organismos u organizaciones que normalicen el término. En el primer capítulo, además de proporcionar algunas definiciones, una de ellas la primera que aparece formalmente en un diccionario en español (el *Diccionario panhispánico de dudas*); se aclaran las diferencias entre weblogs y foros; se da un pequeño repaso a la corta historia de las bitácoras; se explica la estructura que tiene un weblog y se propone un decálogo con pautas para comenzar. Todos aquellos que se acerquen por primera vez a esta fabulosa comunidad, conocida como blogosfera, no podrán encontrar una mejor introducción.

En el segundo capítulo encontramos las claves para entender a los weblogs como medio social. Para mí, el fenómeno de los blogs no tiene sentido si no se le encuadra en este entorno. El público tiene la palabra y con los blogs se le dota de una herramienta ideal para divulgarla globalmente y de la forma más rápida posible. Los principales ámbitos temáticos, la evolución del medio y los estilos de escritura son los temas que forman esta sección.

El tercer capítulo está dedicado a los protagonistas de este nuevo medio: lectores y bloggers. En él se descubre quiénes son y por qué escriben los bloggers, cómo son los visitantes de los blogs y qué son y cómo se escriben los comentarios.

Habitualmente hablamos de blogosfera pero el autor nos habla en el cuarto capítulo de «blogosfera y blogosferas».

Una de las contribuciones más interesantes del editor de *eCuaderno* ha sido la creación de una matriz con la definición de los cuatro grandes perfiles de bloggers, relacionando el uso del formato blog con la participación en la cultura blogger. Lo vimos en *eCuaderno* y ahora se ha incluido en esta obra, debidamente explicado. En mi opinión, esta matriz aclara definitivamente todas las dudas que existen sobre los distintos tipos de blogs y bloggers. Con los apartados sobre las funciones de la blogosfera y las referencias básicas sobre la blogosfera hispana nos hacemos una idea muy completa de la dimensión comunitaria de los weblogs.

Finalmente, e inevitablemente, no podía faltar una descripción de algunos de los escenarios en los que operan los weblogs y que han sido los que más han acusado su impacto: el periodismo, la empresa, la educación y la política. El quinto capítulo está dedicado al impacto de los weblogs en estos campos.

El enfoque decididamente didáctico de este libro es lo que más me llama la atención. Al final de cada capítulo se incluye un buen número de referencias y lecturas.

Normalmente, lo que más interesa a un recién llegado es qué sistema de publicación elegir para empezar, y en el Anexo I se ofrece una buena selección de servicios de edición y alojamiento de weblogs. Otra cuestión por la que se interesan habitualmente los principiantes es cómo encontrar otros weblogs. En el Anexo II se ofrece una extensa lista con los principales directorios de weblogs en español.

P R Ó L O G O

En el Anexo III se propone una amplia selección de weblogs en español clasificados por temas, en el IV se recogen los rankings de popularidad más conocidos de la blogosfera y en el V se sistematizan las preguntas más frecuentes que suelen plantearse los recién llegados al mundo de los blogs (e incluso muchos de los que llevan algún tiempo).

* * *

En 2001 con motivo de la dirección de una tesis doctoral, José Luis Orihuela comenzó a interesarse por el entonces naciente fenómeno de los weblogs y en agosto de 2002 inició su propio blog, convertido desde entonces en una plataforma de su investigación y docencia.

Mi relación con este prolífico profesor comenzó en 2003 cuando le pedí que escribiera un post en exclusiva para BlogGuest, la sección de invitados de *Blogpocket*. Aquel post («Expandir la blogosfera hispana»), además del comienzo de nuestra amistad, supuso un extraordinario hito en la historia de la blogosfera de habla hispana. Como confiesa a Marcos Taracido, en una entrevista realizada en mayo de 2003 para *Libro de Notas*, aquella anotación actuó de catalizador de muchas ideas, inquietudes y proyectos que habían rondado por su cabeza desde hacía tiempo. En sus propias palabras, *Blogpocket* «fue una magnífica caja de resonancia» y algunos de aquellos puntos, concebidos como pautas para impulsar la blogosfera hispana, se pusieron en práctica.

eCuaderno es en estos momentos el punto de referencia de los weblogs en castellano, al que se ha unido, desde hace poco, un puñado de invitados para publicar diariamente esa serie de «Pistas, noticias y enlaces sobre cibercultura, medios, eComunicación y blogging».

José Luis Orihuela nació en Córdoba (Argentina), vive desde 1987 en Pamplona (España). Es doctor en Ciencias de la Información y Master of Arts en Periodismo por la Universidad de Navarra y ha desarrollado una extensa actividad profesional como docente y conferenciante en 23 países. Es profesor en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra y coautor del primer libro escrito en español sobre nuestra blogosfera: *Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos* (ESIC, Madrid, 2005).

Además de *eCuaderno*, el autor impulsa una amplia lista de blogs, la mayoría orientada a su actividad docente. Merece la pena destacar, para hacerse una idea de su gran empeño por divulgar este medio, lo que anotaba una de sus discípulas en *INTERtainment*, el weblog grupal de alumnos del Master en Gestión de Empresas de Comunicación dedicado al impacto de Internet en los medios y modos de comunicación:

José Luis Orihuela aún no se imagina lo que ha creado. En apenas tres o cuatro horas de clase ha convertido a veinte inocentes megecianos (dícese de los personajes que mueren de frío en Pamplona, cursando un máster en Gestión de

P R Ó L O G O

Empresas de Comunicación, MGEC), en monstruos creadores imparables de blogs.

No me gustaría terminar sin citar las propias palabras de José Luis Orihuela con relación al futuro de los weblogs. Este vaticinio lo realizaba en el transcurso de la entrevista con Marcos Taracido en *Libro de Notas*. Muchas de aquellas predicciones, realizadas en 2003, ya son realidad.

La blogosfera hispana se seguirá extendiendo. Desarrollaremos mejores y más variados instrumentos de blogtracking y mapeo. Surgirán blogs transitorios asociados a proyectos o eventos puntuales que luego desaparecerán. Las versiones electrónicas de los medios tradicionales, comenzando por los periódicos, pondrán en marcha sus blogs. Los weblogs se incorporarán en el temario y en la metodología de muchos cursos universitarios. Las empresas comenzarán a usar blogs como parte de su estrategia de comunicación corporativa. Se celebrarán los primeros congresos nacionales e internacionales sobre weblogs hispanos. Se publicarán libros en español sobre el tema (entre ellos *Blogosfera.org*). Se pondrán en marcha portales y revistas electrónicas configurables a partir de los contenidos sindicados de nuestras bitácoras. Los blogs de nicho se organizarán en anillos y venderán su contenido sindicado a agencias y medios online. Dejaremos de escribir sobre blogs&bloguers y escribiremos sobre los temas que nos ocupan (música, libros, cine, medios, arte, política, ONG, ecología, movimientos sociales, ciencia, tecnología, paz, etcétera).

Permita el lector que le advierta que los blogs podrían cambiarán su vida para siempre.

Referencias y lecturas

ARCOS, Eduardo, «Los 5 errores más comunes en los blogs», en *ALT1040*, 2 de marzo de 2006. <http://www.alt1040.com/archivo/2006/03/02/los-5-errores-mas-comunes-en-los-blogs/>

CAMBRONERO, Antonio, «Aterrizar en la blogosfera, hoy», en *Blogpocket*, 7 de mayo de 2004. <http://www.blogpocket.com/blog/?year=2004&monthnum=05&day=07&name=aterrizar-en-la-blogosfera-hoy&page=>

FERRERES, Gemma, «La individualización del blogger», en *eCuaderno*, 11 de marzo de 2006. <http://www.ecuaderno.com/2006/03/11/individualizacion/>

GRUMET, Andrew, «Deep Thinking about Weblogs», en *Andrew Grumet's Homepage*, junio de 2003. <http://grumet.net/writing/web/deep-thinking-about-weblogs.html>

ORIHUELA, José Luis, «Expandir la blogosfera hispana», en *Blogpocket* (BlogGuest 40), 3 de marzo de 2003. <http://www.blogpocket.com/blog/2003/03/03/blogguest-40-ecuaderno/>

TARACIDO, Marcos, «Entrevista a José Luis Orihuela», en *Libro de Notas*, 15 de mayo de 2003. <http://librodenotas.com/almacen/Archivos/003805.html>

P R Ó L O G O

URL de los sitios mencionados en el prólogo

Alt1040:

<http://www.alt1040.com>

Blogger:

<http://www.blogger.com>

Bloglines:

<http://www.bloglines.com>

eCuaderno:

<http://www.ecuaderno.com>

GeoCities:

<http://geocities.yahoo.com>

Google:

<http://www.google.com>

INTERtainment:

<http://intertainment.blogspot.com>

Libro de Notas:

<http://librodenotas.com>

Movable Type:

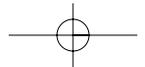
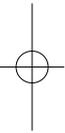
<http://www.movabletype.org>

Technorati:

<http://www.technorati.com>

Todos los recursos citados se recogen enlazados en:

<http://www.ecuaderno.com/larevoluciondelosblogs/>



Introducción

Los weblogs, blogs, cuadernos de bitácora o simplemente bitácoras son los nuevos sitios web personales que están poniendo la Red al alcance de todo el mundo.

Publicar en la web ha dejado de ser un privilegio de iniciados y tecnólogos y se ha convertido en una realidad para gentes de todas las edades y condiciones. Basta un ordenador conectado a la Red y cualquier persona que sepa usar, por ejemplo, el correo electrónico, puede disponer de su propio weblog, de forma gratuita y en cuestión de minutos.

Crear un sitio personal nunca había sido tan fácil como ahora, sin embargo la existencia de millones de weblogs en todo el mundo y la breve pero intensa historia de esta revolución, exigen comprender la naturaleza del medio y las claves para que nuestro cuaderno de bitácora participe de modo efectivo de la gran conversación en Internet llamada blogosfera.

Éste es un libro sobre los weblogs, sus autores los bloggers y la cultura que están generando, la blogosfera,

escrito de forma didáctica para quienes quieran formar parte de una de las más innovadoras tendencias del nuevo siglo.

Algunas de las preguntas a las que se da respuesta en este texto son:

- ¿qué son los weblogs?
- ¿quiénes son y por qué escriben los bloggers?
- ¿cómo comenzar un weblog?
- ¿cómo escribir buenos comentarios?
- ¿dónde puedo crear un weblog gratis?
- ¿cómo puedo encontrar otros bloggers de mi país?
- ¿cuáles son los mejores weblogs en español?

La revolución de los blogs examina igualmente los principales ámbitos de impacto de los weblogs con ejemplos y referencias para comprender cómo y por qué «el medio de la gente» está cambiando nuestra cultura:

- Weblogs y periodismo
- Weblogs y empresa
- Weblogs en la educación
- Weblogs y política

En los anexos se recogen los principales servicios de edición y creación de weblogs, los directorios nacionales de weblogs de hispanoamérica, una vasta selección de los mejores weblogs en español clasificados por temas, extrac-

I N T R O D U C C I Ó N

tos de los principales rankings de weblogs y un amplio repertorio de preguntas frecuentes.

Todas las direcciones web citadas en este libro se recopilan en:

<http://www.ecuaderno.com/larevoluciondelosblogs/>

Allí, además, los lectores podrán dejar sus comentarios y sugerencias, así como aportar sus propios descubrimientos y experiencias.

El libro está concebido para ser leído de forma modular, el lector puede abordar los capítulos en el orden que prefiera. El último epígrafe de los capítulos 1 a 4 contiene una guía práctica sobre los temas abordados:

- Un decálogo para nuevos bloggers
- Estilos y claves de escritura
- Cómo escribir buenos comentarios
- Referencias básicas sobre la blogosfera hispana

Para poner en marcha su propio weblog, el lector puede escoger entre una amplia «Selección de servicios de edición y alojamiento de weblogs», que se listan en el Anexo I, y si prefiere comenzar explorando la blogosfera, puede ir directamente a la «Selección de weblogs en español por temas» del Anexo III.

Cada capítulo contiene al final las direcciones URL de los blogs citados, así como algunas referencias bibliográfi-

cas específicas. En la bibliografía final se ofrece una selección de textos básicos para quienes deseen continuar su viaje hacia el interior de la blogosfera.

A lo largo del libro se han incluido una serie de recuadros para ofrecer perspectivas sinópticas de los temas tratados, ejemplos, consejos y cronologías:

- Cronología resumida de la blogosfera hispana
- Ejemplos de títulos, URLs y descriptores de blogs
- Denominación de las principales modalidades de blogs
- Pistas de estilo para la escritura de entradas en weblogs
- Los principales tipos de entradas
- Perfiles de algunos de los bloggers más conocidos
- Criterios y ejemplos de conformación de blogosferas
- Palmarés de los premios anuales a las Mejores Bitácoras en Español
- Ejemplos de utilización de weblogs en política y acción social

En el texto se utilizan indistintamente los términos *weblog*, *blog*, *cuaderno de bitácora* o *bitácora*, pues tienen el mismo significado: un sitio web personal autogestionado compuesto por entradas individuales que mantienen una dirección permanente, así como su fecha y hora de publicación, y se ordenan mediante cronología inversa (las historias más recientes aparecen en la parte superior del sitio). Para los autores de weblogs, que en inglés se designan *bloggers*, se ha optado por el término *bloguers*.

I N T R O D U C C I Ó N

El universo de los weblogs en la Red, así como la cultura que generan los bloggers, se designa como *blogosfera*, y es en realidad un amplio conjunto de redes sociales en las que cada blogger participa de forma simultánea (por ejemplo, una documentalista gallega pertenece a la blogosfera hispana, a la blogosfera gallega y a la blogosfera bibliodocumental).

En el Glosario se recogen términos citados en el texto y otros que forman parte de la cultura del medio.

Este libro es fruto de muchas horas de *blogging* acumuladas desde 2002, cuando comencé a publicar *eCuaderno*, y en él intento transmitir de forma ordenada y práctica lo que he aprendido de la blogosfera y de los bloggers, de mis estudiantes y de mis colegas, para facilitarle al lector el ingreso a una cultura que suele percibirse como críptica.

Los alumnos de mis talleres de *blogging* en España y América Latina, así como numerosos lectores de *eCuaderno* y mis propios colegas (para quienes soy «un blogger que enseña»), me venían reclamando una obra ágil que sistematizara el mundo de los weblogs y que acompañara a los principiantes en sus primeros pasos. Espero haberlo conseguido.

Éste no es un libro técnico, ni un libro para bloggers. Es un libro para gente corriente que quiere comprender por qué las bitácoras en la Red son el medio de la gente, y cómo pueden comenzar la suya. El libro está dedicado a esas personas.

Sólo una advertencia antes de comenzar: escribir y leer blogs es apasionante, pero altamente adictivo. Al poco tiem-

L A R E V O L U C I Ó N D E L O S B L O G S

po de iniciarse, el lector comenzará a sentir lo que mi amigo Antonio Cambronero de *Blogpocket* llama «la locura de los weblogs dentro de uno».

Los espero en la blogosfera.

JOSÉ LUIS ORIHUELA

1

CONCEPTO,
HISTORIA Y ESTRUCTURA DEL WEBLOG

Como ha ocurrido a lo largo de la historia con cada nuevo medio de comunicación, también en el caso de los weblogs la tecnología se ha adelantado a la teoría, y muy por detrás de la implantación práctica ha llegado su sistematización conceptual. No es fácil entender un medio nuevo cuando apenas ha nacido y la sociedad aún no se ha apropiado de él. Ahora los weblogs tienen un desarrollo de tal envergadura, que ya resulta posible formular un diagnóstico del medio y aportar claves que faciliten su apropiación.

Necesariamente ha habido que inventar nuevas palabras para designar las nuevas realidades mediáticas, pero también se ha recurrido a las metáforas como fuente inagotable de referencias para tratar de acercar el complejo mundo de la Red a las experiencias cotidianas de sus usuarios.

De la navegación como metáfora de la actividad que realizan los usuarios explorando la Web, llega naturalmente el cuaderno de bitácora, el diario del navegante de la Web.

Una metáfora que se ajusta a lo que son los weblogs con más precisión que la de «diarios».

Las bitácoras no son esencialmente diarios personales (en el sentido de «Mi querido diario»), aunque haya muchas que adopten el género autobiográfico, ni son diarios periódicos (en el sentido de «El diario de hoy»), aunque haya muchas bitácoras periodísticas. Autobiografía y periodismo son dos de los muchos ámbitos temáticos en los que pueden expresarse los autores de blogs, los bloggers. Las bitácoras no son un género, sino un medio.

En este primer capítulo se examinan los conceptos específicos que han surgido en torno a los weblogs, las razones de su aparición y vertiginoso desarrollo, así como los elementos estructurales del medio.

¿QUÉ ES UN WEBLOG?

El término weblog designa un sitio web que se compone de entradas individuales llamadas anotaciones o historias dispuestas en orden cronológico inverso. Cada historia publicada queda archivada con su propia dirección URL a modo de enlace permanente, así como con la fecha y hora de su publicación.

En inglés el término *log* designa el registro de la actividad de un servidor, y en un sentido más amplio se refiere a un diario, como *travelog* para los clásicos diarios de viaje. Así, para el diario de navegación del internauta por la Web

se acuñó desde 1997 el término «weblog», que se usa indistintamente en su forma abreviada «blog».

En español, la expresión «cuaderno de bitácora» designa el libro en el que los navegantes anotan el rumbo y la velocidad de la nave, según el *Diccionario de la Lengua Española*: «Libro en el que se apunta el rumbo, la velocidad, maniobras y demás accidentes de la navegación».

Por su parte, la expresión «bitácora» designa a la caja en la que se guardaba la brújula: «Especie de armario, fijo a la cubierta e inmediato al timón, en el que se pone la aguja de marear».

Ambas acepciones exigen ser extendidas para abarcar el nuevo campo semántico al que ahora se aplican. El primer paso en nuestra lengua lo ha dado en 2005 el *Diccionario panhispánico de dudas* incorporando la voz blog, que remite a bitácora: «Sitio electrónico personal, actualizado con mucha frecuencia, donde alguien escribe a modo de diario o sobre temas que despiertan su interés, y donde quedan recopilados asimismo los comentarios que esos textos suscitan en sus lectores».

Se trata de la primera definición formal de blog en un diccionario en español, lo cual es todo un logro, aunque «sitio electrónico» podría reemplazarse por «sitio web», la fórmula «a modo de diario» es confusa, y falta la referencia al orden cronológico inverso de las entradas.

En el uso habitual, «cuaderno de bitácora» o «bitácora» son las expresiones comúnmente utilizadas en nuestra lengua como equivalentes a weblog y a blog.

La primera definición ampliamente consensuada de weblog fue elaborada en 2003 por la profesora Jill Walker para la *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*: «Un weblog, o blog, es un sitio web frecuentemente actualizado compuesto por entradas con fecha organizadas en orden cronológico inverso (...). En general, los weblogs son publicados por particulares y su estilo es personal e informal (...)».

En marzo de 2003 el término weblog se incorpora al *Oxford English Dictionary*:

blog, v. Escribir o mantener un weblog. También leer o navegar weblogs, esp. habitualmente.

weblog, s. Un sitio web actualizado frecuentemente compuesto por observaciones personales, extractos de otras fuentes, etcétera, en general mantenido por una sola persona y usualmente con enlaces a otros sitios; un diario o dietario personal.

Los elementos comunes de ambas definiciones de weblog inciden en su carácter de *sitio web* compuesto por *entradas* organizadas mediante *cronología inversa*, destacan la *actualización frecuente* y el *estilo personal* e informal de la escritura. Las referencias a «diario personal» son más propias de un género de weblogs (los autobiográficos) que, aunque muy extendidos, no deben confundirse con el weblog como medio, en el que es posible abordar un variado repertorio de ámbitos temáticos (weblogs periodísticos, corporativos, científicos, educativos, políticos).

Ahora bien, tratándose en definitiva de sitios web personales, ¿qué es lo que hace a los weblogs tan especiales y en qué se distinguen de las clásicas páginas personales (al estilo de las de *GeoCities*) y de los foros?

Una de las claves del éxito de los weblogs radica en la transparencia y simplificación del proceso de publicación en la web para no iniciados. El weblog se apoya en una herramienta de gestión de contenidos (CMS, Content Management System) que resuelve los tres obstáculos clásicos para publicar en la Red: acceso a un servidor, dominio del lenguaje HTML y destreza para el diseño gráfico.

Los servicios de edición y alojamiento de weblogs, como por ejemplo *Blogger*, *Blogalia*, *Blogia*, *Bitacorae*, *La Coctelera*, permiten al usuario configurar un dominio, componer sus historias mediante una interfaz gráfica, escoger entre un repertorio de plantillas prediseñadas y acceder a un servidor, todo ello de una forma tan intuitiva y familiar como podría ser escribir y enviar un mensaje de correo electrónico.

A la facilidad de acceso a la Web, se añade el factor de actualización regular de los contenidos (algo que, lamentablemente, no suele ser habitual en la mayor parte de los sitios web) y la desintermediación editorial (el autor de un weblog publica lo que quiere y cuando quiere, sin filtros de terceros).

Frente a los foros, el weblog es un medio en el que el autor es el que inicia las discusiones a partir de los temas que propone en sus historias y los usuarios se limitan a apor-

tar sus comentarios u opiniones en torno a cada una de las historias publicadas. Lo propio del foro, en cambio, es que cualquier usuario registrado puede iniciar una conversación.

El *weblog*, en este sentido es un medio *centralizado* (un autor), *jerárquico* (el autor es el único que tiene el privilegio de publicar historias y los usuarios están limitados a comentarlas), y que por lo tanto *genera una comunidad desde dentro hacia afuera*. El autor propone los temas, establece la agenda, y la comunidad responde.

El *foro* es *descentralizado y horizontal* (cualquier usuario puede publicar) y genera *una comunidad desde fuera hacia adentro*. La comunidad asume la función autoral de forma distribuida y se reúne en el sitio del foro.

Finalmente, a diferencia de lo que ocurre en los weblogs, en los foros pueden existir moderadores que operan a modo de editores, seleccionando las mejores historias, permitiendo o denegando accesos, otorgando puntajes, etcétera.

DIFERENCIAS ENTRE WEBLOGS Y FOROS

| | Weblog | Foro |
|--------------------|---------------------|-------------|
| autoría | centralizada | distribuida |
| orden | jerárquico | horizontal |
| comunidad | externa | interna |
| moderación | incompatible | compatible |
| estructura | cronológica inversa | temática |
| discusiones | lineales | anidadas |

El weblog es una genuina expresión de las «tecnologías del yo», en las que el autor, sin ningún tipo de intermediación editorial y gracias a un sistema muy eficiente de gestión de contenidos, se convierte en un *global publisher*: una voz personal que puede hablarle a todo el mundo.

Una limitación importante de las definiciones de weblog centradas en el medio y el formato es que dejan de lado los aspectos más idiosincrásicos de los blogs, que permiten explicar la naturaleza adictiva del medio así como su capacidad de influencia. Los weblogs son sitios personales autogestionados que generan comunidades con un alto grado de fidelidad, basadas en intereses comunes y en la construcción compartida de conocimiento.

La blogosfera, la cultura y el universo de los weblogs, y las blogosferas, las numerosas comunidades a las que pertenecen los bloggers en función de su lengua, situación geográfica y afinidades temáticas y personales, son sin duda el aspecto más interesante de los weblogs, y el que los distingue de modo más radical frente a cualquier otra forma de comunicación en línea.

UN POCO DE HISTORIA

Las características distintivas del weblog permiten atribuirle, con la perspectiva del tiempo, el atributo de ser el primer medio nativo de la Web. La página *What's New in '92* en la que Tim Berners-Lee registraba la evolución del pro-

yecto World Wide Web desde enero de 1992, es algo muy próximo a lo que hoy llamaríamos un weblog. En palabras de Dave Winer: «El primer weblog fue el primer sitio web».

En junio de 1993 la página *What's New*, del NCSA, toma el relevo y se convierte en el gran blog de referencia hasta 1996.

El término weblog fue acuñado por Jorn Barger y aparece recién en diciembre de 1997 en su sitio *Robot Wisdom* para designar una colección de enlaces a sitios interesantes que había descubierto navegando por la Red.

Los primeros weblogs, como *Scripting News* de Dave Winer, *Tomalak's Realm* de Lawrence Lee y *CamWorld* de Cameron Barrett (no más de una veintena en 1998), ofrecían enlaces seleccionados y comentados por sus autores, opiniones y curiosidades, referidas al mundo de la tecnología en general y de la Red en particular. La filosofía de estos sitios era similar a la que hoy alienta al popular *del.icio.us*: compartir en el marco de una comunidad los enlaces más útiles que se encuentran navegando.

La interfaz de edición del weblog comunitario *MetaFilter*, lanzado en julio de 1999, pone de relieve el enfoque inicial del medio, que podría enunciarse como «favoritos en línea»: un formulario que disponía de tres campos para que el usuario introdujera una URL, un título y un breve comentario.

En esta fase inicial, los weblogs eran una forma de memoria extendida, una primera formalización de aquel *Memory Expander* que anticipó Vannevar Bush en 1945. El enlace era la piedra angular del medio y los bloggers fueron los primeros *scouts* de la Red.

C O N C E P T O , H I S T O R I A Y E S T R U C T U R A ...

A partir de 1999 con el lanzamiento de las herramientas públicas y gratuitas de edición y publicación de los weblogs *Pitas* (en julio) y *Blogger* (en agosto), el panorama cambiaría totalmente: los usuarios del medio dejarían de ser una pequeña familia de iniciados y se convertirían en una gran comunidad transnacional, y el estilo pivotaría desde los enlaces comentados hacia el diario personal en línea, que desde entonces es el género mayoritario.

A finales de 1999 comienzan a publicarse los primeros weblogs en español, entre los que destacan los pioneros Carlos Tirado de *Bitácora Tremendo* y Gustavo Arizpe de *Área Estratégica*. Desde octubre de 2002 la comunidad de bloggers en español encuentra su portal de referencia en *Bitácoras.net*, y un año más tarde toma el relevo *Bitácoras.com* que se ha convertido por derecho propio en uno de los ejes articuladores de la blogosfera hispana.

CRONOLOGÍA RESUMIDA DE LA BLOGOSFERA HISPANA

| Año | Mes | Comienza | URL |
|------|-----------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 1999 | octubre | <i>Bitácora Tremendo</i> | http://www.tremendo.com/bitacora/ |
| | | <i>Subte</i> | http://www.subte.com/v01/ |
| | diciembre | <i>Área Estratégica</i> | http://www.area.com.mx/estrategica/ |
| 2000 | febrero | <i>Eduardo Arcos</i> | http://earcos.blogspot.com |
| | marzo | <i>Usablog</i> | http://usabilidad.org/usablog/ |
| | julio | <i>Terremoto.net</i> | http://www.terremoto.net |



LA REVOLUCIÓN DE LOS BLOGS

| | | | |
|-----------|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2001 | octubre | <i>Bitácoras.net</i> | http://bitacoras.net |
| | noviembre | <i>Nitroglicerine</i> | http://www.nitroglicerine.com |
| | enero | <i>Blogpocket</i> | http://www.blogpocket.com |
| | | <i>MiBarraPunto</i> | http://barrapunto.com/usr/acs/01/01/27/0850217.shtml |
| | | <i>Librillo de Apuntes</i> | http://librillo.rbuenaventura.com |
| | febrero | <i>Tinta China</i> | http://tintachina.com |
| | | <i>ZonaGeek</i> | http://www.zonageek.com |
| | marzo | <i>Minid.net</i> | http://www.minid.net |
| | julio | <i>4colors</i> | http://www.4colors.net |
| | agosto | <i>Riesgo y Control</i> | http://www.riesgoycontrol.net |
| | | <i>Earful</i> | http://earful.bitako.com |
| | septiembre | <i>CaspaTV</i> | http://www.caspa.tv |
| noviembre | <i>Denken Über</i> | http://www.uberbin.net | |
| | <i>Isopixel</i> | http://www.isopixel.net | |
| | <i>Korochi Industrias</i> | http://www.korochi.com | |
| diciembre | <i>La Hormiga Remolona</i> | http://www.hormigaremolona.com | |
| | <i>El ciprés en el patio</i> | http://www.elcypressenelpatio.com.ar | |
| 2002 | enero | <i>Blogalia</i> | http://www.blogalia.com |
| | | <i>Reflexiones e irreflexiones</i> | http://fernand0.blogalia.com |
| | febrero | <i>Libro de Notas</i> | http://www.librodenotas.com |
| | marzo | <i>edmz</i> | http://www.edmz.org |
| | abril | <i>Weblogs.com.ar</i> | http://weblogs.com.ar |
| | | <i>e-periodistas</i> | http://e-periodistas.blogspot.com |
| | mayo | <i>Atalaya</i> | http://atalaya.blogalia.com |
| | <i>Mató tu Onda!</i> | http://www.matotuonda.com.ar | |



C O N C E P T O , H I S T O R I A Y E S T R U C T U R A ...

| | | | |
|------|-----------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | ALT1040 | http://www.alt1040.com |
| | junio | Blogómetro | http://www.blogometro.com |
| | | Awablog | http://www.awacate.com/awablog/ |
| | julio | Blogdir | http://www.blogdir.com |
| | | Periodistas21 | http://www.periodistas21.com |
| | | 1eros premios anuales de Bitácoras.net | http://www.alt1040.com/archivo/2002/07/29/1eros-premios-anuales-de-bitcorasnet/ |
| | agosto | eCuaderno | http://www.ecuaderno.com |
| | | La semana en los weblogs | http://www.uberbin.net/archivos/week-logs/la-semana-en-los-weblogs-1.php |
| | octubre | Antes muerta que sencilla | http://www.lacotelesera.com/amqs/ |
| | diciembre | Amigo invisible | http://www.awacate.com/amigo/ |
| 2003 | enero | Dialogica | http://www.dialogica.com.ar |
| | | Columna Blogonomía en Infonomía.com | http://www.unav.es/noticias/opinion/op200103.html |
| | febrero | El blog de Enrique Dans | http://enriquedans.com |
| | | Weblog de Clarín | http://orihuela.blogspot.com/2003/02/weblog-de-clarin-sobre-tecnologa.html |
| | mayo | Escolar.net | http://www.escolar.net |
| | | BlogGuest: La mejor colección de posts escritos para Blogpocket | http://www.blogpocket.com/blogguest.zip |
| | junio | Beers & Blogs | http://blogzine.blogalia.com/historias/8441 |
| | | Bloxus | http://www.bloxus.com |
| | julio | Microsiervos | http://www.microsiervos.com |
| | | Blogia | http://www.blogia.com |



LA REVOLUCIÓN DE LOS BLOGS

| | | | |
|------------|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2004 | septiembre | <i>Weblog de una mujer gorda</i> | http://mujergorda.bitacoras.com |
| | octubre | <i>Bitácoras.com</i> | http://www.bitacoras.com |
| | | <i>2dos premios anuales de Bitácoras.net</i> | http://www.alt1040.com/archivo/2003/10/06/2dos-premios-anuales-de-bitacorasnet/ |
| | diciembre | <i>Amigo Invisible '03</i> | http://amigo.bloggole.net/ (no está operativo) |
| | febrero | <i>Bitácoras.org</i> | http://www.bitacoras.org |
| | | <i>Columna Weblogs en Ciberpaís</i> | http://www.elpais.es/suple/ciberpais/ (no está disponible online) |
| | marzo | <i>11 de marzo de 2004</i> | http://11demarzo.bitacoras.com |
| | abril | <i>Weblog Magazine</i> | http://www.blogpocket.com/wm/ |
| | | <i>Blogs.ya.com</i> | http://blogs.ya.com |
| | mayo | <i>I Encuesta a bloggers y lectores de blogs</i> | http://tintachina.com/archivo/cat_i_encuesta_webloggers.php |
| septiembre | <i>Top500 de Bitácoras.com</i> | http://www.bitacoras.com/top500/ | |
| noviembre | <i>Xataka</i> | http://xataka.com | |
| diciembre | <i>Feedness</i> | http://www.feedness.com | |
| | | <i>Amigo Invisible '04</i> | http://amigo.bloggole.net/ (no está operativo) |
| 2005 | enero | <i>Weblogs SL</i> | http://www.weblogssl.com |
| | | <i>Terceros premios anuales de Bitácoras</i> | http://www.bitacoras.com/noticias/archivos/terceros-premios-anuales-de-bitacoras.php |
| | mayo | <i>La Coctelera</i> | http://www.lacoctelera.com |
| | | <i>II Encuesta a bloggers y lectores de blogs</i> | http://tintachina.com/archivo/cat_ii_encuesta_webloggers.php |
| | <i>Consejo Blogger de PC Actual</i> | http://profesores.ie.edu/enrique_dans/download/blogs-PCA.pdf | |



C O N C E P T O , H I S T O R I A Y E S T R U C T U R A ...

| | | | |
|------|------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <i>Weblog sobre weblogs de Clarín</i> | <i>http://weblogs.clarin.com/weblogs/</i> |
| | agosto | <i>Hipertextual</i> | <i>http://www.hipertextual.com</i> |
| | septiembre | <i>Compareblogs</i> | <i>http://www.compareblogs.com</i> |
| | octubre | <i>FON</i> | <i>http://blog.fon.com/es/</i> |
| | noviembre | <i>Asociación 3.0</i> | <i>http://www.3puncocero.com.ar</i> |
| | | <i>Menéame</i> | <i>http://meneame.net</i> |
| | diciembre | <i>Librodeblogs.com</i> | <i>http://www.librodeblogs.com</i> |
| 2006 | enero | <i>Zumo de Red</i> | <i>http://blogs.baquia.com/zumodered/blog</i> |
| | febrero | <i>Columna Blogosfera en revista Tiempo</i> | <i>http://www.ecuaderno.com/2006/02/27/seccion-blogosfera-en-revista-tiempo/</i> |
| | marzo | <i>BlaBlaBlog</i> | <i>http://blablablog.es</i> |
| | | <i>NeoDiario</i> | <i>http://neodiario.net</i> |

Fuentes: Wiki *Historia de los Weblogs* y *eCuaderno.com*

ESTRUCTURA DEL WEBLOG

¿Cómo sé si lo que estoy leyendo es un weblog? La mayor parte de los visitantes que llegan a un weblog lo hacen gracias a los buscadores y no están necesariamente familiarizados con el medio. Quienes están interesados no saben muy bien por dónde comenzar (hay más de 200.000 weblogs en español al momento de escribir estas líneas), y ocurre que ni siquiera los propios bloggers se acaban de poner de acuerdo acerca de los límites del medio.

Un weblog, no obstante, puede ser caracterizado a partir de los siguientes elementos:

- **URL:** un weblog es un sitio web, y como tal dispone de una dirección, que puede ser un dominio propio del autor (*www.estoesmiblog.com*), un subdominio en un servidor web corporativo, institucional o dedicado a weblogs (*www.miempresa.com/estoesmiblog*), o bien un dominio creado por el autor en un servidor gratuito (*estoesmiblog.blogspot.com*) o de pago (*estoesmiblog.typepad.com*).
- **Título:** además de los previsible *El weblog de (nombre y apellido)* o *Cuaderno de bitácora de (nombre y apellido)*, los bloggers se esfuerzan para identificarse y diferenciarse de forma creativa, buscando títulos breves (para facilitar su inclusión en listados), nemotécnicos (unificando el título y la URL) y originales (para facilitar su identificación en los buscadores).
- **Descriptor:** un texto breve que aporta alguna referencia sobre el autor, los temas o el género del weblog y que permite a los nuevos lectores situarse de forma rápida. El título y el descriptor del blog pueden utilizarse para componer el «título de la página para el navegador» o «Title page», el metatag que utilizan los navegadores tanto para mostrar la denominación de la página en el ángulo superior izquierdo de la ventana, como para nombrarla cuando se guarda en «Favoritos».

CONCEPTO, HISTORIA Y ESTRUCTURA ...

EJEMPLOS DE TÍTULOS, URL Y DESCRIPTORES DE BLOGS

| Título | URL | Descriptor |
|-----------------------|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4Colors | <i>http://www.4colors.net/</i> | Blog sin criterio |
| ALT1040 | <i>http://alt1040.com/</i> | Actualidad/Tecnología/ Cultura |
| Blogpocket | <i>http://www.blogpocket.com/blog/</i> | La locura de los weblogs dentro de uno |
| Caspa.tv | <i>http://caspa.tv/</i> | Weblog dedicado a la evolución de los <i>mass media</i> y su influencia en la sociedad |
| Denken Über | <i>http://uberbin.net/</i> | Un simple weblog |
| Error500 | <i>http://www.error500.net/</i> | Tecnología + Internet + Conocimiento |
| Escolar.net | <i>http://escolar.net/</i> | En aquel momento parecía una buena idea |
| Isopixel | <i>http://www.isopixel.net/</i> | Diseño y comunicación visual en la Web |
| Libro de notas | <i>http://librodenotas.com/</i> | Diario de los mejores contenidos de la Red en español |
| Microsiervos | <i>http://www.microsiervos.com/</i> | El futuro está en versión beta |
| Minid.net | <i>http://www.minid.net/</i> | Weblog de tecnología, diseño & temas en general por Diego Lafuente |
| Píxel y Díxel | <i>http://www.pixelydixel.com/</i> | Si miras la realidad muy de cerca, podrás ver los píxels |
| terremoto.net | <i>http://terremoto.net/</i> | Diseño de interacción y afines |

- **Historias:** cada una de las anotaciones o *posts* (no ha prosperado el término «parches» y no es correcto utilizar las expresiones «mensajes» o «comentarios» para referirse a las entradas de un weblog). Las historias tienen un título, un texto breve que normalmente contiene enlaces y un pie en el que figuran la fecha y hora de publicación, el seudónimo del autor, el enlace permanente (URL específico de la entrada: *www.estoesmiblog.com/mi_primera_historia.html*), un enlace a la sección de comentarios (donde los lectores y el propio autor dialogan) y eventualmente un enlace a la sección de trackbacks (un registro automático de los enlaces de entrada que recibe una historia procedentes de otros weblogs que habiendo citado la historia envían un *ping* de trackback). Otros elementos que pueden encontrarse al pie de una historia son: categoría (palabra clave que designa el ámbito temático en el que el autor archiva la historia), y etiquetas (o *tags*, palabras clave que describen el contenido de la historia de forma más específica).
- **Archivos:** la colección de historias publicadas organizada por años y meses suele figurar como un listado encabezado por el mes en curso cuyos días son navegables en la medida en que haya historias publicadas en cada fecha. La existencia de enlaces permanentes y archivos cronológicos constituye una de las contribuciones más importantes de los weblogs a la Web, pues le han aportado memoria histórica.

- **Categorías:** el listado de categorías creadas por el autor para clasificar sus historias permite la navegación temática del weblog. En ocasiones el listado incluye la cantidad de historias publicadas sobre cada tema, lo que más recientemente se expresa mediante la modificación del tamaño relativo de cada término del listado.
- **Buscador:** el buscador interno permite a los lectores acceder mediante palabras clave a las historias de su interés y complementa la navegación cronológica y temática del weblog. En el caso de los weblogs más antiguos y prolíficos que almacenan miles de historias, el buscador interno se ha convertido en una herramienta de navegación imprescindible.
- **Blogroll:** una relación de enlaces a otros blogs (que el autor lee, recomienda o entre los que el autor se sitúa) es otro de los rasgos distintivos del medio (que no existe en los foros, por ejemplo) y que facilita la creación de comunidades a partir de los enlaces cruzados entre weblogs, así como la mejora de su mutua visibilidad ante los buscadores. El *blogroll* es una manifestación pública de *lo que leen los que escriben* (algo que no suele encontrarse en los medios de comunicación tradicionales). La generalización del uso de lectores de fuentes RSS basados en la Web para el seguimiento cotidiano de los sitios favoritos (como *Bloglines* o *Feedness*) lleva en algunos casos a la sustitución del *blogroll* por un enlace al listado de las fuentes RSS públicas consultadas por el autor.

El repertorio de elementos que forma parte de un weblog se hace cada vez más extenso, no obstante, además de los indicados, pueden encontrarse de forma generalizada:

- **Acerca de** (referencias sobre el autor, datos de contacto o enlace a una página biográfica).
- **Últimos comentarios** (enlaces a los comentarios más recientes).
- **Historias recientes** (enlaces a las últimas historias publicadas).
- **Historias más comentadas** (también llamados «posts vivos», normalmente asuntos polémicos sobre los que se mantiene la discusión mucho tiempo después de la fecha de su publicación, a veces debido a los visitantes remitidos por los buscadores).
- **Fuentes RSS** (enlaces a los archivos de metadatos del blog que, separando el contenido del diseño, permiten syndicar el sitio y acceder a sus nuevas historias mediante un lector de fuentes RSS).
- **Estadísticas** (muchos weblogs permiten a los lectores acceder a una versión pública de sus datos estadísticos de visitantes, páginas vistas y referentes).
- **Licencia** (términos de uso del material publicado en el weblog, normalmente mediante la adscripción del bloguer a alguna de las modalidades del sistema *Creative Commons* o *ColorIURIS*).

Finalmente, y ante todo, el weblog tiene un *autor* que publica sin la intermediación editorial de nadie. Aunque exis-

tan *weblogs grupales* (grupos cerrados de dos o más autores) y *weblogs comunitarios* (grupos abiertos en los que basta con registrarse).

Hasta tal punto son centrales estos elementos, que puede afirmarse sin lugar a dudas que *un agregador no es un weblog* y que *un sitio grupal o colectivo en el que haya intermediación editorial previa a la publicación de entradas, tampoco es un weblog*.

UN DECÁLOGO PARA NUEVOS BLOGUERS

Aunque una de las muchas ventajas del blogging es que pone a prueba la capacidad de autoaprendizaje del usuario mediante el viejo método de ensayo y error, lo cierto es que al introducirse por primera vez en comunidades en línea es bueno contar con algunas referencias básicas por razones de cortesía y para comenzar con buen pie.

El decálogo que se propone está inspirado en muchos otros que circulan por la Red, muy especialmente en el renombrado «Diez consejos para una bitácora mejor» de Rebecca Blood, pero fundamentalmente recoge mi propia experiencia y lo que suelo explicar en mis clases.

- **Comienza leyendo blogs para comprender su estilo y su dinámica**

En el portal *Bitácoras.com* pueden encontrarse tres rutas para comenzar: el directorio temático, el listado de los

Top500 y los premios a las mejores bitácoras en español. En el Anexo III se ofrece una selección de blogs por temas. Para la blogosfera internacional pueden ser buenos puntos de partida: el portal Technorati, el buscador especializado *Google Blog Search* y los premios Bloggies y BOBs.

Una vez que hayas localizado weblogs de tu interés, bastará seguir sus propios enlaces, especialmente los que el autor destaque en su *blogroll*, para detectar otras bitácoras similares.

Observa la sintaxis de los títulos de las historias y el estilo de las anotaciones, revisa los archivos de los blogs que te hayan interesado y lee con detenimiento los comentarios que hayan generado las historias más polémicas o sugerentes.

Presta atención al modo en que se utilizan los enlaces en cada blog, así como a las fuentes citadas con más frecuencia. Aprecia el uso de imágenes y el aspecto del diseño general de los sitios.

- **Prueba diversas herramientas de edición de blogs hasta que encuentres alguna con la que te sientas cómodo**

La mayor parte de los bloggers, incluso los más exitosos y conocidos, han comenzado por lo general con servicios de edición y alojamiento gratuitos basados en la Web y posteriormente han migrado a soluciones basadas en el propio servidor o a alguna modalidad de servicios de pago para eliminar la publicidad y disponer de mayores prestaciones.

Uno de los servicios más sencillos y transparentes para comenzar puede ser *La Coctelera* que, gracias a una interfaz de edición muy intuitiva, consigue que los nuevos usuarios se familiaricen con el medio eliminando todos los obstáculos técnicos.

Para usuarios intermedios es preferible una herramienta que permita acceder al archivo HTML del blog para poder personalizarlo: *Blogger* es una de las mejores opciones.

Para usuarios con conocimientos de programación y acceso a servidores web resultará atractiva una solución que les permita administrar de forma local su propio sitio: *WordPress* y *MovableType* son las herramientas más populares.

En materia de servicios de pago, una buena opción para profesionales, empresas o instituciones que quieran una solución estable y prefieran evitar la instalación local de software, la recomendación es alguna de las modalidades de *TypePad*.

- **Escoge un tema que te guste y sobre el que puedas aportar algo y procura centrarte en él lo más posible**

Escribir con regularidad cosas interesantes no es tarea sencilla, pero se convierte en imposible o frustrante si el autor no está apasionado, o al menos interesado en los temas que aborda. Ante el vertiginoso crecimiento de la blogosfera, un sitio que pretenda destacar tiene que estar bien enfocado y tratar asuntos que sean del dominio del autor, sobre los que tenga un interés constante y fuentes de información de calidad.

Los weblogs más exitosos son temáticos (no autobiográficos), y aunque evidentemente haya anotaciones personales de forma esporádica, el foco de estos weblogs está centrado en un repertorio acotado de temas que tienen interés público y sobre los que los autores tienen algún tipo de competencia.

- **Cuida la calidad de la escritura, pero desarrolla un estilo fresco**

Si bien es cierto que el estilo dominante en los weblogs es informal, dialógico, irónico, espontáneo y desenfadado, también es cierto que los lectores frecuentes suelen ser bastante exigentes en materia de errores ortográficos, imprecisiones semánticas e incluso erratas. La escritura en los weblogs se aleja por igual de los academicismos, de las fórmulas periodísticas y de la jerga del marketing, y busca en el lenguaje coloquial un espacio de encuentro con los lectores. La lectura de un buen weblog se asemeja a una conversación con su autor.

La frescura del estilo no entra en contradicción con el rigor en el uso de la lengua. Los buenos bloggers tienen entre sus favoritos (incluso instalado en el navegador) el diccionario en línea de la Real Academia Española.

- **Enlaza siempre a tus fuentes**

Los enlaces son la base de la lectura y de la escritura hipertextual, el almacén de las comunidades de bloggers y el alimento y parámetro de valoración de *Google* y demás buscadores.

El recurso al «vía:», que se encuentra al final de muchas anotaciones, no sólo forma parte de un requisito formal de atribución de fuente, sino que expresa cordialidad y camaradería entre los bloggers, y ayuda a trazar la historia de las historias.

Enlazar fuentes y referencias es parte esencial de la cultura blogger, ya que precisamente el compartir enlaces de interés ha sido una de las razones históricas del surgimiento de los weblogs.

- **No te preocupes si al comienzo tienes muy pocos visitantes y escasos comentarios**

La recompensa del blogger no debería ser otra que sentirse a gusto con lo que ha publicado, aunque invariablemente se acaba desarrollando una dependencia hacia el reconocimiento de los demás por la vía de los comentarios, las visitas y los enlaces de entrada recibidos. Puede resultar muy frustrante alimentar durante los primeros meses una expectativa desmedida acerca del eco que puede recibir un blog que comienza. Es preferible concentrar las energías en generar contenidos de calidad de modo regular, enlazar con criterio y olvidarse de los comentarios y de las estadísticas durante una buena temporada.

- **Inscribe tu blog en directorios y comienza a promoverlo sólo cuando hayas publicado suficiente material como para que los lectores puedan valorarlo**

Al momento de escribir estas líneas acaba de anunciarse el lanzamiento de un nuevo blog comercial de nicho que

ya lleva un centenar de anotaciones publicadas: ésta es la idea. En el caso de un blog personal, un par de meses de rodaje pueden ser una referencia válida para comenzar a promover el sitio.

La clave es comenzar de forma discreta. Es preferible que los lectores descubran el nuevo blog a través de un enlace o mediante una búsqueda, en lugar de que resulten abrumados por las acciones de autopromoción del autor. Debe evitarse el «spam manual» en los comentarios de otros weblogs con el exclusivo propósito de dejar enlaces al propio. Es una forma rápida y segura de granjearse mala fama.

Cuando el autor haya decidido la plataforma de publicación que utilizará, cuando haya afinado el título y el descriptor del weblog, y cuando disponga de un buen repertorio de historias de calidad, entonces habrá llegado el momento de promoverlo.

Las principales acciones de promoción consisten en: a) dar de alta el weblog en los principales directorios (un directorio internacional, un directorio en la lengua propia, el directorio nacional de referencia, el directorio de la ciudad y, si fuera el caso, en un directorio temático); b) enlazar con criterio en el *blogroll* y en las propias historias a los weblogs que sean relevantes respecto de la temática planteada como enfoque del blog que se intenta promover; y c) moderadamente, escribir mensajes de correo electrónico personales a los autores de weblogs que pudieran estar interesados en el lanzamiento del que acaba de comenzar.

- **Participa en las actividades e iniciativas de la blogosfera. Comenta en otros blogs y responde a los comentarios pertinentes que recibas en el tuyo**

Contribuir a la difusión de iniciativas, historias interesantes, proyectos novedosos o simplemente buenas ideas de las muchas que circulan a diario por la blogosfera, es una forma eficaz de comenzar a integrarse. Es bueno participar con criterio en los debates que generan las historias controvertidas que publican los blogs de referencia, y como regla general, comentar con alguna frecuencia en los weblogs que el autor lea regularmente, pero siempre intentando aportar algo más que una simple felicitación, un llano acuerdo o una crítica no argumentada.

Salvo en los casos de blogs con decenas o centenares de comentarios, es bueno responder a los comentarios recibidos, no obstante, no es aconsejable entrar en polémicas creadas artificialmente, provocaciones (no hay que alimentar a los trols nunca) o discusiones planteadas en términos personales. Muchos weblogs populares han optado por moderar los comentarios para conservar la calidad de las conversaciones y desanimar a spammers y trols. Hay que mantener limpio el weblog: eliminar el spam acaba siendo una tarea cotidiana, como quitar las malas hierbas de un jardín.

- **Aunque el blog sea tu espacio personal, recuerda que es un medio de escritura pública. Hay fronteras éticas y legales que no deberías traspasar**

Por puro sentido común en los espacios públicos la gente educada se conduce con cortesía. Las reglas expresas o

implícitas que rigen el comportamiento aceptable o exigible en los espacios públicos constituyen la etiqueta. La Red tiene su etiqueta, así como la tiene cada uno de sus espacios (el correo electrónico, los foros, los grupos de noticias, el chat, las comunidades virtuales y, por supuesto, la blogosfera).

Es preferible conocer las reglas del juego mediante algo de esfuerzo personal por aprenderlas, antes que verse obligado a descubrirlas después de haber cometido errores. En este sentido, la proliferación de listados de preguntas frecuentes, FAQs, es un indicio de la importancia que tienen las tradiciones y la historia en la Red: ayudan a transmitir de forma eficaz las reglas del juego a los nuevos jugadores.

Además de la etiqueta, el ejercicio de la escritura pública comporta repercusiones éticas y legales. Buena parte de los aspectos éticos involucrados en la práctica del blogging suelen resolverse mediante la revelación de posibles conflictos de interés que pudieran afectar a la credibilidad de una historia o del blog en general. En cuanto a los aspectos legales, baste recordar que se pueden cometer delitos al publicar (difamación, calumnia, violación de secretos y otras cláusulas en relación a contratos comerciales o laborales, violación de derechos de autor, etcétera). No se puede publicar alegremente cualquier cosa.

- **Cuando dejes de divertirte, deja el blog**

La gratuidad y la facilidad de creación convierten a los weblogs en un medio con una alta tasa de abandonos. La

escritura pública regular es una tarea exigente que, aunque a muchos les resulte divertida y estimulante, a todos nos demanda disciplina.

Más allá de las definiciones basadas en el formato, un weblog es un medio en el que un autor escribe «porque le da la gana»: sin editores, sin exigencias, sin contrapartidas económicas, por el puro placer de expresarse y de compartir lo que sabe o lo que hace. Cuando intervienen otros factores diferentes a la pura voluntad de hacerlo por placer, entonces el bloguer amateur se convierte en otra cosa (un bloguer profesional, un *freelance*, un topo, un agente de ventas, un operador político, un columnista, etcétera).

Con cierta frecuencia se producen abandonos muy sonados en la blogosfera. La exposición pública permanente puede resultar agotadora, la actualización frecuente puede vivirse como «esclavitud», la crítica, la ironía o el desprecio pueden desanimar a los bloggers que no tengan la piel lo suficientemente dura.

No pasa nada por dejarlo durante una temporada mientras se recuperan las fuerzas y la ilusión, como tampoco pasa nada por dejarlo para siempre cuando haya dejado de ser divertido.

De todos modos, el buen bloguer siempre vuelve.

Con la escritura de weblogs ocurre, como en todo trabajo creativo, que si no se hace con pasión no resulta atractivo, ni para el autor ni para sus sufridos lectores. Como dice Hernán Casciari: «Si no hay pasión, no funciona».

Referencias y lecturas

- BLOOD, Rebecca, «Weblogs: A History and Perspective», en *Rebecca's Pocket*, 7 de septiembre de 2000. http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html
- , «Diez consejos para una bitácora mejor», en *Rebecca's Pocket*, 22 de marzo de 2003. http://www.rebeccablood.net/essays/ten_tips_espanol.html
- BUSH, Vannevar, «As we may think», en *The Atlantic Monthly*, vol. 176, n. 1, julio de 1945, pp. 101-108. <http://www.theatlantic.com/doc/194507/bush>
- ORIHUELA, José Luis, «Qué son las bitácoras y por qué deberían importarnos», en *Infonomía.com*, 20 de enero de 2003. <http://www.unav.es/noticias/opinion/op200103.html>
- , «Enlaces para la historia», en *eCuaderno*, 9 de octubre de 2003. <http://www.ecuaderno.com/indexwp.php/2003/10/09/enlaces-para-la-historia/>
- , «Weblogs: de la revolución a la consolidación», en CAMBRONERO, Antonio (ed.), *Weblog Magazine*, n. 0, abril de 2004, pp. 14-15. (PDF): <http://www.blogpocket.com/wm/>
- , «Anuario de la blogosfera hispana mayo 2003- julio 2004», en RAMÍREZ, Raúl (ed.), *Weblog Magazine*, n. 1, septiembre de 2004. http://www.weblogmagazine.net/jl_orihuela.html
- WALKER, Jill, «Final version of weblog definition», en *jill/txt*, 28 de junio de 2003. http://huminf.uib.no/~jill/archives/blog_theorising/final_version_of_weblog_definition.html
- WIKI, Historia de los Weblogs. <http://www.historiadelosweblogs.com/index.php/Portada>

WINER, Dave, «The history of weblogs», en *Weblogs.com News*, 17 de mayo de 2002.
<http://newhome.weblogs.com/historyOfWeblogs>

URL de los sitios mencionados en el capítulo

Área Estratégica:

<http://www.area.com.mx/estrategica/>

Betolog:

<http://www.betobeto.com/betolog/>

Bitácora Tremendo:

<http://tremendo.com/bitacora/>

Bitacorae:

<http://www.bitacoras.com/alojamiento/>

Bitácoras.com:

<http://www.bitacoras.com>

Bitácoras.net:

<http://www.bitacoras.net>

Blogalia:

<http://www.blogalia.com>

Blogger:

<http://www.blogger.com>

Bloggies:

<http://www.fairvue.com/bloggies/>

Blogia:

<http://www.blogia.com>

Bloglines:

<http://www.bloglines.com>

BOBs:

<http://www.thebobs.de>

CamWorld:

<http://www.camworld.com>

ColorIURIS:

<https://www.coloriuris.net/es>

Creative Commons:

<http://creativecommons.org>

del.icio.us:

<http://del.icio.us>

Feedness:

<http://www.feedness.com>

GeoCities:

<http://geocities.yahoo.com>

Google Blog Search:

<http://blogsearch.google.com>

La Coctelera:

<http://www.lacoctelera.com>

MetaFilter:

<http://www.metafilter.com>

MovableType:

<http://www.movabletype.org>

Pitas:

<http://www.pitas.com>

Robot Wisdom:

<http://www.robotwisdom.com>

Scripting News:

<http://www.scripting.com>

Technorati:

<http://www.technorati.com>

Tomalak's Realm:

<http://www.tomalak.org>

Top500:

<http://bitacoras.com/top500/>

TypePad:

<http://www.typepad.com/es/>

What's New:

<http://archive.ncsa.uiuc.edu/SDG/Software/Mosaic/Docs/whats-new.html>

What's New in '92:

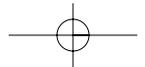
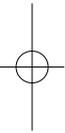
<http://www.w3.org/History/19921103-hypertext/hypertext/WWW/News/9201.html>

WordPress:

<http://wordpress.org>

Todos los recursos citados se recogen enlazados en:

<http://www.ecuaderno.com/larevoluciondelosblogs/>



2

EL WEBLOG COMO MEDIO

Cuando una herramienta de comunicación pública consigue un impacto social de tal magnitud que transforma la cultura, entonces se convierte en un medio. El *dictum* de McLuhan, «el medio es el mensaje», apunta precisamente al factor de transformación cultural que cada medio provoca cuando consigue implantarse. Al igual que el libro, la radio, la televisión, el cine, el vídeo, el disco o la prensa, el weblog es un medio que, valiéndose del soporte Web, desarrolla su propio lenguaje y transforma la cultura.

El impacto de los weblogs se ha verificado en ámbitos como el periodismo, la educación y la empresa. La democratización del acceso a la publicación en red, al eliminar la intermediación editorial, ha sido la gran contribución de los weblogs al movimiento de medios sociales, cuyo impacto sobre la opinión pública resulta evidente desde los atentados del 11S.

Como tal medio, el weblog es susceptible de ser utilizado como vehículo de expresión en diversos géneros que van desde el diario personal autobiográfico, hasta los weblogs

profesionales temáticos orientados a nichos de mercado específicos. Al igual que ocurre con cualquier otro medio, también el weblog muda paulatinamente su formato y desarrolla gradualmente su propio lenguaje y estilo.

LA EMERGENCIA DE LOS MEDIOS SOCIALES

La Red ha abierto un amplio abanico de opciones para la distribución de información (listas de correo electrónico, grupos de noticias, boletines y fuentes RSS), para la publicación de información y opiniones (foros, páginas personales, ezines, confidenciales) y para la creación de comunidades y espacios de trabajo cooperativo (redes sociales, wikis, comunidades virtuales). Además, ha contribuido a potenciar la interacción social mediante los chats de texto, audio y vídeo, y la mensajería instantánea.

Los weblogs forman parte de este nuevo entramado comunicativo que se designa como medios sociales, y como tales consiguen sumar buena parte de las características mencionadas: facilitan la publicación de información y opiniones, distribuyen información mediante fuentes RSS, generan y se integran en comunidades virtuales y potencian la interacción social.

Frente a los medios de comunicación tradicionales, incluidas sus versiones en línea, que se definen por una concepción y tratamiento asimétrico y unidireccional de la información, que va de los editores al público, los medios sociales

rescatan el protagonismo mediático del público, que se convierte en el eje del proceso comunicativo.

Algunas claves del fenómeno de los medios sociales:

- **Los usuarios de la Red se convierten en protagonistas de los procesos informativos**

Los medios sociales, colaborativos o el software social son herramientas de publicación en línea y generación de comunidades que funcionan de modo descentralizado y a escala potencialmente universal. Los *Bulletin Board Systems*, los grupos de noticias, las listas de distribución de correo electrónico, los chats, los foros, la mensajería instantánea, los weblogs, los wikis y las redes sociales son algunas de las tecnologías que han permitido la democratización de la comunicación pública en la Red y su transformación en un espacio social.

- **Los medios sociales son una respuesta alternativa a los medios tradicionales, pero ambos tienen funciones complementarias**

El fenómeno de *los medios de la gente* consiste en acciones de recopilación, contraste, análisis, opinión y generación de información que se hacen públicos en diversos formatos en línea, normalmente al margen de los medios de comunicación tradicionales y en cualquier caso, sin que exista mediación editorial institucional.

La apropiación por parte de los usuarios de la Red de las herramientas de software social para hacer comunica-

ción pública, aunque tiene efectos de primera magnitud sobre los medios y sobre los periodistas, no convierte automáticamente en periodistas a tales usuarios, no convierte en periodismo a los contenidos que producen, ni todo ello constituye el comienzo del fin de los medios tradicionales ni de la profesión periodística.

Por estas razones, las denominaciones de *periodismo ciudadano*, *periodismo 3.0* y *periodismo cívico*, entre otras, resultan inadecuadas y confusas, aunque apunten a un fenómeno ciertamente imparable: el de los medios sociales o participativos.

También se observa de modo creciente que las versiones electrónicas de algunos medios tradicionales han comenzado a incorporar diversas manifestaciones del movimiento de *medios de la gente*, pero lo cierto es que se trata mayoritariamente de un fenómeno paralelo a los medios tradicionales y bastante crítico con sus postulados y procedimientos.

- **La comunicación pública se entiende y se practica como un diálogo**

La Red ha aportado la arquitectura para un modelo de comunicación bidireccional y simétrico que contrasta con el modelo unidireccional y asimétrico de los medios tradicionales. Las coberturas distribuidas de catástrofes como el 11S, el 11M, el tsunami y el Katrina han revelado el poder mediático de los weblogs. La experiencia de construcción cooperativa de conocimiento en torno a la *Wikipedia* demuestra que son posibles otros modos de entender y prac-

ticar la comunicación pública, y que hay indudables ventajas inherentes al nuevo modelo conversacional.

Uno de los impulsores del movimiento de *los medios de la gente*, Dan Gillmor, quien acuñó la expresión *Periodismo 3.0* para describir este nuevo escenario, suele incidir en la exigencia que se plantea ahora a los medios convencionales en términos de «dejar de entender al periodismo como una conferencia y comenzar a entenderlo como una conversación».

- **Los medios sociales se caracterizan por una actitud crítica frente al sistema de medios tradicionales**

Los nuevos actores de la comunicación pública asumen que el saber colectivo de una comunidad es siempre mayor que el de un redactor, y que los medios tradicionales operan condicionados por múltiples factores, bajo la máscara de la independencia y la objetividad. Al decir de Ignacio Ramonet «muchos lectores prefieren la subjetividad y la parcialidad asumidas de los *bloggers* a la falsa objetividad y a la imparcialidad hipócrita de la gran prensa».

Existe una influencia recíproca entre la crisis de credibilidad de la prensa y el auge de los medios sociales, que ha tenido hitos tan relevantes como el movimiento de los warbloggers durante la segunda guerra de Irak. Ante la estrategia de los *embedded reporters* impuesta por el Pentágono, la opinión pública estadounidense crítica con la guerra confió más en la cobertura de los «periodistas ciudadanos» que en la de los «periodistas militarizados».

- **Primero se publica y luego se filtra**

En los medios sociales se invierte la secuencia tradicional: *primero se filtra, luego se publica* por la nueva modalidad *primero se publica, luego se filtra*. En el modelo de publicación autogestionada es la propia comunidad la que actúa como un sistema editorial distribuido y cooperativo, filtrando los contenidos después de que hayan sido publicados. La red social es la que otorga relevancia, corrige y amplifica las informaciones y promueve las opiniones que gozan de mayor consenso.

Las historias más enlazadas, los medios más citados, las palabras clave más frecuentes, son objeto de rankings diarios, a veces incluso en tiempo real, que acaban constituyendo una nueva modalidad de la vieja función de establecimiento de agenda, sólo que ahora se realiza de forma distribuida y a escala global. En este contexto cabe subrayar el creciente poder de los buscadores y de sus secretos algoritmos a la hora de valorar los contenidos disponibles en la Red, así como los renovados intentos de aportar valor semántico a esos contenidos mediante sistemas informales de etiquetado.

- **El mensaje de los medios sociales a los medios tradicionales, no es que van a desaparecer, sino que tendrán que cambiar**

Los medios participativos no sustituyen a los medios tradicionales, ni los nuevos productores de contenido sustituyen a los periodistas, aunque les están obligando a cambiar.

Algunas de las lecciones que los viejos medios pueden aprender de los nuevos son las siguientes:

- *Entender el periodismo como una conversación*: seguramente «arrogancia» es uno de los adjetivos usados con mayor frecuencia para definir la actitud de la prensa hacia el público. El cambio de esta actitud es una condición necesaria para la redefinición de las relaciones entre medios y audiencias. Una conversación requiere interlocutores que se escuchen y se respeten. Aprender a dialogar con sus públicos es una de las tareas pendientes de los medios tradicionales.
- *Aportar un enfoque más personal a las noticias*: tal vez haya llegado la hora de que los medios asuman que un punto de vista personal sobre las noticias es una de las demandas del público que no han sabido gestionar. Los internautas que buscan información en la Red al margen de los medios, muy especialmente el creciente número de lectores de weblogs, encuentran reconfortante reconocer una voz que no pretende ser un narrador omnisciente y neutral, sino que asume su carácter personal y subjetivo.
- *Diversificar las fuentes*: los medios establecidos enfrentan la exigencia de enriquecer el repertorio de fuentes tradicionales incorporando a los nuevos agentes de la comunicación pública. La detección y el seguimiento de fuentes, conversaciones y tendencias en la Red aporta frescura a la oferta informativa convencional.

- *Gestionar mejor los errores*: una de las especialidades temáticas favoritas de los medios participativos es la identificación y denuncia de los errores y manipulaciones de los medios convencionales. Los medios participativos se han erigido en una suerte de quinto poder, asumiendo el control y la crítica de los medios tradicionales.
- *Cambiar el ritmo*: aunque ya no parece necesario insistir en la exigencia de versiones electrónicas de los medios tradicionales, sigue siendo necesario remarcar que su frecuencia de actualización no puede estar dictada por la periodicidad de su referente analógico. Un medio en línea sólo puede funcionar bajo el paradigma del tiempo real. Al igual que ocurre con la interactividad, también la gestión del tiempo real en las ediciones en línea exige modificaciones estructurales en los medios.
- *Incorporar nuevos formatos y nuevos temas*: resulta sintomático que los bloggers, como muchos otros internautas y activistas de los medios sociales, siendo consumidores compulsivos de información, reconocen consumir muy poca información de medios tradicionales. La prensa los bautizó hace tiempo como *light readers* y la estrategia correcta para recuperar a esos lectores, y captar nuevos entre los segmentos más jóvenes de la población, pasa en buena medida por ofrecer un producto informativo más acorde con sus renovadas exigencias.

En cualquier caso, reconocer la naturaleza mediática de los weblogs no supone asimilarlos a los medios convencionales, ni presume su carácter periodístico. Los weblogs son otra cosa, y en eso radica su fortaleza y su potencial. No representan ni la muerte, ni la sustitución de los medios convencionales.

Los weblogs y los medios tradicionales tienen funciones complementarias y están condenados a entenderse y convivir en un espacio comunicativo que ya ha cambiado para siempre.

PRINCIPALES ÁMBITOS TEMÁTICOS

Desde el punto de vista de los contenidos, los weblogs pueden dividirse inicialmente en dos grandes categorías: autobiográficos y temáticos. Los *weblogs autobiográficos* o diarios personales, a pesar de ser cuantitativamente el grupo más numeroso, son —salvo excepciones— muy poco influyentes y muy poco enlazados. Sirven, indudablemente como cauce de expresión, terapia e incluso plataforma de exhibicionismo. Contribuyen a la autoafirmación de la identidad personal, potencian formas de socialización en línea, ayudan a mejorar la calidad de la escritura y fomentan la alfabetización digital de sus autores. Entre las excepciones mencionadas, figuran aquellos weblogs autobiográficos de reconocida calidad literaria o dramática, como es el caso de *Antes muerta que sencilla*, editado en versión libro, o

Estoy sola porque me da la gana, al modo dramático de un culebrón televisivo, pero en formato weblog y narrado en primera persona.

Posiblemente de manera intencionada, una parte de la prensa tradicional pretende reducir el fenómeno weblog a los diarios personales, con la vana intención de desactivar un movimiento que comienza a cuestionar los valores sobre los que hasta hace bien poco se asentaba el edificio mediático.

Ocurre, no obstante, que la parte más interesante de ese movimiento es la constituida por los *weblogs temáticos* y es allí donde precisamente se están abriendo los cauces de influencia social de este medio: los weblogs de opinión, los weblogs comerciales y corporativos, los weblogs políticos e institucionales, los weblogs educativos y, por supuesto, los weblogs periodísticos.

Los weblogs temáticos son aquellos que abordan de modo central asuntos distintos de los avatares vitales de sus autores. Si bien el toque personal es una de las señas de identidad del medio, los bloggers temáticos suelen ser muy medidos a la hora de abordar su propia realidad personal (que suele limitarse a la adquisición de nuevos equipos informáticos y *gadgets*, mudanzas y cambios laborales, fotos de mascotas, críticas de cine y libros, y la infaltable crónica gráfica del menú del nuevo restaurante japonés de la ciudad).

Entre los weblogs temáticos, cabe otra gran división que, con todos los matices que se quiera poner a estas clasificaciones tan generales, podría establecerse entre los

weblogs de paso o *filtros* centrados en enlaces y noticias, y los *weblogs de destino*, más inclinados al análisis, la opinión y el micro-ensayo.

Los weblogs fueron originariamente filtros en los que los navegantes profesionales o compulsivos rescataban los enlaces más interesantes descubiertos a costa de muchas horas de búsqueda en la Red. El enlace con un breve apunte informativo, descriptivo, irónico, mordaz o poético fue la base de los primeros weblogs, que operaban como una especie de memoria extendida de sus autores.

Compartir favoritos en línea en el ámbito de una reducida comunidad de iniciados fue el propósito inicial del medio. No había un sistema para que los lectores comentaran las entradas, ni se trataba de que los autores contaran su vida. La llegada de una herramienta como *Blogger* abrió las puertas a los weblogs autobiográficos de corte narrativo, entre otras razones porque inicialmente no disponía de una forma transparente de incluir enlaces de hipertexto, y tampoco permitía la inclusión de comentarios.

Como resulta previsible suponer, los primeros weblogs temáticos, y hasta hoy los más numerosos, trataban acerca de asuntos próximos a la programación informática, el diseño web, la usabilidad, los buscadores, el software libre y, en general, la tecnología.

Paulatinamente el espectro de temas comenzó a incluir la política y la economía, la educación, los *hobbies* y los propios medios de comunicación. Hoy el ámbito temático de los weblogs se extiende por todas las parcelas de la reali-

LA REVOLUCIÓN DE LOS BLOGS

dad: desde los weblogs de la mayor parte de los grandes medios de comunicación, hasta los weblogs de ficción y blogonovelas, pasando por los humorísticos, los deportivos, los corporativos e institucionales, los políticos, los blogs de viajes e invariablemente los weblogs que hablan sobre los weblogs: los metablogs.

DENOMINACIÓN DE LAS PRINCIPALES MODALIDADES DE BLOGS

| | |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| adblogs | blogs sobre publicidad |
| audioblogs | blogs cuyas entradas consisten en archivos de audio |
| babyblogs | blogs sobre los hijos, publicados por los padres |
| bblogs/bizblogs | blogs corporativos y uso de blogs en los negocios |
| biblioblogs | blogs dedicados a estudios bíblicos |
| blawgs | blogs escritos por abogados, y en general, sobre leyes y derecho |
| blogfarms | granjas o redes de blogs comerciales |
| blogonovelas | blogs como herramienta para la construcción y difusión de obras narrativas de ficción seriada |
| blogsites | híbridos de website y blog: sitios web que incluyen un blog |
| blongs | blogs de ONG |
| blooks | blogs desarrollados como soporte multimedia de los capítulos de un libro, y libros basados en textos previamente publicados en blogs |
| edublogs | blogs como herramienta de docencia, aprendizaje e investigación |
| faithblogs | blogs sobre religión |
| flogs/fakeblogs | blogs falsos sobre una persona real o ficticios sobre un personaje |

E L W E B L O G C O M O M E D I O

| | |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| foodblogs | blogs sobre gastronomía |
| fotologs/fotoblogs | blogs cuyas entradas consisten en fotografías |
| glogs/cyborglogs | blogs generados mediante dispositivos de <i>wearable computing</i> , como una <i>wireless webcam</i> |
| groupblogs | blogs escritos por dos o más autores |
| j-blogs | blogs escritos por periodistas |
| kblogs/klogs | blogs sobre gestión del conocimiento (<i>knowledge management</i>) |
| linguablogs | blogs sobre lingüística, aprendizaje de lenguas y traducción |
| linklogs/linkblogs | blogs cuyas entradas consisten en enlaces |
| mediablogs | blogs sobre medios y comunicación |
| metablogs | blogs sobre los weblogs, blogging y blogosfera |
| metroblogs | blogs sobre ciudades |
| milblogs | blogs mantenidos por personal militar en activo o en la reserva |
| miniblogs | blogs incrustados como sideblogs o bien entradas de una línea dispuestas entre los posts habituales |
| moblogs | blogs mantenidos desde dispositivos móviles |
| pblogs | blogs personales autobiográficos (<i>personal blogs</i>) |
| plogs | blogs utilizados para la gestión de proyectos |
| poliblogs | blogs de análisis político |
| pornblogs | blogs pornográficos |
| prblogs | blogs de relaciones públicas |
| schoolblogs | blogs desarrollados en el ámbito escolar por maestros y alumnos |
| sideblogs | blogs incrustados en el lateral de un blog |
| splogs/spamblogs | blogs de spam, creados como granjas de enlaces para incrementar el <i>pagerank</i> de los sitios afiliados, utilizan entradas falsas o copiadas |

| | |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| stripblogs | blogs de tiras cómicas y viñetas |
| techblogs | blogs sobre tecnología |
| travelogs/travelogues | blogs de viajes |
| vlogs/videoblogs | blogs cuyas entradas consisten en vídeos |
| warblogs | blogs sobre la guerra, nacidos en 2001 con la invasión de Afganistán y popularizados en 2003 con la invasión de Irak |

En el Anexo III el lector podrá consultar una amplia selección de weblogs en español clasificados por temas.

EVOLUCIÓN DEL MEDIO

A pesar de su breve historia y a causa de la velocidad con la que se suceden los cambios y las innovaciones en Internet, el weblog es un medio que no ha dejado de evolucionar, tanto en sus aspectos formales como en sus aplicaciones prácticas.

Pueden establecerse, en términos generales, tres grandes fases en la evolución de los weblogs como medio y de la blogosfera como comunidad en línea:

- *Blogosfera 1.0*

La primera fase de la blogosfera se extiende desde la publicación de la primera página web en enero de 1992 hasta el lanzamiento de *Blogger* en agosto de 1999. Es la

blogosfera de los pioneros, está localizada en Estados Unidos, hay un sentido muy fuerte de comunidad y el medio se utiliza para compartir en línea noticias y enlaces de interés, fundamentalmente referidos a la evolución de la propia Web, y más ampliamente a las innovaciones en materia de tecnologías de la información y desarrollo del software libre.

En esta etapa surge el primer gran weblog comunitario *MetaFilter* (julio de 1999) y los portales basados en foros moderados dedicados al software libre *Slashdot* (septiembre de 1997), su homólogo en español, *Barrapunto* (junio de 1999) y el portal de tecnología y cultura *Kuro5hin* (diciembre de 1999). Las comunidades articuladas en torno a sitios web comunitarios se establecieron antes que los weblogs, pero ambos movimientos nunca llegaron a fusionarse.

En este periodo los weblogs son medios estrictamente textuales en páginas compuestas a dos columnas: una para las entradas y otra para el listado de enlaces a sitios similares o recomendados por el autor (*blogroll*), práctica cuyo origen se remonta a la primera lista de weblogs recopilada por Jesse James Garret, editor de *Infosift*, en noviembre de 1998 y recogida por Cameron Barrett en la columna de enlaces de su blog, *Camworld*.

- *Blogosfera 2.0*

Desde el lanzamiento de *Blogger* en 1999 hasta el año 2004 (para muchos, el año del weblog) cuando se produce

la gran explosión de la blogosfera, los pioneros pierden el control y el liderazgo del movimiento bloguer, que deja de ser un fenómeno comunitario y se convierte en masivo. Particularmente a partir de los atentados del 11S, con el surgimiento de los warbloggers, los blogs alcanzan notoriedad pública una vez que se hacen visibles para los grandes medios de comunicación. En esta segunda fase es cuando nacen los primeros weblogs en español y comienza a utilizarse la palabra bitácoras para designarlos. Aunque de forma bastante tardía, *Blogger* incorpora la funcionalidad de los comentarios, ya ampliamente generalizada en todas las plataformas de publicación de weblogs, cuyo número se multiplica en esta fase.

Los retroenlaces (*trackbacks*) y los anillos (*rings*) buscan ayudar a los bloggers a seguir el rastro de las conversaciones y a integrarse en comunidades, aunque serán los servicios de *tracking* y los directorios especializados los que consigan dar forma a la nueva comunidad emergente. Recursos como *Blogdex* (julio de 2001), *DayPop* (agosto de 2001), *Blogging Ecosystem* (julio de 2002), *Popdex* (diciembre de 2002) y muy especialmente *Technorati* (noviembre de 2002) van trazando la huella de las historias y de los sitios más populares.

En esta etapa se afianza la ascendencia de *Google* sobre la blogosfera, uno de cuyos hitos fue la compra de *Blogger* (febrero de 2003), y se populariza el uso de las fuentes y lectores de RSS, herramientas indispensables para el seguimiento eficaz de las actualizaciones de los weblogs favori-

tos de cada usuario. Las fuentes RSS permiten la reutilización del contenido de los blogs agrupados de forma temática: nacen los agregadores automáticos de fuentes RSS, también llamados planetas.

Los weblogs abandonan el formato puramente textual y comienzan a incorporar imágenes, surgen los fotoblogs y los moblogs (blogs mantenidos desde dispositivos móviles). Los primeros intentos de incorporar el formato audio dan lugar a los audioblogs (blogs con archivos de audio) y a los radioblogs (transmisiones de audio en tiempo real a cargo de bloggers), que se consolidan en la práctica del podcasting, ampliamente extendido en la blogosfera, y que goza de sitios de referencia en español como *PodCastellano* y *Podcast-es*.

- *Blogosfera 3.0*

La última fase de la blogosfera comienza en octubre de 2005 cuando AOL compra *Weblogs Inc*, una empresa que gestiona ochenta weblogs temáticos, por 25 millones de dólares. La comercialización y profesionalización de la blogosfera y la pretendida canibalización del medio por parte de las versiones en línea de los medios tradicionales son las notas distintivas del nuevo escenario, caracterizado también por la invasión de los spamblogs generados por robots a modo de granjas de enlaces, y la expansión de la blogosfera global que mantiene su ritmo de crecimiento al duplicarse la cantidad de blogs cada cinco meses. En este sentido, resultan especialmente ilustrativos los títulos de los dos

primeros informes realizados por la consultora Perseus sobre la blogosfera: *The Blogging Iceberg* (2003) y *The Blogging Geiser* (2005).

En lo que respecta al formato, ya afianzado el podcasting se avanza hacia el videoblogging (incorporación de archivos de vídeo ejecutables en el propio blog). La apuesta de los bloggers por contribuir a la dotación semántica de la Web cristaliza en la adopción de las etiquetas (*tags*), palabras claves que sirven para identificar el contenido de las historias publicadas con más precisión que las tradicionales categorías. Las nubes de etiquetas se convierten en otro recurso de navegación habitual, junto a los archivos cronológicos, las categorías temáticas y el buscador interno.

ESTILOS Y CLAVES DE ESCRITURA

El estilo personal, informal y dialógico del autor que se expone periódicamente ante sus lectores sin intermediarios con una escritura breve, provisional y apoyada en enlaces de hipertexto, define a los weblogs de forma mucho más contundente que los enfoques basados estrictamente en el formato.

Rebecca Blood, en su clásico manual *The Weblog Handbook*, sostiene: «Weblogs have no gatekeepers» (*los weblogs no tienen editores*), y también «if you are not linking to your primary material when you refer to it (...) no

matter what the format or update frequency of your website, you are not keeping a weblog» (*si no enlazas a tus fuentes primarias cuando te refieres a ellas (...) con independencia del formato y de la frecuencia de actualización de tu sitio web, no estás manteniendo un weblog*).

El weblog es de alguien, aunque sea de un grupo o de una comunidad, de gente que autogestiona su presencia en línea porque desea hablar con su propia voz, sin cortapisas, sin filtros, sin editores ni correctores de estilo. El autor de un weblog asume sus conocimientos limitados, incluso sobre aquellos temas que supuestamente domina, y admite que su escritura dista mucho de ser perfecta. Precisamente, escribe para aprender, compartiendo lo que sabe, en el marco de una comunidad que le ayuda a saber más y a escribir mejor.

La escritura descuidada no es un factor de orgullo ni una seña de la identidad informal y desenfadada del medio, es sencillamente mala escritura en formato weblog. Ironizaba sobre el particular Hernán Casciari en una ocurrente definición de weblog:

Es un espacio gratuito en Internet en donde puedes escribir mucho sin saber casi nada de informática. Sin embargo, lo utilizan los que saben mucho de informática y casi nada de escribir.

Enlazar siempre que sea posible, pero con criterio, y enlazar siempre a las fuentes de donde se obtiene la información o la opinión sobre lo que se escribe, incluso y sin excep-

L A R E V O L U C I Ó N D E L O S B L O G S

ciones, enlazar al sitio en el que se ha visto por primera vez el tema, es una de las tradiciones sobre las que se asienta la comunidad blogger. El recurso permanente al [vía: fuelle] con su correspondiente enlace, es el modo correcto de reconocer el trabajo de los demás, de respetarlo y de construir esa conversación comunitaria que llamamos blogosfera. Por lo demás, es una práctica que acaba beneficiando al propio autor: *enlaza y serás enlazado*, bien podría ser el primer mandamiento blogger.

PISTAS DE ESTILO PARA LA ESCRITURA DE ENTRADAS
EN WEBLOGS

| Asunto | Criterio | Mal resuelto | Bien resuelto |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Título | Tiene que ser explícito, significativo, conciso y evidente para los buscadores. | <i>La furia de la naturaleza se desata sobre la capital del jazz</i> | <i>El huracán Katrina arrasa Nueva Orleans</i> |
| Párrafos | Preferentemente cortos y con doble espacio entre ellos. | <i>La escritura para blogs comparte buena parte de los principios de escritura para la Web. La informalidad y cierta dosis de humor contribuyen a desarrollar el estilo personal, propio del medio.</i> | <i>La escritura para blogs comparte buena parte de los principios de escritura para la Web. La informalidad y cierta dosis de humor contribuyen a desarrollar el estilo personal, propio del medio.</i> → |

E L W E B L O G C O M O M E D I O

| | | | |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Enlaces | Deben programarse sobre los títulos de los blogs a los que se alude o sobre el nombre de los bloggers citados. | <i>He visto <u>aquí</u> que Google ha lanzado una nueva aplicación...</i> | <i>He visto en <u>Dirson</u> que Google ha lanzado una nueva aplicación...</i> |
| Enumeraciones | Es preferible resolverlas mediante viñetas. | <i>Los errores más frecuentes en la escritura de posts son los títulos poco significativos, la ausencia de enlaces, la falta de atribución de fuentes y los párrafos demasiado extensos.</i> | <i>Los errores más frecuentes en la escritura de posts son:</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>títulos poco significativos</i> • <i>ausencia de enlaces</i> • <i>falta de atribución de fuentes</i> • <i>párrafos demasiado extensos.</i> |
| Atribución de fuentes | Siempre hay que hacer referencia y enlazar tanto a la fuente que se cita, como al lugar a través del cual se descubrió. | <i>Una empresa que ha entendido la convergencia: <u>Dow Jones Sets New Structure and Leadership Team</u>: Dow Jones will now organize and report its business around three markets: consumer media, enterprise media, and community media. The Company was previously organized around its channels of distribution - print publishing, electronic publishing and community newspapers. Vía: <u>Romenesko</u></i> | |
| Navegación | En algunas historias puede ser | → | |

L A R E V O L U C I Ó N D E L O S B L O G S

| | | |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>conveniente incluir al final los enlaces a historias similares publicadas con anterioridad en el propio blog.</p> | <p><i>Relacionados: Una primera versión de esta guía fue <u>Corporate blogging: por dónde comenzar</u>, en <u>Weblogs y Empresa: un inventario de recursos</u> hay una amplia selección de fuentes sobre el tema, y recientemente en <u>RSS y Empresa</u> recojo artículos, herramientas, recursos y ejemplos sobre sindicación de contenidos y su aplicación en la empresa.</i></p> |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

LOS PRINCIPALES TIPOS DE ENTRADAS

| | |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Arengas | Los famosos <i>rants</i> suelen ser una categoría en muchos blogs. Se trata de soflamas o peroratas más o menos inspiradas que suelen dar lugar a un debate o a réplicas en otros blogs. |
| Casos | Un post bien documentado acerca de una empresa, un producto o un servicio. |
| Contrastes | Historias comparativas (de productos, servicios, personajes) y de contrastes (de diseños, declaraciones, épocas). |
| Críticas | El ejercicio de la crítica, franca y directa aunque no necesariamente hostil, es una de las tradiciones del medio. |
| Debates | Argumentar de manera razonada con otros bloggers o con los comentaristas. Es la razón por la cual se define a la blogosfera como una conversación. |
| Efemérides | Recopilación de entradas publicadas anteriormente en el propio blog (normalmente a partir de un año de antigüedad) |
| Enlaces | Anotaciones basadas exclusivamente en enlaces, otra de las tradiciones del medio. |
| Entrevistas | Las entrevistas y los posts de invitados aportan frescura y nuevas voces al blog. |
| Fotos | Una buena fotografía bien titulada puede resolver un post. → |

E L W E B L O G C O M O M E D I O

| | |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Frases | Frases célebres de la cultura universal, de la blogosfera, o de los medios periodísticos. |
| Hipótesis | La fórmula «¿qué ocurriría si...?» suele dar lugar a posts divertidos y a veces premonitorios. |
| Informativas | Las noticias constituyen una de las modalidades más frecuentes de entradas. |
| Inspiradoras | Historias de casos exitosos, de gente que ha hecho bien las cosas, de proyectos que salen adelante. |
| Instructivas | Pequeños tutoriales que explican el modo de realizar alguna tarea o de utilizar un programa o aplicación. |
| Investigación | Posts muy elaborados, que requieren bastante tiempo de preparación navegando y buscando enlaces y ejemplos. |
| Listas | Enumerar cosas es una de las formas más fáciles de escribir un post. |
| Memes | Seguir o proponer un meme suele ser una forma muy eficaz de dinamizar la vida de la blogosfera y generar comunidad. |
| Perfiles | Una investigación centrada en una persona, puede constituir un buen argumento para crear una serie de entradas sobre gente representativa de un sector. |
| Podcasts | Grabar en audio los propios posts puede ser una alternativa cuando cueste mucho escribir. |
| Predicciones | El mes de diciembre trae los infaltables posts de reseña del año que termina y vaticinios para el próximo. |
| Preguntas | Apelar directamente a los lectores para pedirles sugerencias, ayuda o experiencias. |
| Problemas | Los problemas y específicamente las quejas sobre productos y servicios suelen ser frecuentes, aunque deben escribirse con cuidado, como siempre que se mencionen marcas en un contexto negativo. |
| Recopilaciones | Son una mezcla de los posts de enlaces y de investigación, sirven para preparar un tema y obtener feedback de los lectores. → |

L A R E V O L U C I Ó N D E L O S B L O G S

| | |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Reseñas | Análisis de productos o servicios, muy frecuente en el caso de gadgets, películas, libros y música. |
| Revistas | Recopilación de posts destacados durante la última semana en la blogosfera. |
| Satíricas | El sentido del humor es uno de los rasgos de la informalidad propia del blogger. |
| Series | Conjuntos de posts sobre una misma temática. |
| Videos | Inclusión de películas, normalmente cortos, piezas publicitarias, entrevistas y reportajes de televisión. |

Fuente: Basado en *20 Types of Blog Posts - Battling Bloggers Block* de Darren Rowse y en *Blogging Style* de Amy Gahrn.

Por lo demás, la escritura para weblogs comparte todos los principios aplicables a la escritura para la Web: se escribe para usuarios que tienen poco tiempo y que escanean visualmente las páginas en lugar de leerlas, se escribe para ser encontrado, y en última instancia se escribe para los buscadores.

CONSEJOS PARA ESCRIBIR EN INTERNET

1. Lo primero al escribir para Internet es saber escribir.
2. Escribe acerca de algo que sepas.
3. Da por opinión lo que tengas como opinión; por dudoso lo que tengas como duda; por certeza lo que tengas como certeza y por verdadero lo que tengas como verdadero.

Fuente: *Tres claves de la escritura online*, <http://www.ecuaderno.com/2006/03/17/tres-claves-de-la-escritura-online/>

El desafío del bloguer consiste en armonizar estas exigencias con uno de los principios básicos del weblog como medio: escribir para uno mismo. *The Audience of One* en palabras de Rebecca Blood.

Referencias y lecturas

BLOOD, Rebecca, *The Weblog Handbook. Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog*, Perseus, Cambridge, 2002.

CASCIARI, Hernán, «Entrevista», en *ELPAIS.es* – Participación, 4 de noviembre de 2005.

<http://www.elpais.es/edigitales/cerrada.html?encuentro=1793&ordenacion=asc&docPage=max>

GAHRAN, Amy, «Blogging Style: The Basic Posting Formats (Series Index)», en *Contentious*, 22 de septiembre de 2004.

<http://blog.contentious.com/archives/2004/09/22/blogging-style-the-basic-posting-formats-series-index>

GILLMOR, Dan, *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*, O'Reilly, julio 2004.

<http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/>

MCLUHAN, Marshall, *Understanding Media: The Extensions of Man*, McGraw-Hill, Nueva York, 1964.

ORIHUELA, José Luis, «Weblogs: el medio y el mensaje», en *Nuestro Tiempo*, n. 601-602, julio-agosto 2004, pp. 48-53.

<http://www.ideasapiens.com/blogs/Medios/archivos/000254.html>

—, «Los medios de la gente», en *Razón y Palabra*, n. 46, agosto-septiembre 2005.

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antecedentes/n46/jlori.html>

—, «Los weblogs y su identidad como cibermedios», en SALAVERRÍA, Ramón (coord.), *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 2005, pp. 70-82.

RAMONET, Ignacio, «Medios de comunicación en crisis», en *Le Monde Diplomatique*, enero 2005. <http://www.monde-diplomatique.es/2005/01/ramonet.html>

ROWSE, Darren, «20 Types of Blog Posts - Battling Bloggers Block», en *Problogger*, 29 de noviembre de 2005.

<http://www.problogger.net/archives/2005/11/29/20-types-of-blog-posts-battling-bloggers-block/>

WILLIS, Chris y BOWMAN, Shayne, *We Media. How audiences are shaping the future of news and information (thinking paper)*, The Media Center - American Press Institute, julio 2003.

<http://www.hypergene.net/wemedia/weblog.php>

URL de los sitios mencionados en el capítulo

Barrapunto:

<http://barrapunto.com>

Blogdex:

<http://blogdex.net>

Blogger:

<http://www.blogger.com>

Blogging Ecosystem:

<http://www.myelin.co.nz/ecosystem/>

Camworld:

<http://www.camworld.com>

DayPop:

<http://www.daypop.com>

Google:

<http://www.google.com>

Infosift:

<http://www.jjg.net/retired/infosift/>

Kuro5hin:

<http://www.kuro5hin.org>

MetaFilter:

<http://metafilter.org>

Perseus, The Blogging Geiser:

<http://www.perseus.com/blogsurvey/geyser.html>

Perseus, The Blogging Iceberg:

<http://www.perseus.com/blogsurvey/iceberg.html>

Podcast-es:

<http://www.podcast-es.org>

PodCastellano:

<http://www.podcastellano.com>

Popdex:

<http://www.popdex.com>

Slashdot:

<http://slashdot.org>

L A R E V O L U C I Ó N D E L O S B L O G S

Technorati:

<http://www.technorati.com>

Weblogs, Inc.:

<http://www.weblogsinc.com>

Wikipedia:

<http://wikipedia.org>

Todos los recursos citados se recogen enlazados en:

<http://www.ecuaderno.com/larevoluciondelosblogs/>

3

AUTORES Y LECTORES DE BLOGS

Una vez establecido el marco conceptual e histórico de los weblogs, así como su condición de medio social, cabe centrar ahora el enfoque en los agentes de este nuevo medio: los autores y los lectores de weblogs. Se trata, por una parte, de explorar las razones por las cuales hay cada vez más gente que dedica tiempo y esfuerzo a actualizar con cierta frecuencia y de forma desinteresada un sitio web personal (autobiográfico o temático) en formato weblog.

Por otra parte, se examina el perfil de los lectores de bitácoras, parcialmente coincidente con el anterior, ya que una porción de la audiencia de los weblogs está constituida por los propios bloggers. Aun así, los buscadores llevan una ingente cantidad de visitantes a los weblogs, lo que en muchos casos constituye la audiencia mayoritaria. Por su parte los weblogs temáticos de calidad se convierten en fuente de los medios tradicionales y de los agregadores temáticos, ampliando así el espectro de sus audiencias.

¿QUIÉNES SON Y POR QUÉ ESCRIBEN LOS BLOGUERS?

Según los datos obtenidos en dos encuestas realizadas a bloggers y lectores de weblogs en 2004 y 2005, los bloggers son internautas veteranos, en su mayoría varones de entre veinte y veintiséis años, que ejercen profesiones relacionadas con las nuevas tecnologías. Los participantes en las encuestas apuntaron una serie de razones por las cuales mantenían una bitácora: *como una forma de libre expresión, para compartir conocimientos, como un diario personal, a modo de entretenimiento, como desahogo y como un medio para conocer gente*, fueron las respuestas más señaladas.

II ENCUESTA A BLOGUERS Y LECTORES DE BLOGS

(selección de preguntas y extractos de las tres respuestas más significativas en %)

| | |
|--------------------------------------------------|------|
| ¿Cuánto hace que descubriste los weblogs? | |
| Entre 1 y 2 años | 29,6 |
| Entre 6 meses y 1 año | 20,9 |
| Entre 2 y 3 años | 19,9 |
| ¿Cómo descubriste los weblogs? | |
| Navegando por Internet | 43,8 |
| A través de un amigo | 21,3 |
| A través de un blogger | 20,6 |
| ¿Cuántos weblogs en español lees? | |
| Entre 6 y 10 | 27,7 |
| Entre 11 y 20 | 26,1 |
| Entre 21 y 50 | 22,2 |

AUTORES Y LECTORES DE BLOGS

| | | |
|-------------------------------------------------------|------------------------|------|
| ¿Cuántos weblogs en inglés lees? | | |
| | Menos de 5 | 34,8 |
| | Ninguno | 32,4 |
| | Entre 6 y 10 | 16,0 |
| ¿Con qué frecuencia lees tus blogs preferidos? | | |
| | Varias veces al día | 43,8 |
| | Una vez al día | 38,3 |
| | 2 o 3 veces por semana | 13,9 |
| ¿Utilizas un lector de feeds para leer blogs? | | |
| | No | 60,7 |
| | Sí | 39,3 |
| ¿Dejas comentarios en los blogs que visitas? | | |
| | A veces | 53,7 |
| | Muy a menudo | 29,2 |
| | Nunca o casi nunca | 13,5 |
| ¿Haces clic en los enlaces de los posts? | | |
| | Muy a menudo | 47,2 |
| | A veces | 35,7 |
| | Siempre | 11,6 |
| ¿Prefieres los posts breves o largos? | | |
| | Me es indiferente | 63,7 |
| | Breves | 31,4 |
| | Largos | 4,9 |
| ¿Desde cuándo eres blogger? | | |
| | Entre 6 meses y 1 año | 25,4 |
| | Entre 1 y 2 años | 25,2 |
| | Entre 3 y 6 meses | 19,2 |

L A R E V O L U C I Ó N D E L O S B L O G S

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ¿Has incluido publicidad en tu blog? | |
| No | 81,9 |
| Sí, pero no tengo apenas ingresos | 16,8 |
| Sí, y recibo ingresos importantes | 1,2 |
| ¿Te influyó en tu decisión de ser bloguer la lectura de algún weblog en concreto? | |
| No | 67,5 |
| Sí | 32,5 |
| ¿Cuántos weblogs publicas? | |
| Uno | 59,5 |
| Dos | 24,6 |
| Tres | 9,2 |
| ¿Cuánto tiempo dedicas al día a tu weblog? | |
| Media hora | 29,7 |
| Una hora | 20,6 |
| Más de una hora | 15,4 |
| ¿Has abandonado alguna vez por un tiempo tu weblog? | |
| No | 53,2 |
| Sí | 46,8 |
| ¿A cuántos bloggers has conocido en persona? | |
| A ninguno | 50,3 |
| De 1 a 10 | 37,5 |
| Más de 10 | 12,2 |
| ¿Tienes alguna sección de weblogs recomendados? | |
| Sí | 71,5 |
| No | 27,1 |
| La tenía y la quité | 1,4 |

AUTORES Y LECTORES DE BLOGS

| | | |
|--------------------------------------------------------------------|--|------|
| ¿Has tenido que borrar alguna vez comentarios de un lector? | | |
| Nunca | | 65,1 |
| Sí, alguna vez | | 31,5 |
| Sí, a menudo | | 2,3 |
| ¿Tienes dominio propio? | | |
| No | | 66 |
| Sí | | 34 |
| ¿Dónde tienes alojado tu weblog? | | |
| Hosting gratuito | | 68 |
| Hosting de pago | | 21,1 |
| Espacio prestado | | 5,8 |
| En mi servidor | | 5,1 |
| ¿Desde cuándo eres usuario habitual de Internet? | | |
| Más de 5 años | | 69 |
| Más de 4 años | | 11,8 |
| Más de 3 años | | 10,3 |
| Más de 2 años | | 5,4 |
| ¿Qué tipo de conexión a Internet tienes en casa? | | |
| ADSL | | 53,2 |
| Cable | | 22,1 |
| Módem 56 kbps | | 12,9 |
| WiFi | | 5,7 |
| ¿A qué te dedicas? | | |
| Trabajo en otros sectores | | 34,1 |
| Estudio | | 33,7 |
| Trabajo en sector NTI | | 25,9 |
| Busco trabajo | | 6,3 |

L A R E V O L U C I Ó N D E L O S B L O G S

| | | |
|-------------|-------|------|
| Sexo | varón | 72,1 |
| | mujer | 27,9 |
| Edad | 20-24 | 28,5 |
| | 25-29 | 27,3 |
| | 30-34 | 16,2 |
| | 35-39 | 10,1 |
| | 15-19 | 9,1 |
| | 40-44 | 4,9 |

Fuente: *Perfil de los bloggers de la II Encuesta2005*. <http://www.tiscar.com/?p=381>

Al margen de las encuestas, lo cierto es que el perfil de los bloggers y las razones por las que escriben distan mucho de ser homogéneas y cuantificables.

Entre los bloggers pueden encontrarse niños apasionados por el fútbol o por los coches; padres contando en tiempo real el nacimiento de sus hijos; abuelos que no se resignan a perder el tren de los nuevos tiempos; maestros y profesores que han encontrado en los weblogs un factor de motivación para sus estudiantes; alumnos de secundaria y universidad que siempre quisieron escribir; profesionales del diseño y de la programación con muchas horas de navegación auestas; amas de casa a las que la Red les ha abierto una ventana para expresarse; enfermos que cuentan su batalla cotidiana; desengañados que a través de la escritura exorcizan sus fantasmas o dan sentido a su dolor; artistas,

escritores y periodistas en busca de una audiencia; innovadores y emprendedores explorando las posibilidades comerciales del medio; aficionados de las más diversas disciplinas compartiendo sus dudas y sus logros; empleados agotados en tareas rutinarias que no se resignan a dejar de pensar o a dejar de crear; activistas sociales y políticos que finalmente encontraron su tribuna...

El 9 de febrero de 2002 el pionero Chris Pirillo publicó en *C:\PIRILLO.EXE* la entrada *The Blogger's Manifesto*, que constituye un magnífico perfil de la identidad del blogger, tal como era percibida durante la primera época del fenómeno:

1. *Life is uncensored.*
2. *My blog does not capture the full me.*
3. *Judge my thoughts, but not me.*
4. *If you don't like what you see, look elsewhere.*
5. *I love talking about my life.*
6. *I love writing about other people's lives.*
7. *I will post whenever I feel like posting.*
8. *I don't have to blog every meme.*
9. *You don't have to agree with everything I say.*
10. *I egosurf Daypop, Google, and Blogdex nightly.*
11. *I share what I want to share.*
12. *I like linking to Dave, Doc, Evan, and Cam.*
13. *Blogging is theraputic.*
14. *Pictures of myself are not obligatory.*
15. *I visit every site in my blogroller regularly.*

16. *I won't post for the sake of posting.*
17. *I have a life outside of blogging.*
18. *I have registered my blogging tool(s).*
19. *I may criticize other bloggers, not harass them.*
20. *I have the right to revise a post.*
21. *When blogging becomes a chore, I'll quit doing it.*
22. *I've given something back to the blogging community.*
23. *If I want to complain about something, I will.*
24. *If I want to praise something, I will.*
25. *I am not the best blogger on the planet.*
26. *I don't have to explain myself to you.*

En marzo de 2002 el bloguer rioplatense Mariano Amartino recogió en *Denken Über* las principales motivaciones que detectaba entre los autores de bitácoras para escribir:

Necesidad de reconocimiento; ésta es la más señalada y coincido totalmente en que muchos de nosotros escribimos porque nos sentimos reconocidos si nuestras notas son buenas, y queremos demostrarle al mundo que inteligentes somos, que profundos son nuestros pensamientos y que diferentes somos frente al promedio de los comunes mortales. ¡Pero NO creo que sea la razón más fuerte mas allá de esta moda de los weblogs! (Pese a que de vez en cuando el ego se descontrola y necesita estas cosas).

Periodistas o escritores Wanna-Be: los weblogs a través de Blogger, Pitas, etcétera, te brindan la posibilidad de mostrarle

al mundo lo buen escritor o periodista que uno es sin la necesidad de buscar un editor; sin necesidad de programar un site entero, en fin, te da la posibilidad de escribirle a la audiencia de Internet en un abrir y cerrar de ojos.

Necesidad de comunicarse y ser parte de una comunidad: ésta es para mí la razón primordial para la publicación de un blog. Por eso muchos de estos weblogs son un compendio de diarios y pensamientos personales, porque te permiten compartir con el mundo entero tus pensamientos y tus sentimientos; encontrar gente con la cual compartirlos y ser parte de una comunidad de bloggers.

En febrero de 2003 publiqué las razones por las que escribo *eCuaderno* en la bitácora comunitaria *Blog Logic*, cuyo objetivo era recopilar los motivos de los bloggers:

1. Para compartir contenidos e investigación de una manera fácil y rápida. El blogging se ha revelado como una forma efectiva de compartir los hallazgos, noticias, enlaces e ideas que vamos recogiendo permanentemente mientras navegamos.

2. Para disponer de un banco de pruebas. El blogging es también una experiencia de aprendizaje. Una inmersión diaria en la rica vida de la Web. Una herramienta para investigar y entender mejor los modos en que nos relacionamos y comunicamos en la era digital.

3. Como una herramienta educativa. El uso de los blogs en educación es uno de los grandes temas en la actualidad (blogs en la educación, blogs de gestión de conocimiento, blogs de

investigación). En este entorno se pueden compartir con gran facilidad materiales educativos, referencias, noticias y enlaces.

Entre abril de 2002 y marzo de 2004 se publicó el weblog *Mi primer post*, que recogía la primera anotación publicada en blogs tomados al azar, muchas de las cuales contienen una formulación de los objetivos y las motivaciones de sus autores:

«Por fin puedo hablarle al mundo sin miedo a avergonzarme».

«Creo que me apetece nacer».

«A mí me gusta escribir, pero no sé escribir. No pretendo ser un Premio Nobel pero a veces tengo cosas que decir y compartir».

«¿Por qué ecografía? Pues exactamente porque eso es lo que quiero que sea mi página, una ecografía de mi vida, quiero contar todo eso que por fuera no se ve o no se nota, pero existe realmente».

«Después de buscar y rebuscar distintas alternativas para lograr volver a acercarme a estos malditos artefactos, a volver a sentir el trabajo no como una obligación a secas sino como una obligación placentera, creo que escribir esta bitácora puede ser una buena opción».

Un buen ejemplo de la típica actitud inicial del blogger es el primer post del blog *Conectada y la Guerrera* titulado «Saludos»:

Éste es el primer post para mi humilde blog. No pretendo ser líder de opinión ni tratar los temas que todo el mundo puede seguir por los medios de comunicación tradicionales. La verdad, te puedes encontrar cualquier cosa cuando entres por aquí. No prometo ser regular, ni periódica, ni interesante, ni objetiva, ni nada de nada. No pretendo nada. Sólo postear.

A fin de cuentas, las razones por las que la gente escribe weblogs son comunes a otras formas de escritura pública: necesidad de expresión, afán de compartir saberes, deseo de integración en una comunidad, búsqueda de reconocimiento, exploración creativa, terapia, participación política, defensa de intereses, búsqueda de beneficios económicos o simple exposición.

Lo cierto es que la tecnología ha venido, esta vez, en auxilio de la gente que tiene el deseo de publicar y de comunicarse, de la gente que tiene cosas que decir, de la gente que quiere probar su talento y de los que quieren encontrar en el vasto océano de la Red alguien que abra con ilusión la botella con su mensaje.

El verdadero poder de los weblogs y buena parte de la fascinación que ejercen, radica en que la gente los escribe «porque puede» (la tecnología está disponible), pero sobre todo «porque quiere» (les da la gana de poner en común cosas con los demás). No debe subestimarse nunca el poder de «la real gana», aunque resulte muy desconcertante.

El periodista Nacho de la Fuente, autor de *La Huella Digital*, titula «Porque me da la gana» el post en el que explica sus razones para bloguear:

Más de uno me pregunta qué hago yo aquí, escribiendo un blog, sin cobrar un euro, quemando horas de sueño y tiempo libre, estrujando los sesos (con s) para sacar textos, esforzándome en actualizarlo todos los días, en darlo a conocer, en enlazar con más blogs, en contestar a comentarios, en conversar con los lectores, en ojear el número de visitas, en husmear dónde, cómo y cuándo pinchan aquí... Más de uno no lo entiende y, a veces, también me invade esa duda. Pues me explico. Escribo este blog desde hace ya 435 días por mi pasión por la información y la actualidad, porque lo necesito, por evitar que me oxide en esto de escribir, por desahogo mental, por engrasar el cerebro y la conciencia, por huir de rutinas, por intentar aportar mi gota al mar del buen periodismo, por irradiar pluralidad, por corresponder y satisfacer a los que pasan por aquí, por darle alguna vuelta a la tortilla informativa, por...

Tantas, tantas y tantas razones me llevan a esta adicción al blogging. Pero hay una, sólo una, que es la más poderosa para cualquier humano, la más determinante, la que nunca hace dudar. Es simple, contundente e irrefutable. La pongo en el título.

La paradoja del escritor de weblogs consiste en que una actividad que se inicia normalmente por placer o distracción, para probar o por diversión, se acaba convirtiendo en un hábito que se integra repentinamente entre las rutinas cotidianas y termina formando parte de nuestra vida. El blogger, finalmente, es alguien que vive bajo «el síndrome del próximo post».

AUTORES Y LECTORES DE BLOGS

PERFILES DE ALGUNOS DE LOS BLOGUERS MÁS CONOCIDOS

| Autor | Bog/URL | Perfil |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eduardo Arcos | ALT1040 <i>http://alt1040.com</i> | Ecuatoriano (1978) radicado en México, cursó estudios de ingeniería de sistemas y se dedica al diseño, desarrollo, consultoría y asesoría web y de sistemas. |
| Antonio Delgado | Caspa.TV <i>http://caspa.tv</i> | Se dedica al desarrollo de proyectos integrales de Internet, desde medios de comunicación que quieren utilizar Internet como canal alternativo de distribución de información, y al asesoramiento de empresas que desarrollan toda su actividad en la Red. Dirige, coordina y asesora diversos proyectos de Internet, relacionados con la televisión, el cine y los medios de comunicación en general. |
| Inma Bermejo | Chavalina.net <i>http://www.chavalina.net</i> | Nacida en Murcia (1981) es Ingeniero Técnico en Informática de Gestión por la Universidad de Murcia. Trabaja en el Servicio de Información Universitario de la Universidad de Murcia, desempeñando labores de gestión de bases de datos, diseño gráfico y administración de sistemas de información en entorno web. |
| Catuxa Xeoane | Deakialli DocuMental <i>http://deakialli.bitacoras.com</i> | Diplomada en Biblioteconomía y Documentación por la Universidad de A Coruña y Licenciada en Documentación por la Universidad Carlos III de Madrid. → |

L A R E V O L U C I Ó N D E L O S B L O G S

| | | |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Enrique Dans | El blog de Enrique Dans <i>http://www.enrique-dans.com</i> | Licenciado en Ciencias Biológicas por la Universidad de Santiago de Compostela, Máster en Dirección de Empresas, Profesor y Director del Área de Sistemas y Tecnologías de Información del Instituto de Empresa (Madrid). |
| Antonio Ortiz | Error500 <i>http://www.error500.net</i> | Ingeniero informático por la ETSII de la Universidad de Málaga, se dedica al desarrollo software desde una consultora estadounidense para una multinacional británica. |
| Sonia Blanco | Fílmica <i>http://www.filmica.com/sonia_blanco</i> | Periodista especializada en crítica cinematográfica, es profesora asociada del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga. |
| Marta Peirano | La Petite Claudine <i>http://www.lapetite-claudine.com</i> | Nacida en Madrid (1975) es periodista y músico. Impulsora del proyecto Copyfight. |
| Julio Alonso | Merodeando por la enredadera <i>http://www.merodeando.com</i> | Es Licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid y MBA por la Rotterdam School of Management. Empresario y consultor estratégico, fundador y CEO de Weblogs SL y fundador y Socio-Director de Intélica Venture Management. |

AUTORES Y LECTORES DE BLOGS

| | | |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Diego Martín Lafuente | Minid.net <i>http://www.minid.net</i> | Argentino (1978) radicado en Barcelona, se define como «diseñador gráfico, arquitecto de información, tecnólogo y <i>geek</i> ». |
| Pedro Jorge Romero | pjorge.com <i>http://www.pjorge.com</i> | Nacido en Lanzarote (1967) y radicado en Santiago de Compostela. |
| Fernando Tricas | Reflexiones e irreflexiones <i>http://fernand0.blogalia.com</i> | Es profesor asociado de Lenguajes y Sistemas Informáticos en la Universidad de Zaragoza. |
| Gemma Ferreres | TintaChina <i>http://tintachina.com</i> | Valenciana radicada en Madrid, licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Es responsable de estilo web de una multinacional. |

VISITANTES: LA PARROQUIA, LOS TURISTAS Y LOS SURFERS

Una acertada metáfora acuñada por Juan Julián Merelo en *Atalaya* divide a los visitantes que reciben los weblogs entre «la parroquia» y «los turistas»:

Son gente que, generalmente, sabe dónde se está metiendo, o, si no lo sabe, al menos sabe qué tipo de cosa se va a encontrar cuando llegue. Son, en sentido amplio, «la parroquia».

Pero, por otro lado, están los turistas. Son los que vienen desde buscadores. Son esos amiguetes que te dicen «el otro día

buscaba no sé qué en Google y acabé en tu página». Son turistas en el sentido de que vienen buscando específicamente algo. Y tal como funcionan los buscadores, probablemente algo que no tenga nada que ver con lo que aparece en la página, y quizás mucho menos con el tema general de la bitácora. Son turistas en el sentido de que, en vez de quedarse o venir todos los domingos y fiestas de guardar, lo más probable es que, decepcionados por no encontrar lo que buscan, no vuelvan más.

Los *turistas* generan tráfico, dejan en los comentarios las preguntas más absurdas imaginables y en ocasiones participan en los debates pero, al carecer del contexto que suministra la lectura regular del sitio, no suelen aportar gran valor a los contenidos del weblog.

La *parroquia*, en cambio, es la comunidad del weblog, el grupo de lectores fieles que llegan a diario sabiendo lo que buscan y lo que pueden encontrar. La parroquia es el lector modelo que el autor se construye al escribir, es el perfil de su público. Aunque el bloguer escriba para sí mismo, debe saber que al hacer escritura pública acabará construyendo una *parroquia*, del mismo modo que debe saber que la pretensión de «escribir para todo el mundo», sencillamente, no es práctica.

La comunidad que se forma en torno a un weblog de calidad es uno de los aspectos más ricos y una de las mejores recompensas del blogging.

Como contrapartida, es posible que el peso de las demandas implícitas y explícitas de la propia comunidad o parro-

quía, sea uno de los principales motivos de abandono del medio. Muchos llegan a los weblogs por el placer y la libertad de escribir sin intermediarios ni condicionamientos de ningún tipo, y al cabo del tiempo se encuentran con una comunidad que les demanda opiniones, posiciones, información y sobre todo frecuencia de actualización regular.

Junto a estos dos perfiles de visitantes, que representan la inmensa mayoría del tráfico de un weblog, existe un tercer perfil habitualmente minoritario pero muy interesante para el autor, y es el conformado por aquellos que llegan al blog procedentes de un enlace (en un directorio, en otro blog, en un post, en una página web, en un foro, en un cibermedio o incluso en los propios favoritos del navegador). Este tipo de visitante, el *surfer*, accede al blog con más información y mayores expectativas que el turista, muchas veces sabiendo exactamente lo que busca y la razón por la que ha activado el enlace. En contadas ocasiones, estos visitantes llegan de forma masiva y producen el llamado *efecto Slashdot* en alusión al tráfico que genera un enlace en el mencionado portal.

Finalmente, hay que hacer una referencia a los visitantes indeseables, que también los hay y a quienes la popularidad o el éxito de un weblog atrae como la miel a las moscas: los *spammers* y los *trols*.

El spam, mensajes publicitarios o propagandísticos no solicitados, ataca a los weblogs por los comentarios y por los trackbacks, tanto de forma manual como automática. Limpiar un blog de spam es una tarea que hay que asumir como par-

te del blogging, al igual que un jardinero ha de arrancar las malas hierbas para mantener atractivo su jardín.

Los trols han existido desde los comienzos de la Red, y son aquellos usuarios que se aprovechan de la interactividad y del anonimato de los sistemas en línea para sabotear las discusiones, incendiar los debates, insultar a los participantes, y en general, destruir lo que un autor o una comunidad intenta trabajosamente construir.

Frente a los spammers y los trols no hay que ceder nunca, no hay que responderles nunca, hay que limpiarlos del blog con toda paz y saber que siempre estarán acechando. La vida en línea exige tener la piel lo bastante dura como para que ni los mercaderes sin escrúpulos ni los acomplejados consigan dañarte ni hacerte desistir.

La recompensa para los que aguanten es nada menos que conocer a la gente más interesante que te puedas imaginar. Y si tienes suerte, que se conviertan en tu parroquia.

LOS COMENTARIOS Y OTROS ÁMBITOS DE ENCUENTRO CON LOS LECTORES

Aunque originariamente los weblogs no disponían de la función de comentarios (el popular servicio de edición de bitácoras, *Blogger*, no incluyó función propia de comentarios hasta el año 2004), paulatinamente el *feedback* de los lectores se fue convirtiendo en una de las señas de identidad del medio. Los comentarios son un espacio de diálogo

entre el autor del weblog y sus lectores, una fuente de enriquecimiento, actualización y contraste de las historias publicadas, un lugar para la polémica y el debate, y también un espacio por el que los nuevos bloggers suelen comenzar a darse a conocer.

Los trols (autores de comentarios incendiarios) y especialmente el spam (comentarios automáticos o manuales realizados con la finalidad de incluir enlaces a sitios comerciales), impulsaron la adopción de recursos de filtrado y bloqueo (*blacklists*), mecanismos de control alfanumérico basados en imágenes (*captchas*), sistemas de registro de comentaristas (como *TypeKey*) y de forma cada vez más generalizada el control editorial previo a la publicación (moderación).

Los comentarios, a diferencia de las historias, suelen ordenarse de forma cronológica. Una vieja aspiración de muchos bloggers es la opción de comentarios anidados, al estilo de lo implementado en foros como *Slashdot* y *Barrapunto*, que facilitan la agrupación temática de las aportaciones y hacen más ágil la lectura y el seguimiento de los debates más relevantes.

No son pocos los bloggers que comenzaron escribiendo comentarios de manera regular en sus bitácoras favoritas y acabaron creando su propio espacio en la Red. También ocurre, en ocasiones, que la calidad de los comentarios suele ser muy superior a la de las entradas que los motivaron. En cualquier caso, es habitual que los bloggers asuman los comentarios como un valioso lugar de encuentro, de aprendizaje y de crítica.

Además de los comentarios, existen numerosas vías por las que se puede canalizar la interacción entre autores y lectores de weblogs que, en ocasiones, resultan incluso más eficaces que los propios comentarios.

El *correo electrónico* es uno de los sistemas de *feedback* más extendidos: es habitual encontrar en los weblogs la dirección de correo electrónico del autor, o al menos un formulario de contacto para remitir sugerencias o formular consultas. Las listas de distribución de correo electrónico se utilizan en algunos casos para mantener debates entre el autor y grupos acotados de lectores, así como sistema alternativo o complementario de distribución de los contenidos del blog, uso que llegó a ser muy habitual antes de la popularización de los formatos de sindicación de contenidos y de los lectores de fuentes RSS.

Asociados a los portales de weblogs y a algunos weblogs muy populares, los *foros* han sido una herramienta de interacción extensamente utilizada para sistematizar las aportaciones y dudas de los lectores, organizar manuales y derivar las preguntas frecuentes, evitando así la constante repetición de argumentos en los comentarios de los blogs, así como las consultas permanentes sobre los mismos temas por medio del correo electrónico. A modo de ejemplo, pueden citarse los foros de *Bitácoras.com*, de *ALT1040* y de *google.dirson*.

En los entornos de redes sociales virtuales, especialmente en *Orkut* y *eConozco*, se han creado *comunidades virtuales de lectores* de blogs específicos para facilitar la interacción

horizontal entre los propios lectores, así como la propuesta y posterior discusión de temas para su tratamiento en el weblog. En la red social *eConozco*, por ejemplo, se han establecido las comunidades de lectores de *El Blog de Enrique Dans* y de *eCuaderno*.

Finalmente, los *encuentros presenciales* de bloggers, una tradición de bastante raigambre dentro de esta comunidad, permiten fortalecer los vínculos personales entre autores de weblogs y también con sus lectores.

Cuando se trata de la interacción entre bloggers, los recursos para el diálogo se extienden, más allá de los comentarios y de las otras alternativas recién mencionadas, a una serie de prácticas que conducen a entender la blogosfera como una gran conversación, no sólo entre autores de weblogs y sus lectores, sino también y especialmente entre los propios bloggers.

El primero y más elemental de los recursos para la construcción de conversaciones en la blogosfera es el *enlace*. Los enlaces destacan los asuntos y lugares relevantes, orientan y premian las discusiones más interesantes y son, para quien los recibe, la pista por la que se detecta una conversación, un nuevo sitio, una alusión o una cita. Los bloggers, y en general los lectores de blogs, viajan por la blogosfera a través de los enlaces.

Una forma compleja del enlace, al menos para quienes acaban de comenzar, es el *trackback* o enlace inverso. El *trackback* es un mecanismo automático de notificación entre bitácoras que permite, a aquellas que lo tienen habilitado,

detectar cuándo y dónde una historia propia ha sido enlazada por otra bitácora.

Las referencias comunes a terceros lugares detectadas mediante *servicios de rastreo de weblogs* como *Technorati* o el *Blogómetro*, entre tantos otros, son otra forma de descubrir las conversaciones más populares en la blogosfera.

La blogosfera como ámbito de conversación encuentra dos de sus más genuinas representaciones en los *memes* y en los *festivales de blogs*.

Los memes son ideas originales, útiles o divertidas, cuyo atractivo hace que la gente las adopte y las comparta con otros. La Red se ha convertido en un entorno especialmente apto para la difusión de estas ideas infecciosas, que han encontrado en la blogosfera su medio ambiente natural.

Un meme puede ser desde una broma hasta un negocio, pasando por una aplicación útil, un proyecto comunitario, una leyenda urbana, un concurso o un juego.

EJEMPLOS DE MEMES

| | |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Meme | Monitores transparentes |
| Objetivo | Tomar, editar y publicar una fotografía que simule que la pantalla del ordenador es transparente |
| URL | http://www.flickr.com/photos/w00kie/sets/180637 |
| Meme | ¿Qué hay en tu bolso? |
| Objetivo | Los participantes publican una fotografía de todos los objetos que transportan en su bolso |
| URL | http://flickr.com/groups/52241283780@N01/ |

| | |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Meme | El mejor chiste de rubias de la historia |
| Objetivo | Un juego de enlaces interminable que prometen un chiste, al que nunca se llega |
| URL | http://www.microsiervos.com/archivo/juegos-y-diversion/chiste-rubias.html |
| Meme | 10 películas |
| Objetivo | Elaborar un listado de tus diez películas favoritas |
| URL | http://www.ecuaderno.com/2005/12/15/10-de-mis-peliculas-favoritas/ |
| Meme | Diccionario musical |
| Objetivo | Recoger, siguiendo el alfabeto, un listado de tus solistas y grupos favoritos |
| URL | http://www.ecuaderno.com/2005/11/19/la-mejor-musica-del-mundo/ |

Fuente: Memes: los virus de la mente. <http://www.ecuaderno.com/2006/02/16/memes-los-virus-de-la-mente/>

La capacidad memética de la blogosfera se está utilizando de manera creciente para impulsar estrategias de *marketing viral*, que aprovechan la velocidad de circulación de algunas ideas en Internet para promocionar productos o servicios. El tradicional *word of mouth* (transmisión verbal de recomendaciones) se convierte en el *word of mouse* (transmisión de recomendaciones mediante un clic del ratón). Los nuevos servicios de la compañía *Google*, por ejemplo, son habitualmente lanzados bajo este esquema.

Los *festivales de blogs* son la versión en español de los *blog carnivals*, y consisten en convocatorias para publicar durante un periodo definido acerca de un tema propuesto y posteriormente recopilar las principales aportaciones.

L A R E V O L U C I Ó N D E L O S B L O G S

EJEMPLOS DE FESTIVALES DE BLOGS

| Tema | Convocatoria/Recopilación |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Bitácoras y libertad de expresión | http://mangasverdes.es/2005/08/25/blog-carnival-bitacoras-y-libertad-de-expresion/ http://mangasverdes.es/2005/09/02/festival-de-blogs-bitacoras-y-libertad-de-expresion-1/ |
| Publicidad en la Red | http://lapapelera.org/festival-de-blogs-publicidad-en-la-red/ http://lapapelera.org/festival-de-blogs-ii-publicidad-en-la-red-desenlace/ |
| Blogs y poder | http://www.escriptorium.com/articulos/iii-festival-de-blogs/ http://www.escriptorium.com/articulos/iii-festival-de-blogs-conclusion/ |
| Blogs y medios tradicionales | http://www.vidavacia.com.ar/festival-de-blogs/ http://www.vidavacia.com.ar/iv-festival-de-blogs-conclusion/ |
| La empresa ante los blogs | http://estratega.typepad.com/estratega/2005/09/v_festival_de_b.html http://estratega.typepad.com/estratega/2005/10/v_festival_de_b_1.html |
| El futuro de los blogs | http://blog.bluecreativos.com/?p=44 http://blog.bluecreativos.com/?p=50 |

Fuente: Festival de Blogs 2005. http://mangasverdes.es/wiki/index.php/Festival_de_Blogs_2005

Siendo la blogosfera un entorno que fomenta tanto el debate como la dispersión de las ideas, los festivales de blogs tienen la ventaja de articular las discusiones para facilitar su posterior seguimiento.

Entre los recursos sobre los que se apoya la interacción entre bloggers figuran también las llamadas *conversaciones distribuidas*. Se trata de aplicaciones que permiten, al usuario que comenta regularmente en diversos weblogs, mantener un archivo en línea de sus intervenciones.

EJEMPLOS DE CONVERSACIONES DISTRIBUIDAS

| Weblog | URL de la conversación |
|-------------------------------------|-------------------------------------------|
| Merodeando por la enredadera | <i>http://merodeando.com/cd/</i> |
| Microsiervos | <i>http://www.microsiervos.com/dc/</i> |
| Terceras Partes | <i>http://www.blogdeviajes.com.ar/dc/</i> |

Fuente: *Conversaciones Distribuidas*. http://wiki.microsiervos.com/Conversaciones_Distribuidas

Existen diversas aplicaciones específicamente diseñadas para el seguimiento de conversaciones, función para la que también puede utilizarse un marcador de favoritos como *del.icio.us*.

APLICACIONES PARA EL SEGUIMIENTO DE CONVERSACIONES DISTRIBUIDAS

| Servicio | URL |
|-------------------|----------------------------------------|
| CoComment | <i>http://www.cocomment.com</i> |
| co.mments | <i>http://co.mments.com</i> |
| myComments | <i>http://mycomments.idslab.com.ar</i> |

Fuente: *Conversaciones Distribuidas*. http://wiki.microsiervos.com/Conversaciones_Distribuidas

Estos servicios generan una fuente RSS de las entradas, lo que permite incluirlas de forma automática en una columna lateral del propio weblog.

Finalmente, existen una serie de sitios web colaborativos en los que los usuarios proponen y votan historias previamente publicadas en blogs y otros cibermedios, que son filtradas mediante un esquema descentralizado de editores, al estilo de *Digg* y *Menéame*. Los sitios web de promoción social de noticias o *gestión social de contenidos* constituyen una evolución del modelo anterior representado por *Slashdot* y *Barrapunto*, y son una respuesta a las limitaciones de los sistemas de edición centralizada y jerárquica de los medios tradicionales.

AUTORES Y LECTORES DE BLOGS

SERVICIOS DE GESTIÓN SOCIAL DE CONTENIDOS

| Servicio | URL |
|--------------------|----------------------------------|
| Blogmemes | <i>http://www.blogmemes.com</i> |
| Fresqui | <i>http://tec.fresqui.com</i> |
| Linku | <i>http://www.linku.com.ar</i> |
| Menéame.net | <i>http://meneame.net</i> |
| Neodiario | <i>http://neodiario.net</i> |
| Populicias | <i>http://www.populicias.com</i> |

Los gestores sociales de contenidos, a su vez, han comenzado a integrarse en *agregadores* que indexan de forma automatizada las actualizaciones de weblogs, servicios de noticias con fuentes RSS, servicios online de gestión de fotografías, podcasts y vídeos, con una tendencia creciente a facilitar la personalización de las fuentes RSS que se incluyen.

AGREGADORES

| Servicio | URL |
|----------------------------|--------------------------------------------------------|
| 11feeds | <i>http://www.e.leven.com.ar/11feeds/</i> |
| BlaBlaBlog | <i>http://blablablog.es</i> |
| LastInfoo | <i>http://www.lastinfoo.es</i> |
| Linkoo | <i>http://www.linkoo.com.ar</i> |
| Megite Spanish News | <i>http://www.megite.com/index.php?section=spanish</i> |

Este amplio conjunto de prácticas, recursos y herramientas, revela que la dimensión conversacional y comunitaria de la blogosfera no es una mera manifestación de deseos, sino una realidad tangible. Los comentarios son una importante vía de interacción, pero la blogosfera como conversación tiene muchos otros resortes sobre los que funcionar.

CÓMO ESCRIBIR BUENOS COMENTARIOS

El seguimiento de unas sencillas pautas puede orientar a quienes, iniciándose en la lectura de weblogs, desean también aportar sus propios puntos de vista en los comentarios, el lugar natural de encuentro entre el bloguer y sus lectores.

- **Lee con frecuencia una bitácora antes de empezar a comentar en ella**

Es bueno habituarse al estilo del autor, entender sus giros, su sentido del humor y de la ironía, valorar cuáles son los temas centrales del blog sobre los que tiene más competencia y cuáles son los temas periféricos que aborda de forma ocasional y con menor preparación.

Cuando el lector aporta su propio contexto, desconociendo el del autor, entonces suelen producirse los clásicos malentendidos (tan frecuentes, por otra parte en el correo electrónico, que es un medio que se escribe y se lee fuera de contexto siempre).

Comprueba, además, si el autor de la bitácora ha establecido alguna política editorial respecto de comentarios (la más habitual será la moderación previa) y respétala. Esta información normalmente aparecerá al activar el enlace a «comentarios» en cualquier historia.

- **Lee los comentarios que ya se han publicado antes de escribir el tuyo**

Comentar es participar en una conversación, no sólo con el autor de la entrada, sino también con los anteriores comentaristas. Revisar las aportaciones previas es un buen método para evitar reiteraciones o volver a plantear asuntos ya resueltos en el transcurso del debate.

- **Designa al destinatario de tu comentario**

Cuando una conversación se ha extendido, suele ser habitual que haya un hilo referido al asunto principal planteado por el autor en el post, y uno o más hilos de conversaciones cruzadas entre los propios comentaristas (no siempre referidos al asunto original). En tales condiciones, conviene dirigirse de forma particular al interlocutor escogido anteponiendo su seudónimo o número a tu propio comentario.

De igual modo, cuando es el autor de la bitácora quien responde a los comentarios de sus lectores, si lo realiza en bloque, es recomendable que indique a quién va dirigida cada respuesta.

- **Escoge un seudónimo**

El seudónimo o nick es la seña de identidad más extendida en la Red, ya que el uso del nombre y apellidos completos suele resultar poco práctico. Ahora bien, el seudónimo puede apuntar a una identidad real (cuando se compone con iniciales o con parte del nombre, como «jlori» o «jlorihuela», tal como suele usarse en el correo electrónico), o puede ser un recurso para enmascarar la identidad real de aquellos autores y comentaristas que, por diversas razones, prefieran el anonimato. De todas formas recuerda que siempre que publiques un comentario el sistema de gestión de la bitácora de destino registrará la dirección IP de la máquina desde la que lo has enviado.

- **Identifícate como blogger**

Si ya has abierto un weblog, indica en el campo del formulario de comentarios la URL, pero si no dispones de un sitio web no inventes una URL para completar ese campo, simplemente déjalo en blanco. Si no hay un campo para identificar la URL del comentarista, es mejor no incluirla en el texto del comentario.

- **Antes de incluir etiquetas de HTML comprueba que el sitio las acepta**

Los sistemas de edición de weblogs permiten a los autores configurar el tipo de información aceptable en los comentarios, de tal forma que conviene leer las instrucciones dirigidas a los comentaristas en este sentido. En cual-

quier caso, no es conveniente incluir demasiados enlaces en el texto de un comentario, ya que los sistemas de edición están igualmente preparados para «sospechar» que dos o más enlaces en un comentario pueden indicar la presencia de spam.

- **Procura ser respetuoso y positivo**

Si vas a ocupar tiempo en escribir comentarios que, a su vez, ocuparán el tiempo que otros dedicarán a leerlos, lo más razonable es que constituyan alguna aportación, que sean una crítica argumentada, que revelen nuevos puntos de vista o nuevas fuentes sobre el tema, que aludan a sitios donde se abordaron anteriormente las cuestiones que son objeto de debate, etcétera. No hace falta más basura en la Red.

Evita siempre los ataques personales y los argumentos *ad hominem*, no insultes ni agravies a aquellos con los que no coincidas, y nunca respondas a un trol.

Cuando no tengas nada positivo que comentar de una entrada, es mejor que no realices ningún comentario.

- **Modera la autoreferencialidad**

Parte de los comentarios que se encuentran en los blogs más populares tienen como única finalidad dejar un enlace al blog del comentarista. Otras veces, el propio texto del comentario incide en algo que el comentarista ya abordó anteriormente en su blog, incluso en ocasiones el comentario incluye directamente una invitación a visitar el blog del comentarista. Todas estas prácticas, por lo general, constituyen un abuso y es preferible evitarlas.

Cuando la referencia al propio blog o a un post del comentarista sea pertinente, hay que hacerla con moderación.

- **No escribas nunca bajo estados alterados**

Esto es aplicable tanto a las entradas de tu propio blog como a los comentarios que realices en otros blogs (también vale para el correo electrónico): no escribas enfadado o desesperado, ni bajo los efectos del alcohol u otras drogas.

- **Revisa la ortografía y la sintaxis antes de publicar tu comentario**

A pesar de las prisas que suelen acompañar a la navegación, es bueno que antes de darle al botón «publicar», revises lo que has escrito y corrijas las faltas de ortografía o los defectos de sintaxis. A diferencia de lo que ocurre con las entradas de tu blog, cuando escribes comentarios en otros sitios, no tienes opción de editarlos una vez que se han publicado. Evita el uso exclusivo de mayúsculas y el abuso de signos de exclamación. Recuerda que no estás escribiendo mensajes SMS, y que tus comentarios quedarán para siempre en la Red (y *Google* sabrá encontrarlos).

- **Regresa a los debates en los que hayas participado**

Es una señal de cortesía volver a aquellas bitácoras en las que hayas comentado y revisar el transcurso de la conversación para comprobar si el autor u otros comentaristas se han referido a tu comentario, te han formulado alguna pregunta o han pedido alguna precisión. Muchas bitácoras dis-

ponen de una fuente RSS dedicada exclusivamente a los comentarios para facilitar el seguimiento de los debates.

Una buena forma de introducirse en la blogosfera es primero leer y luego comentar en algunos weblogs. Si lo haces con regularidad y te resulta gratificante, es que seguramente ha llegado el momento de que abras el tuyo.

Referencias y lecturas

AMARTINO, Mariano, «Weblogs... El fenómeno», en *Denken Über*, 4 de marzo de 2002. <http://www.uberbin.net/archivos/weblogs/weblogs-el-fenomeno.php>

—, «Los comentarios... ¿son importantes?», en *Denken Über*, 15 de mayo de 2002. <http://www.uberbin.net/archivos/weblogs/los-comentarios-son-importantes.php>

BENEDETTI, Fabrizio, «Cómo atrapar comentarios», en *La Cosa Húmeda*, 22 de mayo de 2003. <http://fbenedetti.blogalia.com/historias/8214>

BITÁCORAS.ORG, «Campaña a favor del uso del Trackback», 4 de marzo de 2004. http://www.bitacoras.org/bit.php?id=47_0_1_0_C

FUENTE, Nacho de la, «Porque me da la gana», en *La Huella Digital*, 15 de marzo de 2006. <http://lahuelladigital.blogspot.com/2006/03/porque-me-da-la-gana.html>

GAHRAM, Amy, «10 Reasons Why Blogs Are an Awkward Conversation Tool», en *The Right Conversation*, 18 de enero de 2006. http://www.rightconversation.com/2006/01/blogs_are_a_pre.html

GALLI, Ricardo, «Ley de Transposición de las Bitácoras», en *De software libre*, 7 de septiembre de 2005.

<http://mnm.uib.es/gallir/posts/2005/07/09/364/>

GARRETT, Chris, «10 Tips for Attracting More Comments», en *Performancing*, 20 de febrero de 2006. <http://performancing.com/node/1210>

IBÁÑEZ, Álvaro, «Microservos con comentarios cerrados», en *Microservos*, 13 de diciembre de 2005. <http://www.microservos.com/archivo/general/ms-comentarios-cerrados.html>

MALLASCH, Paul, «Portrait of a Blogger», en *kuro5hin.org*, 29 de octubre de 2002.

<http://www.kuro5hin.org/story/2002/10/28/211050/43>

MERELÓ, Juan Julián, «Anatomía de una visita, o la parroquia y los turistas», en *Atalaya*, 27 de noviembre de 2003.

<http://atalaya.blogalia.com/historias/13398>

ORIHUELA, José Luis, «The 3 blogging reasons of eCuaderno», en *Blog Logic*, 15 de febrero de 2003.

<http://www.bloglogic.com/archives/000012.html>

PIRILLO, Chris, «The Blogger's Manifesto», en *C:\PIRILLO.EXE*, 9 de febrero de 2002.

http://chris.pirillo.com/blog/_archives/2002/2/9/66979.html

RODRÍGUEZ, Daniel, «¿Cómo hacer buenos comentarios en un weblog?», en *Bulma*, 24 de febrero de 2003. <http://bulma.net/body.phtml?nIdNoticia=1694>

TRAPANI, Gina, «Special: Lifestacker's guide to weblog comments», en *Lifestacker*, 21 de septiembre de 2005.

<http://www.lifestacker.com/software/top/special-lifestackers-guide-to-weblog-comments-126654.php>

URL de los sitios mencionados en el capítulo

I Encuesta a bloggers y lectores de blogs:

http://tintachina.com/archivo/cat_i_encuesta_webloggers.php

II Encuesta a bloggers y lectores de blogs:

http://tintachina.com/archivo/cat_ii_encuesta_webloggers.php

Atalaya:

<http://atalaya.blogalia.com>

Barrapunto:

<http://barrapunto.com>

Blog Logic:

<http://www.bloglogic.com>

Blogger:

<http://www.blogger.com>

Blogometro:

<http://www.blogometro.blogalia.com>

C:\PIRILLO.EXE:

<http://chris.pirillo.com>

Conectada y la Guerrera:

<http://conectada.blogspot.com>

del.icio.us:

<http://del.icio.us>

Denken Über:

<http://uberbin.net>

Digg:

<http://digg.com>

eCuaderno:

<http://www.ecuaderno.com>

Foros de ALT1040:

<http://foros.alt1040.com>

Foros de google.dirson:

<http://foros.dirson.com>

Foros de Bitácoras.com:

<http://bitacoras.com/foros>

Google:

<http://www.google.com>

La Huella Digital:

<http://lahuelladigital.blogspot.com>

Menéame:

<http://meneame.net>

Mi primer post:

<http://miprimerpost.blogspot.com>

Orkut:

<http://www.orkut.com>

Slashdot:

<http://slashdot.org>

Technorati:

<http://www.technorati.com>

TypeKey:

<http://www.sixapart.com/typekey/>

Todos los recursos citados se recogen enlazados en:

<http://www.ecuaderno.com/larevoluciondelosblogs/>

4

LA BLOGOSFERA

Uno de los rasgos más importantes de los weblogs, y que suele quedar al margen de las definiciones pues no tiene que ver con sus condiciones formales o estructurales, es su dimensión comunitaria, o su carácter de medio social.

La integración de los autores de weblogs en comunidades es una seña de identidad de la cultura bloguer, más importante que el uso de un determinado programa de gestión de contenidos o de la disposición de las entradas de un sitio web en forma cronológica inversa.

Los bloggers son propiamente quienes, usando determinadas herramientas de gestión de contenidos, asumen y extienden una cultura que es parte sustancial del medio que utilizan.

BLOGOSFERA Y BLOGOSFERAS

Los weblogs se inscriben naturalmente en una serie de redes, blogosferas o comunidades, formadas por quienes

se leen, comentan y enlazan de modo recíproco. Al igual que ocurre en el mundo real, también en la Red y especialmente en la blogosfera, los usuarios pertenecen simultáneamente a numerosas comunidades.

La lengua, el vecindario virtual, el vecindario geográfico y la adscripción temática delimitan algunas de las blogosferas en las que cada bloguer se integra.

- Sin desmerecer a los fotoblogs, lo cierto es que la inmensa mayoría de los weblogs son básicamente textuales, de modo que necesariamente la lengua se convierte en el primer factor de discriminación de blogosferas. Las lenguas que podemos leer condicionan nuestras fuentes, y las lenguas en las que podemos escribir determinan nuestra audiencia potencial. Para salvar la barrera idiomática, hay bloguers que publican entradas en más de una lengua o bien un segundo blog, y hay bloguers que operan como puentes entre dos lenguas (*bridge bloggers*) traduciendo textos para ponerlos al alcance de otras blogosferas, como en el caso de la iniciativa *Global Voices*.
- El vecindario virtual es la blogosfera que se establece a partir de los enlaces de entrada y de salida que comparten los weblogs. En este sentido, el listado público de sitios recomendados o leídos por el autor (*blog-roll*) es una buena base para comenzar a situar a qué blogosfera pertenece o aspira a integrar un weblog determinado. Existen programas que analizan la correspondencia entre enlaces de entrada y salida de los

weblogs, o comparan metadatos, para establecer vecindarios virtuales, como el servicio de enlaces relacionados (*related links*) de Alexa.

- Inicialmente el servicio *GeoURL* y posteriormente el movimiento de blogs de ciudades (blogs comunitarios, directorios y agregadores de blogs de ciudades y países) han ayudado a perfilar la blogosfera geográfica. La incorporación de metadatos de geoposicionamiento (latitud y longitud) en blogs y otros sitios web permiten descubrir y trazar los contornos físicos de una blogosfera. En algunas ciudades se han trazado mapas de la blogosfera urbana a partir de las líneas del transporte público, como en *nyc bloggers*.
- Finalmente, y en el caso de los blogs temáticos o de nicho, han proliferado los anillos, directorios, agregadores, blogs comunitarios y premios sectoriales, que han contribuido a la consolidación de blogosferas especializadas. Es lo que ocurre, por ejemplo, con los blogs educativos en *Educational Weblogs* o con los blogs dedicados a la gastronomía en *Food Blog Central*.

Algunos servicios de edición y alojamiento de bitácoras, particularmente los que disponen de un portal comunitario que recoge las últimas actualizaciones de blogs de esa comunidad así como noticias y eventualmente un metablog, acaban configurando una blogosfera basada en un CMS, como es el caso de *Blogalia*, *Bloxus*, *Blogia*, *La Coctelera* y *MSN Spaces*, por ejemplo.

LA REVOLUCIÓN DE LOS BLOGS

CRITERIOS Y EJEMPLOS DE CONFORMACIÓN DE BLOGOSFERAS

| Tipo de blogosfera | Concepto | Ejemplo |
|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Global | El conjunto mundial de weblogs. | Según Technorati, la blogosfera se duplica cada cinco meses y medio. |
| Lingüística | El conjunto de weblogs escritos en una misma lengua. | El primer estudio sobre la blogosfera hispana fue presentado en la conferencia BlogTalk que tuvo lugar en Viena en mayo de 2003. |
| Geográfica | El conjunto de weblogs de los nacionales de un país o habitantes de una ciudad. | BlogsMéxico es el portal de la blogosfera mexicana. Planeta Cordósfera es el agregador de la blogosfera cordobesa. |
| Temática | El conjunto de weblogs que comparten una misma especialidad o nicho. | Se han publicado los resultados del primer estudio de la biblioblogosfera hispana. El museo gastronómico online ha sido uno de los primeros eventos de la blogosfera culinaria hispana. |
| Alojamiento | El conjunto de weblogs que comparten un mismo servicio de edición y hosting. | La blogosfera de MSN Spaces alcanzó en junio de 2005 un millón de usuarios en España. |
| Ideológica | El conjunto de blogs que se adscriben expresamente a una facción partidaria o filosofía política. | Liberalismo.org es el portal de la blogosfera liberal. Planet Red es el agregador de la blogosfera progresista. |

L A B L O G O S F E R A

Bien entendida, la blogosfera, el espacio de los weblogs en la Red, es en realidad un variado conjunto de micro y macro comunidades de fronteras difusas a las que cada bloguer pertenece de forma simultánea.

EL UNIVERSO Y LA CULTURA DE LOS WEBLOGS

Además de integrarse en blogosferas lingüísticas, geográficas y sectoriales, los bloggers forman parte de una cultura que a la vez contribuyen a expandir y transformar en el seno de esas comunidades.

El uso del formato weblog y la participación en la cultura bloguer se verifican de forma diversa según los casos y puede dar lugar a cuatro grandes perfiles de usuarios, según la siguiente matriz:

MATRIZ FORMATO BLOG Y CULTURA BLOGUER

| | Usa el formato weblog | No usa el formato weblog |
|-------------------------------------------|-----------------------|--------------------------|
| Participa de la cultura bloguer | Perfil 1 | Perfil 3 |
| No participa de la cultura bloguer | Perfil 2 | Perfil 4 |

La variable *uso del formato weblog* indica que el autor se vale de alguna herramienta de gestión de contenidos (CMS) para la publicación de un sitio web en el que las entradas con

fecha y URL individual se ordenan mediante cronología inversa. La variable *participación en la cultura blogger* indica que el autor es el propio editor del sitio (no hay intermediarios editoriales), que practica la reciprocidad en materia de enlaces y comentarios, que participa en las iniciativas de la blogosfera (difusión de memes, conversaciones distribuidas) y que sus anotaciones reflejan algún grado de autoreferencialidad (a la propia blogosfera como fuente) y de metablogging (weblogs, bloggers y blogosfera como objeto temático ocasional).

Perfil 1: Los pioneros, los convencidos, los evangelizadores (*ALT1040*, *Blogpocket*, *Denken Über*, *Linotipo*, *Microsiervos*, *Minid.net*, *TintaChina*).

Perfil 2: Escritores y periodistas que experimentan el potencial creativo y comunicativo del formato, pero procurando en lo posible, que el weblog se note poco (los casos más representativos son los diarios de Arcadi Espada y los blogs de ficción de Hernán Casciari, especialmente *Weblog de una mujer gorda* y *Más respeto que soy tu madre*). También periodistas y escritores que usan el weblog como repositorio de textos originalmente escritos para otro medio (fue el caso de Eduardo Haro Tecglen y es el caso de Francis Pisani).

Perfil 3: Creativos cuya experimentación les lleva a superar el formato para trascenderlo, cuestionarlo y enriquecerlo (los casos más representativos son *Texto Casi Diario* en su primera época, el desaparecido blog horizontal satírico *Sonrisa de Tequila*, *Lamalarosa* y *El Hombre que Comía Diccionarios*).

Perfil 4: Columnistas de medios en línea (versiones electrónicas de medios convencionales, medios sólo digitales y confidenciales) que o bien son rebautizados como bloggers por el propio medio, o bien abordan ocasionalmente, y por lo general de forma peyorativa, temas de la blogosfera.

Otros rasgos de la cultura blogger son: la pasión por escribir acerca de las propias aficiones, la libertad de gestionar de forma personal un medio público sin editores, la solidaridad hacia las causas sociales, la defensa de los derechos individuales, el interés adictivo por la información, el gusto por la polémica, la relación amor/odio con los medios tradicionales, el culto a la tecnología, la promoción del software libre y la decidida promoción de nuevas formas de entender y gestionar los productos de las industrias culturales y sus derechos asociados.

Enrique Dans se pregunta en el post «¿Personalidad blogger?» acerca de los rasgos comunes a los usuarios de este medio:

¿Existen una serie de rasgos de personalidad que diferencian a los usuarios de blogs (lectores, comentaristas o escritores) del resto del mundo? ¿Existe tal vez un conjunto de factores que apunten a una «sociología blogger»? ¿Es posible «reconocer» a un usuario de blogs cuando se cruzan unas cuantas conversaciones con él? En una primera pensada, podría pensar *que el usuario de blogs es, en general, una persona mejor informada* —cosa que afirmo tras comprobar un día detrás de otro cómo los medios de información general publican casi siempre cosas que ya se han podido leer días

antes en diversos blogs—, y además, *con un grado de análisis más profundo* en la mayoría de los casos. Pero además, es posible que el usuario de blogs tienda a mantener posturas más «apasionadas» o de una mayor identificación/significación personal, o de una mayor pluralidad...

Lo cierto es que, aunque la demografía de la blogosfera es demasiado variada como para poder sistematizar un repertorio de rasgos comunes, los usuarios más intensivos del medio, cuando lo utilizan como parte de sus actividades formativas o laborales, bien pueden reflejarse en ese retrato robot.

LAS FUNCIONES DE LA BLOGOSFERA

En el nuevo escenario de la comunicación pública la blogosfera emerge como un espacio social extraordinariamente dinámico y como un agente informativo de primer orden. Entre las múltiples funciones que cumple la blogosfera cabe resaltar sus dimensiones como:

- **Filtro social de opiniones y noticias**

La blogosfera se ha convertido en un lugar privilegiado para tomar el pulso de la opinión pública sobre los temas y personajes más candentes de la actualidad. Ya no basta saber sólo qué dicen los medios tradicionales, ahora es posible saber también cómo reciben ese discurso los ciudadanos, qué noticias de las publicadas resultan más relevantes y qué

opiniones son las más controvertidas. El sitio *The Annotated New York Times*, por ejemplo, reelabora la portada del diario neoyorquino en función de la cantidad de menciones que sus noticias y artículos hayan recibido en la blogosfera. Por su parte, *Technorati Popular News* establece un ranking en tiempo real de las noticias más enlazadas por los bloggers.

- **Sistema de alerta temprana para los medios**

La velocidad de reacción ante los eventos y el añadido de conocimiento colectivo que caracterizan a la blogosfera, hacen de ella un magnífico sistema de alerta temprana que algunos medios están comenzando a utilizar. La detección de los weblogs relevantes en cada sector, el uso eficaz de lectores de fuentes RSS y de herramientas de rastreo basadas en palabras clave, permiten a los periodistas y a los editores más innovadores detectar tendencias, nuevos temas, debates de interés y casos a seguir. Baste recordar que el famoso *affaire Clinton-Lewinsky* fue originalmente publicado en el sitio personal de Matt Drudge, *Drudge Report*.

- **Sistema de control y crítica de los medios**

La blogosfera se ha convertido en el quinto poder, un contrapeso a los poderes ejecutivo, legislativo, judicial y especialmente a la prensa. Las contradicciones, los errores y las manipulaciones de los medios tradicionales son uno de los objetos temáticos preferidos de los bloggers. Existen blogs dedicados monográficamente al seguimiento de estos errores como *Regret The Error* y *Malaprensa*, y casos muy

sonados de presión de la blogosfera sobre los medios como el que condujo al final de la carrera del presentador de informativos de la *CBS* Dan Rather o a la retirada de la campaña «Un día da para mucho» de *ELPAIS.es*.

- **Factor de movilización social**

El crecimiento cuantitativo de la blogosfera global, que se duplica cada cinco meses, hace de este espacio de la Red un ámbito cada vez más representativo de la sociedad de nuestros días. La dinámica de circulación de información en un espacio con tal nivel de capilaridad e interactividad convierte a la blogosfera en un entorno especialmente apto para las comunicaciones virales, la distribución de memes y el desarrollo de campañas sin coordinación centralizada. Las batallas en torno al software libre, a las redes P2P, a los mecanismos de control y restricción de uso de obras DRM (*Digital Rights Management*), a los derechos de autor y de copia, entre muchas otras, se originan en buena medida en el campo de la blogosfera.

- **Nuevo canal para las fuentes reconvertidas en medios**

Las empresas, instituciones y organizaciones que tradicionalmente han dependido de la intermediación editorial de los medios de comunicación tradicionales para dar a conocer sus notas de prensa, sus opiniones y declaraciones, así como para la gestión de situaciones de crisis, ahora cuentan además con la posibilidad de convertirse en medios y llegar directamente a sus públicos. Valga como ejemplo el caso de *The Greenpeace Weblog*.

- **Nuevo formato aplicable en las versiones electrónicas de los medios tradicionales para coberturas de continuidad, catástrofes y accidentes**

Los cibermedios, versiones en línea de medios tradicionales y medios sólo digitales, se suman a la blogosfera utilizando con buen criterio el formato weblog para llevar adelante la cobertura de eventos deportivos, citas electorales, campañas políticas, guerras y catástrofes naturales. Entre otros ejemplos pueden citarse: Madrid 2012 – La cuenta atrás, del *ELPAIS.es*; Euroblog, de *La Voz de Galicia*; Reporters' Log: War in Iraq, de la *BBC*; Katrina Hurricane Relief Blog, de *Yahoo! News*; Desde el Vaticano, de *elmundo.es*; o el Futblog Mundial 2006, de la *Deutsche Welle*.

- **Gigantesco archivo que opera como memoria de la Web**

Así como una de las funciones de los weblogs consiste en servir como una extensión en línea de la memoria personal, la blogosfera en su conjunto constituye una gigantesca memoria colectiva de un medio sin memoria como es la Web. La blogosfera, por ejemplo, facilita a los historiadores y a otros investigadores acceder a lo que se publicó en los weblogs estadounidenses el 11 de septiembre de 2001 en *September 11 posts*, o las reacciones de los bloggers españoles ante los atentados del 11M en *11 de marzo de 2004 – Atentado en Madrid*.

- **Alimento privilegiado de los buscadores**

La densidad de enlaces de entrada y de salida que caracteriza a los weblogs, la renovación permanente de conteni-

dos, el uso de herramientas de gestión que optimizan semánticamente las entradas (con fechas, títulos, enlaces permanentes y categorías), hacen de la blogosfera una fuente de primera magnitud para los buscadores. Los bloggers, auténticos mineros de la información están agregando valor de forma constante a la Web, y en contrapartida los buscadores les están remitiendo un porcentaje creciente de su tráfico.

- **Una gran conversación**

Los intereses comunes, el conocimiento compartido, la interactividad mediante enlaces y comentarios, la lectura regular de fuentes que se actualizan periódicamente y la reciprocidad como rasgo cultural de los bloggers, hacen de la blogosfera una gran conversación, o mejor aún, el lugar de conversación de multitud de comunidades. Saber provocar esas conversaciones, aprender a participar en ellas, enriquecerlas y ayudar a extenderlas forma parte del bagaje del buen blogger. Luchar contra quienes se aprovechan de la apertura de estas comunidades para sabotearlas es una tarea común que debemos asumir para preservar este espacio como un lugar de comunicación y de encuentro.

REFERENCIAS BÁSICAS SOBRE LA BLOGOSFERA HISPANA

Un buen punto de partida para la exploración de la blogosfera hispana (el universo de los weblogs escritos en español en cualquier país del mundo) puede ser el portal

Bitácoras.com, su Directorio que indexa al momento de escribir estas líneas 159.821 bloggers, y su ranking «Top500 de las bitácoras más populares en español» son igualmente buenas referencias para comenzar. Otros índices de bitácoras son el «Ranking de blogs españoles» de *Alianzo*, el «Top 20 en español» de *CompareBlogs.com*, el «Ranking Bitácoras» de *Alexa*, los «100 de Atalaya» y el «BlogoRank Hispano» de *ZoomBlog*.

Los premios y concursos son otra buena opción para conocer bitácoras. Los más antiguos son los Premios a las Mejores Bitácoras del Año, organizados en sus dos primeras ediciones (2002 y 2003) por el portal *Bitácoras.net* y desde la tercera edición (2004) por el portal *Bitácoras.com*. Se han fallado dos ediciones (2004 y 2005) de los premios Best of the Blogs de la *Deutsche Welle* al que concurren weblogs en español de todo el mundo y que incluye una categoría específica para seleccionar al *Mejor Blog Periodístico en Español*. También en el plano internacional, los famosos premios Bloggies contemplan la categoría *Best Latin American Weblog* y se entregan desde 2001. Finalmente, cabe citar el Concurso 20Blogs convocado por la edición digital del diario gratuito *20minutos*.

En materia de ediciones digitales, vale la pena repasar BlogGuest: La mejor colección de posts escritos para *Blog-pocket* (Madrid, mayo 2003, PDF) y los dos números de *Weblog Magazine*. En papel, el primer libro escrito por bloggers españoles es *Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos* (ESIC,

Madrid, 2005), y hay dos buenas monografías sobre weblogs en *PC Cuadernos* (mayo 2004) y *Telos* (noviembre 2005).

Existen varias páginas de edición abierta y distribuida llamadas wikis que recopilan referencias sobre la blogosfera hispana, entre las que cabe señalar: *Historia de los Weblogs*, *Wiki de la Blogosfera*, *Wikimedia* y *Wikitácora*.

Los metablogs son los weblogs cuyo tema principal es la blogosfera y constituyen una buena fuente para descubrir sitios y estar al día de las nuevas iniciativas y tendencias. Además de *eCuaderno*, tienen este perfil: *Bitácoras.org*, *Noticias de Bitácoras.com*, *Weblog sobre weblogs*, *Libro de blogs*, *Bicubic*, *Borjamari*, *Linotipo*, *Blogzine* y *ñBlog*.

Entre los agregadores (sitios que recopilan posts de forma manual o automática sobre un tema) especializados en la blogosfera hispana, pueden citarse los canales Blogosfera de *Bitácoras.com* y Blogs y Periodismo Digital de *LasInfoo*, y los sitios *10blogs*, *BlaBlaBlog* y *Megite Spanish News*.

También es interesante revisar los resultados de la I y II Encuesta a bloggers y lectores de blogs realizadas en 2004 y 2005, o en un plano más académico los primeros estudios sobre métricas de la blogosfera hispana presentados en las conferencias BlogTalk celebradas en 2003 y 2004 en la Universidad del Danubio en Viena (Tricas *et al.*, 2004 y Merelo *et al.*, 2005).

Numerosas iniciativas han contribuido a la paulatina consolidación de la blogosfera hispana como una comunidad. Entre 2002 y 2004 tuvieron lugar las tres ediciones del

juego Amigo Invisible para Bloggers que permitió mejorar el conocimiento y la relación entre bloggers distintos a los que frecuentamos habitualmente. Durante 2005 se desarrollaron al menos una docena de Festivales de Blogs en los que se abordó de forma distribuida un tema de interés común (publicidad en la Red, blogs y poder, blogs y medios, blogs y redes sociales) y luego se recopilaron las conclusiones. Desde junio de 2003 he convocado periódicamente en distintas ciudades de España, Portugal y América Latina las reuniones informales de bloggers Beers & Blogs, una «marca» que se ha extendido por la blogosfera para designar a los encuentros informales que nos han permitido conocer personalmente a la gente que leemos de modo habitual.

De todas formas, tal vez el mejor modo de explorar la blogosfera sea a partir de un weblog que te guste o que te resulte divertido. Desde allí, siguiendo enlaces y explorando el *blogroll* del autor, como quien tira de una hebra en una madeja, irás descubriendo un mundo que, si te engancha, no soltarás fácilmente. Esto es adictivo.

En la bibliografía final se recogen una serie de fuentes documentales, entre las que cabe destacar el primer libro escrito en español sobre este medio: *Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*, del que soy coautor junto a Octavio Rojas, Julio Alonso, José Luis Antúnez y Juan Varela, y la versión española del clásico manual de Rebecca Blood: *Universo del weblog. Consejos prácticos para crear y mantener su blog*.

PALMARÉS DE LOS PREMIOS ANUALES A LAS MEJORES BITÁCORAS EN ESPAÑOL

| Categoría | 2002 | 2003 | 2004 |
|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mejor sistema de publicación | Movable Type http://www.movabletype.org | Movable Type http://www.movabletype.org | WordPress http://wordpress.org |
| Mejor bitácora americana | Itzpalatol http://www.rockcentro.com/papalotl/ | Zonageek http://www.zonageek.com | ALT1040 http://www.alt1040.com |
| Mejor bitácora europea | 4colors http://www.4colors.net | Avablog http://www.avacate.com/avablog/ | Escolar.net http://www.escolar.net |
| Mejor bitácora sobre arte/cultura | El hombre que comía diccionarios http://www.elhombrequecomiadiccionarios.com | La hormiga remolona http://www.hormigaremolona.com | Boulé http://www.boulexis.com/boule/ |
| Mejor bitácora sobre Internet | Oink http://oink.ehellano.com | Minid.net http://www.minid.net | Mangas Verdes http://www.proyectoisla.com/mangasverdes |
| Mejor bitácora personal | 4colors http://www.4colors.net | Indiferencia http://www.indiferencia.net | Kirai.net http://kirai.bitacorras.com |
| Mejor bitácora temática | Sonrisa de Tequila http://sonrisadetequila.enk3.com | Caspa.TV http://www.caspa.tv | El Documentalista Enredado http://www.documentalistaenredado.net → |

L A B L O G O S F E R A

| | | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mejor fotolog | | Mirada Fotolog http://mirada.bubblegum.net | Jabali Fotolog http://fotolog.diariodeunjabali.com |
| Mejor bitácora grupal | Mala Mujer http://www.malamujer.com | Microsiervos http://www.microsiervos.com | Microsiervos http://www.microsiervos.com |
| Mejor diseño | 4colors http://www.4colors.net | Elifera http://www.elifera.org | Papel Continuo http://www.papelcontinuo.net |
| Mejor contenido | Mimid.net http://www.mimid.net | 4colors http://www.4colors.net | |
| Mejor bitácora con webcam | Kittenaz http://www.kittenaz.net | | |
| Mejor bitácora periodística | | | Escolar.net http://www.escolar.net |
| Mejor bitácora para el público | | | Kirai.net http://kirai.bitacoras.com |
| Mejor bitácora en inglés | | | Double-Tongued Word Wrestler http://www.doubletongued.org |

L A R E V O L U C I Ó N D E L O S B L O G S

| | | | | |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mejor bitácora en catalán | | | | Bandera Negra http://xavierborras.blogspot.com |
| Mejor bitácora en gallego | | | | Costa dos Arrietos http://santomedeirosua.typepad.com |
| Mejor bitácora novel | Mala Mujer http://www.malamujer.com | No soy superwoman http://www.nosoysuperwoman.net | | CanalPDA http://www.canalpda.com |
| Mejor bitácora veterana | Bitácora Tremendo http://tremendo.com/bitacora | Blogpocket http://www.blogpocket.com/blog | | Blogpocket http://www.blogpocket.com/blog |
| Mejor bitácora del año | 4colors http://www.4colors.net | Mimid.net http://www.mimid.net | | Kira.net http://kira.bitacorass.com |

Fuentes:

Primeros premios anuales de bitácoras.net. <http://web.archive.org/web/20021207193843/www.bitacorass.net/premios/>
 Segundos premios anuales a las mejores bitácoras del año. <http://web.archive.org/web/20031207045106/www.bitacorass.net/premios/>
 Terceros premios anuales. Las mejores bitácoras de 2004. <http://www.bitacorass.com/premios/>

Referencias y lecturas

- DANS, Enrique, «¿Personalidad blogger?», en *El Blog de Enrique Dans*, 22 de febrero de 2006. <http://edans.blogspot.com/2006/02/personalidad-blogger.html>
- MERELO, Juan Julián, ORIHUELA, José Luis, RUIZ, Víctor y TRICAS, Fernando, «Revisiting the Spanish Blogosphere», en BURG, Thomas N. (ed.), *BlogTalks 2.0. The European Conference on Weblogs*, Donau-Universität Krems Kulturwiss, Viena, 2005, pp. 339-352.
- ORIHUELA, José Luis, «Weblogs y blogosfera: el medio y la comunidad», en *Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*, ESIC, Madrid, 2005, pp.13-48.
- , «Formato blog y cultura blogger», en *eCuaderno*, 24 de febrero de 2005. <http://www.ecuaderno.com/2005/02/24/formato-blog-y-cultura-blogger/>
- TRICAS, Fernando, RUIZ, Víctor y MERELO, Juan Julián, «Do We Live in a Small World», en BURG, Thomas N. (ed.), *BlogTalks: First European Conference on Weblogs*, Zentrum für Wissenschaftliche Forschung und Dienstleistung, Viena, 2004, pp. 158-173.

URL de los sitios mencionados en el capítulo

- I Encuesta a webloggers y lectores de blogs:
http://tintachina.com/archivo/cat_i_encuesta_webloggers.php

II Encuesta a bloggers y lectores de blogs:

<http://www.blogpocket.com/encuesta/>

10blogs:

<http://www.10blogs.com/>

100 de Atalaya:

<http://atalaya.blogalia.com/historias/36869>

11 de marzo de 2004 – Atentado en Madrid:

<http://11demarzo.bitacoras.com>

Alexa:

<http://www.alexa.com>

ALT1040:

<http://www.alt1040.com>

Amigo Invisible para Bloggers:

http://www.blogpocket.com/blog/?category_name=amigo-invisible/

Arcadi Espada:

<http://www.arcadi.espasa.com>

Bicubic:

<http://www.bicubic.info/>

Bitácoras.com/Directorio:

<http://bitacoras.com/directorio/>

Bitácoras.net/Premios:

<http://premios.bitacoras.net>

Bitácoras.org:

<http://www.bitacoras.org/>

BlaBlaBlog:

<http://blablablog.es>

Blogalia:

<http://www.blogalia.com>

L A B L O G O S F E R A

Blogia:

<http://www.blogia.com>

BlogoRank Hispano:

<http://www.zoomblog.com/blogoRank.html>

Boggies:

<http://www.fairvue.com/boggies/>

Blogosfera:

<http://bitacoras.com/canales/blogosfera/>

Blogpocket:

<http://blogpocket.com>

Blogs y Periodismo Digital:

<http://periodismo-digital.lastinfoo.es/>

BlogTalk 2003:

<http://2003.blogtalk.net>

BlogTalk 2004:

<http://2004.blogtalk.net>

Blogzine:

<http://blogzine.blogalia.com>

Bloxus:

<http://www.bloxus.com>

Borjamari:

<http://borjamari.blogspot.com>

CompareBlogs.com:

<http://www.compareblogs.com>

Concurso 20Blogs:

http://www.20minutos.es/premios_20_blogs/

Denken Über:

<http://www.uberbin.net>

Desde el Vaticano:

<http://www.elmundo.es/elmundo/blogs/2005/juanpabloii/>

Drudge Report:

<http://www.drudgereport.com>

eCuaderno:

<http://ww.ecuaderno.com>

Eduardo Haro Tecglen:

<http://www.eduardoharotecglen.net/blog/>

Educational Weblogs:

<http://educational.blogs.com>

El Hombre que Comía Diccionarios:

<http://www.elhombrequecomiadiccionarios.com/>

Euroblog:

<http://www.lavozdegalicia.com/especiales/2004/eurocopa04/euroblog/euroblog.jsp>

Food Blog Cenral:

<http://www.bourrezvisage.com/rss/index.php>

Francis Pisani:

<http://www.francispisani.net>

Futblog Mundial 2006:

<http://blogs.dw-world.de/mundial2006/>

GeoURL:

<http://geourl.org>

Global Voices:

<http://cyber.law.harvard.edu/globalvoices/2006/01/07/blogging-in-exile/>

Hernán Casciari:

<http://orsai.bitacoras.com>

Historia de los Weblogs:

<http://www.historiadelosweblogs.com>

Katrina Hurricane Relief Blog:

<http://blogs.news.yahoo.com/katrinablog/>

La Coctelera:

<http://www.lacoctelera.com>

Lamalarosa:

<http://www.lamalarosa.com>

Libro de blogs:

<http://www.librodeblogs.com>

Linotipo:

<http://rvr.typepad.com/linotipo/>

Madrid 2012 – La cuenta atrás:

<http://blogs.prisacom.com/madrid2012/>

Malaprensa:

<http://www.malaprensa.com>

Más respeto que soy tu madre:

<http://mujergorda.bitacoras.com/2/>

Megite Spanish News:

<http://www.megite.com/index.php?section=spanish>

Microsiervos:

<http://www.microsiervos.com>

Minid.net:

<http://minid.net>

Noticias de Bitácoras.com:

<http://bitacoras.com/noticias/>

nyc bloggers:

<http://www.nycbloggers.com/fullmap.asp>

ñBlog:

<http://utilidades.bitacoras.com/>

Premios a las Mejores Bitácoras del Año:

<http://www.bitacoras.com/premios/>

Ranking Bitácoras:

<http://www.rankingalexa.com/ranking.php?r=d&cid=29&caid=>

Ranking de blogs españoles:

<http://www.alianza.com/ranking-blogs/>

Regret The Error:

<http://www.regrettheerror.com>

Reporters' Log: War in Iraq:

<http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/2876855.stm>

Sonrisa de Tequila:

[http://web.archive.org/web//http://www.sorrisadetequila.com/](http://web.archive.org/web/*/http://www.sorrisadetequila.com/)*

September 11 posts:

<http://www.nycbloggers.com/911.asp>

Technorati Popular News:

<http://www.technorati.com/pop/news/>

Texto Casi Diario:

<http://www.gistain.net>

The Annotated New York Times:

<http://annotatedtimes.blogrunner.com>

The BOBs - Best of the Blogs:

<http://www.thebobs.de>

The Greenpeace Weblog:

<http://weblog.greenpeace.org>

TintaChina:

<http://www.tintachina.com>

L A B L O G O S F E R A

Top500 de las bitácoras más populares en español:

<http://bitacoras.com/top500/>

Weblog de una mujer gorda:

<http://mujergorda.bitacoras.com/archives.php>

Weblog sobre weblogs:

<http://weblogs.clarin.com/weblogs/>

Wiki de la Blogosfera:

<http://vrruiz.freezope.org/blogosfera/FrontPage>

Wikimedia:

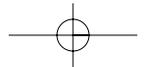
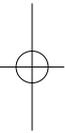
<http://www.escolar.net/wiki/index.php/Portada>

Wikitácora:

<http://mangasverdes.es/wiki/index.php/Portada>

Todos los recursos citados se recogen enlazados en:

<http://www.ecuaderno.com/larevoluciondelosblogs/>



5

EL IMPACTO DE LOS WEBLOGS

Los ámbitos del periodismo, la empresa, la educación y la política, han sido posiblemente los que en mayor medida han acusado el impacto de los weblogs y los que, en consecuencia, han debido superar el escepticismo inicial, conocer el medio y adoptarlo entre sus estrategias de comunicación.

Los weblogs operan en estos cuatro escenarios, a la vez como fuentes de información y de recursos, y como plataforma de publicación. Detectar las oportunidades que ofrece el nuevo medio y comprender los cambios organizativos y culturales que su incorporación supone, son algunos de los desafíos que plantean los weblogs tanto a los periodistas, como a los empresarios, educadores y políticos.

WEBLOGS Y PERIODISMO

Uno de los más antiguos y estériles debates de la blogosfera arranca con la pregunta acerca de si los weblogs son

periodismo. Una pregunta mal planteada que sólo consigue hacer encallar lo que podría haber sido una discusión interesante. Del mismo modo que los libros no son literatura, ni las películas son comedias, aquí de lo que se trata es de separar, una vez más, el medio del género y preguntarse, en todo caso, *cuándo hay periodismo* (cuándo hay literatura, cuándo hay comedia).

Los weblogs, desde el punto de vista de los géneros, pueden ser cualquier cosa, incluyendo periodismo, pero desde luego que, los que son periodismo, no lo son por ser weblogs, sino por otras razones. Del mismo modo que una máquina de escribir no convierte a su usuario en escritor, tampoco un sistema de gestión de contenidos en línea convierte a nadie en periodista.

Por otra parte, la mayoría de los bloggers que escriben acerca de temas de actualidad o hacen opinión política, no suelen tener la pretensión de ser considerados como periodistas, incluso prefieren recalcar que escriben opiniones personales y no ocultan sus puntos de vista subjetivos y parciales, aspecto que es justamente lo más atractivo de los weblogs como medio. Hay una renuncia expresa a la objetividad, imparcialidad o neutralidad informativa, a tal punto que, por ejemplo, durante la campaña presidencial de 2004 en Estados Unidos, muchos bloggers americanos aclaraban a sus lectores mediante un *banner* «I blog for Bush» o «I blog for Kerry», y a su vez eran listados en las páginas oficiales de los respectivos candidatos.

Ahora bien, millones de ciudadanos escribiendo a diario acerca de lo que les pasa, de lo que piensan, de lo que ven, leen o escuchan en los medios, de sus gobiernos locales, regionales y nacionales, de las empresas y de sus productos, es algo que acaba teniendo una repercusión que trasciende la importancia relativa de cada bloguer, pero que opera en el marco de las comunidades a las que ese bloguer pertenece. La blogosfera tiene una función mediática de primer orden y se está convirtiendo en un quinto poder, especialmente sensible a los errores y manipulaciones de los medios tradicionales.

La respuesta del establecimiento mediático a la blogosfera, como ha sido la norma en anteriores desafíos tecnológicos, fue inicialmente de *ignorancia*, posteriormente de *desprecio*, luego siguió el *temor* y actualmente se produce la *canibalización*.

- Los medios tradicionales empiezan a *descubrir* los weblogs con motivo de la invasión de Irak en 2003 y debido a las coberturas alternativas ofrecidas por los warbloggers estadounidenses, así como por las famosas crónicas desde Bagdad escritas por un arquitecto que, bajo el seudónimo de Salam Pax, mostró al mundo el rostro de la guerra en primera persona. El blog *Where is Raed?* alcanzó una gran popularidad, fue publicado en formato libro y constituye un brillante ejemplo del poder de los medios sociales.
- La independencia de criterio de los blogueros, su asumida subjetividad, su desvinculación del aparato

mediático tradicional y su posición crítica ante las malas prácticas periodísticas, generan el *desprecio* mediático hacia la blogosfera, las acusaciones de amateurismo e intrusismo, y el irónico calificativo con el que la prensa bautiza a los bloggers: *periodistas en pijama*.

- El *temor* ante los bloggers surge a la vista del incremento de la influencia de la blogosfera sobre la opinión pública como fuente alternativa de noticias, y particularmente a raíz de las funciones de control de la prensa que está asumiendo la blogosfera. Casos como el de Dan Rather, uno de los iconos del periodismo televisivo estadounidense destronado por los bloggers, al demostrar que había utilizado documentos falsificados para inculpar a George Bush, ponen de manifiesto que los bloggers comienzan a ser conscientes del poder que representa la blogosfera y que están dispuestos a ejercerlo.
- La *canibalización* mediática de los weblogs es el proceso que consiste en reconvertir a columnistas en supuestos bloggers, rebautizar como weblogs a las columnas de los medios online, o en el mejor de los casos, incorporar a bloggers a las plantillas de los medios.

La evolución previsible de las relaciones entre medios tradicionales y weblogs pasará seguramente por asumir que en el nuevo escenario comunicativo medios y weblogs están llamados a convivir, que tienen funciones complementarias

E L I M P A C T O D E L O S W E B L O G S

y que ambas partes tienen que profundizar en los rasgos que definen su propia identidad, en lugar de intentar travestirse: los medios tradicionales tienen dificultades objetivas para hacer auténtico blogging —no es lo que se espera de ellos—, y los bloggers, salvo que sean periodistas, no hacen periodismo profesional —no es su función, ni están preparados para hacerlo.

8 TESIS SOBRE WEBLOGS Y MEDIOS

1. El weblog es un nuevo tipo de medio.
2. Los weblogs no son periodismo por ser weblogs.
3. Los weblogs no van a sustituir al periodismo ni a los medios tradicionales, pero les están haciendo cambiar.
4. Los weblogs y los medios tradicionales tienen funciones complementarias.
5. La influencia del weblog depende directamente de su centralidad en la Red.
6. La blogosfera es un conjunto de comunidades de weblogs articuladas en torno a elementos comunes, comenzando por el idioma.
7. Los weblogs se relacionan con el sistema mediático a través de sus respectivas blogosferas.
8. La popularidad y la influencia son factores de éxito, pero pueden transformar al weblog en un medio similar a aquellos frente a los que pretende distinguirse.

Fuente: eCuaderno. <http://www.ecuaderno.com/2004/09/21/8-tesis-sobre-weblogs-y-medios/>

Algunos ejemplos del uso de weblogs en el ámbito del periodismo:

a) *Weblogs personales de periodistas*: periodistas profesionales en plantilla de medios de comunicación, free-

lances y licenciados en Periodismo que escriben weblogs propios.

Adriano Morán: Jabalí Digital, <http://diariodeunjabali.com>
 Arcadi Espada: Diarios, <http://www.arcadi.espasa.com>
 Darío Gallo: Bloc de periodista, <http://blocdeperiodista.com>
 Ignacio Escolar: Escolar.net, <http://www.escolar.net>
 Íñigo Sáenz de Ugarte: Guerra Eterna, <http://www.guerrae-terna.com>
 Juan Varela: Periodistas21, <http://periodistas21.blogspot.com>
 Montse Doval: Internet Política, <http://www.internetpolitica.com>
 Nacho de la Fuente: La Huella Digital, <http://lahuelladigital.blogspot.com>

b) *Weblogs corporativos de medios*: weblogs escritos por personal en plantilla y colaboradores de un medio, que el medio reconoce como «oficial», tanto si está alojado en un dominio propio como externo.

20minutos: Arsenio Escolar, <http://blogs.20minutos.es/arsenioescolar>
20minutos: Retiario, <http://blogs.20minutos.es/retiario>
 ABC: Vida Digital, <http://blogs.abc.es/vidadigital>
 El Mundo: Victoria Prego, <http://www.elmundo.es/elmundo/prego.html>
 Periodistadigital: BlogZone, http://www.periodistadigital.com/blog_zone/

Prisacom: La tejedora, <http://blogs.prisacom.com/latejedora/>
Telecinco: Blogs Informativos Telecinco, <http://www.blogs.telecinco.es>

c) *Weblogs como formato de coberturas*: weblogs surgidos para cubrir un evento y que tienen, por tanto, un carácter transitorio.

Cuatro: La cuenta atrás, <http://blogs.cuatro.com/lacuenta-atras/>

El Mundo: Desde el Vaticano, <http://www.elmundo.es/elmundo/blogs/2005/juanpabloii/>

La Voz de Galicia: Diario de Irak, http://www.lavozdegalicia.es/especiales/guerra_irak/index_diario.jsp

Prisacom: Madrid 2012, <http://blogs.prisacom.com/madrid2012/>

d) *Weblogs de lectores*: el medio ofrece un servicio gratuito de edición y alojamiento de weblogs a sus lectores, bajo el dominio corporativo.

Diario Vasco: blogs.diariovasco, <http://blogs.diariovasco.com>

Diario Qué!: Qué!, <http://app.queidiario.com/bases/Controlador?cod=1>

El Comercio Digital: blogs.elcomerciodigital, <http://blogs.elcomerciodigital.com>

Ideal Digital: blogs.ideal, <http://blogs.ideal.es>

LaRioja.com: blogs.larioja, <http://blogs.larioja.com>

e) *Weblogs sobre medios y periodismo*: weblogs temáticos centrados en el mundo de la comunicación, escritos por periodistas, estudiantes de grado y postgrado y profesores de periodismo y comunicación.

Antonio Delgado: Caspa.tv, <http://www.caspa.tv>

Josu Mezo: Malaprensa, <http://www.malaprensa.com>

Juan José García-Noblejas: Scriptor.org, <http://scriptor.typepad.com>

Pablo Mancini: taller / blog / estudio / nanomedio, <http://pablo-mancini.blogspot.com>

Ramón Salaverría: e-periodistas, <http://e-periodistas.blogspot.com>

Tíscar Lara: Tíscar, <http://www.tiscar.com>

En el Anexo III se incluye un amplio listado de weblogs sobre cibercultura, comunicación y periodismo.

WEBLOGS Y EMPRESA

Aunque surgen como medios personales para compartir información en el ámbito de comunidades basadas en intereses comunes, los weblogs no sólo han suscitado el interés de los medios tradicionales sino también, y en general, el de las empresas. Hoy los weblogs ya se han integrado entre el repertorio de canales que forman parte de la estrategia de comunicación, marketing y gestión de conocimiento de multitud de empresas, y a la vez se han convertido en un negocio para otras.

Las razones por las que las empresas entran en la blogosfera son de muy diversa índole, pero en todos los casos, la entrada en la blogosfera revela una voluntad de transparencia, de recuperar el contacto personal con los clientes y de no renunciar a la gestión de la propia imagen pública. Los blogs corporativos aportan a las empresas:

Proximidad: un blog permite dar una voz y un rostro personal a la empresa, lo que la acerca a sus públicos externos.

Visibilidad: un sitio actualizado regularmente, bien enfocado y bien escrito, tiene muchas más posibilidades de recibir enlaces que cualquier website corporativo al uso, con lo que se mejora la visibilidad de la empresa y de sus marcas ante los medios y ante los buscadores.

Feedback: con un blog la empresa tiene la oportunidad de recibir, mediante los comentarios, un valioso *feedback* directo de sus clientes, del que si está dispuesta a aprender, puede sacar gran beneficio.

Medio: con un blog la empresa deja de ser sólo una fuente o un anunciante y se convierte también en un medio, compartiendo así el escenario de la comunicación con el resto de agentes del sistema mediático.

Gestión de crisis: la inmediatez del blog, un medio público que funciona sin intermediarios y que incluso puede actualizarse desde un móvil, lo convierten en una valiosa herramienta para la gestión de comunicación en situaciones de crisis.

Aprendizaje: mantener un blog es una ocasión para que la empresa aprenda del mercado, de sus públicos internos y externos, y en general de la propia Red, fuente inagotable de ideas, experiencias y oportunidades.

Eficacia: un blog optimiza las acciones de los departamentos de prensa, comunicación o relaciones públicas, abriendo un nuevo cauce de comunicación que puede realimentarse de contenidos elaborados para otros canales.

Actualización: un blog es un modo muy ágil de mantener el website corporativo actualizado.

Fidelización: los weblogs son un poderoso medio de creación de comunidades y una vía directa para brindar soporte de producto y otros servicios de valor agregado a los clientes.

Innovación: los blogs dan a la empresa otra ocasión de innovar, una oportunidad de adelantarse a la competencia en un entorno en el que los primeros adquieren una fuerte ventaja competitiva.

Los blogs corporativos pueden implementarse en el ámbito de la intranet de la compañía como una herramienta de comunicación interna, gestión de proyectos y gestión de conocimiento, o bien pueden plantearse como parte de la estrategia de comunicación pública, bajo algunos de estos modelos:

Blogs de marca: el branding corporativo es la modalidad más extendida de los weblogs de empresa, que sirven para introducir una marca, cambiarla o reforzarla.

Fon Blog: <http://blog.fon.com/es/>

Weblogs SL: <http://www.weblogssl.com>

Blogs de producto: crear el *buzz* necesario en la Red en torno a nuevos productos es el objetivo de estos blogs que pueden plantearse de forma permanente o bien circunscribirse al lanzamiento del producto.

La agenda de Virginia: <http://www.laagendadevirginia.com>

Libro de Blogs: <http://www.librodeblogs.com>

Blogs de personal: bien bajo el dominio corporativo o en dominios propios pero reconocidos por la empresa como tales, los blogs de directivos y empleados tienen una extensa tradición en la blogosfera, especialmente en el sector de las nuevas tecnologías.

CEO Bloggers' Club: <http://prplanet.typepad.com/ceo-bloggers/>

Jupiter Research Analyst Weblogs: <http://weblogs.jupiterrerearch.com/toplevel/>

Blogs de eventos: un blog es una herramienta ideal para preparar, lanzar y acompañar el desarrollo de un evento, así como para conservar un registro en línea del acontecimiento (discursos, conferencias, sesiones en vídeo, archivos de presentaciones y álbum fotográfico).

Global PR Blog Week: *<http://www.globalprblogweek.com/>*

WebDosBeta: *<http://www.webdosbeta.net/>*

Blogs de sector: la empresa puede promover o patrocinar un blog de nicho orientado a su sector de mercado, siendo su foco temático el nicho y no la propia empresa.

Nike: Art of Speed, *<http://www.gawker.com/artofspeed/>*

Sanitas: Bebés y Más, *<http://www.bebesymas.com>*

Una de las mayores dificultades que afronta la empresa al poner en marcha un weblog corporativo es la diferencia de lenguajes y estilos de comunicación que rigen en el ámbito de las relaciones públicas, el marketing y la comunicación institucional respecto del lenguaje y del estilo propios de la blogosfera. Hacer lo mismo que ya se estaba haciendo antes usando ahora un weblog, no sirve. Incluso puede ser contraproducente.

Un rasgo distintivo de los weblogs como medio es la cultura que desarrollan y en la que se inscriben; una cultura basada en la conversación, en el compartir recursos y conocimientos, en la generosa circulación de la información relevante y en el carácter personal y profundamente subjetivo de la escritura.

7 PREGUNTAS ANTES DE ARRANCAR SU BLOG CORPORATIVO

1. ¿Necesita usted realmente un blog corporativo?
2. ¿Quién escribirá todos esos posts?
3. ¿Cuánto dinero ha decidido perder?
4. ¿Tiene usted piel de elefante?
5. ¿Cuántos visitantes son muchos visitantes?
6. ¿Qué opinarán sus clientes actuales?
7. ¿Quién le sugirió que arrancase un blog?

Fuente: eTc, http://etc.territoriocreativo.es/etc/2005/08/7_preguntas_ant.html

Incorporar este medio en una estrategia de comunicación corporativa exige olvidarse de todo lo que se sabe acerca de comunicación corporativa y comenzar de nuevo. Los blogs corporativos requieren personas con credibilidad, que estén dispuestas a dar la cara por las empresas y a dialogar con los clientes.

Algunas pautas básicas antes de comenzar un weblog corporativo:

- **Compruebe que su empresa realmente necesita un weblog**

La empresa necesita un weblog si su modelo de negocio se basa total o parcialmente en la Web, si depende del *feedback* de sus clientes para el desarrollo de nuevos productos o servicios, si está orientada a nichos de mercado altamente especializados, si sus productos generan entusiasmo, adhesión o incluso comunidades de usuarios, si pretende ges-

tionar eficazmente la comunicación pública en situaciones de crisis y si está dispuesta a trascender las acciones tradicionales de los departamentos de relaciones públicas.

- **Defina y enfoque la línea editorial de weblog corporativo**

El weblog corporativo debe planearse en el contexto de la estrategia de comunicación y marketing de la empresa. No sustituye, más bien complementa al sitio web de la organización. Es necesario establecer unas reglas básicas sobre los blogs corporativos y también sobre la publicación de información corporativa en weblogs personales de empleados.

- **Identifique y lea regularmente buenos weblogs temáticos sobre su sector de actividad**

Dedique tiempo a identificar y leer regularmente a los bloggers de referencia en su sector de actividad. Analice la selección de temas, la frecuencia de publicación, las fuentes utilizadas y el feedback que reciben.

- **Comience de forma discreta**

No inicie grandes acciones de publicidad o marketing del blog hasta que lleve algún tiempo funcionando regularmente y disponga de una buena cantidad de artículos relevantes. Es preferible que sean los propios bloggers quienes lo descubran. No tenga apuro en ser descubierta, ni se inquiete si no recibe comentarios inmediatamente o si reci-

be pocas visitas al comienzo. No tenga prisas, publique contenidos de calidad regularmente y el resto llegará.

La comunicación pública siempre supone riesgos para las empresas y los weblogs los multiplican, pero de lo que se trata es de saber gestionarla con eficacia en beneficio de los intereses corporativos.

El perfil de riesgo más alto del blogging corporativo proviene de clientes insatisfechos usando los comentarios para descargar su malestar y de empleados bloqueando de forma anónima información a la que pueden acceder en función de su trabajo en el seno de la organización.

Estos aspectos deben ser objeto de cláusulas en los contratos de personal, así como de una clara política de información pública de la empresa. Por otra parte, la moderación en los comentarios se ha convertido en una práctica extendida y más que justificada.

WEBLOGS EN LA EDUCACIÓN

Al igual que había ocurrido anteriormente con cada etapa de la evolución de los sistemas de escritura hipertextual, el sector de la educación también ha sabido aprovechar el potencial de los weblogs como herramienta de docencia, aprendizaje e investigación.

Existen tres ventajas básicas de los weblogs frente a las páginas web convencionales por las que se recomienda su adopción en el ámbito educativo:

- El manejo de herramientas para la creación y publicación de weblogs es más sencillo, y por lo tanto su aprendizaje más breve, respecto del proceso de edición de páginas web en editores HTML y publicación en servidores web mediante FTP.
- El estilo visual de los weblogs, basado en plantillas predefinidas, resuelve el diseño gráfico, permitiendo a los alumnos centrarse en los contenidos y en el proceso de comunicación.
- Los weblogs ofrecen una serie de funciones integradas como los comentarios, la fecha y hora de publicación, la detección automática de referencias (track-back), el sistema de archivos, los buscadores internos y los enlaces permanentes individuales de las historias publicadas, que aportan valor agregado a la producción de contenidos en línea.

Los weblogs ayudan a los alumnos a convertirse en expertos, aumentan el interés de los estudiantes en el aprendizaje y abren cauces efectivos de participación que facilitan el diálogo y el discurso académico.

Entre otras ventajas, los weblogs constituyen una magnífica plataforma de trabajo para alumnos de doctorado, para grupos dispersos de investigadores, para la gestión de proyectos y la difusión de resultados de investigación, así como para la publicación de noticias y referencias. Los weblogs pueden ser el ámbito de reencuentro de antiguos alumnos y colegas, una plataforma de exposición de porta-

folios de recién licenciados y un apoyo muy valioso en talleres de escritura y de aprendizaje de lenguas.

Ejemplos de aplicaciones de weblogs en el ámbito universitario:

Servicios centralizados de weblogs: el propio centro académico ofrece un servicio de edición y alojamiento de weblogs para profesores, estudiantes y personal.

UThink: Blogs at the University Libraries (Universidad de Minnesota, Estados Unidos) <http://blog.lib.umn.edu/>

Weblogs como instrumento de marketing universitario: los blogs de los estudiantes convertidos en la mejor herramienta de marketing del centro.

UW Blogs (Universidad de Waterloo, Canadá)
<http://www.blogging.uwaterloo.ca/>

Weblogs de centros y departamentos: las unidades de gestión y docencia universitaria mantienen una eficaz comunicación interna y al mismo tiempo abren los resultados de su trabajo a la sociedad.

Weblogs At Harvard Law (Universidad de Harvard, Estados Unidos) <http://blogs.law.harvard.edu/>

Weblogs de grupos de investigación: el blog como herramienta de gestión de proyectos, tablón de anuncios del grupo y difusión pública de resultados de investigación.

Evaluación de la Ciencia y la Comunicación Científica

(Grupo de Investigación EC3, Universidad de Granada, España) <http://ec3noticias.blogspot.com/>

Weblogs de cátedras: una vía muy ágil para comunicar novedades a los estudiantes, instrucciones para trabajos, publicar materiales de estudio y crear una conversación en torno al curso.

Bitácora de Fernando Tricas. Actualizaciones, informaciones, propuestas e ideas: Probando sistemas de comunicación (Universidad de Zaragoza, España) <http://ra-amon.cps.unizar.es/blog>

Weblogs de profesores: el blog como un sitio personal que permite recoger inquietudes, agenda, enlaces de utilidad, lecturas y viajes.

Jornalismo e Comunicação (Universidad de Miño, Portugal) <http://www.webjournal.blogspot.com>

Weblogs de doctorandos: llevar un diario de investigación siempre ha sido una buena recomendación para los doctorandos, el formato weblog ofrece la ventaja de que el investigador comienza a perfilarse públicamente como un experto.

José Manuel Noguera (Universidad Católica San Antonio, España) <http://laazotea.blogspot.com>

Weblogs de alumnos: la necesaria alfabetización digital de las nuevas generaciones exige que aprendan a

leer y a escribir mediante enlaces, los weblogs son la herramienta más transparente para conseguirlo.

Weblogs de Diseño Audiovisual (Universidad de Navarra, España) <http://www.unav.es/digilab/da/blogs3.htm>

Weblogs de congresos: las diversas fases en las que se desarrolla un evento académico (anuncio, llamado a comunicaciones, versiones del programa, perfiles de los conferenciantes, información a los medios, etcétera), encuentran en los weblogs una plataforma ideal debido a su inmediatez y a la posibilidad de trabajar de forma distribuida.

III Congreso Internacional de la Lengua Española (Rosario, Argentina) <http://weblog.educ.ar/congreso-lengua/>

Algunas experiencias personales sobre uso de weblogs en la educación:

- Los alumnos producen contenido de calidad en sus weblogs cuando escriben acerca de lo que les interesa, de lo que saben o de lo que hacen.
- Las exigencias académicas relativas a frecuencia de publicación de posts, temáticas acotadas y uso intensivo de enlaces tienden a impactar de forma negativa en la calidad de la escritura.
- Por el contrario, las listas de weblogs de clase destacados, los comentarios y enlaces que reciben, y la rese-

ña en los weblogs de los profesores suelen ser estímulos que contribuyen a mejorar la calidad, mantener la frecuencia de publicación y apostar por la originalidad.

- En posgrado resulta interesante experimentar con blogs grupales en los cursos de máster, así como blogs de investigación personales en los cursos de doctorado.

Los weblogs son una plataforma especialmente adecuada para la enseñanza y el aprendizaje de disciplinas que exijan el dominio de la cultura de la Red y de sus lenguajes interactivos e hipertextuales, ya que permiten al alumno practicar la lectura y la escritura hipertextual contribuyendo así a su alfabetización digital.

En las conclusiones del estudio *Blogs para educar*, Tíscar Lara sostiene:

La utilización de weblogs en educación requiere del marco de una pedagogía constructivista que pueda aprovechar las características propias de esta herramienta, entendida ésta como un formato y como un proceso.

Este enfoque necesita el apoyo de las instituciones educativas para promover la investigación en nuevas didácticas que favorezcan el aprendizaje con y sobre weblogs como una vía de aproximación a las necesidades de la sociedad del futuro.

Esta tecnología, que aún está en proceso de asentamiento, no sólo requiere de un marco de enseñanza abierto y dinámico, sino que además lo favorece. Los blogs pueden ayudar a

E L I M P A C T O D E L O S W E B L O G S

construir esa nueva metodología ofreciendo su formato y su dinámica para experimentar sobre nuevos modelos educativos.

Al igual que ocurre con las aplicaciones en el ámbito del periodismo, también para el caso de la educación, no basta la mera introducción de la herramienta, sino que se requiere un entrenamiento acerca de los nuevos modos de hacer y de entender la comunicación y el aprendizaje.

WEBLOGS Y POLÍTICA

La apropiación social de las tecnologías de la información, especialmente la Red y los móviles, ha dado lugar a una evolución de las formas de participación pública que, sin llegar a constituir un nuevo modelo de democracia directa, ha mostrado en varias ocasiones que el poder político y la acción política ya no están exclusivamente depositados en las manos de los representantes, sino que —en parte— permanecen distribuidos entre los propios electores.

La llamada *política 2.0* o *democracia extrema* es uno de los efectos de la expansión de los medios sociales, por el que se devuelve a los ciudadanos el control de la cosa pública y de la iniciativa política. En este proceso, como quedó revelado en el clásico estudio de Howard Rheingold *Multitudes inteligentes*, las tecnologías de la información son la base de un escenario caracterizado por nuevas formas de organización

y movilización social en las que el poder se ejerce de forma descentralizada y del que emergen consensos espontáneos.

La irrupción de los weblogs en la arena política se remonta a lo que Hugh Hewitt ha llamado en su libro *Blog* los «mitos fundacionales de la blogosfera» estadounidense: el fin de la carrera política del senador Trent Lott a causa de sus declaraciones racistas; el cuestionamiento de la idoneidad de John Kerry al revelarse que su presencia en Camboya durante la Navidad de 1968 fue una mentira; la defenestración de Dan Rather por la difusión de archivos militares falsificados sobre George Bush y la dimisión del editor del *New York Times* Howell Raines por el escándalo de las crónicas fraudulentas del reportero Jayson Blair. No obstante, la definitiva proyección mediática y social de la blogosfera se produce con motivo de la invasión de Irak en 2003 y la campaña electoral de las presidenciales norteamericanas de 2004.

En España, el accidente del petrolero *Prestige* en noviembre de 2002 y los atentados del 11 de marzo de 2004 marcan los hitos de la emergencia pública de los medios sociales.

José Antonio del Moral recoge en su entrada «Los principios de la política 2.0» el manifiesto de la *Netpolitique* que, al estilo del *Manifiesto Cluetrain*, resume en una serie de puntos los nuevos principios que rigen la acción política en la era de la Red:

1. La democracia es un diálogo.
2. Desde hace cincuenta años, los políticos se han acostumbrado a comunicar a través de los medios de masas.

3. La utilización de estos medios de masas ha impuesto un modelo dominante de comunicación vertical: impersonal, largo, homogéneo y unidireccional.

4. Cada nuevo medio genera sus propias reglas de comunicación. En los años setenta, Nixon, Chaban-Delmas y Mitterrand se dieron cuenta de ello: los tres perdieron elecciones por no utilizar correctamente la televisión. (En España, se ha especulado con algo parecido respecto a la última derrota del PP).

5. El juego político consiste en enviar información de un punto a una audiencia. Es el modelo de comunicación tradicional, que sigue los principios del telégrafo: un emisor envía un mensaje a un receptor con la esperanza de influirle.

6. En la Red se produce una situación inédita: el receptor ignora el mensaje, tiene el control de lo que quiere escuchar y no hará caso salvo que tenga la impresión de que el emisor se dirige a él como individuo.

7. Internet promete un sistema de información abierto que permite a todos contrastar la información con otras fuentes.

8. El medio Internet permite hablar a todos dirigiéndose de manera personal a cada uno.

9. Una regla básica de la comunicación política es mantener el control del mensaje.

10. Pero ya no es posible controlar el mensaje.

11. Las técnicas clásicas de la comunicación política (gestión de la información, comunicación televisiva, relaciones públicas) empiezan a sufrir ya la presión de los nuevos medios.

12. Utilizando la Red no evitamos a los medios sino que los multiplicamos. Cada internauta se convierte en una posible fuente de opinión.

13. Más importante que Internet son las comunidades que Internet estructura. En esta realidad radican al mismo tiempo la fuerza y la complejidad del medio.

14. Los políticos tienen razones para tener miedo a Internet si no son capaces de integrar la interactividad y las reglas del medio.

15. La Red permite afrontar el tipo de diálogo al que la democracia representativa aspiraba desde siempre.

16. Los individuos ahora pueden encontrar medios para hacerse oír. Es lo que se conoce como «vigilancia activa».

17. El medio favorece el humor: las parodias circulan más rápido que las doctrinas.

18. La política en la edad de la Red significa que la gente se hace más organizada e inteligente colectivamente.

19. La red facilita el acceso a la información y el paso a la acción.

20. Si ciudadanos y partidos empiezan a participar en este nuevo medio, Internet hará germinar las condiciones de una nueva práctica democrática.

Enrique Dans ha explicado en el artículo «Política 2.0» el alcance de esta revolución comparándola con el mundo de la empresa y advirtiendo a los políticos acerca de la urgente necesidad de cambiar:

E L I M P A C T O D E L O S W E B L O G S

La política de hoy es como una gran máquina empresarial, con todos los defectos del mundo de la empresa exagerados. Es como una empresa que nos quisiese vender un producto, pero que resultase enormemente ineficiente, que sólo escuchase a sus clientes una vez cada cuatro años, que mintiese de manera descarada y obvia en su publicidad. Y además, sin un lugar donde reclamar. Es la política del siglo pasado, la política 1.0, un absurdo conceptual inaceptable en el entorno tecnológico e interconectado que vivimos actualmente, y al que los políticos ni se acercan. Son políticos del siglo pasado, partidos del siglo pasado, sistemas del siglo pasado. Se acerca el momento de cambiar.

Los dos grandes ámbitos de aplicación de los blogs en la política son, por una parte los *blogs de opinión política, organización y acción social*, y por otra parte los *blogs de políticos* (campañas electorales, blogs de cargos electos y blogs institucionales de partidos). Un buen repertorio de casos españoles puede verse en los wikis: *Blogs políticos* y *Política 2.0*.

EJEMPLOS DE UTILIZACIÓN DE WEBLOGS EN POLÍTICA
Y ACCIÓN SOCIAL

| | |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Activismo</p> | <p>deUgarte.com http://www.deugarte.com Enlaces http://2006.asociacionenlaces.org Magda Bandera Bitácora</p> <p style="text-align: right;">→</p> |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

L A R E V O L U C I Ó N D E L O S B L O G S

| | |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>http://www.magdabandera.com ONG Derechos Digitales http://www.derechosdigitales.org Sin Género de Dudas http://singenerodedudas.com</p> |
| Opinión | <p>Diarios http://www.arcadi.espasa.com Escolar http://www.escolar.net Internet Política http://www.internetpolitica.com Puedoprometeryprometo http://www.puedoprometeryprometo.com</p> |
| Redes ideológicas/partidistas | <p>Blogs Pro Rajoy http://blogsprorajoy.net Red de Blogs Socialistas http://www.redblogsocialistas.org Blogs de CiU http://www.ciu.info/llistat_blogs.php Red Liberal http://www.redliberal.com Red Progresista http://www.redprogresista.net</p> |
| Campañas | <p>Blog Campaña Michelle Bachelet http://216.176.177.42/ Blog de campaña http://www.ibarretxe.com/bitacora Elecciones Galicia 2005 http://www.eleccionesgallegas.com/summary.php</p> |

EL IMPACTO DE LOS WEBLOGS

| | |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Cargos</p> | <p>Blogs Parlamentarios http://www.parlamentarios.info Alicia Sánchez Camacho http://blogs.periodistadigital.com/aliciasanchez.php Fernando Flores http://www.fernandoflores.cl Gustavo Arístegui http://blogs.periodistadigital.com/aristegui.php José L. Orozco http://www.joselopezorozco.com Miquel Iceta http://www.iceta.org/blog.htm Rafael Estrella http://estrella.lamatriz.org Ricardo Cavero http://www.caveroarceiz.es Rosa Díez http://www.bastaya.org/www2/portada.php</p> |
| <p>Partidos y agrupaciones</p> | <p>Diari del PSC http://weblog.socialistes.org Independientes por Cuenca http://cuenca.bitacorras.com/ Nuevas Generaciones http://www.nngg.org/weblog.html Partido Cultura Libre http://partidoculturalibre.blogia.com Partido Socialista de Andalucía http://psa-sevilla.blogspot.com</p> |

Fuentes: eCuaderno y wiki Blogs Políticos

De todas formas, como bien apunta Juan Freire al comienzo de su serie de anotaciones sobre «Acción política. Tecnología. Web 2.0. Blogs», los resultados todavía son pobres:

Pero por ahora los usos son muy simples: los políticos trasladan a su blog sus discursos y columnas de opinión. Reciben una considerable respuesta en forma de comentarios, dominados por los críticos (algunos correctos, muchos simples trols), que normalmente no son capaces de digerir por su abundancia y escasa relación señal/ruido. Al final, estos blogs son nuevos formatos para viejas prácticas. El blog es un nuevo elemento de marketing tradicional (de uno a muchos y, en la práctica, unidireccional). Se convierte en una curiosidad dentro de la maquinaria de los partidos, una forma de demostrar la modernidad estética de las organizaciones y las personas.

Además, los blogs de políticos hablan (casi) exclusivamente de política, y desde posiciones casi siempre «políticamente correctas» con lo que su partido espera. Resultado: estos blogs son aburridos para la mayor parte de la población.

Lo auténticamente revolucionario está siendo, de momento, el uso de los medios sociales por parte de los ciudadanos como una nueva forma de organización y como un medio alternativo de circulación de información y opiniones.

En cuanto a la clase política, suscribo las «propuestas para una auténtica blogodemocracia» que apunta Juan Varela en su entrada «Blogoparlamentarios a un clic»:

Los políticos deben conversar con los ciudadanos, no admonizar ni conformarse con la propaganda.

Los ciudadanos deben utilizar los blogs de políticos para interpelarlos y hacerles llegar sus inquietudes, no para consumirlos como un medio más de propaganda.

La blogosfera política debe tener una extensión real. El debate y conocimiento en el ciberespacio es un paso, pero no sustituye, sino que anima, el debate real. Como se ha comprobado en Estados Unidos y en otros lugares, la blogosfera no sustituye al contacto y la discusión personal, sino que los debe facilitar.

Los blogs políticos deben servir para aportar elementos de conocimiento y discusión de las ideas y posturas políticas a los ciudadanos frente a los mensajes unidireccionales y la discusión mediatizada de los medios tradicionales.

Los políticos con blog deben ser capaces de incluir en su actividad el resultado de su discusión con sus lectores en la blogosfera.

Queda un largo camino por recorrer, pero al menos existen medios para hacerlo. Los medios de la gente.

Referencias y lecturas

ALONSO, Julio, «Blogs y empresas», en ROJAS, Octavio *et al.*, *Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*, ESIC, Madrid, 2005, pp. 165-214.

- BULL, Glen, BULL, Gina y KAJDER, Sara, «La escritura con weblogs. Una oportunidad para los diarios estudiantiles», en *Eduteka*, 5 de junio de 2004.
<http://www.eduteka.org/Weblogs1.php>
- DANS, Enrique, «Política 2.0», en *Libertad Digital*, 21 de diciembre de 2005.
http://www.libertaddigital.es/php3/opi_desa.php3?cpn=28828
- FREIRE, Juan, «Acción política. Tecnología. Web 2.0. Blogs. 1. El presente», en *Juan Freire*, 7 de marzo de 2006.
http://nomada.blogs.com/jfreire/2006/03/accin_poltica_t.html
- HEWITT, Hugh, *Blog. Understanding the information reformation that's changing your world*, Nelson Books, Nashville, 2005.
- LARA, Tíscar, «Blogs para educar», en *Revista Telos*, n. 65, octubre-diciembre 2005, pp. 86-93.
http://www.tiscar.com/?page_id=337
- MORAL, José Antonio del, «Los principios de la política 2.0», en *Redes Sociales*, 21 de febrero de 2006.
<http://www.alianza.com/blogs/redessociales/2006/02/21/los-principios-de-la-politica-2-0>
- ORIHUELA, José Luis, «Los weblogs y su identidad como cibermedios», en SALAVERRÍA, Ramón (coord.), *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 2005, pp. 70-82.
- , «Uso de weblogs como herramienta en docencia e investigación: tipología y ejemplos de uso de weblogs en universidades», en MARTÍNEZ VALLVEY, Fernando *et al.* (eds.),

- La comunicación en la universidad*, Colección Comunicación 2000, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2005, pp. 149-155.
- y SANTOS, María Luisa, «Los weblogs como herramienta educativa: experiencias con bitácoras de alumnos», en *Quaderns Digitals*, n. 34, octubre 2004.
- PAX, Salam, *Salam Pax, el internauta de Bagdad*, Mondadori, Barcelona, 2003.
- POLO, Fernando, «7 preguntas antes de arrancar su blog corporativo», en *eTc*, 30 de agosto de 2005. http://etc.territoriocreativo.es/etc/2005/08/7_preguntas_ant.html
- RHEINGOLD, Howard, *Multitudes inteligentes*, Gedisa, Barcelona, 2004.
- SCOBLE, Robert, «The Corporate Weblog Manifesto», en *Scobleizer*, 26 de febrero de 2003. <http://radio.weblogs.com/0001011/2003/02/26.html>
- VARELA, Juan, «Política 3.0», en *Periodistas 21*, 24 de marzo de 2004. <http://periodistas21.blogspot.com/2004/03/politica-3.html>
- , «Democracia extrema», en *Periodistas 21*, 18 de agosto de 2004. <http://periodistas21.blogspot.com/2004/08/politica-3.html>
- , «Políticos en el blog», en *Periodistas 21*, 12 de septiembre de 2005. <http://periodistas21.blogspot.com/2005/09/politicos-en-el-blog.html>
- , «Blogoparlamentarios a un clic», en *Periodistas 21*, 27 de diciembre de 2005.

<http://periodistas21.blogspot.com/2005/12/blogoparlamentarios-un-clic.html>

VV.AA., «Le crédo de la netpolitique», en *Le Blog de Netpolitique*, 16 de febrero de 2006. *<http://blog.netpolitique.net/index.php/2006/02/16/258-le-credo-de-la-netpolitique>*

URL de los sitios mencionados en el capítulo

Blogs políticos:

http://www.escolar.net/wiki/index.php/Blogs_pol%C3%ADticos

Política 2.0:

<http://www.interneteuskadi.org/wiki/index.php/Politica2.0>

The Cluetrain Manifesto:

<http://www.cluetrain.com>

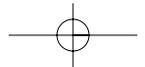
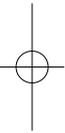
Where is Raed?:

http://dear_raed.blogspot.com

Todos los recursos citados se recogen enlazados en:

<http://www.ecuaderno.com/larevoluciondelosblogs/>

ANEXOS



Anexo I

SELECCIÓN DE SERVICIOS DE EDICIÓN Y ALOJAMIENTO DE WEBLOGS

Se incluyen solamente servicios basados en la Web que ofrecen tanto la edición (gestor de contenidos del weblog) como el alojamiento (hosting) en español o en inglés. Salvo el caso de *TypePad*, todos son gratuitos en sus opciones básicas. Para usuarios avanzados que prefieran gestionar el blog en su propio servidor, las soluciones recomendadas son *Movable Type* y especialmente *WordPress.org*.

| Servicio | URL |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 20six | http://www.20six.co.uk |
| Acelblog | http://www.aceblog.com |
| Biografías | http://www.blografias.com |
| Bitacorae | http://www.bitacorae.com/alojamiento/ |
| Bitácoras Barrapunto | http://barrapunto.com/journal.pl |
| Blog.com.es | http://www.blog.com.es |
| Blogalia | http://www.blogalia.com |
| Blogdiario | http://blogdiario.com/ayuda/ |
| Blogdrive | http://www.blogdrive.com |
| Blogger | http://www.blogger.com |
| BlogHost | http://www.bloghost.cl |

LA REVOLUCIÓN DE LOS BLOGS

| | |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Blogia | http://www.blogia.com |
| Bloginom | http://www.bloginom.com/portal.php |
| Blogs Wanadoo | http://blogs.wanadoo.es/es/ |
| Blogs Ya.com | http://blogs.ya.com |
| blogs.diariosur | http://blogs.diariosur.es |
| blogs.diariovasco | http://blogs.diariovasco.com |
| blogs.elcomerciodigital | http://blogs.elcomerciodigital.com |
| blogs.ideal | http://blogs.ideal.es |
| blogs.larioja | http://blogs.larioja.com |
| Blogsome | http://www.blogsome.com |
| blogSpirit | http://www.blogspirit.com/es/ |
| BlogsSitioco | http://www.blogs.sitioco.com |
| Blogtotal | http://www.blogtotal.es |
| Blogzy | http://www.blogzy.com |
| Bloxus | http://www.bloxus.com |
| Civiblog | http://www.civiblog.org |
| Comunalia | http://www.comunalia.com/portada/ |
| Chueca | http://blogs.chueca.com |
| Diario-e | http://www.diario-e.com |
| Diaryland | http://www.diaryland.com/signup/ |
| Divagaciones | http://www.divagaciones.com |
| Espacioblog | http://www.espacioblog.com |
| eXtreblog | http://www.extreblog.com |
| Extremadurablog | http://www.extremadurablog.com |
| Invisiblog | http://invisiblog.com |
| iPunkRock | http://www.ipunkrock.com/diario/ |
| Jazztelia | http://blogs.jazztelia.com |
| Jugones.net | http://www.jugones.net/j/blog.htm |
| Kolablog | http://www.kolablog.com |
| La Coctelera | http://www.lacoctelera.com |
| Libertad Digital | http://blogs.libertaddigital.com |
| LiveJournal | http://www.livejournal.com |



A N E X O I

| | |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Miarroba | http://miarroba.com/blogs/index.php |
| Mo'time | http://www.motime.com |
| ModBlog | http://www.modblog.com |
| MSN Spaces | http://spaces.msn.es |
| Myblog | http://www.myblog.cl |
| myblog.es | http://www.myblog.es |
| NuestroBlog | http://www.nuestroblog.com/login.php |
| OboLog | http://www.obolog.com |
| Opera | http://my.opera.com/community/ |
| Periodistadigital | http://www.periodistadigital.com/blog_zone/ |
| PeruBlog | http://www.perublog.net |
| Perúblogs | http://www.perublogs.com |
| Qué! | http://app.quediaro.com/bases/Controlador?cod=1 |
| Terra Blog | http://blog.terra.com |
| TypePad | http://www.typepad.com/es/ |
| Universia | http://blogs.universia.net |
| Vnunet.blog | http://www.vnunetblog.es |
| VOY Blogs | http://www.voyblogs.com |
| WordPress.com | http://wordpress.com |
| Yahoo! 360° | http://360.yahoo.com |
| Yaycos | http://yaycos.com |
| Zonalibre | http://www.zonalibre.org |
| ZoomBlog | http://www.zoomblog.com/crearBlog.html |

Todos los recursos citados se recogen enlazados en:

<http://www.ecuaderno.com/larevoluciondelosblogs/>

Pueden verse otras recopilaciones de servicios de alojamiento de blogs en:

<http://del.icio.us/fernand0/blogometro+alojamientos>

L A R E V O L U C I Ó N D E L O S B L O G S

Lista de servicios en español para crear un blog gratis:

<http://utilidades.bitacoras.com/archivos/2005/07/24/lista-de-servicios-en-espanol-para-crear-un-blog-gratis>

Wiki de la Blogosfera > Alojamiento:

<http://vrruiz.freezope.org/blogosfera/Alojamientos>

Anexo II

PRINCIPALES DIRECTORIOS NACIONALES DE WEBLOGS EN ESPAÑOL

Los portales nacionales de weblogs son un buen lugar para comenzar a explorar la blogosfera: suelen incluir un directorio de blogs clasificados por temas, un listado con los últimos que han actualizado, tutoriales, foros, novedades e iniciativas. Por lo general, abarcan también a los nacionales de un país que viven en el exterior. En el caso de España, al no existir un directorio exclusivo, se ha optado por *Bitácoras.com* que cubre, en realidad, toda la blogosfera hispana. Otros directorios y buscadores generalistas son: el directorio de blogs latinos: *BloGalaxia.com* y la comunidad de weblogs en español *Blogdir.com*.

| País | Sitio | URL |
|-------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Argentina | Weblogs.com.ar | http://www.weblogs.com.ar |
| Bolivia | Blogs de Bolivia | http://blogsbolivia.blogspot.com |
| Chile | Blogs.cl | http://www.blogs.cl |
| Colombia | BlogsColombia | http://www.blogscolombia.com |
| Costa Rica | TicoBlogs | http://www.ticoblogs.com |
| Cuba | Directorio de periodistas blogueros en Cuba | http://www.cubaperiodistas.cu/blogueros/directorio_de_paginas_personales.htm → |

L A R E V O L U C I Ó N D E L O S B L O G S

| | | |
|-----------------------------|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Ecuador | Ecuablogs | <i>http://www.ecuablogs.com</i> |
| España | Bitácoras.com | <i>http://www.bitacoras.com</i> |
| Guatemala | Blogs Chapines | <i>http://www.blogschapines.com</i> |
| México | Blogs México | <i>http://www.blogsmexico.com</i> |
| Nicaragua | Blogs Nicaragua | <i>http://www.blogsnicaragua.com</i> |
| Panamá | Blogs Panamá | <i>http://www.blogspanama.com</i> |
| Perú | BlogsPerú | <i>http://www.blogsperu.com</i> |
| Puerto Rico | Puerto Blogs | <i>http://www.puertoblogs.com</i> |
| República Dominicana | Blogs Dominicanos | <i>http://www.blogsdominicanos.com</i> |
| Uruguay | WebLogs.com.uy | <i>http://www.weblogs.com.uy</i> |
| Venezuela | Veneblogs | <i>http://www.veneblogs.com</i> |

Todos los recursos citados se recogen enlazados en:
<http://www.ecuaderno.com/larevoluciondelosblogs/>

Anexo III

SELECCIÓN DE WEBLOGS EN ESPAÑOL POR TEMAS

Autobiográficos/personales

4Colors:

<http://www.4colors.net>

Antes muerta que sencilla:

<http://www.lacoctelera.com/amqs/>

Atún tun tun:

<http://manuls.bitacoras.com>

Blog de una soltera:

<http://blogs.ya.com/ardelia/>

Cecilidades:

<http://laceci.blogspot.com>

Diario de nunca jamás:

<http://jasp.bitacoras.com>

Diario de un Debianita:

<http://www.linuxadicto.org>

Diario de un Rocker:

<http://www.trovadores.org/salvaje/>

El emperador de los helados:

<http://noelio.blogia.com>

El mantenido:

<http://www.bestiario.com/mantenido/>

El sentido de la vida:

<http://www.elsentidodelavida.net>

Estoy sola porque me da la gana:

<http://alicia.blogsome.com>

Chica con falda roja:

<http://chicaconfaldaroja.blogspot.com>

Kirai:

<http://kirai.bitacorras.com>

La caminante:

<http://www.zonalibre.org/blog/lacaminante/>

La cosa húmeda:

<http://fbenedetti.blogalia.com>

La Petite Claudine:

<http://www.lapetiteclaudine.com>

Lamalarosa:

<http://www.lamalarosa.com>

Moonshadow:

<http://www.alvarezperea.com/alberto/weblog/>

pjorge.com:

<http://pjorge.com>

Yo, yo misma y mi caos:

<http://yomismaymicaos.blogspot.com>

ZonaGeek:

<http://www.zonageek.com>

Buscadores

(ver también *Documentación*)

Blog de Max Glaser:

<http://www.maxglaser.net>

Buscar para encontrar:

<http://buscarencontrar.blogspot.com>

Davilac.net:

<http://www.davilac.net>

Dirson:

<http://google.dirson.com>

El Blog de Abel González:

<http://abelgonzalez.com/blog/>

Googelizados:

<http://googelizados.blogspot.com>

Guía buscadores blog:

<http://www.guiabuscadores.com/blog/>

Métodos de busca:

<http://www.metodosdebusca.com/118/index.php>

MSN Search España:

<http://blogs.msdn.com/searchspain/>

OJObuscador:

<http://www.ojobuscador.com>

Telendro:

<http://telendro.com.es>

Trucos de Google:

<http://trucosdegoogle.blogspot.com>

Cibercultura

(ver también *Comunicación, Educación e Innovación*)

100 Volando:

<http://100volando.blogspot.com>

Cátedra de Procesamiento de Datos:

<http://www.ilhn.com/datos/>

Ciberescrituras:

<http://www.espacioblog.com/ciberescrituras/>

Comunisfera:

<http://comunisfera.blogspot.com>

Digitalismo:

<http://digitalistas.blogspot.com>

e-me:

<http://e-rgonomic.blogspot.com>

Filosofitis:

<http://www.ilhn.com/filosofitis/>

Futuratronics:

<http://futuratronics.blogspot.com>

INTERtainment:

<http://intertainment.blogspot.com>

La máquina del tiempo:

<http://lamaquinadeltiempo.blogspot.com>

Leer a McLuhan:

<http://mcluban-pablomancini.blogspot.com>

Mirá!:

<http://www.juliangallo.com.ar>

moebius:

<http://epuan.blogspot.com>

A N E X O I I I

Narrative media:

<http://www.zemos98.org/producciones/narrativa/weblog/>

Nativos Digitales:

<http://www.nativosdigitales.com.ar>

Sistemas en blog:

<http://mentalsys.blogia.com>

Sociedad Red:

<http://gabrieljaraba.typepad.com/sociedadred/>

taller / blog / estudio / nanomedio:

<http://pablomancini.blogspot.com>

Tinta Digital:

<http://falcon.blogsome.com>

Ciencia

(ver también *Educación*)

Cambio climático:

<http://www.cambio-climatico.com>

Ciencia15:

<http://ciencia15.blogalia.com>

Cuaderno de bitácora:

<http://rvr.blogalia.com>

Curioso pero inútil:

<http://curiosoperoinutil.com>

El beso en la luna:

<http://mizar.blogalia.com>

El Paleo Freak:

<http://paleofreak.blogalia.com>

Evaluación de la Ciencia y la Comunicación Científica:

<http://ec3noticias.blogspot.com/>

Genciencia:

<http://www.genciencia.com>

Gluon con Leche:

<http://gluonconleche.blogspot.com>

Hijos de Eva:

<http://www.hijosdeeva.net>

Historias de la Ciencia:

<http://www.historiasdelaciencia.com>

MalaCiencia:

<http://malaciencia.blogspot.com>

Novedades Científicas:

<http://www.novaciencia.com>

Omnis scientia:

<http://scientia.bitacoras.com>

Tecnocidanos:

<http://weblogs.madrimasd.org/tecnocidanos/>

Tecnología obsoleta:

<http://www.alpoma.net/tecob/>

Tio Petros:

<http://tiopetrus.blogia.com>

Cine

(ver también *Televisión*)

24fotogramas:

<http://www.24fotogramas.com>

A N E X O I I I

7 samurais:

<http://www.7samurais.com>

Blog, James Blog:

<http://www.elmundo.es/elmundo/cineclu.html>

Blog de cine:

<http://www.blogdecine.com>

Bloggermanía:

<http://www.bloggermania.com>

Casiopea:

<http://www.filmica.com/casiopea/>

Celuloide:

<http://www.celuloide.com.ar>

Cine de Hoy:

<http://cinedehoy.blogspot.com>

Cine y política:

<http://cineypolitica.blogspot.com>

Cinefilia:

<http://cinefilia.bloxus.com>

Cinemaparadiso:

<http://cinemaparadiso.zoomblog.com/>

Crisei:

<http://crisei.blogalia.com>

El cronicón cinéfilo:

<http://bango.blogia.com>

El día del cazador:

<http://www.d cine.org/blog/reverendo.html>

El gabinete del Dr. Strangelove:

<http://elgabinete.blogspot.com>

El séptimo cielo:

<http://e7cielo.blogspot.com>

GarajeKubrick:

<http://www.filmica.com/garajekubrick/>

Los 5000 dedos del doctor T:

<http://www.d cine.org/blog/5000/dcine5000.html>

Luces de Babilonia:

<http://www.bestiario.com/luces/>

maeloCinema:

<http://maelocinema.blogspot.com>

Otro cine:

<http://www.otrocine.com>

Sin pasar por taquilla:

<http://sinpasarportaquilla.blogspot.com>

Sueños de Celuloide, Cátodos y Papel:

<http://www.20six.co.uk/Cooper>

Trueque mental:

<http://truequemental.bitacorras.com>

Un mundo desde el abismo:

<http://refoworld.blogspot.com>

Una habitación con vistas:

<http://unahabitacionconvistas.blogspot.com>

Cómics

Adlo Novelty Library:

<http://adlo.blogspot.com>

Bajo Zero Blog:

<http://bajozeroomix.blogspot.com>

Bernardovergara:

<http://www.bernardovergara.com>

Bonache:

<http://bonache.blogspot.com>

Comix:

<http://www.zonalibre.org/blog/comix/>

El blog ausente:

<http://absencito.blogspot.com>

El Blog de Jotace:

<http://jotacedt.blogspot.com>

El joven Lovecraft:

<http://eljovenlovecraft.blogspot.com>

El mundo de Frikybilbao:

<http://frikybilbao.blogspot.com>

Es la hora de las tortas:

<http://eslaboradelastrortas.blogspot.com>

Historias de un marvelita:

<http://novenoaarte.bitacorras.com>

Historietas Reales:

<http://historietasreales.blogspot.com>

La Cárcel de Papel:

<http://www.lacarceldepapel.com>

Masquecomics:

<http://masquecomics.blogspot.com>

Noticias Universo Marvel:

<http://universomarvel.com/news/>

Polloletal:

<http://www.polloletal.com>

Spiderman bajo la máscara:

<http://universomarvel.com/bajolamascara/>

Tebeosblog

<http://tebeosfera.blogspot.com>

Un tebeo con otro nombre:

<http://www.untebeoconotronombre.com>

Zona Negativa:

<http://www.zonanegativa.com>

Comunicación

(ver también *Cibercultura, Televisión y Periodismo*)

24/7:

<http://blogs.periodistadigital.com/24por7.php>

Caramelo Smog:

<http://caramelosmog.net>

Caspa.tv:

<http://caspa.tv>

Chasqui:

<http://revistachasqui.blogspot.com>

Comucor:

<http://comucor.blogspot.com>

Comunicación e imagen:

<http://www.pacobarranco.blogspot.com>

Comunicación en Red:

<http://comunicacion.typepad.com>

e-galeradas:

<http://egaleradas.blogspot.com>

A N E X O I I I

eBlog:

<http://www.eblog.com.ar>

El espacio del Dircom:

<http://espaciodircom.blogspot.com>

El foro de los recursos humanos:

<http://elforoderecursoshumanos.blogspot.com>

Información empresarial:

<http://infoempresa.blogspot.com>

Informe Diario:

<http://informediario.com>

Ismael Nafría:

<http://ismaelnafria.blogspot.com>

Jabalí Digital:

<http://diariodeunjabali.com>

La Comunicación Institucional:

<http://comunicacion-estatal.blogspot.com>

La Huella Digital:

<http://lahuelladigital.blogspot.com>

Las comunicaciones online y offline:

<http://www.arturocatalan.cl>

Los nuevos medios, el medio:

<http://nuevos-medios.blogspot.com>

Medios+:

<http://mediosmas.blogspot.com>

mmcc digital:

<http://mmccdigital.blogspot.com>

Ojo al texto:

<http://otexto.net>

Planetamedia:

<http://www.planetamedia.com>

Protocolo y comunicación:

<http://protocoloycomunicacion.blogspot.com>

Scriptor.org:

<http://scriptor.typepad.com>

Sociedad de la Información y Administración Electrónica:

<http://eadministracion.blogspot.com>

Sonia Blanco:

http://www.filmica.com/sonia_blanco/

Versión Original:

http://www.filmica.com/eva_ruiz/

Visión:

<http://mica8.typepad.com/vision/>

Zoom:

<http://diegojemio.blogspot.com>

Deportes

Aguja de bitácora:

<http://www.agujadebitacora.com>

Alemania 2006:

<http://alemania2006.notasdefutbol.com>

Banyeres blog:

<http://banyeres.blogspot.com>

Bar Deportes:

<http://bardeportes.blogspot.com>

A N E X O I I I

Blog de Daimiel:

<http://plus.es/codigo/deportes/nbaplus/blogPortada.asp>

Cuesta arriba:

<http://www.cuesta-arriba.com>

Desde la tribuna:

<http://desdelatribuna.com>

Diario de un corredor de fondo:

<http://www.hilario.runninginspain.com>

Doble Pared:

<http://www.doblepared.com>

El ciclismo de Xavier G. Luque:

<http://ciclismo.blogs.com>

El penalty:

<http://elpenalti.com>

El sillón bol:

<http://sillonbol.blogia.com>

El soplo:

<http://blogs.prisacom.com/elsoplo/>

En Una Baldosa:

<http://enunabaldosa.com>

Fórmula Alonso:

<http://www.formulalonso.com.es>

Frases futboleras:

<http://frasesfutboleras.blogspot.com>

Fuera de límites:

<http://www.fueradelimites.com>

Fútbol Arte:

<http://www.futbolarte.com>

Fútbol de Lux:

<http://www.futboldelux.com>

Jesusalvarado.com:

<http://jesusalvarado.com>

La ducha:

<http://laducha.blogspot.com>

La libreta de Van Gaal:

<http://lalibretadevangaal.blogspot.com>

La parabólica:

<http://blogs.prisacom.com/laparabolica/>

La Red:

<http://laredonda.blogspot.com>

LTBlog Deportes:

<http://blogs.latercera.cl/deportes/>

Manista:

<http://manista.blogs.com>

Mata-dor:

<http://mata-dor.blogspot.com>

Motorpasión:

<http://www.motorpasion.com>

Mundo Deporte:

<http://www.mundodeporte.net>

Notas de fútbol:

<http://www.notasdefutbol.com>

Oceánidas:

<http://www.oceanidas.net/blog/>

Pasión redonda:

<http://pasionredonda.com>

A N E X O I I I

Perarnau Blog:

<http://martiperarnau.blogspot.com>

Planeta Axel:

<http://planetaaxel.blogspot.com>

Tic Espor:

<http://ticespor.blogspot.com>

Vale Chumbar:

<http://valechumbar.com>

Diseño

(ver también *Usabilidad*)

100px:

<http://www.100px.com>

Alquimistas de Diseño:

<http://alquimistas.evilnolo.com>

alzado.org:

<http://www.alzado.org>

Apuntes gráficos:

<http://www.eriklarsson.com>

Buenos Aires de Diseño:

<http://www.irenefernandez.com.ar/badd/>

Conejo áureo:

<http://www.conejoaureo.com>

Domestik Alien:

<http://www.domestikalien.com>

Duopixel:

<http://blog.duopixel.com>

El manipulador:

<http://elmanipulador.blogspot.com>

Efímera:

<http://www.efimera.org>

Furilo:

<http://furilo.com>

Grancomo:

<http://www.grancomo.com>

IceBeat:

<http://icebeat.bitacoras.com>

Interacciones.org:

<http://interacciones.wordpress.com>

Isopixel:

<http://www.isopixel.net>

Maquetadores:

<http://maquetadores.bitacoras.com>

Nitroglicerine:

<http://www.nitroglicerine.com>

Nudonation:

<http://www.nudonation.com>

Sentido Web:

<http://sentidoweb.com>

SimDalom:

<http://www.simdalom.com/blog/>

Terremoto:

<http://www.terremoto.net>

User Centric Design:

<http://usercentricdesign.blogspot.com>

Visualmente:

<http://visualmente.blogspot.com>

Documentación

(ver también *Buscadores*)

Alas y Balas:

<http://www.alasybalas.com>

Bibliometría:

<http://www.bibliometria.com>

Bibliotecosas:

<http://bibliotecosas.blogia.com>

Catorze.blog:

<http://www.catorze.com/blog/>

Chacobo:

<http://www.chacobo.com>

Deakialli DocuMental:

<http://deakialli.bitacoras.com>

Documenta2:

<http://documenta2.blogsome.com>

Documentación, biblioteconomía e información:

<http://www.lacoctelera.com/documentacion>

El club de los documentalistas:

<http://dokumentalis.blogspot.com/>

El Documentalista Enredado:

<http://www.documentalistaenredado.net>

Infogestores:

<http://www.infogestores.cl>

Marylink:

<http://www.marylink.net>

Recuperación de información en la Web:

<http://irsweb.blogspot.com>

Thinkepi:

<http://www.thinkepi.net/repositorio/>

Véase además:

<http://www.veaseademas.com>

Visto y Leído:

<http://vistoyleido.blogspot.com>

Educación

(ver también *Ciencia, Cibercultura y Letras*)

A pie de aula:

<http://apiedeaula.bitacorras.com>

Arguments:

<http://www.arguments.es>

AulaBlog:

<http://www.aulablog.com>

Aulablog21:

<http://www.aula21.net/aulablog21/>

Bitácora de Aníbal de la Torre:

<http://www.adelat.org>

Blog d'una profe:

<http://www.actilingua.net/blogdeunaprofedim.html/>

Boulé:

<http://www.boulesis.com/boule/>

Cuaderno de clase:

<http://www.auladeletras.net/blog/>

Cuaderno del profesor:

<http://e-profes.net/blog/>

Darle a la lengua:

<http://lenguabifida.zoomblog.com>

Dialógica:

<http://dialogica.com.ar>

DigiZen:

<http://www.vidadigital.net/blog/>

Educación y TIC:

<http://weblog.educ.ar/educacion-tics/>

Páginas dispersas:

<http://fresno.cnice.mecd.es/~avaler3/>

Tam Tam:

<http://www.educared.org.ar/tamtam/>

Vida de profesor:

<http://vidadeprofesor.blogia.com>

Octeto:

<http://cent.uji.es/octeto/>

Ficción

(ver también *Cómics, Humor y Letras*)

A veces escribo cartas:

<http://www.avecesescribocartas.com>

Atrapa2:

<http://beorlegui.blogia.com>

big [b]Other:

<http://bigbother.walkerart.org>

Cuentos de 100 palabras:

<http://www.cienpalabras.blogspot.com>

En busca de un final:

<http://viajetro.blogia.com>

El diario de Letizia Ortiz:

<http://letizia-ortiz.blogspot.com>

Klikowsky:

<http://www.klikowsky.com>

La historia entera:

<http://eltrastero.blogia.com>

La mágica web:

<http://www.magicaweb.com/weblog/index.php>

Marcapáginas:

<http://www.marcapaginas.net/blog/>

Más respeto, que soy tu madre:

<http://mujergorda.bitacorras.com/2/>

Matalashoras:

<http://muchaspalabras.motime.com>

Mi vida como un osito de peluche:

<http://osito.blogalia.com>

Narciso:

<http://yaloveras.blogia.com>

Notas cruzadas desde las antípodas:

<http://blogalizacion.blogspot.com>

Todas las Historias:

<http://www.doragarcia.net/insertos/todaslashistorias/weblog/>

Weblog de una mujer gorda:

<http://mujergorda.bitacorras.com/archives.php>

Fotografía

Caleidos Fotolog:

<http://www.caleidos.org>

Captura.org:

<http://www.captura.org>

E la nave va...:

<http://saladeprensa.blogspot.com>

El cuarto oscuro:

<http://elcuartoscuro.blogspot.com>

Fijaciones:

<http://www.fijaciones.org>

Foto Digital México:

<http://www.foto-digital.com.mx>

Fotografía Digital:

<http://www.fdlog.com>

Glipto29 Maqueta:

<http://perso.wanadoo.es/ge29/ge29photo.htm>

Indiferencia:

<http://indiferencia.org>

Jabalí Fotolog:

<http://fotolog.diariodeunjabali.com>

La vida privada de zoom:

<http://www.minoe.net/foto/>

Luz Cenital:

<http://www.luzcenital.com>

Miradas:

<http://www.miradas.it>

Nocturama:

<http://www.arte-redes.com/nocturama/>

Personas y personajes:

<http://www.zonalibre.org/blog/fotografiaeinformatica/>

Rayuela Fotolog:

<http://rayuelafotoblog.manrocker.com>

Una foto cada día:

<http://unafotocadadia.blogspot.com>

Gadgets

(ver también *Tecnología* y *Telecomunicaciones*)

Bitcero:

<http://www.bitcero.com>

Chip Chick Hispano:

http://chipchick.blogs.com/chip_chick_hispano/

Engadget:

<http://spanish.engadget.com>

Gadgetoblog:

<http://navegante2.elmundo.es/navegante/gadgetoblog.html>

Gangago:

<http://www.gangago.com>

Gizmodo:

<http://es.gizmodo.com>

Gizmología:

<http://gizmologia.com>

JP-Geek:

<http://www.jp-geek.com>

A N E X O I I I

Monkeyzen:

<http://www.monkeyzen.com>

No puedo creer que lo hayan inventado:

<http://www.nopuedocreer.com>

Ounae:

<http://www.ounae.com>

Pixel y Dixel:

<http://www.pixelydixel.com>

Productdose:

<http://www.productdose.com>

TecnoBlog:

<http://www.tecnoblog.cl>

TecnoCHICA:

<http://tecnochica.com>

Tecnogadgets:

<http://www.tecnogadgets.com>

Viste adecuadamente:

<http://visteadecuadamente.com>

Wired [LifeStyle]:

<http://www.wired.com.mx>

Xataka:

<http://www.xataka.com>

Gastronomía

Algo se cuece:

<http://www.algosecuece.com>

Alimentación, Cocina, Gastronomía:

<http://www.euroresidentes.com/Blogs/alimentacion/alimentacion.html>

Blog de cocina:

<http://www.blogdecocina.com.ar/blog/>

Bueno para comer:

<http://www.estamosdeacuerdo.net/buenoparacomer/>

Cocinalia:

<http://cocinalia.blogspot.com>

Cómo vivir sin caviar:

<http://www.bestiario.com/caviar/>

Degústalo:

<http://www.degustalo.com>

Diario del Gourmet de Provincias y del Perro Gastrónomo:

<http://gourmetymerlin.blogspot.com/>

Directo al paladar:

<http://www.directoalpaladar.com>

Duelos y quebrantos:

<http://www.conunqueando.blogspot.com>

Dulce Julián:

<http://www.lacoctelera.com/dulcejulian>

El pingüe gourmet:

<http://www.lacoctelera.com/gourmet/>

La cuchara de palo:

<http://paspespuyas.com/comunidad/index.php/cdp>

La majuluta:

<http://lamajuluta.blogspot.com>

Lamargaritaseagita:

<http://www.lamargaritaseagita.com>

A N E X O I I I

Mil sabores:

<http://www.milsabores.net>

Naturalmente cocina:

<http://www.espacioblog.com/diltoro>

Observación gastronómica:

<http://sazonado.blogspot.com>

pistoYnopisto:

<http://www.pistoynopisto.com>

Por las Cocinas del Imperio:

<http://recetas.bitacorras.com>

Sopas de pescado y marisco:

<http://sopas.blogia.com>

Sumito Estévez:

<http://sumitoestevez.blogspot.com>

Tu vida sana:

<http://www.tuvidasana.cl>

Humor

(ver también *Ficción*)

Así no son las cosas:

<http://asinosonlascosas.blogspot.com>

Autoliniers:

<http://autoliniers.blogspot.com>

Blogparodia:

<http://blogparodia.blogspot.com>

Bonsái Gigante:

<http://bonsaigigante.com>

Cosas de Padylla:

<http://padylla.com>

DemaBlogia:

<http://blogdequeque.blogspot.com>

El ciprés en el patio:

<http://elcipresenelpatio.com.ar/blog/>

El mundo está loco:

<http://elmundoestaloco.blogspot.com>

Elrich:

<http://orsai.bitacorras.com/erlich/>

La Fragua:

<http://lafragua.blogspot.com>

La Risa de Smith:

<http://smith.blogalia.com>

Qué buscas QUÉ?!

<http://www.quebuscasque.com/weblog.php>

Flamenco Valley:

<http://flamencovalley.zoomblog.com>

Juan Dámaso, vidente:

<http://juandamaso.com>

... hmmm...:

<http://javimoya.com/blog>

Humor gráfico:

<http://humorgrafico.zoomblog.com>

Humoralia virtual:

<http://web.humoralia.org/cgi-bin/>

Korocho Industrias:

<http://www.korocho.com>

A N E X O I I I

¡Mi querido Tato!:

<http://tato.bitacorras.com>

Momentito:

<http://momentito.puntoblog.net>

¡Por Dios!:

<http://pordios.bitacorras.com>

Puto el que lee:

<http://www.blogdedieiguez.com.ar>

Tantos hombres y tan poco tiempo:

<http://peluche.blogspot.com>

Topicazos:

<http://www.topicazos.com>

Orsay:

<http://orsai.bitacorras.com>

Por al arco del triunfo:

<http://porelarcodeltriunfo.blogspot.com>

Yo contra el mundo!:

<http://weblogs.clarin.com/podeti/>

Infancia

Bebés y más:

<http://www.bebesymas.com>

Creciendo con Jacinto:

<http://www.jacintogranados.blogspot.com/>

Ecobebé:

<http://www.ecobebe.com.mx/blog/>

La fábrica de la participación:

<http://www.lafabricadelaparticipacion.org/>

Locos bajitos:

<http://www.locosbajitos.com>

Madre hay una sola:

<http://madrehayunasola.zoomblog.com/>

Mamiblog:

<http://mamiblog.blogspot.com>

Palabras infantiles:

<http://palabrejas.blogalia.com>

Ser mamá:

<http://sermama.blogspot.com>

Innovación

(ver también *Marketing, Publicidad y Tecnología*)

Abladías:

<http://abladias.blogspot.com>

Abundando:

<http://abundando.blogspot.com>

Alfredo Romeo:

<http://www.aromeo.net>

Algo que hacer:

<http://www.algoquehacer.net>

Anotado:

<http://anotado.blogspot.com>

Antonine's blog:

<http://antoniofumero.blogspot.com>

Área Estratégica:

<http://www.areaestrategica.com>

A N E X O I I I

Blog de Gonzalo G. Cotorruelo:

<http://cotorruelo.blogspot.com>

Causa efecto:

<http://www.causaefecto.net>

Consultoría 2.0:

<http://consultoria2p0.blogspot.com>

Consultoría artesana en la red:

<http://artesiaenred.blogspot.com>

Creative Minds:

<http://tochismochis.blogspot.com>

Ecotecno:

<http://ecotecno.blogspot.com>

Endocitosis de red:

<http://armengol.typepad.com>

Enrique Dans:

<http://www.enriquedans.com>

Entropía:

<http://horaci.blogs.com>

eStartap:

<http://estartap.blogspot.com>

Estratega:

<http://estratega.typepad.com/estratega/>

Juan Freire:

<http://nomada.blogs.com>

Héctor Milla:

<http://www.hectormilla.com>

Lo que el ojo no ve:

<http://ojoudjat.blogspot.com>

Infonomía:

<http://www.infonomia.com/blog/public/>

Le canto las 40:

<http://lecantolas40.blogspot.com>

Logicola:

<http://simplelogica.net/logicola/>

Martín Varsavsky:

<http://spanish.martinvarsavsky.net/>

MasterNewMedia:

<http://www.masternewmedia.org/es/index.html>

Merodeando por la enredadera:

<http://www.merodeando.com>

Mr. BI:

<http://javierdequiros.blogspot.com>

Nuhuati:

<http://nuhuati.zoomblog.com>

Tachnovation:

<http://tachnovation.blogspot.com>

The Cocktail:

<http://www.the-cocktail.com/ingredientes/>

TintaChina:

<http://www.tintachina.com>

Todo BI:

<http://todobi.blogspot.com>

Letras

(ver también *Ficción*)

Ana Alcolea:

<http://anamalcolea.blogia.com>

Apostillas:

<http://apostillasnotas.blogspot.com>

Comunicación cultural:

<http://www.comunicacion-cultural.com>

Con valor:

<http://convalor.blogia.com>

Cuchitril literario:

<http://lepisma.liblit.com>

Días del futuro pasado:

<http://www.futuropasado.com>

El Bibliómano:

<http://www.espacioblog.com/el-bibliomano>

El Boomeran(g):

<http://www.elboomeran.com>

El florido byte:

<http://www.elfloridobyte.com>

Elfrascodelodio:

<http://www.elfrascodelodio.com>

El Hombre que Comía Diccionarios:

<http://www.elhombrequecomiadiccionarios.com>

Espartako:

<http://espartakocc.blogspot.com>

Et in Arcadia ego:

<http://patagonian.blogspot.com>

Hargentina:

<http://hargentina.blogspot.com>

Hislibris:

<http://www.hislibris.com>

Ínfimos urbanos:

<http://infimosurbanos.blogspot.com>

JorgeLetralia:

<http://jorgeletralia.blogspot.com>

KaosCity:

<http://txema.antville.org>

Kaputt.it:

<http://www.kaputt.it>

La hormiga remolona:

<http://www.hormigaremolona.com>

La letra sin sangre entra:

<http://laletrasinsangre.blogspot.com>

La Mágica Web:

<http://www.magicaweb.com/weblog/index.php>

La senda de los libros:

<http://sendalibros.blogspot.com>

La vida con subtítulos:

<http://lavidaconsutitulos.blogspot.com>

Las historias:

<http://www.lashistorias.com.mx/blog/>

Letras enredadas:

<http://www.bestiario.com/letras/>

Liber, libro, libre:

<http://www.lacoctelera.com/liber>

Librillo:

<http://librillo.rbuenaventura.com>

Libro de Notas:

<http://librodenotas.com>

A N E X O I I I

Libros y bitios:

<http://jamillan.com/lblog6.htm>

Moleskine:

<http://notasmoleskine.blogspot.com>

Peluche:

<http://peluche.bitacoras.com>

Puente aéreo:

<http://puenteareo1.blogspot.com>

Salidas de emergencia:

<http://eduardoallende.blogspot.com>

Solodelibros:

<http://solodelibros.blogspot.com>

Texto Casi Diario:

<http://www.gistain.net>

The art of fiction:

<http://trapoviejo.blogspot.com>

Un hombre de pago:

<http://www.unhombredepago.com>

Vivir del cuento:

<http://vivirdelcuento.blogspot.com>

Marketing

(ver también *Innovación y Publicidad*)

3wMK.com:

<http://www.3wmk.com/blog/>

Allmarketing:

<http://allmarketing.blogspot.com>

Blogplacement:

<http://blogplacement.blogspot.com>

Boca-Oreja:

<http://bocaoreja.blogspot.com>

El Fin del Fin del Mundo:

<http://www.paulbeelen.com/blog/>

Entre ayer y hoy:

<http://entreayeryhoy.blogspot.com>

eTc:

<http://etc.territoriocreativo.es>

La parte contratante:

<http://blog.bluecreativos.com>

Marca propia:

<http://www.marcapropia.net/blog.html>

Markarina:

<http://www.markarina.com>

Markefilm:

<http://markefilm.blogspot.com>

Marketines:

<http://marketines.blogspot.com>

Marketing, tecnología y vida:

<http://elviejoclub.blogspot.com/>

Netadblog:

<http://netadblog.com>

New PR:

<http://newprblog.wordpress.com>

Pop mk:

<http://popmk.com>

A N E X O I I I

Posicionarse:

<http://posicionarse.typepad.com/enric/>

Quioscos Locos:

<http://www.quioscoslocos.com>

Salsa digital:

<http://salsadigital.typepad.com>

Strategy and Marketing.com:

<http://strategyandmarketing.blogspot.com/>

Trabajar sin conexión:

<http://www.trabajarsinconexion.com>

The tricky part:

<http://www.thetrickypart.net>

Metablogs

Bicubic:

<http://www.bicubic.info>

Bitácoras.org:

<http://www.bitacoras.org>

Bloginmedia:

<http://bloginmedia.blogia.com>

Blogzine:

<http://blogzine.blogalia.com>

Borjamari:

<http://borjamari.blogspot.com>

eCuaderno:

<http://ww.ecuaderno.com>

Herramientas para blogs:

<http://spaces.msn.com/members/mmadrigal/>

Libro de blogs:

<http://www.librodeblogs.com>

Linotipo:

<http://rvr.typepad.com/linotipo/>

Noticias de Bitácoras.com:

<http://bitacoras.com/noticias/>

ñBlog:

<http://utilidades.bitacoras.com>

Orbitácora:

<http://www.bitacoras.com/orbitacora/>

Reflexiones e irreflexiones:

<http://fernand0.blogalia.com>

Weblog sobre weblogs:

<http://weblogs.clarin.com/weblogs/>

Weblogs SL:

<http://www.weblogssl.com>

Zapin.info:

<http://www.zapin.info>

Música

+Música:

<http://masmusica.blogspot.com>

B-Bloc:

<http://b-bloc.blogspot.com>

Blog de Flamencology:

<http://www.flamencology.info>

A N E X O I I I

Blog de Música:

<http://www.blogdemusica.com>

Bob Dylan Minoic:

<http://bobdylan.minoic.net>

CoolBeats:

<http://coolbeats.blogspot.com>

DoctorCD:

<http://www.lacoctelera.com/doctorcd>

El ruido de la calle:

<http://www.elruidodelacalle.com/wordpress/>

Freewheelin:

<http://freewheelin.bitacorras.com>

Hipersónica:

<http://www.hipersonica.com>

Joaquín Sabina:

<http://www.joaquinsabina.net>

Música para todos:

<http://hombreencelo.blogspot.com>

Pepsounds:

<http://www.lacoctelera.com/pepsounds>

Planeta Pop:

<http://planetapopradio.blogspot.com>

Rated Muzic:

<http://rated-muzik.com>

RollingStone:

<http://blogs.prisacom.com/rollingstone/>

Segmento:

<http://segmento.blogspot.com>

Sensaciones Sonoras:

http://www.lacoctelera.com/mr_pleasant

Silvio Rodríguez:

<http://www.lacoctelera.com/silviorodriguez>

Sonicaster:

<http://sonicaster.com>

Soundtracktunes:

<http://www.faq-mac.com/bitacoras/itunes/>

Surfer Rosa:

<http://surfer-rosa.supernovapop.com/>

TrackHop:

<http://trackhop.org>

Una piel de astracán:

<http://www.unapieldeastracan.blogspot.com>

Periodismo

(ver también *Comunicación y Cibercultura*)

Arsenio Escolar:

<http://blogs.20minutos.es/arsenioescolar>

Asociación de la Prensa de Madrid:

<http://www.apmadrid.es/taxonomy/term/1/0>

Bloc de periodista:

<http://blocdeperiodista.com>

bloGicamente:

<http://blogicamente.blogspirit.com>

Buscanoticias:

<http://buscanoticias.blogspot.com>

A N E X O I I I

Cobertura Digital:

<http://www.coberturadigital.com>

e-periodistas:

<http://e-periodistas.blogspot.com>

La azotea:

<http://laazotea.blogspot.com>

La broma:

<http://www.labroma.org.es/blog/>

Malaprensa:

<http://www.malaprensa.com>

Mangas verdes:

<http://www.proyectoisla.com/mangasverdes/>

Nuevo periodismo:

<http://www.ociocritico.com/oc/wp/>

Periodismo argentino en blog:

<http://www.3puntocero.com.ar>

Periodismo de paz:

<http://periodismodepaz.bitacoras.com>

Periodismo económico:

<http://periodismoeconomico.blogspot.com>

Periodismo global:

<http://periodismoglobal.blogspot.com>

Periodismo interactivo:

<http://interactivo.blogspot.com>

Periodistas21:

<http://periodistas21.blogspot.com>

Sin Papel:

<http://juancarloslujan.blogspot.com>

Tíscar:

<http://www.tiscar.com>

Weblog Ciencias de la Información:

<http://es.blogs.universia.net/page/alehopgm>

Política

Actualidad Política:

<http://www.ideasapiens.com/blogs/24horas/>

Ajopringue:

<http://www.ajopringue.com>

Alemania, Economía, Sociedad y Derecho:

<http://alemaniasociedad.blogspot.com/>

Balance:

<http://balance.blogs.com>

Barcepundit:

<http://barcepundit.blogspot.com>

Criterio:

<http://criterio.e-dazibao.com>

Daniel Tercero:

<http://danieltercero.net>

Diarios:

<http://www.arcadi.espasa.com>

Escolar:

<http://www.escolar.net>

Guerra Eterna:

<http://www.guerraeterna.com>

A N E X O I I I

Internet Política:

<http://www.internetpolitica.com>

Nauscopio:

<http://nauscopio.coolfreepages.com>

Puedoprometeryprometo:

<http://www.puedoprometeryprometo.com>

Una temporada en el infierno:

<http://unatemporadaenelinfierno.blogspot.com>

Voto en Blanco:

<http://www.votoenblanco.com>

Publicidad

(ver también *Comunicación y Marketing*)

016:

<http://blog.016.cl>

AdSpot:

<http://adspot.blogia.com>

AdLover:

<http://www.adlover.satanya.net>

Brandcode:

<http://www.lacoctelera.com/brandcode>

Briefblog:

<http://www.briefblog.com.mx>

Comandoefe:

<http://www.comandoefe.blogspot.com>

downloading + media:

<http://downloadingmassmedia.blogspot.com>

El rincón de la publicidad:

<http://rinconpublicidad.blogspot.com>

Frecuencia D:

<http://frecuenciad.blogspot.com>

Galigan:

<http://www.galigan.com/blog/>

Interactions:

<http://interacting.blogspot.com>

La revolución creativa:

<http://larevolucioncreativa.blogspot.com>

Llámame Lola:

<http://nomellamesdolores.blogspot.com>

Nueva publicidad:

<http://nuevapublicidad.blogspot.com>

Planetaonline:

<http://planetaonline.blogspot.com>

Popcorn:

<http://popcorn.euniceproductions.com>

Sólo buenas ideas:

<http://solobuenasideas.blogspot.com>

Trinamita lab:

<http://www.lacoctelera.com/trinamita-lab>

TV Spot:

<http://tvspot.blogspot.com>

Zapping Digital:

<http://www.malabarismo.cl/nestorcarrasco/>

Tecnología

(ver también *Gadgets* y *Telecomunicaciones*)

86400:

<http://86400.es>

ALT1040:

<http://alt1040.com>

Ansaria:

<http://www.ansaria.com>

Blogpocket:

<http://www.blogpocket.com>

Buenos días, Silicon Valley:

<http://bdsv.zoomblog.com/>

Bujía creativa:

<http://www.bujiacreativa.com/blog/>

Camyna:

<http://www.camyna.com/wordpress/>

Denken Über:

<http://uberbin.net>

DiarioIP:

<http://www.diarioip.com>

Earful:

<http://earful.bitako.com>

Error500:

<http://www.error500.net>

FayerWayer:

<http://www.fayerwayer.com>

Gabinete de informática:

<http://www.gabinetedeinformatica.net/wp15/>

Genbeta:

<http://www.genbeta.com>

Idealabs:

<http://idealabs.tk>

Kusor.net:

<http://kusor.net>

La maté por un yogur:

<http://www.lamateporunyogur.net>

La papelera:

<http://lapapelera.org>

La tejedora:

<http://blogs.prisacom.com/latejedora/>

Microsiervos:

<http://www.microsiervos.com>

Mildiez.net:

<http://www.mildiez.net>

Minid.net:

<http://www.minid.net>

Mitriplew:

<http://www.mitriplew.com>

Mundo Geek:

<http://mundogeek.net>

Online:

<http://www.online.com.es>

Otro blog más:

<http://obm.corcoles.net>

Proletarium:

<http://proletarium.org>

Retiario:

<http://blogs.20minutos.es/retiario>

Ricardo Galli, de software libre:

<http://mnm.uib.es/gallir>

Tecnológicamente hablando:

<http://tecnoparla.blogspot.com>

Telecomunicaciones

(ver también *Gadgets y Tecnología*)

Blog de Skype:

<http://share.skype.com/sites/es/>

BlogTelecom:

<http://www.blogtelecom.com>

Blog Wimax:

<http://www.blogwimax.com>

Celularis:

<http://www.celularis.com>

Concafé:

<http://www.con-cafe.com>

end of Wires:

<http://www.endofwires.com>

FON Blog:

<http://blog.fon.com/es/>

InfoVozIP:

<http://www.infovozip.com>

Luarnet:

<http://www.luarnet.com>

SymbianForever:

<http://www.symbianforever.com>

VoIP para novatos:

<http://www.voipnovatos.es>

Voz sobre IP:

<http://itsp.typepad.com/voip/>

Tecnowifi:

<http://www.tecnowifi.com>

ZonaADSL:

<http://www.zonadsl2.com>

Televisión

(ver también *Cine y Comunicación*)

Área TDT:

<http://areatdt.blogcindario.com>

Canal Internet:

<http://canalinternet.blogspot.com>

Chica de la tele:

<http://www.chicadelatele.com>

El descodificador:

<http://www.elmundo.es/elmundo/descodificador.html>

Electroduende:

<http://blogs.periodistadigital.com/electroduende.php>

Ilusiona TV:

<http://www.lacoctelera.com/ilusionatv>

Teleplaneta:

<http://www.teleplaneta.com>

A N E X O I I I

Televisión Digital Terrestre:

<http://www.televisiondigital.electronicafacil.net/>

Todalatele:

<http://todalatele.blogspot.com>

Todo Sobre la Tele:

<http://blogs.ya.com/todosobrelatele/>

Todo sobre mi tele:

<http://www.todosobremitele.net>

TV Confidencial:

<http://blogs.periodistadigital.com/tvconfidencial.php>

¡Vaya tele!:

<http://www.vayatele.com>

Visto en televisión:

<http://www.vistoentv.net>

Y desperté:

<http://www.lacoctelera.com/ydesperte>

Usabilidad

(ver también *Diseño*)

Backdraft:

<http://www.backd.com>

Blog posible:

<http://www.webposible.com/blog/>

Blogold:

<http://www.avidos.net/blogold/>

Cadius:

<http://www.cadius.org>

El factor humano:

<http://www.webstudio.cl/blog/>

Jbarahona.com:

<http://jbarahona.typepad.com/dcu/>

Jmarquez.com:

<http://www.jmarquez.com>

Nethodical:

<http://www.nethodical.com/weblog/>

No lo entiendo:

<http://www.galinus.com/noloentiendo/>

No sólo usabilidad:

<http://www.nosolousabilidad.com>

Torresburriel:

<http://www.torresburriel.com/weblog/>

UsoLab:

<http://www.usolab.com/wl/>

Úsalo:

<http://usalo.es>

Xperience:

<http://happyuser.xperienceconsulting.com>

Viajes

A liarla en la India:

<http://india.bitacoras.com>

Aborígenes:

<http://www.aborigenes.net/cartas/>

Bajocoste.com:

<http://www.bajocoste.com>

Bitácora de viajes:

<http://www.lacoctelera.com/turismo>

Blog de viajes:

<http://www.blogdeviajes.com.ar>

Diario del viajero:

<http://www.diariodelviajero.com>

El Mundo y Yo:

<http://www.elmundoyyo.com>

Locurachina:

<http://locurachina.blogspot.com>

Namasté:

<http://www.awacate.com/namaste/>

Ofertas para Viajar:

<http://www.ofertasparaviajar.com>

Paraviajeros.com:

<http://www.paraviajeros.com/weblog/>

Somos:

<http://www.lacoctelera.com/somos>

ViajarBlog:

<http://www.viajarblog.com>

Viajes a Sicilia:

<http://siciliy.blogspot.com>

Videojuegos

A ClockWork Orange:

<http://www.cworange.net>

AnaitGames:

<http://www.anaitgames.com>

L A R E V O L U C I Ó N D E L O S B L O G S

Ecetia:

<http://ecetia.com>

Extra Life:

<http://www.zonalibre.org/blog/dondepre/>

Haiteku:

<http://haiteku.com>

Juegos Blog:

<http://www.juegosblog.com>

Kedume:

<http://kedume.net/blog/>

Lost Levels:

<http://lost-levels.blogspot.com>

MondoPIXEL:

<http://www.focomelos.com/mondopixel/mondopixel.php>

Ochobits:

<http://8bits.blogspot.com>

VidaExtra:

<http://www.vidaextra.com>

ViralGames:

<http://www.viralgames.org>

Todos los recursos citados se recogen enlazados en:

<http://www.ecuaderno.com/larevoluciondelosblogs/>

Anexo IV

PRINCIPALES RANKINGS DE LA BLOGOSFERA HISPANA

Un extracto de los 20 primeros puestos de cada uno de los principales rankings de blogs en español: el Top500 de *Bitácoras.com*, el Ranking de blogs españoles de *Alianzo*, el Top 20 en español de *CompareBlogs.com*, el Ranking Bitácoras de *Alexa*, los 100 de *Atalaya* y el *BlogoRank Hispano* de *ZoomBlog*. Fecha de consulta: 8 de marzo de 2006.

| TOP500 DE LAS BITÁCORAS MÁS POPULARES EN ESPAÑOL DE BITÁCORAS.COM <i>http://www.bitacoras.com/top500/</i> | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| Basado en enlaces de entrada entre blogs del directorio de <i>Bitácoras.com</i> | |
| Puesto | URL |
| 1 | <i>http://microsiervos.com</i> |
| 2 | <i>http://barrapunto.com</i> |
| 3 | <i>http://alt1040.com</i> |
| 4 | <i>http://ecuaderno.com</i> |
| 5 | <i>http://escolar.net</i> |
| 6 | <i>http://minid.net</i> → |

LA REVOLUCIÓN DE LOS BLOGS

| | |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7 | http://kirai.bitacorras.com |
| 8 | http://periodistas21.blogspot.com |
| 9 | http://lapetiteclaudine.com |
| 10 | http://blogpocket.com |
| 11 | http://elastico.net |
| 12 | http://google.dirson.com |
| 13 | http://uberbin.net |
| 14 | http://isopixel.net |
| 15 | http://lascincodelviernes.blogspot.com |
| 16 | http://xataka.com |
| 17 | http://fbenedetti.blogalia.com |
| 18 | http://error500.net |
| 19 | http://librodenotas.com |
| 20 | http://pjorge.com |

RANKING DE BLOGS ESPAÑOLES DE ALIANZO

<http://www.alianza.com/ranking-blogs/>

Combina enlaces de entrada según Technorati, enlaces en Google y Yahoo!, ranking de Alexa y suscriptores en Bloglines

| Puesto | URL |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | http://www.barrapunto.com |
| 2 | http://www.microsiervos.com |
| 3 | http://google.dirson.com |
| 4 | http://spaces.msn.com/members/mmadrigal |
| 5 | http://www.escolar.net |
| 6 | http://minid.net |
| 7 | http://www.ecuaderno.com |
| 8 | http://www.xataka.com |
| 9 | http://www.error500.net |
| 10 | http://edans.blogspot.com |
| 11 | http://www.genbeta.com |

A N E X O I V

| | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 12 | http://kirai.bitacoras.com |
| 13 | http://borjamari.blogspot.com |
| 14 | http://www.blogpocket.com |
| 15 | http://www.bandaancha.st |
| 16 | http://periodistas21.blogspot.com |
| 17 | http://www.pjorge.com |
| 18 | http://javimoya.com/blog |
| 19 | http://www.elastico.net |
| 20 | http://www.alzado.org |

TOP 20 EN ESPAÑOL DE COMPAREBLOGS.COM

<http://www.compareblogs.com/suscriptores-compartidos.asp>

Basado en la cantidad de suscriptores a las fuentes RSS en Bloglines y Feedness

| Puesto | URL |
|--------|-----------------------------------------------------------------------|
| 1 | http://www.microsiervos.com |
| 2 | http://alt1040.com |
| 3 | http://barrapunto.com |
| 4 | http://www.htmlife.com |
| 5 | http://google.dirson.com |
| 6 | http://www.minid.net |
| 7 | http://www.error500.net |
| 8 | http://www.enriquedans.com |
| 9 | http://www.xataka.com |
| 10 | http://www.genbeta.com |
| 11 | http://www.escolar.net |
| 12 | http://www.ecuaderno.com |
| 13 | http://www.isopixel.net |
| 14 | http://www.uberbin.net |
| 15 | http://www.pjorge.com |
| 16 | http://www.alzado.org |
| 17 | http://tintachina.com |

L A R E V O L U C I Ó N D E L O S B L O G S

| | |
|----|---------------------------------------------------------------------|
| 18 | http://www.elastico.net |
| 19 | http://www.pixelydixel.com |
| 20 | http://www.blogdecine.com |

RANKING BITÁCORAS DE ALEXA

<http://www.rankingalexa.com/ranking.php?r=d&cid=29&caid=>

Basado en las visitas realizadas por los usuarios de la barra de Alexa, pondera la cantidad de visitantes únicos y el número de páginas vistas

| Puesto | URL |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | http://barrapunto.com |
| 2 | http://www.ojobuscador.com |
| 3 | http://xataka.com |
| 4 | http://www.microsiervos.com |
| 5 | http://javimoya.com/blog/ |
| 6 | http://www.pixelydixel.com |
| 7 | http://www.isopixel.net |
| 8 | http://www.ecuaderno.com |
| 9 | http://www.enriquedans.com |
| 10 | http://www.lamateporun yogur.net |
| 11 | http://diariodeunjabali.com |
| 12 | http://mundogeek.net |
| 13 | http://alexsancho.name |
| 14 | http://posicionamientobuscadores.developers4web.com |
| 15 | http://www.emezeta.com |
| 16 | http://poquer-red.com |
| 17 | http://www.agile-spain.com |
| 18 | http://www.veaseademas.com |
| 19 | http://www.documentacion.com.es |
| 20 | http://www.vivodefutbol.com |

A N E X O I V

| LOS 100 DE ATALAYA 2006 <i>http://atalaya.blogalia.com/historias/36869</i> | |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| En función de enlaces de entrada contabilizados por Technorati | |
| Puesto | URL |
| 1 | <i>http://www.lamateporunyogur.net</i> |
| 2 | <i>http://spaces.msn.com/members/mmadrigal/</i> |
| 3 | <i>http://www.microsiervos.com</i> |
| 4 | <i>http://www.barrapunto.com</i> |
| 5 | <i>http://www.alt1040.com</i> |
| 6 | <i>http://www.xataka.com</i> |
| 7 | <i>http://google.dirson.com</i> |
| 8 | <i>http://www.escolar.net</i> |
| 9 | <i>http://www.genbeta.com</i> |
| 10 | <i>http://www.ecuaderno.com</i> |
| 11 | <i>http://javimoya.com/blog/</i> |
| 12 | <i>http://www.fayerwayer.com</i> |
| 13 | <i>http://edans.blogspot.com</i> |
| 14 | <i>http://www.error500.net</i> |
| 15 | <i>http://www.uberbin.net</i> |
| 16 | <i>http://periodistas21.blogspot.com</i> |
| 17 | <i>http://peluche.bitacoras.com</i> |
| 18 | <i>http://www.blogpocket.com</i> |
| 19 | <i>http://kirai.bitacoras.com</i> |
| 20 | <i>http://www.vidaextra.com</i> |

LA REVOLUCIÓN DE LOS BLOGS

| BLOGORANK HISPANO DE ZOOMBLOG <i>http://www.zoomblog.com/blogoRank.html</i> | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| Combina enlaces de entrada según Google, Yahoo!, Bloglines y Technorati, y el ranking de cada blog en Alexa, Technorati y BlogPulse. La relevancia de cada uno de estos factores puede graduarse (para la muestra se ha optado por el nivel 100 en todos los parámetros) | |
| Puesto | URL |
| 1 | <i>http://www.lamateporunyogur.net</i> |
| 2 | <i>http://spaces.msn.com/members/mmadrigal/</i> |
| 3 | <i>http://www.microsiervos.com</i> |
| 4 | <i>http://www.barrapunto.com</i> |
| 5 | <i>http://www.alt1040.com</i> |
| 6 | <i>http://www.xataka.com</i> |
| 7 | <i>http://google.dirson.com</i> |
| 8 | <i>http://www.escolar.net</i> |
| 9 | <i>http://www.genbeta.com</i> |
| 10 | <i>http://www.ecuaderno.com</i> |
| 11 | <i>http://javimoya.com/blog/</i> |
| 12 | <i>http://www.fayerwayer.com</i> |
| 13 | <i>http://edans.blogspot.com</i> |
| 14 | <i>http://www.error500.net</i> |
| 15 | <i>http://www.uberbin.net</i> |
| 16 | <i>http://periodistas21.blogspot.com</i> |
| 17 | <i>http://peluche.bitacoras.com</i> |
| 18 | <i>http://www.blogpocket.com</i> |
| 19 | <i>http://kirai.bitacoras.com</i> |
| 20 | <i>http://www.vidaextra.com</i> |

Todos los rankings citados se recogen enlazados en:
http://www.ecuaderno.com/larevoluciondelosblogs/

Anexo V

PREGUNTAS FRECUENTES

El ritmo de crecimiento de la blogosfera, que se duplica cada cinco meses y medio, hace que los novatos siempre sean mayoría, y que las preguntas básicas se repitan una y otra vez. Aquí se recogen algunas de las que con mayor frecuencia formulan los recién llegados a la blogosfera. Las respuestas te ayudarán a ahorrar tiempo y a evitar errores.

COMENZAR

¿Dónde puedo crear un weblog?

Puedes comenzar tu weblog utilizando servicios de edición y alojamiento gratuitos; funcionan basados en la Web, por lo que no precisan ningún tipo de instalación local.

Blogger:

<http://www.blogger.com>

Blogia:

<http://www.blogia.com>

La Coctelera:

<http://www.laocotelera.com>

WordPress.com:

<http://www.wordpress.com>

¿Qué aplicaciones puedo utilizar para desarrollar mi weblog si tengo nociones de programación y dispongo de acceso a un servidor?

Para usuarios con conocimientos de programación y acceso a servidores web existen herramientas con las que pueden administrar el weblog de forma local. Las dos aplicaciones más populares son *WordPress* (gratuita) y *MovableType* (licencia comercial).

MovableType:

<http://www.movabletype.org>

WordPress.org:

<http://www.wordpress.org>

¿Con qué criterio debería decidir el tema de mi blog?

Es recomendable escribir acerca de temas que te apasionen y sobre los que sepas (tus *hobbies*, tu deporte favorito, tu profesión...). Un blog temático tiene mayores posibilidades de éxito que un blog autobiográfico, pero mantenerlo actualizado exige disponer de fuentes de calidad.

¿Es necesario que revele mi identidad real?

No es obligatorio pero es recomendable, en especial si escribes un blog temático. Si los lectores saben acerca de

tus estudios o profesión, tendrán elementos de juicio para valorar tu autoridad sobre los asuntos que abordes.

¿Qué hago cuando no se me ocurre sobre qué escribir?

Si te bloqueas con frecuencia, deberías ampliar tu repertorio de fuentes de información, establecer algunas secciones fijas periódicas y enriquecer tus experiencias vitales. Puedes salvar un bloqueo ocasional revisando los temas de las conversaciones más populares:

11Feeds:

<http://www.e.leven.com.ar/11feeds/>

BlaBlaBlog:

<http://blablalblog.es>

Blogómetro:

<http://www.blogometro.com>

menéame.net – noticias más votadas:

<http://meneame.net/topstories.php>

Neodiario:

<http://neodiario.net>

¿Cómo puedo personalizar mi blog?

Existen numerosas aplicaciones que permiten imprimir un sello más personal a la plantillas de los weblogs mediante la incorporación de funciones como: últimos comentarios, nube de etiquetas, últimas fotografías, música que estás escuchando, libros que estás leyendo, el tiempo en tu ciudad, tu estado de ánimo, servicios de chat o encuestas. Conviene usarlos con moderación, al igual que los botones y minibanners.

31 Resources on best stuff tu put on your blog sidebar:

<http://www.listible.com/list/best-stuff-tu-put-on-your-blog-sidebar>

ñblog: utilidades y recursos para blogs:

<http://utilidades.bitacorras.com>

COMUNIDAD

¿Dónde puedo buscar weblogs por temas?

Los directorios temáticos de bitácoras te ayudarán a identificar a bloggers con intereses similares a los tuyos.

Directorio de Bitácoras.com:

<http://bitacorras.com/directorio/index.php>

Directorio de Bitadir.com:

<http://www.bitadir.com>

Directorio de BloGalaxia.com:

<http://www.blogalaxia.com/directory.php>

Directorio de Blogdir.com:

<http://www.blogdir.com>

¿Cómo puedo saber quiénes escriben sobre qué?

Los buscadores especializados en blogs y los servicios de seguimiento de tendencias son de gran ayuda para detectar los asuntos sobre los que se está escribiendo en la blogosfera.

Agregax:

<http://www.agregax.es>

Bloglines Most Popular Links:

<http://bloglines.com/toplinks>

Búsqueda de blogs de Google:

<http://blogsearch.google.com>

Intelliseek's BlogPulse:

<http://www.blogpulse.com>

Technorati Popular:

<http://www.technorati.com/pop/>

¿Cómo puedo saber cuáles son los blogs más importantes?

Existen diversas listas y rankings que clasifican la popularidad o la relevancia de los weblogs según diversos criterios. Sirven como orientación, aunque no hay que tomarlas demasiado en serio.

BlogoRank Hispano de ZoomBlog:

<http://www.zoomblog.com/blogoRank.html>

Ranking de blogs españoles de Alianzo:

<http://www.alianzo.com/ranking-blogs/>

Top 20 en español de CompareBlogs.com:

<http://www.compareblogs.com/suscriptores-compartidos.asp>

Top500 de las bitácoras más populares en español de Bitácoras.com:

<http://www.bitacoras.com/top500/>

¿Cómo puedo encontrar weblogs similares al mío?

El «vecindario» de una bitácora lo conforma el conjunto de blogs que comparten un número significativo de enla-

ces externos a sitios comunes, o que tienen en común otros elementos como «etiquetas» o suscriptores.

Alexa Related Links:

http://www.alexa.com/data/details/related_links?q=#

BlogCode.com:

<http://www.blogcode.com/>

Búsqueda avanzada de Google:

http://www.google.es/search?as_rq=http://DIRECCIONDETUBLOG

¿Qué leen mis suscriptores?:

<http://www.compareblogs.com/blogs-de-mis-suscriptores.asp>

¿Cómo puedo saber cuándo un blog que me interesa ha publicado nuevas entradas?

Los lectores de fuentes RSS permiten centralizar la consulta de los blogs que más nos interesan. También existen servicios que distribuyen las novedades mediante correo electrónico.

Bloglines:

<http://www.bloglines.com>

Feedness:

<http://www.feedness.com>

El Avisador:

<http://www.avisador.org>

Rmail:

<http://www.r-mail.org>

COMENTARIOS

¿Por qué no recibo comentarios?

Hasta que un nuevo blog sea conocido dentro de la comunidad y esté bien indexado en los buscadores, pasan varias semanas, incluso meses. En la fase inicial es preferible concentrarse en elaborar contenidos de calidad de forma regular. Si se trata de un blog que lleva tiempo funcionando, tal vez haya que escribir con más frecuencia acerca de asuntos polémicos, expresar más abiertamente las propias opiniones e incluso solicitar expresamente la opinión de los lectores.

10 consejos para atraer comentarios a tu blog:

<http://dide.bitacoras.com/archivos/2006/02/22/>

10-consejos-para-atraer-comentarios-a-tu-blog

Cómo atrapar comentarios:

<http://fbenedetti.blogalia.com/historias/8214>

¿Debo escribir comentarios en otros blogs?

Una vez que te hayas familiarizado con los temas y estilo de algunos de los blogs que lees con frecuencia, así como del ambiente de su propia comunidad de lectores mediante el seguimiento de sus comentarios, habrá llegado la hora de comenzar a comentar. Es preferible comentar regularmente en pocos blogs y con cierta frecuencia, a desparramarse sin criterio por docenas de blogs dejando comentarios irrelevantes. Uno se hace fama, no sólo como bloguer, sino también como comentarista. De todas formas, no es ninguna obligación comentar en otros blogs.

¿Cuáles son las prácticas habituales en los comentarios?

Hay que evitar el *off-topic*, es decir, el comentario que no hace referencia al tema planteado por la entrada en cuestión. Procura ser breve, directo y positivo. No abuses de las referencias a tu propio blog ni incluyas demasiados enlaces. Expresa tu crítica o disenso con respeto y elegancia. El humor se agradece, pero la ironía corre el riesgo de no ser correctamente interpretada. El comentario siempre debería aportar algo a la conversación.

¿Qué control puedo tener sobre los comentarios que se escriben en mi blog?

Los comentarios cuyo único objetivo sea promocionar el website de un producto comercial mediante un enlace (spam), pueden ser evitados mediante filtros automáticos basados en listas negras distribuidas (black lists). Los comentarios cuyo único objetivo es incordiar al autor o a los otros comentaristas e interrumpir el flujo de la conversación (trols) pueden ser evitados mediante moderación previa y bloqueo de IP (baneo). Algunos blogs muy populares han optado por cerrar la función de comentarios, aunque la opción más extendida es una combinación de moderación previa y de filtro antispam. Salvo casos excepcionales, una vez que un comentario se ha publicado, es preferible no borrarlo. No contestes nunca ni discutas jamás con un trol. No admitas comentarios que pudieran constituir un delito o que sean éticamente reprobables (exaltación del odio racial, discriminación sexual,

ofensas religiosas, atribución de delitos a terceros, vulneración del honor o la fama de particulares y de marcas comerciales).

ENLACES

¿Cómo puedo conseguir que me enlacen?

Enlazar a otros es el primer paso para ser enlazado. Desarrolla un *blogroll* (listado de blogs) con criterio. Incluye enlaces en el texto de los posts. Notifica mediante pings automáticos o manuales cada vez que publiques una nueva historia.

BlogLinker:

<http://www.bloglinker.com>

BlogRolling:

<http://www.blogrolling.com>

Lista completa de direcciones para hacer ping:

<http://mangasverdes.es/2004/11/22/lista-completa-de-direcciones-para-hacer-ping/>

Lista de direcciones para hacer ping:

<http://merodeando.com/wiki/index.php/PingAddresses>

¿Cómo puedo saber quiénes me enlazan?

Los «referrers» son los sitios que te enlazan y desde los que te llegan visitantes. Los nuevos enlaces de entrada que recibe un blog pueden ser rastreados mediante un lector de fuentes RSS, ya que muchos de los servicios de moni-

torización generan fuentes RSS de los resultados de búsqueda.

Búsqueda avanzada de Google:

*[http://www.google.com/search?as_lq=http://
DIRECCIONDETUBLOG](http://www.google.com/search?as_lq=http://DIRECCIONDETUBLOG)*

Link Popularity Analysis:

<http://www.webyield.net/popularity.html>

Link Popularity Checker:

<http://www.seotester.com/link-popularity/>

LinkPopularity.com:

<http://www.linkpopularity.com>

¿Necesito permiso para enlazar a otros blogs?

Mucha gente cree que debe solicitar la autorización de un blogger para enlazarlo, pero es un error. Puedes enlazar a cualquier blogger, citar su material (atribuyendo y enlazando la fuente) o incluirlo en tu blogroll, sin ninguna autorización previa. En general los bloggers agradecen ser enlazados (aunque no necesariamente lo expresen).

¿Cuáles son los usos más habituales del enlace?

Conviene enlazar el título del blog o el nombre del blogger cada vez que lo cites. Enlaza siempre como «fuente» o «vía» la historia de otro blog a la que hagas referencia o donde hayas visto por primera vez el asunto sobre el que escribes. Cuando enlaces un archivo que no sea una página web (por ejemplo un archivo PDF, una presentación de

PowerPoint o un documento de texto), anuncia el tipo de archivo del que se trata y su tamaño.

¿A qué blogs debería incluir en mi lista de enlaces?

La lista de enlaces o *blogroll* debería recoger tus blogs favoritos, los que lees a diario, los que recomiendas a tus propios lectores y los más relevantes del área temática en la que se inscribe tu blog. Un *blogroll* desproporcionadamente largo y sin ningún criterio es una mala señal. En cualquier caso, enlaza a cada blog con su título correspondiente correctamente escrito y una vez publicada la lista revisa que cada enlace funcione bien.

PROMOCIÓN

¿Cómo puedo dar a conocer mi weblog?

Una vez que la bitácora está en marcha conviene inscribirla en los principales directorios de weblogs. También puedes incluir la URL en tu firma de correo electrónico.

Agregar a Bitácoras.com:

<http://bitacoras.com/directorio/anadir.php>

Agregar a Blogdir.com:

<http://www.blogdir.com/dir/formreg.php>

Agregar a Eatonweb:

<http://portal.eatonweb.com/add.php>

Technorati Claim a Blog:

<http://www.technorati.com/signup/?f=blogclaim>

¿Cómo puedo saber con qué palabras clave llegan los visitantes a mi sitio desde los buscadores?

Incluye en tu blog algún servicio de estadísticas: no te obsesiones con el número de visitantes, pero aprovéchalo para detectar quiénes te enlazan y mediante qué cadenas de búsqueda llegan los visitantes a tu bitácora.

Blogbeat:

<http://www.blogbeat.net>

eXTReME Tracking:

<http://www.extreme-dm.com/tracking/>

Google Analytics:

<http://www.google.com/analytics/>

Performancing Metrics:

<http://performancing.com//metrics/start>

Site Meter:

<http://www.sitemeter.com>

¿Cómo puedo mejorar la visibilidad de mi weblog entre los miembros de la blogosfera?

Escribe (preferentemente bien) acerca de los blogs cuya atención pretendas atraer. Enlázalos en el texto de la historia correspondiente e inclúyelos en tu *blogroll*. Comenta con cierta regularidad en esos blogs, pero no seas demasiado insistente. Ocasionalmente puedes escribir al blogger cuya atención te interesa captar, no necesariamente va a responderte pero seguramente revisará el enlace que hayas incluido en tu mail. Participa en los memes, festivales, juegos y concursos que se pongan en marcha. Los bloggers que publi-

can sus listas de deseos (*wishlists*) no se molestarán si reciben un regalo.

GANANCIAS

¿Se puede ganar dinero con un weblog?

Aunque inicialmente los blogs no tuvieron finalidad comercial, la posterior evolución de la blogosfera ha mostrado que los blogs pueden generar mucho tráfico (lo que suele ser consecuencia de un buen trabajo de producción de contenidos), lo que conlleva nuevos gastos (un dominio propio, espacio de alojamiento y ancho de banda adicional). Así pues, un blog exitoso de entrada cuesta mucho trabajo e incluso algo de dinero. La publicidad suele ser la modalidad más extendida para obtener ingresos mediante un weblog, aunque sólo es significativa en los sitios que reciben centenares de miles de visitantes por mes. La visibilidad personal o de marca asociada a un weblog de calidad bien posicionado genera beneficios económicos indirectos.

¿Cómo puedo incluir publicidad en mi weblog?

La modalidad más extendida de publicidad en weblogs es el programa de anuncios contextuales de *Google* llamado *AdSense*, que ofrece a los webmasters diversos formatos de anuncios para mostrar en las páginas que administran. El contenido de los anuncios se ajusta al contenido de la

página y la retribución obtenida depende de que los visitantes hagan clic en el texto de los anuncios.

AdSense de Google:

<https://www.google.com/adsense/>

¿Qué otras formas de ingresos puede tener un blogger?

El surgimiento de redes comerciales de weblogs temáticos ha propiciado la aparición de bloggers *free-lances* que escriben por encargo y a los que se les retribuye en función de la cantidad de posts que publican en los sitios, normalmente grupales, de tales compañías.

Redes comerciales de blogs en español:

<http://www.ecuaderno.com/2006/03/06/redes-comerciales-de-blogs-en-espanol/>

RECURSOS

¿Dónde puedo encontrar más recursos para bloggers?

Los portales temáticos sobre weblogs y los metablogs son sitios que conviene tener a mano para encontrar herramientas de utilidad.

Herramientas para blogs:

<http://spaces.msn.com/mmadrigal/>

Utilidades y recursos para blogs:

<http://utilidades.bitacoras.com>

Weblogs Compendium:

<http://www.lights.com/weblogs/index.html>

Weblog Tools Collection:

<http://weblogtoolscollection.com>

¿Qué otros libros existen en español sobre weblogs?

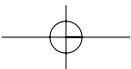
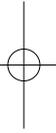
BLOOD, Rebecca, *Universo del weblog. Consejos prácticos para crear y mantener su blog*, Gestión2000, Barcelona, 2005 (versión española de su clásico manual de 2002).

CEREZO, José M. (coord.), *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*, Fundación France Telecom España, Madrid, 2006.

ROJAS, Octavio, ALONSO, Julio, ANTÚNEZ, José Luis, ORIHUELA, José Luis y VARELA, Juan, *Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*, ESIC, Madrid, 2005.

Todos los recursos citados se recogen enlazados en:

<http://www.ecuaderno.com/larevoluciondelosblogs/>



Glosario

AdSense: programa de publicidad para sitios web gestionado por Google.

<https://www.google.com/adsense?hl=es>

AdWords: programa de publicidad contextual basado en pago por clic gestionado por Google.

<https://adwords.google.es/select/>

agregador: programa que permite recoger y republicar en una misma página web, los contenidos de una o más *fuentes RSS*, también la página web resultante, *planeta*.

anotación: cada una de las entradas de un weblog, véase *historia*.

archivos: sección del weblog en la que se accede a todos los contenidos publicados, normalmente organizada por años y meses.

aside: minipost consistente en un texto muy breve con un *enlace*.

beers&blogs: reuniones presenciales de bloggers de carácter informal, bautizadas así por el autor desde la primera convocada en Pamplona el 27 de junio de 2003.

bitácora: forma abreviada de la expresión *cuaderno de bitácora*, designa un weblog y de ella suele derivarse, para el autor, *bitacorero*.

blog: forma abreviada de *weblog*.

blogger: en inglés, autor de un weblog.

Blogger: con mayúscula: designa un popular sistema de edición de weblogs propiedad de *Google*. <http://www.blogger.com>

blognovela: obra de ficción seriada en formato weblog.

blogosfera: el universo y la cultura de los weblogs, cada una de las comunidades en las que participa un blogger en función de su lengua, lugar desde el que escribe y aficiones. También se usa *orbitácora*.

blogroll: listado de weblogs leídos o recomendados, forma parte de la estructura del weblog integrando la columna de navegación.

bloguer: en español, autor de un weblog. También se usa *bloguero*.

BOBs: acrónimo del premio *Best Of the Blogs* otorgado anualmente por la sección de Internet de la *Deutsche Welle*. <http://thebobs.de>

canal: véase *fuentes RSS*.

categorías: conjunto de secciones temáticas de un weblog, sirven como forma alternativa de navegación.

CMS: acrónimo de *Content Management System*, sistema de gestión o administración de contenidos, el programa con el que se edita y publica el weblog.

ColorIURIS: un esquema para definir contratos de cesión

G L O S A R I O

de derechos de autor para contenidos en línea basado en la legislación europea continental.

https://www.coloriuris.net/es

comentarios en cada anotación: designa las respuestas, sugerencias, opiniones y críticas de los lectores de un weblog. Constituyen el espacio donde tiene lugar la conversación pública entre el bloguer y sus lectores.

conversación distribuida: aplicación que permite, al usuario que comenta regularmente en diversos weblogs, mantener un archivo en línea de sus intervenciones.

Creative Commons: una organización sin fines de lucro que ofrece un sistema flexible de licencias que permite a los autores definir el modo en que desean distribuir y compartir sus obras en la Red. *http://creativecommons.org*

cronología inversa: disposición de *entradas* ordenadas en función del criterio de actualización reciente.

crosspost: publicación cruzada de una misma historia en dos o más weblogs, realizada por el propio autor.

CSS: acrónimo de *Cascading Style Sheets*, lenguaje de programación que describe el estilo gráfico de un documento web (colores, tipografías y composición).

cuaderno de bitácora: originalmente designa el libro en el que los navegantes apuntan el rumbo y la velocidad de la nave, es la expresión con la que se ha trasladado al español el término weblog. Suele usarse la forma abreviada *bitácora*.

del.icio.us: servicio en línea de gestión social de favoritos.
http://del.icio.us

descriptor: breve texto que acompaña al título de un blog en el que se especifica su temática, género, audiencia o autoría.

DRM: acrónimo de *Digital Rights Management*, conjunto de soluciones tecnológicas para restringir el uso de obras sujetas a derechos en plataformas digitales.

enlace: orden de programación mediante la cual se vincula un nodo de origen con un nodo de destino, siendo el nodo de origen, por ejemplo, una palabra, frase o imagen y el nodo de destino cualquier página u objeto disponible en la Red. Es la base del hipertexto y un elemento central de la cultura blogger.

entrada: véase *historia*.

etiqueta: marca que delimita un elemento en lenguaje HTML y también texto que designa el valor semántico de un objeto.

FAQs: acrónimo de *Frequently Asked Questions* (Preguntas Formuladas Frecuentemente), una recopilación de respuestas a las dudas más frecuentes de los usuarios de cualquier servicio de Internet.

feed: véase *fuentes RSS*.

festival: convocatoria para publicar durante un periodo definido acerca de un tema propuesto y posteriormente recopilar las principales aportaciones.

foros: aplicaciones de Internet que dan soporte a discusiones en línea.

blog: weblog cuyas entradas son fundamentalmente imágenes fotográficas.

fuelle RSS: archivo generado de forma automática por el programa de gestión del weblog que, separando el contenido del diseño, recoge los títulos de las historias y o bien un extracto o el contenido completo de las anotaciones. Permite acceder a los nuevos contenidos de un weblog mediante un *lector de fuentes RSS* sin necesidad de visitar la página con el navegador.

GeoCities: servicio gratuito de alojamiento de páginas web de Yahoo! *http://geocities.yahoo.com*

granja: red de blogs, habitualmente comerciales.

historia: también anotación, entrada o post, designa cada una de las entradas de un weblog, puede ser un texto, una imagen, audio o vídeo. El programa de gestión del weblog le asigna de forma automática la fecha y hora de publicación, así como una dirección URL permanente.

HTML: acrónimo de *Hypertext Markup Language*, lenguaje en el que se programan las páginas de la Web.

lector de fuentes RSS: programa que recoge y consolida en una misma interfaz de lectura diversos canales de contenido sindicado.

licencia: términos o condiciones de uso de los contenidos publicados.

linkblog: weblog cuyas entradas son exclusivamente *enlaces*.

meme: idea original o divertida que se replica en la blogosfera de manera vírica.

metablog: weblog cuyos temas principales son los weblogs y la blogosfera.

minipost: véase *aside*.

moblog: weblog actualizado mediante un dispositivo móvil como un teléfono o una agenda personal electrónica y cuyo contenido son normalmente fotografías.

MovableType: popular programa de edición de weblogs de la empresa *SixApart*.

http://www.sixapart.com/movabletype/

NCSA: acrónimo de *National Center for Supercomputing Applications* (Centro Nacional de Aplicaciones de Supercomputación). *http://www.ncsa.uiuc.edu*

nube: conjunto de etiquetas que representa mediante la diferencia de tamaños de las fuentes tipográficas, la recurrencia de temas tratados en un sitio.

Ejemplo: *http://www.ecuaderno.com/tags*

P2P: acrónimo de *peer-to-peer*, designa la modalidad de compartir información entre iguales, así como el software que facilita tales intercambios.

permalink: enlace permanente, la URL específica de cada entrada de un weblog.

ping: notificación automática o manual de la actualización de un weblog o de la inclusión de un enlace hacia otro (véase *trackback*).

planeta: sitio web generado mediante un *agregador de fuentes RSS*, que muestra los contenidos actualizados de los sitios que tenga *sindicados*.

podcast: fuente RSS de audio o de vídeo mediante la que se distribuyen contenidos audiovisuales para ser accedidos mediante *lectores de fuentes RSS* o reproducidos en dispositivos móviles.

post: véase *historia*.

referrer: sitio web que conteniendo un enlace a nuestro blog nos remite visitantes.

RSS: acrónimo de *Really Simple Syndication*, un formato de archivo que se utiliza para distribuir contenidos mediante *sindicación*.

side blog: en la columna de navegación, designa un blog paralelo incrustado en el blog principal y compuesto por *miniposts*.

sindicación: disponibilidad de los contenidos de un sitio web para ser accedidos mediante un *lector de fuentes RSS* o reutilizados en otro sitio mediante un *agregador de fuentes RSS*.

spam: en los *comentarios* y en *trackbacks*, designa el uso de los mecanismos de feedback de un weblog para la inclusión de publicidad comercial o propaganda política no solicitada. A los autores de tales prácticas se les designa como *spammers*. Cuando todo un weblog se monta para este propósito se le denomina *spamblog* o *splog*.

tag: etiqueta mediante la que se describe un elemento en un sitio web, por ejemplo, el contenido de una imagen.

Technorati: popular servicio de monitorización de weblogs, con funciones de búsqueda y ranking. <http://www.technorati.com>

trackback: retroenlace o enlace inverso, un registro automático de los enlaces de entrada que recibe una historia procedentes de otros weblogs que habiendo citado la historia envían un *ping*.

trol: el usuario de Internet que utiliza los mecanismos de interactividad para sabotear los debates en curso, escribiendo mensajes incendiarios (*flames*) para enfadar a los participantes.

URL: acrónimo de *Uniform Resource Locator*, dirección de una página web.

vía: forma de indicar atribución para el descubrimiento de una referencia utilizada en el propio weblog.

warblog: desde el 11S designa a los weblogs enfocados en la cobertura de la guerra de los Estados Unidos contra el terrorismo islamista.

weblog: sitio web personal autogestionado compuesto por *entradas* individuales ordenadas mediante cronología inversa.

wiki: es un sitio web en el que se permite a los usuarios editar libremente los contenidos. Es un término tomado de la lengua hawaiana que significa «rápido».

wishlist: lista de deseos, una selección de productos, normalmente de una tienda en línea, que el blogger hace pública para recibir regalos.

WordPress: popular programa de edición de weblogs de licencia libre. <http://wordpress.org>

Bibliografía

LIBROS SOBRE WEBLOGS

- *En español*

BLOOD, Rebecca, *Universo del weblog. Consejos prácticos para crear y mantener su blog*, Gestión2000, Barcelona, 2005 (versión española de su clásico manual de 2002).

CEREZO, José M. (coord.), *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*, Fundación France Telecom España, Madrid, 2006.

ROJAS, Octavio; ALONSO, Julio; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis y VARELA, Juan, *Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*, ESIC, Madrid, 2006.

- *En alemán*

ALPHONSO, Don y PHAL, Kai (eds.), *Blogs! Text und Form im Internet*, Schwarzkopf & Schwarzkopf, 2004.

EIGNER, Christian; LEITNER, Helmut; NAUSNER, Peter y SCHNEIDER, Ursula, *Online-Communities, Weblogs und die soziale Rückeroberung des Netzes*, Nausner & Nausner, 2003.

KOCH, Markus Christian y HAARLAND, Astrid, *Generation Blogger*, Mitp, 2004.

LUMMA, Nico y MANN, Thorsten, *Weblogs einrichten und loslegen*, Galileo Press, 2004.

OLBERTZ, Dirk, *Das Blog-Buch. Weblogs für Einsteiger & Profis*, Markt+Technik, 2004.

OSTLEITNER, Alexander y SCHUSTER, Michael (eds.), *read-me.txt Weblogs. twoday.net 2003 - 2004*, BoD GmbH, 2004.

- *En francés*

CASTRO, Elizabeth, *Créer un blog avec Blogger*, Peachpit Press, 2005.

COLOMBOT, Stéphane, *Créez votre blog... c'est si facile*, Ed. Dunod, 2005.

DESAVOYE, Benoît; DUCAMP, Christophe; MAZENOD, Xavier de y MOISANT, Xavier, *Les Blogs*, M2 Éditions, 2005.

LE MEUR, Loïc y BEAUVAIS, Laurence, *Blogs pour les pros*, Dunod, 2005.

NONNENMACHER, François, *Blogueur d'entreprise*, Éditions d'Organisation, 2006.

YOUSSEF, Bachir, *Votre Blog!*, ENI, 2005.

B I B L I O G R A F Í A

• *En inglés*

- BAUSCH, Paul; HAUGHEY, Matthew y HOURIHAN, Meg, *We blog: publishing online with weblogs*, Wiley Publishing, Indianápolis, 2002.
- BLOOD, Rebecca, *The Weblog Handbook. Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog*, Perseus, Cambridge, 2002.
- BURG, Thomas N. (ed.), *BlogTalks: First European Conference on Weblogs*, Zentrum für Wissenschaftliche Forschung und Dienstleistung, Viena, 2004.
- , *BlogTalks 2.0. The European Conference on Weblogs*, Donau-Universität Krems Kulturwiss, Viena, 2005.
- BURTON, Bonnie y Alan Graham (eds.), *Never Threaten to Eat Your Co-Workers: Best of Blogs*, Springer, 2004.
- CHROMATIC, Brian Aker y KRIEGER, David, *Running Weblogs with Slash*, O'Reilly & Associates, 2002.
- CLYDE, Laurel A., *Weblogs and Libraries*, Chandos Publishing, Oxford, 2004.
- HEWITT, Hugh, *Blog. Understanding the information reformation that's changing your world*, Nelson Books, Nashville, 2005.
- KLINE, David y BURSTEIN, Dan, *Blog!: how the newest media revolution is changing politics, business, and culture*, CDS Books, 2005.
- KUHNS, Peter y Crew, ANDRIENNE, *Blogosphere: the Best of Blogs*, Que, 2005.
- POWERS, Shelley; DOCTOROW, Cory; JOHNSON, J. Scott; TROTT, Mena G.; TROTT, Benjamin y DORNFEST, Rael,

Essential Blogging. Selecting and Using Weblog Tools, O'Reilly & Associates, 2002.

RODZVILLA, John (ed.), *We've got blog. How weblogs are changing our culture*, Perseus, Cambridge, 1992.

STAUFFER, Todd, *Blog On: Building Online Communities with Web Logs*, McGraw-Hill Osborne Media, 2002.

STONE, Biz, *Blogging. Genius strategies for instant web content*, New Riders, Berkeley, 2003.

- *En italiano*

DI ROCCO, Eloisa, *Mondo blog. Storie vere di gente in rete*, Editore Tecniche Nuove, 2003.

DOVIGI, Maurizio, *Weblog. Personal Publishing*, Editore Apogeo, 2003.

GRANIERI, Giuseppe, *Blog generation*, Editore Laterza, Roma-Bari, 2005.

MAISTRELLO, Sergio, *Come si fa un blog*, Editore Tecniche Nuove, 2004.

VV.AA., *La notte dei blogger*, Editore Einaudi, 2004.

- *En portugués*

BARBOSA, Elisabete y GRANADO, António, *Weblogs: Diário de bordo*, Porto Editora, 2004.

QUERIDO, Paulo y ENE, Luís, *Blogs*, Edições Centro Atlântico, Lisboa, 2003.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS BASADOS EN WEBLOGS

- CASCIARI, Hernán, *Más respeto que soy tu madre*, Plaza & Janés, Madrid, 2005.
- ESPADA, Arcadi, *Diarios*, Espasa-Calpe, Madrid, 2002.
- , *Diarios 2004*, Espasa-Calpe, Madrid, 2005.
- MONTERO, Almudena, *Mi vida perra: diario de una treintañera cualquiera*, Aguilar, Madrid, 2005.
- PAX, Salam, *Salam Pax, el internauta de Bagdad*, Mondadori, Barcelona, 2003.

CAPÍTULOS Y EPÍGRAFES

- ALONSO, Jaime y MARTÍNEZ, Lourdes, «Bitácoras o Weblogs», en DÍAZ NOCI, Javier y SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón (eds.), *Manual de Redacción Ciberperiodística*, Ariel, Barcelona, 2003, pp. 295-299.
- LÓPEZ, Guillermo, «Las bitácoras», en DÍAZ NOCI, Javier y SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón (eds.), *Manual de Redacción Ciberperiodística*, Ariel, Barcelona, 2003, pp. 486-490.
- MERELO, Juan J.; TRICAS, Fernando y RUIZ, Víctor R., «Measuring the Spanish Blogosphere», en SALAVERRÍA, Ramón y SÁDABA, Charo (eds.), *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*, Ediciones Eunat, Pamplona, 2004, pp. 657-666.

- MERELO, Juan Julián; ORIHUELA, José Luis; RUIZ, Víctor y TRICAS, Fernando, «Revisiting the Spanish Blogosphere», en BURG, Thomas N. (ed.), *BlogTalks 2.0. The European Conference on Weblogs*, Donau-Universität Krems Kulturwiss, Viena, 2005, pp. 339-352.
- ORIHUELA, José Luis, «Blogging and the eCommunication Paradigms: 10 Principles of the New Media Scenario», en BURG, Thomas N. (ed.), *BlogTalks: First European Conference on Weblogs*, Zentrum für Wissenschaftliche Forschung und Dienstleistung, Viena, 2004, pp. 255-265.
- , «Uso de weblogs como herramienta en docencia e investigación: tipología y ejemplos de uso de weblogs en universidades», en MARTÍNEZ VALLVEY, Fernando et al. (eds.), *La comunicación en la universidad*, Colección Comunicación 2000, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2005, pp. 149-155.
- , «Los weblogs y su identidad como cibermedios», en SALAVERRÍA, Ramón (coord.), *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 2005, pp. 70-82.
- TRICAS, Fernando; RUIZ, Víctor y MERELO, Juan Julián, «Do We Live in a Small World», en BURG, Thomas N. (ed.), *BlogTalks: First European Conference on Weblogs*, Zentrum für Wissenschaftliche Forschung und Dienstleistung, Viena, 2004, pp. 158-173.

BIBLIOGRAFÍA

MONOGRÁFICOS

- DEVILETTE, Sylvie (ed.), *Handbook for Bloggers and Cyberdissidents*, Reporters Without Borders, París, 2005.
- VV.AA., «Weblogs and Journalism», *Nieman Reports*, vol. 57, n. 3, otoño 2003, pp. 59-98.
- VV.AA., «Blogs, weblogs, bitácoras...», *Cuaderno Central Revista Telos*, Madrid, noviembre de 2005.
- WINTHER, Jens y BALSLEW, Jesper, *PC Cuadernos: Weblogs*, mayo de 2004.

REVISTAS

- Bloggers!* (Japón), Shoeha Publications
<http://www.amazon.co.jp/exec/obidos/ASIN/4798105767/250-4017672-9319425>
- Netizen* (Francia), Editions Astrolabe
<http://www.pointblog.com/netizen/>

EDICIONES ELECTRÓNICAS

- ARQUÉS, Neus y SANAGUSTÍN, Eva, *Blogvertising: Los Blogs como nuevo soporte publicitario*, Manfatta, Barcelona, 2005.
http://www.manfatta.com/index.asp?pag=wpapers.asp¶m=comunicacion_white

BUSTAMANTE, Paula y REDONDO, M^a Carmen, «Los periodistas se expresan en formato weblog», en *El Batiscafo*, febrero de 2004.

http://mpd2003.gssi.es/user/template2/pages/articulo.php?id_seccion=8&id_articulo=63&id_periodico=18

CAMBRONERO, Antonio (ed.), *Weblog Magazine*, nro.: 0, abril 2004. PDF:

<http://www.blogpocket.com/wm/>

ONG DERECHOS DIGITALES, *Guía legal del blogger*, Santiago de Chile, noviembre 2005. <http://www.derechosdigitales.org/glb/index.php>

ORIHUELA, José Luis, *Blogonomía*, Colección Pre-textos de Infonomía, 17 de octubre de 2005. PDF:

<http://www.infonomia.com/img/pdf/blognomia.pdf>

—, «Los medios de la gente», *Razón y Palabra*, nro. 46, agosto-septiembre de 2005.

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n46/jlori.html>

— y SANTOS, María Luisa, «Los weblogs como herramienta educativa: experiencias con bitácoras de alumnos», *Quaderns Digitals*, n. 34, octubre de 2004.

<http://www.quadernsdigitals.net/>

RAMÍREZ, Raúl (ed.), *Weblog Magazine*, n. 1, septiembre 2004.

<http://www.weblogmagazine.net/>

VV.AA., *BlogGuest: La mejor colección de posts escritos para Blogpocket*, Madrid, mayo 2003. PDF:

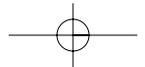
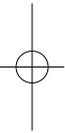
<http://www.blogpocket.com/blogguest.zip>

B I B L I O G R A F Í A

VV.AA., «Nuevos Medios», en LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (ed.), *El ecosistema digital*, Servei de Publicacions de la Universitat de València, Valencia, 2005, pp. 87-250. PDF: <http://www.uv.es/demopode/libro1/EcosistemaDigital.pdf>

* * *

Todos los recursos citados se recogen enlazados en:
<http://www.ecuaderno.com/larevoluciondelosblogs/>



ESTE LIBRO SE TERMINÓ DE IMPRIMIR
EN EL MES DE JUNIO
DE 2006

