

# LOS BLOGS ¿ALTERNATIVA COMUNICATIVA E IDEOLÓGICA?

**Antonio García Jiménez, Esther Martínez Pastor y Ricardo Vizcaíno-Laorga**  
**Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, España.**

## 1. Introducción

En esta comunicación, en primer lugar, se analiza la realidad de los blogs en lo que se refiere a su naturaleza, características y formatos, en su papel tanto de mediadores interactivos de información como de mecanismos privilegiados de lo que algunos denominan periodismo ciudadano.

De forma operativa, centramos nuestra mirada en una muestra limitada de blogs de carácter informativo. Para ello, se analizan medios de comunicación digitales partiendo de diferentes variables: el tratamiento en la página inicial, los niveles de actualización, de hipertextualidad, de multimedialidad y de interacción, así como los autores y actantes. Asimismo, se comprueban las temáticas y las fuentes que dominan en un mismo periodo temporalmente y se comparan con las temáticas y fuentes del resto del periódico *on line*, con el fin de determinar hasta qué punto dichos temas difieren o se hacen eco de la agenda y de la línea editorial del medio. El objetivo, en último lugar, es determinar si los blogs son una clara manifestación de libertad de expresión e información, aún estando ubicados dentro del dominio de un diario con una visión del mundo concreta.

En cualquier caso, y antes de pasar a la exposición del trabajo, conviene despejar algún tópico sobre la ideología que subyace en Internet. A este respecto, nos detenemos someramente en el trabajo de Waldstein (2005) en el que se hace hincapié en la naturaleza profundamente política de este nuevo medio. Se trataría de un espacio que contiene divisiones y que está controlado por diversos agentes. Un sitio que puede ser llamado liberal, pero fundamentalmente en el sentido de la existencia de una dominación e imposición de esta concepción. Así, no es verdad, tal y como algunos sostienen, que estemos ante un universo donde gentes de diferente procedencia social, económica y cultural pueden dialogar como iguales sobre

cualquier tema en función de sus intereses, parapetados por el anonimato. En cualquier caso, esta imposición liberal no excluye la incorporación, al mismo tiempo, de otros tipos de ideologías excluyentes, tales como las nacionalistas, clasistas o sexistas.

## **2. El blog**

No deja de sorprender, en los últimos tiempos, el crecimiento exponencial tanto del fenómeno del blog como de la literatura científico-técnica que sobre el particular aparece tanto en un nivel nacional como internacional. De hecho, no extraña la aparición de nuevos formatos asociados tales como el *videoblog*, los *fotoblogs*, el *podcasting*, o el *mobweb*.

Salaverría (2005: 155) define los blogs como publicaciones que “de manera cronológica pero sin periodicidad establecida, el autor o autores publican notas y artículos. Estos textos, conocidos como posts en la jerga weblogger, suelen incluir enlaces, y también eventualmente imágenes y otros contenidos multimedia. Asimismo, es frecuente que ofrezcan espacio para los comentarios, donde los lectores pueden expresar libremente sus opiniones y observaciones acerca de cada una de las notas.” En definitiva, se trata de un instrumento y de un formato comunicativo compuesto, sucintamente, por unas entradas o notas, en forma cronológica inversa, que incorporan un mensaje o comentario de mayor o menor tamaño, con la posibilidad de ofrecer uno o más enlaces y que, al mismo tiempo, es capaz de crear una comunidad de interacción y sentido. En efecto, es otra forma más de aportar nuevos puntos de vista, nuevas opiniones y un mayor grado de interacción.

Dentro de las muchas clasificaciones que se han propuesto, podemos acudir a la de López García (2003: 487) que apunta la existencia de diarios (donde la clave es el autor y lo que hace), de apuntes (con mensajes sobre cualquier tema) y de filtros (en los que la relevancia se encuentra en la recomendación de enlaces). Por su parte, O Baoill (2005) entiende que los blogs se pueden analizar y clasificar a partir de su audiencia (que va desde las personas que conocen al autor, hasta potencialmente una audiencia planetaria) o bien a partir de la organización, en términos de la razón que hay detrás de esta actividad comunicativa: hobby, profesión, conexión con los objetivos de una institución, etc. También se puede recurrir a una

clasificación por los tipos de documentos que se manejan (textual, fotografías, etc.) o bien por el tipo y orientación de los contenidos.

### **3. El blog periodístico**

Una de las grandes cuestiones que está en discusión en la actualidad es la implantación como forma periodística del weblog. A este respecto, Lasica (2003) ya habla del periodismo participativo gracias a la incorporación de la audiencia en las formas dominantes de la noticia, mediante blogs o sitios independientes creados *ad hoc*, o a través de sitios dedicados a la colaboración y la intercontribución. En este sentido, Varela (2005) acuña la idea de Periodismo 3.0, un tipo de periodismo en red más socializado donde la gente se incorpora en forma de conversaciones y que supera al Periodismo 1.0 (basado en la transferencia de contenidos tradicionales a la esfera de Internet), y al 2.0. (donde ya se crean contenidos *ad hoc*, teniendo en cuenta todas las posibilidades de multimedialidad, etc.).

Nos encontramos, pues, con nuevos modos de trabajo en el periodismo participativo, cívico o ciudadano. Fórmulas que Bowman y Willis (2003) relacionan con la verificación de los datos, con los filtros informativos, con acciones propias del reporterismo de base o con lo que se puede llamar reporterismo de anotaciones, es decir, completar aspectos que no quedan demasiado claros en las noticias al uso.

A esto se añaden otras propuestas teóricas que apuntan un cambio de paradigma. Es el caso de Martínez Rodríguez (2005: 296-298), que subraya la existencia de cambios en la idea de periodismo, de noticia y de periodista. Así, el periodismo ya no se entiende sin interacción, de tal modo que, siguiendo a Gillmor (2004), el periodismo se muestra más como conversación y práctica que como profesión.

La noticia no se queda al margen de esta revolución. La idea de noticia y, en general, de texto periodístico sufre con Internet una suerte de mutación con la irrupción de los blogs. Posiblemente, estaríamos asistiendo a una nueva modalidad periodística. En este punto, traemos a colación el interesante trabajo de Wall (2005) en el que, aunque consciente de la dificultad de definir qué es una noticia, aborda las características de los *current event blogs* o blogs de noticias durante la guerra de Iraq. La premisa inicial es que los blogs están cambiando el periodismo, hacia uno más

conversacional y descentralizado. De hecho, recoge diversos intentos de identificar el tipo de periodismo que representan los blogs de noticias:

- a) Periodismo personal. Es decir, profesionales y *amateurs* participan en las tareas de narrar y dar cuenta de lo que ocurre.
- b) Periodismo “*do-it-yourself*”. Se trata de un periodismo que no sigue los cánones habituales de trabajo, proponiendo nuevas alternativas en búsqueda, por ejemplo, de mayor imparcialidad.
- c) Periodismo *black market*. En este caso, nos encontramos con un espacio para aquellas personas que se quedan al margen del sistema del periodismo tradicional. No obstante, la falta de regulación puede tener efectos perversos para los propios *bloggers*.
- d) Periodismo participativo o *We media* (Bowman and Willis, 2003). O lo que es lo mismo, un periodismo caracterizado por la descentralización y por los cambios tecnológicos.
- e) Periodismo postmoderno. En el que las nuevas noticias cobran sentido como hecho que supera la modernidad, en clara conexión con los cambios sociales.

El trabajo de Wall (2005), que emplea el análisis de géneros como una forma del análisis retórico, se centra en tres aspectos, con resultados interesantes:

- a) Estilo narrativo. Frente a un periodismo tradicional con afán neutral y objetivista, donde se pretende incluir los dos lados de la noticia, el periodismo de blogs es claramente personal y opinativo.
- b) Relación con la audiencia. En las noticias de blog la audiencia es co-creadora, frente a una audiencia pasiva en los formatos tradicionales.
- c) Convenciones para el formato de la noticia. Los textos periodísticos en los blogs son fragmentarios (al contrario de las estructuras normalizadas clásicas), no necesariamente completos (sin intentar responder el quién, cómo, dónde), abiertos (en contraposición al habitual texto cerrado) y presentan los enlaces como la fuente básica de credibilidad (en lugar de las fuentes en los textos tradicionales).

Finalmente, y en palabras de Martínez Rodríguez, asistimos a la evolución del concepto de periodista, al entender, en la línea de lo que propone Deuze (2005), que ha de asumir nuevas competencias y funciones, especialmente en lo que se refiere a la conectividad. En cierto sentido, es tan importante que narre hechos (jerarquizando, seleccionando, contextualizando, etc.) como que establezca conversaciones. En este mismo sentido, Orihuela (2005) piensa más en cambios en el trabajo del periodista que en su desaparición o sustitución.

#### **4. Algunas aproximaciones**

Para nuestros objetivos, es pertinente revisar tres estudios que se han ocupado del tipo de cuestiones a las que venimos aludiendo. El primer lugar, en el artículo de García Arosa y Capón García (2004) se compara la agenda temática de los blogs o bitácoras informativas con la de los medios de comunicación impresos, con vistas a analizar posibles cambios tanto en los temas como en la forma de tratarlos. El punto de partida de este artículo es que la información en Internet, frente a lo que algunos piensan, también está sujeta a formas de mediación y procesos de producción de información comparables a los que no están en la red. La clave se sitúa, como siempre, en los valores que se asignan socialmente a cada una de las cosas que se puede entender como información de actualidad.

En su análisis, se observa que las bitácoras utilizan los mismos temas, actantes y situaciones que los que aparecen en el periodismo tradicional: a) 87.43% de contenidos coincidentes con los temas abordados en los medios tradicionales; b) 6.5% de contenidos que tienen su origen en los propios *blogs*; c) 3.5% de contenidos referidos a la red; d) 2.5% formado por comentarios de tipo personal que se escapan a la agenda cotidiana de los medios. No obstante, se intuye que los blogs se convierten en una fuente muy importante de interpretación de lo noticioso, donde sigue prevaleciendo el rol de los medios nacionales, aunque se abre el abanico de fuentes de información en términos de internacionalización y tematización.

En segundo lugar, destaca el artículo de Arrondo Ureta (2005) en el que se tratan los usos que se hacen de los blogs. En este caso, se pone de manifiesto el impacto en la columna de opinión, no solo porque la mera presencia del autor en

Internet le potencia, sino por permitir que los lectores se acerquen más a este género mediante sus propias opiniones. De igual forma, la crónica se ve enriquecida a través de los blogs de campaña o de cobertura, determinados por su carácter híbrido, y por, si empleamos la terminología clásica y al uso, combinar la información y la interpretación.

El tercer trabajo es el de Rengel (2005). Aquí se desarrolla un estudio comparativo de los blogs de los diarios *elmundo.es* y GuardianUnlimited en función, básicamente, de:

- a) Nivel de actualización. Se muestran diferencias, es decir, una menor actualización en el caso de *elmundo.es* y mayor (varias veces al día) en lo que se refiere al Guardian.
- b) Autoría. En ambos casos, los autores de los *blogs* vienen identificados y suelen pertenecer al ámbito del periodismo profesional o de la literatura.
- c) Hipertextualidad. Mientras *elmundo.es* no utiliza enlaces, Guardian los emplea con bastante asiduidad.
- d) Interactividad. En *elmundo.es* los *posts* de los blogs son opiniones de los lectores, réplicas o críticas. Frente a esto, en Guardian hay una mayor aportación de los lectores en forma de información complementaria, ampliación de una cuestión determinada, colaboración o recreación de la noticias.
- e) Multimedialidad. Ambos son básicamente textuales.
- f) Formula blog y periodismo. En los dos hay una gran diversidad de formatos: apuntes, cuadernos, crónicas, sumarios, análisis, comentarios, interpretaciones, etc.
- g) Blogs en el entorno del diario. En *elmundo.es* se les da una importancia un poco mayor que en Guardian, ya que aparecen en la portada del diario, separados bajo un mismo epígrafe.

## 5. Metodología

### 5.1 Selección de la muestra y objeto de estudio

Para seleccionar la muestra de los periódicos se ha recurrido a los datos aportados por la OJD tanto en diarios impresos como digitales. Los diarios digitales con mayor número de visitas son: El Mundo (39.771.391), Libertad Digital (7.436.839) y el ABC (6.419.783) (<http://ojdinteractiva.ojd.es>). En cuanto a los diarios impresos la difusión cambia porque encabeza la lista El País (566.086) y le siguen El Mundo (420.157), La Vanguardia (249.318) y ABC (338711) ([http://www.introl.es/f\\_news.htm](http://www.introl.es/f_news.htm)). Ante esta diferencia de audiencia y difusión de los diarios en la red e impresos se han seleccionado para el análisis aquellos periódicos que coinciden en ambos medios, éstos son: El Mundo y el ABC. Así mismo, se ha tenido en cuenta el diario Libertad Digital dado que sólo es digital y se ha excluido El País en red porque su acceso ha sido de pago de forma completa hasta fecha reciente y, por lo que se ha incluido en su lugar La Vanguardia. De manera que la muestra es la siguiente:

1. El Mundo
2. ABC
3. Libertad Digital
4. La Vanguardia

Tras la selección se procedió a una primera exploración de los blogs durante los meses de julio y agosto de 2006 para determinar las variables de estudio. Durante dicho período se accedía cada día a los diarios digitales seleccionados a través tanto de la *home* como de cada unos de los blogs para comprobar modificaciones, actualizaciones o sustituciones de los éstos en relación a los temas, a las autorías, a las participaciones, al estilo narrativo y a la ideología del diario.

## 5.2 Recogida de datos

Tras esta observación anteriormente comentada, se establecieron las siguientes prioridades con vistas a la consecución de resultados pertinentes:

1. Jerarquización del *blogs*
2. Actualización
3. Hipertextualidad y Multimedialidad
4. Temáticas
5. Autoría y participación
6. Relación entre la información del blog y la información del medio

La recogida de datos se realizó tentativamente durante el mes de septiembre y de manera operativa durante el mes de octubre de 2006. Con estos datos se pretende lograr una caracterización de los blogs para determinar la existencia o no un patrón o modelo del mismo en los medios electrónicos informativos y su consideración/inconsistencia con la información del medio.

Los diarios así seleccionados (*abc.es*, *elmundo.es*, *lavanguardia.es* y *libertaddigital.com*) son cuatro webs de información en donde los blogs presentan ciertos rasgos comunes y otras muchas diferencias, lo que denota el carácter flexible e indefinido que actualmente tienen los blogs dentro del panorama periodístico. Todos ellos han cumplido poco más de un año (*elmundo.es*, febrero de 2005; *abc.es* 26 de septiembre de 2005) e incorporan el blog a su página principal como una parte más de las herramientas informativas y, por tanto, con un carácter jerarquizable. Así, los tres medios actualizan los blogs que cada día son prioritarios y, en consecuencia, aparecen en la página principal, como si de una “primera” se tratara. El caso de *abc.es* es, en este sentido, el más extremo, pues incluso jerarquiza el blog por su posición con el resto de informaciones. También los tres medios que venimos citando comparten blogs temáticos y promovidos por autoridades (periodistas y expertos contratados) y sólo *libertaddigital.com* permite, en principio, libertad absoluta para que sean los usuarios los que propongan los blogs y los jerarquicen según las visitas recibidas.



De todos ellos, sólo *elmundo.es* y *lavanguardia.es* presentan en su página principal un **índice de los diferentes blogs** a los que se puede acceder (en realidad son índices parciales), mientras el resto de medios sólo incluyen un enlace genérico a la sección (véase Tabla 2).

Tabla 2. Enlaces relacionados con los *blogs* presentes en la página principal (*home*)

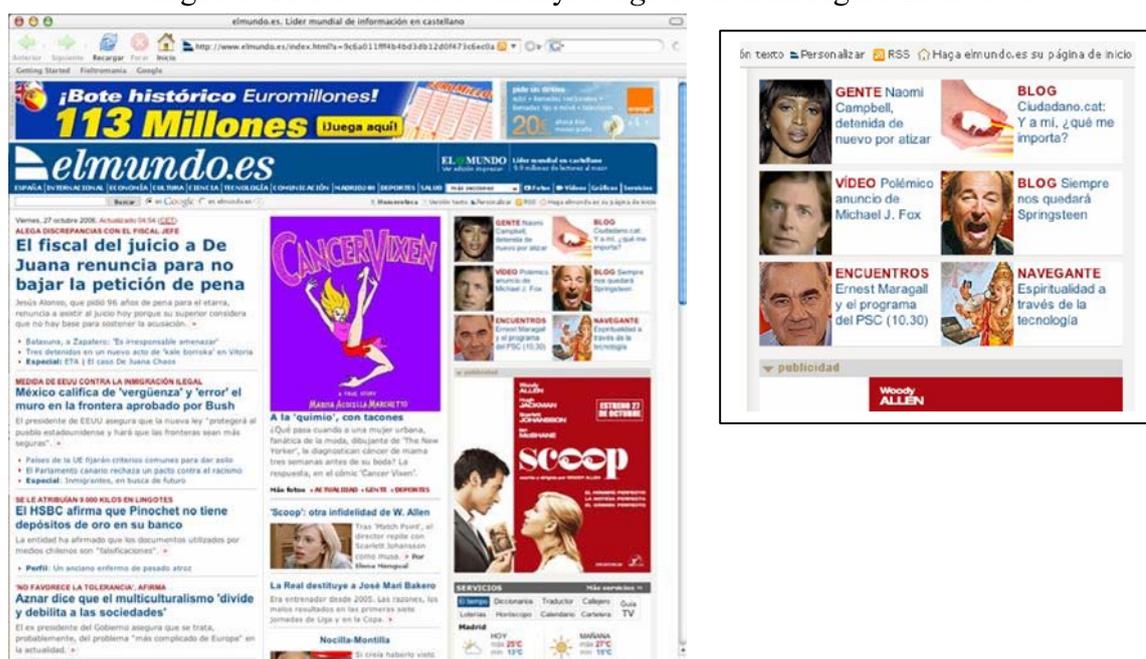
	Enlaces en la <i>home</i>	Descripción
Abc.es	- <i>Blog</i> destacado	Cambiante a lo largo del día. Posibilidades ( <i>blogs</i> contenedores): <i>El futbolín, Una de piratas, Escape libre, Enciende y vámonos, La tostadora y Salsa de chiles</i>
	- Más <i>blogs</i>	Acceso al índice de <i>blogs</i> (url propia: <i>blogs.abc.es</i> )
Elmundo.es	- <i>Blog</i> destacado	En la “zona segura” de la <i>home</i> aparece un <i>blog</i> destacado.
	- V. Prego	En la misma posición horizontal, pero fuera de la “zona segura” aparece la sección <i>blogs</i> con un índice los <i>blogs</i> que se pueden encontrar (a excepción de “Todo el mundo al suelo”, autodescrito como “Un <i>blog</i> intermitente pegado a la temperatura política del Congreso de los Diputados” y al que se accede desde el índice completo de <i>blogs</i> , en un nivel 2 del sitio).
	- <i>Gadgetoblog</i>	
	- Sexo	
	- Yo Dona <i>Blogs</i>	
	- Decodificador	
	- Escorpión	
	- Ciudadano M	
- James <i>Blog</i>		
Lavanguardia.es	- La libreta	Una vez se accede a uno de los <i>blogs</i> es posible visitar aquellos otros <i>blogs</i> no destacados en la <i>Home</i> (enlace <i>Todos los Blogs</i> ).
	- El Hilo	
	- Colaboran	
	- Diario de América Latina	
	- Patologías urbanas	
	- Código binario	
	- Notas de brasil	
Libertaddigital.com	- <i>Blogs</i>	Enlace a la sección “ <i>Blogs</i> ”. No existen <i>blogs</i> contenedores.

En el caso de *elmundo.es* y *lavanguardia.es* se opta por incluir el índice parcial de blogs bajo el epígrafe *nuestros blogs* y *blogs*, respectivamente. Los blogs de *abc.es* y *libertaddigital.com* aparecen bajo las etiquetas *blog* y *comunidad* respectivamente. Por otro lado, tanto *elmundo.es* como *libertaddigital.com* presentan **dobles entradas** desde la *home*: *elmundo.es* para destacar uno o dos blogs que, además, no suelen coincidir con ninguno del índice (se trata de weblogs de temáticas especiales que

rotan cada día) y *libertaddigital.com* porque diferencia entre blogs de los lectores (bajo el epígrafe *comunidad*) y blogs de autores (bajo el epígrafe *blog*). A excepción del blog destacado de *elmundo.es* ninguna de estas secciones aparece en la “zona segura” o visible de la página.

Entre otras peculiaridades, podemos ver que, en el caso de *Yo Dona Blogs*, se da acceso a una sección independiente del resto de blogs (desde *Yo Dona Blogs* no es posible acceder al índice completo de *blogs*, mientras que desde el índice completo *Yo Dona Blogs* se encuentra seccionada en *Cocinar para levitar*, *Egoterapia*, *Shopping inteligente* y *Brillos y ladrillos*). En cuanto a la *lavanguardia.es*, los blogs destacados en la página de inicio cambian a lo largo de la semana.

Imagen 1. Sólo *elmundo.es* incluye *blogs* en la zona segura de la *home*



En cuanto a la **presentación visual** (siempre referida a la página de inicio) pueden diferenciarse dos modelos: a) autor (fotografía o nombre) + enlace (*lavanguardia.es* y *libertaddigital.com*); b) logotipo + enlace (*abc.es* y *elmundo.es*). Ello evidencia dos maneras diferentes de concebir el blog: como un elemento autónomo (con su logotipo) o como una “propiedad” de quien lo escribe. En el caso de *elmundo.es* los blogs destacados en la parte derecha de la zona segura presentan apariencia de *banners* autopromocionales, otorgándole mayor importancia que al índice parcial *blogs*.

Por medios, en la *home* de *abc.es* se muestra el logotipo del blog, el título genérico, el nombre del autor y un fragmento del texto (a modo de entrada) y un aviso (“ver post completo”) que enlaza con el blog en cuestión. Desde el blog es posible leer otros mensajes raíz (los más recientes), ver y hacer comentarios (se accede a los *post* o comentarios al mensaje raíz), y seleccionar otros mensajes raíz antiguos, a través de su título o mediante fecha de publicación, para lo que se incorpora un calendario con enlaces en los días que se lanzaron mensajes raíz.

En lo que se refiere a *elmundo.es*, aparece el logotipo del blog, el nombre del mismo y el mensaje raíz, que enlaza al blog en cuestión, donde aparecen los textos íntegros del autor y al final los títulos de los mensajes raíz abordados.

Por su parte, *Lavanguardia.es* muestra la imagen de los corresponsales y periodistas, su nombre, el título del blog y el título del mensaje raíz. Una vez que se *cliquea* en el mismo aparecen, por orden de fechas, los textos íntegros del autor del blog y, al final, se muestran sólo los títulos de los mensajes raíz.

Finalmente, *Libertaddigital.com* ofrece, como se ha dicho, dobles entradas: blogs de autor y blogs de lectores. En el caso de los blogs de autor tan sólo se muestra en la *home* el nombre del autor y el título del mensaje raíz. Tras acceder al blog se pueden leer los raíces más recientes, sus comentarios (mediante enlace), y blogs anteriores (mediante títulos y fechas).

## **6.2. Actualización, hipertextualidad, multimedialidad e interacción**

A partir de los cuatro medios analizados se comprueba que no existe un consenso sobre el concepto de un blog como elemento periodístico. Lo que ocurre, a título ilustrativo, con la periodicidad o, mejor dicho, la falta de ella. Así, en la tabla 3 se muestra la frecuencia de actualización de los mensajes raíz en *abc.es*. Como puede apreciarse, no existe un patrón por el que se pueda prever la aparición de un blog a lo largo de la semana, y éstos presentan una variabilidad desde una actualización del

mensaje raíz cada día y medio (caso del blog “El fútbol”) a un mensaje raíz por mes (“Escape libre”). Una experiencia similar se tiene con *elmundo.es* y *lavanguardia.es*, mientras que para *libertaddigital.com* la actualización de sus blogs “de autor” sí parecen plantearse como una actividad diaria (salvo en el caso del blog Lucrecia con una periodicidad irregular).

Tabla 3. Actualización de los *blogs* raíz en *abc.es* durante octubre de 2006

<i>Blog</i>	SEMANA 1				SEMANA 2				SEMANA 3				SEMANA 4		<b>Total</b>								
	2	3	4	5	6	9	10	11	13	16	17	18	19	20		23	24	25	26	27	30	31	
El fútbol																						<b>19</b>	
Una de piratas																							<b>12</b>
La tostadora																							<b>12</b>
Enciende y vámonos																							<b>9</b>
Salsa de chiles																							<b>6</b>
Escape libre																							<b>1</b>

En cuanto a la **hipertextualidad**, de nuevo mientras *elmundo.es* y *libertaddigital* sí enlazan (vínculos internos y externos) con noticias relacionadas, *abc.es* y *lavanguardia.es* suelen carecer de enlaces (*elmundo.es* utiliza enlaces que en realidad sólo aíslan el blog del resto). Algunas excepciones se han encontrado, con enlaces meramente promocionales, como sucede con el blog de Carlos Maribona (por ejemplo en “El podio de Madrid”, en “Salsa de chiles”(abc.es, 23 de octubre de 2006) y en general en todos los raíces en los que aparece citado un restaurante), donde aparecen links a las *web* empresariales (restaurantes Santceloni, La Broche y Europa Decó, en el caso citado). En realidad, son enlaces supuestamente informativos pero limitados a un contacto empresarial. No existe, por tanto, un trabajo elaborado, con enlaces estructurados y dirigidos a un determinado fin (como si se produce en otros entornos de los periódicos digitales (Vizcaino). La **multimedialidad** es prácticamente nula salvo ciertas animaciones de alguna de las imágenes que acompañan al blog (como el raíz “Hallazgos arqueológicos”, del blog “Enciende y vámonos” de *abc.es*, 26 de octubre de 2006).

La **interacción** presenta diferencias notables entre unos medios y otros: todos permiten contestar al blog, en definitiva a su autor, aunque no comunicarse directamente mediante correo electrónico. Aquí ya se producen diferencias: los post de *abc.es* incluyen contestaciones a los lectores (se produce, en ocasiones, un diálogo) mientras en *lavanguardia.com* sólo se produce la intervención del autor cuando lanza el mensaje raíz. A su vez, *libertaddigital* incluye la posibilidad de que los lectores generen sus propios blogs y, por tanto, sus mensajes raíz; mientras que en el resto de casos es el propio medio el que determina las temáticas de los blogs, controlando la agenda. Por su parte, *elmundo.es* incluye blogs específicos (Ciudadano M o Ciudadano.cat) donde se insta al lector a participar: “Conviértete en periodista. No te cortes y envíanos tus noticias, recomendaciones y críticas sobre Madrid y su comunidad.”

Por otro lado, las intervenciones generadas son un buen indicador de las preferencias e intereses de los lectores. La tabla 4 recoge las intervenciones recibidas por los blogs de *elmundo.es*. El interés se centra en el sexo, pese a que el tema preferido por otros medios sea la política, tal y como señalamos en el siguiente apartado.

Tabla 4. Intervenciones acumuladas en los *blogs* de *elmundo.es* entre el 3 y el 10 de octubre de 2006

<i>Blog</i>	Mensajes raíz	Intervenciones acumuladas	Intervenciones por mensaje raíz (media)
Sexo	5	65	13
Ciudadano M	5	32	6,4
Descodificador	6	20	3,3
Gadgetoblog	6	6	1
Escorpión	3	4	1,3
Victoria Prego	0	0	0

Por otra parte, en el caso de *lavanguardia.es* se muestra un claro interés por conocer la dedicación del usuario al blog, de modo que incluye el dato sobre el tiempo medio de lectura. La Tabla 5 muestra algunos casos en *lavanguardia.es*.

Tabla 5. Tiempo medio de lectura en las diferentes *webs* y temáticas  
*Blog La Libreta* (Lluís Foix)

Fecha	Título mensaie raíz	Temática	Tiempo
05/10/2006	Así de frágil es la democracia	Crítica a la democracia	4 min.
04/10/2006	El almendro solitario	Crítica a la democracia	4 min.
03/10/2006	Régimen de opinión o de rumor	Crítica a los poderes ejecutivos, legislativos y judiciales	4 min.
02/10/2006	Una payasada en el Congreso	Frivolidad de la memoria histórica por parte de los medios y de la publicidad	4 min.
29/09/2006	Periodismo conspirativ	Crítica a la COPE y al Mundo por la aseveración de la conspiración del 11M	5 min.
29/09/2006	Barcelona en bicicleta	Elogios a la ciudad de Barcelona	- -

*Blog Diario de América Latina* (Joaquim Ibarz)

Fecha	Título mensaie raíz	Temática	Tiempo
05/10/2006	Intelectuales mexicano entregados a la	Intelectuales reacción contra el gobierno electo en México.	16 min.
01/10/2006	Las perversiones de la secuestrada izquierda mexicana	Crítica a la izquierda derrotada mexicana	11 min.
19/09/2006	López Obrador destruye la izquierda mexicana	Crítica a López Obrador	13 min.
31/01/2006	Chávez secuestra al Foro Social Mundial	Crítica a Chávez	10 min.
10/12/2005	Observadores europeos ponen nervioso a Chávez	Desacuerdo de Chavez frente a los comentarios europeos de su política	15 min.

*Blog Diario de Londres* (Rafael Ramos)

Fecha	Título mensaie raíz	Temática	Tiempo
05/10/2006	¡Qué vienen los ingleses!	La producción de Inglaterra como país competitivo	6 min.
28/09/2006	Blair, la Reina y Bush	Crítica a Blair como personaje mediático	4 min.
22/09/2006	Racismo, apartheid y banca	La banca y la economía en Sudáfrica	5 min.
18/09/2006	Solidaridad en las Islas Shetland	Crítica por el trato británico a los habitantes de las Islas Shetland	-- .
03/09/2006	La fiesta naranja	Crítica a temporada de desfiles" de la orden de Orange que ahora se va a transformar en un carnaval llamado la Orangefest.	4 min.

*Blog Diario de París  
(Luís Uría)*

Fecha	Título mensaie raíz	Temática	Tiempo
04/10/2006	Pinceladas de color sobre fondo gris	Desolación en París	8 min.
11/07/2006	Barcelona (y España) En la retina	Análisis de cómo ven los franceses a España y como ésta se ve a sí misma	5 min.
23/03/2006	El Marzo francés	Malestar de los jóvenes franceses	5 min.
26/01/2006	Francia, femenino plural	Descripción de Ségolène Royal diputada socialista, ex ministra y presidenta de la región de Poitou-Charentes	6 min.

*Blog Patologías urbanas (Javier Castañeda)*

Fecha	Título mensaie raíz	Temática	Tiempo
05/10/2006	Elegir	Crítica a la superoferta de todo. La numerosa oferta no deja saber qué elegir	5 min.
28/09/2006	Procrastinar	Crítica a la superinformación que no nos deja desconectar de e-mail, móvil,.....malo para la salud	5 min.
21/09/2006	Fragilidad	Crítica a la falta de autoestima de la humanidad caso Cibeles	5 min.
14/09/2006	Distracción avanzada	Crítica a la supersociedad del ocio	5 min.
07/09/2006	De vuelta	Crítica a los síndromes posvacacionales y demás	5 min.

### 6.3. Temáticas

En términos generales, prevalecen los temas que en un nivel básico denominamos de actualidad, si bien el tratamiento también presenta un enfoque muy diferente en cada caso. A continuación se muestran temáticas específicas que posteriormente se han agrupado en dos categorías: ocio y política. La diversidad de opciones es patente: mientras unos medios optan por secciones fijas (*abc.es*, *elmundo.es* y *lavanguardia.es*), *libertaddigital.com* (blogs de lectores) no establece temáticas como tales, sino que da la oportunidad de acceder a los últimos blogs o a un pequeño listado automatizado de blogs ordenado por nivel de actividad o por la cantidad de comentarios. Por otro lado, las clasificaciones temáticas de los medios que las incluyen no presentan un patrón uniforme. Mientras las bitácoras de *abc.es* se inclinan por el ocio y *lavanguardia.es* por la política, *elmundo.es* combina ambas perspectivas. En la tabla 6 se pueden apreciar las coincidencias y discrepancias temáticas. La mayor presencia se la lleva el cine que aparece en *abc.es* (“El fútbol”), *elmundo.es* (“blog, james blog”) y *lavanguardia.es* (“La claqueta”). Le siguen otros temas cuya coincidencia sólo se dan en dos diarios: deporte genérico (en la

*lavanguardia.es* y en *libertaddigital.com*), literatura (en la *lavanguardia.es* y en *elmundo.es*), participación (en el *elmundo.es* y la *lavanguardia.es*), política (en el *elmundo.es* y la *lavanguardia.es*), tecnología (en el *elmundo.es* y la *lavanguardia.es*) y televisión (en el *elmundo.es* y *abc.es*). Y finalmente, se observan asuntos tratados por un solo diario: en *elmundo.es* belleza, comunicación, decoración, moda y sexo; en *abc.es* fútbol, motor y música.

Tabla 6. Temáticas en los blogs en cada medio

1	Belleza		■	
2	Cine	■	■	
3	Comunicación			
4	Decoración			
5	Deporte - Fútbol	■		
6	Deporte			■
7	Deporte - Motor	■		
8	Gastronomía			
9	Humor		■	
10	Literatura		■	
11	Moda			
12	Música		■	
13	Participación		■	
14	Política		■	
15	Sexo			■
16	Tecnología		■	
17	Televisión	■		

Por otro lado, los temas en ocasiones se encuentran autodescritos (*abc.es* y *elmundo.es*), redactados en forma de entradilla (*lavanguardia.es*) o presentados en el formato propio de un foro (que es el caso de *libertaddigital.com* en los foros de lector). Ello denota tres concepciones diferentes a la hora de entender la función de un blog en

un medio de comunicación. Si para *abc.es* un *blogs* es exclusivamente una herramienta para temas que se podrían considerar banales (100% se refieren a ocio), *elmundo.es* mantiene un mayor equilibrio entre lo meramente circunstancial y lo trascendental en términos periodísticos (75% ocio, 25% política). Sin embargo, *lavanguardia.com* modifica este panorama, pues sus blogs podríamos clasificarlos mayoritariamente como de alta política (74%). Con todo, pese al predominio de los temas políticos, conviene no olvidar que blogs como el referido a aspectos sexuales (*elmundo.es*) es el que mayor impacto recibe en interacción (13 intervenciones por mensaje raíz de media).

#### 6.4. Promotores y actantes

Salvo en el caso de *libertaddigital.com*, los promotores (autores) de los *blogs* son profesionales, bien de la información o de su especialidad profesional. Sería el caso de lo que Wall (2005) denomina “periodismo personal” frente al “*black market*” de *libertaddigital.com*, donde los promotores son personas anónimas. Por medios, el perfil de promotores de los blogs es:

a) En *lavanguardia.es* y *abc.es* se trata de periodistas, corresponsales y expertos en la materia que se va a tratar.

b) En *elmundo.es* se permite una participación limitada al *blog* “CiudadanoM” y “Ciudadano.cat” donde cada *post* está escrito por distintas personas que contribuyen con su participación.

c) *Libertaddigital.com* es el caso extremo, en donde todos los promotores son personas anónimas salvo cuatro blogs preestablecidos por el medio (tres destacados en la *home*).

Por otra parte, el modo en el que los autores se expresan en los blogs se aproxima, por una lado, a la redacción de una columna de opinión tradicional (especialmente evidente en “Diario de..” en *lavanguardia.es*). También se trata de un estilo en la mayoría de las ocasiones volcado a lo personal, a la opinión, con un claro matiz desenfadado y coloquial como en el caso de *elmundo.es*:

# sexo



por **M. Pérez, J. J. Borrás y X. Zubieta**

## Sexo en el lugar de trabajo



6 de octubre de 2006.- Hay un refrán que dice más o menos: "Donde tengas la olla, no metas la polla". El lenguaje es bastante vulgar, pero el contenido no deja lugar a dudas, haciendo clara referencia a las relaciones sexuales en el lugar de trabajo y las complicaciones que esas historias pasionales pueden



**SOBRE ESTE BLOG**

### 6.5. Temas y su relación con la información del medio

Uno de nuestros objetivos es conocer el grado de coincidencia de los temas abordados por los diarios digitales y los blogs que incorporan, advirtiendo también si realmente los autores de éstos se inspiran en la información del diario. Es definitiva, queremos saber si los blogs ofrecen un nuevo modo de hacer periodismo o, por el contrario, sólo es una fórmula tras la que se esconde la continuidad de la información ofertada por cada medio. Para ello, se ha estudiado cada uno de los medios digitales anteriormente analizados.

En *elmundo.es* se observa que los temas tratados en los blogs no coinciden con los abordados por el diario digital como es en el caso del cine, del sexo, o de la música. La excepción corre a cargo del blog de Victoria Prego, con una clara mayoría de temas coincidentes con las noticias del medio digital, si bien se han encontrado aspectos que no han sido tratados en días anteriores y posteriores por el medio (por ejemplo, al hacer alguna referencia a los príncipes de Asturias). En la *lavanguardia.es* los temas políticos muestran coincidencia entre el blog y el diario digital lo que indica que la línea editorial está marcada en los blogs. Se muestra a modo de ejemplo el blog "El hilo" y la temática sobre las lecciones catalanas cuyo tratamiento en el diario digital es abundante en noticias. Lo mismo ocurre en el blog "La Libreta", en este caso sobre el tema de inmigración. Solamente en el blog "El último mono" no se ha observado este grado de similitud.

## 7. Conclusiones

Si bien los cuatro casos analizados (*abc.es*, *lavanguardia.es*, *libertaddigital.com* y *elmundo.es*) presentan cierta homogeneidad como medios de información general, se aprecian concepciones muy diferentes en cuanto al empleo del blog. Si para *elmundo.es*, *lavanguardia.es* y *libertaddigital.com* es un elemento para comentar la actualidad, si bien con el manejo de características narrativas y de estilo diferenciadas, para *abc.es* es un recurso para tratar temas que se escapan de la agenda tradicional.

La mayoría de los medios analizados considera el blog como un elemento más del periódico digital, susceptible, por tanto, de jerarquizar y guionizar. Sólo *libertaddigital.com* los presenta en su sentido más “desorganizado” y comunitario. Si los tres periódicos mencionados clasifican por temáticas y actualizan, en mayor o menor medida, siguiendo fundamentalmente el criterio de actualidad, *libertaddigital.com* lo hace por **actualización**, **actividad** y **cantidad** de comentarios, criterios propios de un blog.

Así como los medios electrónicos de información han sabido absorber los géneros propios de los medios tradicionales, no existe un concepto claro en cuanto a la función de los blogs dentro de los medios electrónicos. El perfil de los blogs, su presentación, su selección temática y los promotores (normalmente autores son periodista generalmente vinculados al diario *on line* en el que escriben, corresponsales en temas de política internacional o expertos en la materia) y actantes de los mismos son reflejo de diferentes concepciones por parte de los respectivos medios, que incluyen desde casi un mero añadido de la etiqueta blog a un género convencional, como puede ser una crónica, a un empleo intrascendente, pero dirigido, hasta un uso espontáneo a iniciativa exclusiva de los lectores, sin intervención del medio.

Existe una relación entre el tipo de web informativa y la concepción general del blog. Para aquellos medios que provienen de una versión tradicional (en papel), el blog no hace sino readaptar ciertos géneros periodísticos, como la crónica, a los que añade una mayor carga de espontaneidad y de lo personal propia del medio digital y de los blogs (*abc.es* y *elmundo.es*) o la simple posibilidad de réplica (*lavanguardia.es*).

## BIBLIOGRAFÍA

Bowman, Shayne and Willis, Chirs (2003). *We media. How audiences are shaping the future of news and information*. The MediaCenter, American Press Institute. En: [http://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf).

Deuze, Mark (2005). Towards professional participatory storytelling: mapping the potencial. Manuscripto for presentation at the MIT conference of May 6-8, 2005, Cambridge (MA), USA. En: <http://web.mit.edu/comm-forum/mit4/papers/Deuze.pdf>.

García Orosa, Berta y Capón García, J.L. (2004). Las Bitácoras o *weblogs* y la lógica del campo informativo. Un análisis comparativo con la agenda mediática tradicional, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n. 10, p. 113-128.

Gillmor, Dan (2004). *We the media. Grasroots Journalism by the people, for the people*. Sebastopol: O'Reilly. En: <http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book>

Larrondo Ureta, Ainara (2005). Presencia del formato *weblog* en los cibermedios: una aproximación en sus usos y funciones, *Revista Latina de Comunicación Social* 60, II época. En: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200539larrondo.pdf>

Lasica, J. D. (2003), What is Participatory Journalism. *Online Journalism Review*. En : <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php>

López García, Guillermo (2003). Géneros interpretativos: el reportaje y la crónica. En Díaz Noci, Javier y Salaverría, Ramón (coords), *Manual de redacción ciberperiodista*. Barcelona: Ariel.

Lynch, P. y Horton, S. (2000). *Principios de diseño básico para la creación de sitios web*. Barcelona: Gustavo Gili.

Martínez Rodríguez, Lourdes (2005). La participación de los usuarios en los contenidos periodísticos de la red, en Lopez García, Guillermo (ed.), *El ecosistema digital: modelos de*

*comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Valencia: Universidad de Valencia, p. 269-332. En: <http://www.uv.es/demopode/libro1/EcosistemaDigital.pdf>

O Baoill, Andrew (2005). Conceptualizing the *Weblogs*: Understanding What It is in order to imagine What It Can Be, *Interfacings. A Journal of Contemporary Media Studies*. En: <http://www.comm.uiuc.edu/icr/interfacings/OBaoillWeblogs020805.pdf>.

Orihuela (2005). Los Medios de la Gente, *Razon y Palabra*, n. 46. En: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n46/jlori.html>.

Rengel López, Irene (2005). La utilización periodística y la integración del formato *blog* en diarios digitales europeos tradicionales. Los casos de “Elmundo.es” y “Guardian Unlimited”, *Athenea Digital*, n. 8. En: <http://antalya.uab.es/athenea/num8/rengel.pdf>.

Salaverría, Ramon (2005). *Redaccion periodistica en Internet*. Pamplona: EUNSA.

Valera (2005). *Blogs vs. SMS*. Periodismo 3.0: la socialización de la información, *Telos*, n. 65. En: <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=7&rev=65>.

Waldstein, Maxim (2005). The politics of the *web*: the case of one newsgroup, *Media, Culture & Society*, vol. 27, n. 5, p. 739-763.

Wall, Melissa (2005). *Blogs of war. Blogs as news*, *Journalism*, vol. 6, n. 2, p. 153-172.

