

La utilización periodística y la integración del formato blog en diarios digitales europeos tradicionales. Los casos de ‘Elmundo.es’ y ‘Guardian Unlimited’.

Irene Rengel López

Universitat Oberta de Catalunya

irengel@uoc.edu

Resumen

Los medios tradicionales están incorporando a sus ediciones digitales el formato de publicación blog, un instrumento popularizado en la red para editar de forma sencilla contenidos en Internet. El estudio se centra en describir, a partir de un análisis cuantitativo y cualitativo de dos diarios digitales europeos, Elmundo.es y Guardian.co.uk, cómo se usan periodísticamente esos blogs, qué características tienen y cómo desarrollan algunos de los rasgos más notorios del mensaje digital y que, en diferente medida, los weblogs han asumido o profundizado: hipertexto, interacción, instantaneidad y multimedialidad.

Palabras clave: diarios digitales, weblog, periodismo digital, ciberperiodismo, blog

Abstract

The mainstream media have introduced into their digital editions a new format of publishing, the blog, a popular tool used in Internet that makes the edition of the content online easier. I focused the study on describing how Elmundo.es and Guardian.co.uk use their blogs for journalistic purposes, which are their main features as blogs and how they utilize some of the characteristics of the digital message (hypertext, interaction, multimedia and instantaneity), features that the blogs have also incorporated to some extent.

Keywords: Digital newspapers, weblog, digital journalism, cyberjournalism, blog

1. Introducción

“A menudo he soñado con un periódico que fuera redactado enteramente por los propios lectores y que daría así, a diario, una imagen perfectamente fiel de la opinión pública. El industrial que vuelve de un viaje de estudios por el extranjero aportaría observaciones e informaciones calentitas y recientes. [...] El sabio, el ingeniero, el amigo de la naturaleza, comunicarían sus descubrimientos, y el intelectual nos daría el fruto de sus meditaciones y lecturas. Hasta el paseante en cortes nutriría con abundancia la crónica local y regional. Pero todo esto, en efecto, no es más que un sueño” (FELL; MARTÍN VIVALDI, 1967 apud. SALAVERRÍA, 2005: 37)

El lector/escritor era un simple sueño hace cuarenta años, cuando los medios de comunicación de masas eran los encargados de filtrar la información al público. Bastante tiempo después, Internet, el

medio multidireccional e interactivo, ha abierto nuevas posibilidades para aquellos que, como el intelectual del que hablaba Gonzalo Martín Vivaldi, quieren compartir sus meditaciones. Entre ellas, se encuentra el *weblog*, una herramienta y formato fácil de publicación en Internet que se ha extendido con éxito entre los internautas en apenas un lustro. Nunca ha sido tan sencillo editar un texto para un público global. El sueño, en este sentido, se ha hecho en parte realidad. Los lectores, sin embargo, todavía no han tomado los periódicos, sobre todo los medios tradicionales. Pero algunos cibermedios sí que han incorporado los *weblogs* a sus contenidos digitales, a pesar de contar con infraestructuras tecnológicas y capital humano que les permiten crear contenidos complejos.

El porqué y cuál es el resultado fueron dos de las preguntas que alumbraron este estudio. El trabajo de investigación aborda, precisamente, a través de dos casos, *Elmundo.es* y *Guardian.co.uk*, cómo los medios tradicionales introducen estas herramientas de publicación independientes en un flujo informativo guiado por periodistas profesionales y en el contexto de medios que tienen sus raíces en la comunicación de masas. En este sentido, la investigación trata de analizar mediante un seguimiento temporal de las diversas bitácoras qué características de los *blogs* asimilan los medios tradicionales, cómo estos los utilizan periodísticamente y cómo el mensaje digital hipertextual, interactivo y multimedia toma forma en este nuevo producto.

2. Justificación y objetivos

Las TIC's (Tecnologías de la Información y la Comunicación) se han extendido y arraigado en todas las facetas de la vida humana desde finales del s.XX, transformando la comunicación, ahora **multimedia, interactiva, abierta, descentralizada y global** (CASTELLS, Manuel; 2000) gracias a la tecnología en red, en concreto, a Internet. Este nuevo contexto afecta al paradigma comunicativo reciente, dominado por uno de los actores simbólicos (THOMPSON, John B.; 1998) más poderosos de la sociedad: los medios de comunicación de masas (prensa, radio y televisión), dotados de la capacidad de dirigir su información a un público pasivo y masivo de forma unidireccional. Estos medios considerados tradicionales decidirán expandirse en el nuevo medio comunicativo a lo largo de la década de los 90 (DÍAZ NOCI, Javier; 2001). En España lo harán a partir de 1995.

En Internet no sólo cambian algunas de las **reglas comunicativas**, sino que las páginas web de los medios tradicionales son –en sentido estricto- otras páginas más en un mar donde los navegantes o internautas dirigen su ruta con un clic.. Y es que los usuarios no sólo pueden elegir entre una oferta informativa variada, sino que pueden convertirse en los productores de la información. Desde los albores de Internet, los usuarios expertos de tecnología contribuían a construir las redes en un entorno abierto (ABBATE, Janet; 1999); ahora los navegantes pueden cruzar la línea y ser **productores de información** construyendo sus propios *sites*..

A pesar de contar con una plataforma de publicación como Internet, los conocimientos técnicos limitados del grueso de los consumidores de información que se conectaban día a día restringieron el número de usuarios-productores desde los inicios. Activos a la hora de guiar su navegación, buena parte de ellos eran **pasivos** a la hora de participar en la red **creando contenido online**.. Sin embargo, a finales de los 90 aparecieron sencillas herramientas de publicación que facilitaron la entrada de los internautas en la edición web (BLOOD, Rebecca; 2002a). Tal es el caso de los *weblogs*, un tipo de sistema de gestión de contenidos (CMS) simplificado con el que el usuario **no tiene por qué preocuparse por la tecnología** o el alojamiento de su web (DOMINGO, David; 2005).

Simplemente, tiene que saber **qué quiere publicar**. Y es que, como recuerda el profesor José Luis Orihuela, los *weblogs* –denominados en castellano también bitácoras- “constituyen un formato de publicación centrado en el usuario y en los contenidos, no en la programación o el diseño” (ORIHUELA, José Luis; 2004a). Gracias a aplicaciones de edición en Internet como Blogger¹, aparecida en 1999, miles de personas se iniciaron o agilizaron su publicación web bajo el formato *weblog*.

El número de *weblogs* o *blogs* en Internet ha crecido a un ritmo veloz desde entonces. El último informe del Pew Internet & American Life Project *The state of blogging* revelaba que, a finales del año 2004, 8 millones de estadounidenses habían creado un *weblog*, un 7% de la población, y un 27% de los usuarios de Internet leía algún tipo de estas publicaciones, es decir, unos 32 millones de norteamericanos (RAINEE, Lee; 2005). Technorati, empresa que registra el flujo hipertextual entre *blogs*, analiza diariamente más de 11 millones de bitácoras². En España, el Blogómetro³ medía en junio de 2005 el tráfico de links entre más de 75.000 blogs de la comunidad o blogosfera hispana. Tres meses antes eran casi 50.000 y en 2004, 20.000 (ORIHUELA; 2004b). La cifra no alcanza la magnitud del fenómeno estadounidense, pero se aprecia una tendencia al alza remarcable.

Los *weblogs* nacen como **formato y herramienta de publicación** pensada para el **usuario/productor**. Los contenidos, tipologías, estilos y características del *weblog*, así como su **definición** son variados. En una primera aproximación, se podría decir que un *blog* es “un diario online compuesto de enlaces y *posts* [entradas] en orden cronológico inverso, lo que significa que el más reciente aparece al inicio de la página” (GILLMOR, Dan; 2004: 29). Como formato de publicación y edición en Internet permite a los usuarios volcar en la red cualquier tipo de contenido, incluido el de tipo informativo.. De hecho, los *blogs* se han convertido puntualmente en fuente de información destacada en acontecimientos o hechos, como la caída de las Torres Gemelas o el terremoto Seattle en el año 2001 (BLOOD; 2002a); la guerra de Iraq en 2003 (GLASER, Mark, 2003; LÓPEZ GARCÍA, Guillermo, 2003), o el más reciente *tsunami* en el sudeste asiático (SRINIVAS, Shefali; 2005).

Esta eclosión de la publicación independiente o del usuario/productor y la voluntad informativa de muchos de estos *blogs* ha despertado, por un lado, un debate sobre si este tipo de webs **son o no periodismo** (NIEMAN REPORTS, 2004; BLOOD, 2002a) y ha abierto, impulsado por otros fenómenos de la publicación en la red, la vía al estudio y/o análisis de lo que se ha llamado **periodismo participativo** o el *periodismo ciudadano* (GILLMOR, 2004; BOWMAN, Shayne, WILLIS, Chris 2003), que recae fuera de los márgenes de los medios tradicionales o que los transforma en un canal informativo participativo para el ciudadano.

Precisamente, los medios tradicionales –aquellos que tienen su origen en la prensa, la radio o la televisión- se han sumado a la creación e incorporación de *blogs* a sus ediciones digitales. En algunos casos estos *blogs* son mantenidos por *bloggers* habituales que se han granjeado autoridad y popularidad en la web. En muchos casos, periodistas y/o escritores del propio diario o colaboradores son los encargados de actualizarlos.. Uno de los primeros medios en cruzar la línea fue el británico [Guardian Unlimited](#), que en el año 2001 lanzaba su [Weblog](#), una selección de las mejores informaciones y blogs de la red. En la blogosfera hispana, el primer diario en dar el paso fue el [Clarín](#)

¹ Blogger es una sencilla aplicación web gratuita de publicación de blogs creada por la empresa Pyra Labs, compañía propiedad desde el año 2002 de Google. <http://www.blogger.com/>

² Datos de Technorati actualizados a 20/06/2005: <http://www.technorati.com/>

³ Datos de Blogómetro actualizados a 20/06/2005: <http://blogometro.blogalia.com/>

en el año 2003. Elmundo.es lanzaba en 2004 [El Retiario](http://ElRetiario), al que le han seguido otros blogs. Lemonde.fr, Liberation.fr, Repubblica.it o Elpais.es se han sumado también a la tendencia.

Todos son grandes medios de comunicación con una larga experiencia en Internet que cuentan con sistemas de edición y gestión de noticias de contenidos (CMS) que les permiten –obviamente- no sólo publicar noticias, sino hacerlo compaginando rapidez y profundidad, combinando, al menos potencialmente, todo tipo de formatos (texto, imagen, audio, vídeo). Entonces, **¿por qué introducir un formato y/o herramienta nacido para el usuario** y popularizado por su facilidad de publicación? Y sobre todo: ¿cómo y cuál es el resultado? En esta última pregunta está en el origen del objetivo principal y los objetivos específicos de la presente investigación.

Objetivo principal

Describir la utilización periodística y la integración del formato *blog* en diversos diarios digitales europeos tradicionales. Los casos de *Elmundo.es* y *Guardian Unlimited*.

Objetivos específicos

- 01.** Analizar formalmente los *weblogs* de estos diarios: autoría, actualización, uso del hipertexto, multimedia e interactividad.
- 02.** Estudiar la función periodística de los *blogs*: informativa, argumentativa y/o interpretativa..
- 03.** Observar la integración de las funciones de los *weblogs* elaborados de forma independientes en la blogosfera (función del filtrado, de apunte, de diario)
- 04.** Analizar la utilización del estilo, recursos y herramientas habituales en los *weblogs* independientes de la blogosfera.
- 05.** Observar la introducción de nuevos formatos de *weblog* (*fotoblog*, *audioblog*, *moblog*, *videoblog*).
- 06..** Observar la integración y relevancia formal de los *weblogs* en el marco de piezas del diario.

3. Marco teórico

3.1. Blog

3.1.1 Un poco de historia

Los primeros *blogs* son casi tan antiguos o recientes como la propia World Wide Web. Se cita incluso a uno de los padres de la WWW, **Tim Berners-Lee**, como uno de los primeros *bloggers* en tanto que autor de una página en el año 1993 donde registraba las nuevas webs que aparecían en Internet (BAUSCH, Paul, HAUGHEY, Matthew, HOURIHAN, Meg; 2002). Algunos **usuarios avanzados** empezaban también por aquel entonces a editar páginas en HTML con listados de webs comentadas fruto de su viaje por Internet. Justin Hall creaba precisamente en 1993 una página a medio camino entre el diario de su vida real y su experiencia en Internet, una web considerada una de las precursoras de los *blogs* tipo **diario personal**. En 1997, aparecían Scripting News, de David Winer, y Robot Wisdom, de Jorn Barger's, padre de la palabra *weblog* o *web log*, cuyo significado literal sería "**diario de navegación de webs**" o "**registro de webs**". Esta denominación, la acertó Peter

Merholz al jugar con el término “we blog” en 1999. El vocablo *blog* se extendería entre la comunidad internauta desde entonces. En cualquier caso, estas páginas, formadas por **textos cortos con links** a otras webs y que se llegaban a **actualizar varias veces** al día, intentaban filtrar y **guiar** por un mundo web en expansión y lo hacían a través de la visión del autor (BLOOD; 2002b).

A principios de 1999, Jesse James Garret contabilizaba 23 *weblogs* como el suyo (BLOOD; 2002a). Era el principio de un fenómeno. Ese año nacían Pitas y Blogger, ésta última de Pyra Labs, dos sencillas aplicaciones que permitían crear *weblogs* sin conocimientos de programación (BAUSCH et al; 2002), lo que desencadenaba un efervescente interés por confeccionar *weblogs*. A partir de aquí, surgirían otro tipo de bitácoras de contenido diverso, entre las que abundarían los diarios personales. Ante tal variedad, la *blogger* Brigitte Eaton creó [Eatonportal](#), un directorio donde se listaban los nuevos blogs. Requisito de incorporación: *site* formado por entradas fechadas. Y así nacía un concepto inclusivo de weblog (BLOOD; 2002b)..

3.1.2. ¿Qué es un weblog?

Los “weblogs son fáciles de reconocer, pero difíciles de describir” (BLOOD; 2002a). Desde la visión amplia de Eaton sobre lo que es un weblog hasta versiones mucho más restrictivas determinados por el uso de los enlaces, existe un crisol variado de definiciones que muestran tanto la sencillez como la riqueza de elementos de los *blogs*.. A esa diversidad intentaba aludir Rebecca Blood, *blogger* y autora de libros sobre el fenómeno, en el año 2002:

“What they have in common is a format: a webpage with new entries placed at the top, updated frequently –sometimes several times a day. Often at the side of the page is a list of links pointing to similar sites. Some sites consist only of a weblog. Others include the weblog as a part of a larger site. More than a list of links and less than a full-blown zine” (BLOOD; 2002b: 1).

De forma genérica, casi todos los autores de *blogs* o estudiosos coinciden en señalar los *weblogs* como páginas web formadas por varios **posts** o **entradas** ordenadas y actualizadas en orden **cronológico** inverso; es decir, con el post más reciente en la parte alta de la página (BAUSCH et al, 2002; BLOOD, 2002b; GILLMOR, 2004; WILLIAMS, 2001; WIKIPEDIA, 2005; SALAVERRÍA, Ramón, 2005).

Uno de los rasgos más característicos –y que no falta en casi ninguna definición de los pioneros del *blog*- es el **link**. Jorn Barger, creador del término, explicaba en 1999 qué era un *blog*: “A weblog (sometimes called a blog or a newspage or a filter) is a webpage where a weblogger (sometimes called a blogger, or a pre-surfer) logs all the other webpages she finds interesting” (BARGER, Jorn; 1999). Mediante el enlace se iría tejiendo la **comunidad** de bloggers que se visitarían y recomendarían. Cameron Barrett introdujo en su web [Camworld](#) [El mundo de Cam] uno de los primeros listados de “otros *weblogs*” que conocía (BLOOD; 2002b), lo que actualmente se denomina *blogroll*.. Para Blood, el enlace no sólo construye la comunidad, sino que además **distingue** “el *weblogging* de las formas tradicionales de publicación” (BLOOD; 2002b: 18). “**Frecuencia, personalidad y brevedad**” (WILLIAMS, Evan; 2001) serían tres normas básicas que tiene que cumplir un weblog, según uno de los padres de Blogger, Evan Williams. De hecho, se considera que la **personalidad**, el punto de vista y la voz del autor que filtra, comenta o narra su vida es en cierta forma el valor añadido de los blogs (BLOOD, 2002b). Esta comunidad de lectores fieles a un *blog* tomará forma mediante la intercomunicación, primero con el e-mail y más tarde con los **comentarios**

por *post*.. Los *bloggers* tienden a pedir la **participación de los usuarios**, quienes aportan links, lecturas y material adicional, o simplemente hacen valer otro punto de vista (BLOOD; 2002b).. Blood se refiere a este entramado con la metáfora de “**conversación de café**” (BLOOD; 2002b: 1).

Desde los estudios sobre periodismo y comunicación, los profesores Jaime Alonso y Lourdes Martínez han propuesto una definición próxima a las anteriores al describir el *blog* como un espacio de comunicación personal, de **contenido variado**, de **estructura cronológica**, donde se utiliza la **hipertextualidad** y se recurre a la **interactividad** como elemento dinamizador (ALONSO, Jaime, MARTÍNEZ, Lourdes, 2003). La utilización intensiva del “enlace como recurso documental” (“**hipertextualidad**”) y los comentarios como “diálogo” (“**interactividad**”) son también rasgos que destaca el profesor de comunicación Ramón Salaverría en claro **contraste** con los **cibermedios tradicionales** (SALAVERRÍA, 2005: 156) y que incluye en una descripción de *weblog*:

“Los *weblogs* son publicaciones individuales o grupales de la web en las que, de manera cronológica pero sin periodicidad establecida, el autor o autores publican notas y artículos. Esos textos, conocidos como *posts* en la jerga *weblogger*, suelen incluir enlaces, y también eventualmente imágenes y otros contenidos multimedia. Asimismo, es frecuente que ofrezcan espacios para el comentario, donde los lectores pueden expresar libremente sus opiniones y observaciones acerca de cada una de las notas” (SALAVERRÍA, 2005: 155).

Así pues, la definición⁴ de *weblog* es tan compleja como la evolución de este tipo de web y tan sencilla como inclusiva se pretende que sea. Cada una de ellas marca, no obstante, rasgos o huellas o pistas de la evolución del propio medio, de pocos años de vida y en permanente reconstrucción..

3.1.3. Convenciones *blog*

Más allá de los rasgos característicos o definitorios de los *blogs*, este tipo de publicaciones han ido incorporando en mayor o menor medida una serie de **elementos formales** cuya inserción depende no sólo de la voluntad o habilidad del autor, sino también de las herramientas y software de edición del que se disponga.

Los *blogs* se suelen estructurar mediante **posts** o entradas de texto de una longitud variable pero con tendencia a la brevedad. Las entradas se **archivan**, **categorizan** en secciones y tienen a menudo un enlace permanente o **permalink**, que facilita el vínculo exterior al *post* en concreto y no a la *home*.. Cada *post* incorpora habitualmente un espacio de **comentarios** en el que se anima a la participación y el diálogo.. Los *posts* suelen incluir además **datación** (fecha y hora) y **autoría**. Muchos *weblogs* insertan un sistema interno de **búsqueda** y un apartado donde se listan otros **weblogs** (*blogroll*). **Quién** es el autor/es, un **e-mail** de contacto y **cuál** es el objetivo del *weblog* son otros de los elementos comunes a muchos blogs. Algunos han introducido el **RSS** o formato de xml que permite sindicarse a los contenidos de un *weblog* o suscribirse a un sumario de los *posts* mediante un lector. En el año 2002, Movable Type introdujo el **trackback**, que permite saber si otros *weblogs* les han citado y enlazado. De esta manera, se suele medir la “autoridad” de un *blogger* en la comunidad *blog*: cuanto más referencias, mayor es su relevancia. **Ping** es otro nombre por el que se conoce el *trackback*, pero también es la notificación automática por la que un *weblog* comunica a un directorio

⁴ En este sentido, hay que resaltar el artículo de José Manuel Noguera Vivo “Una mirada atrás: rasgos y reflexiones para decidir qué es un *weblog*” (2004), que profundiza en la definición del término.

que la web se acaba de actualizar. La clasificación de los *posts* con **tags** o palabras clave es otra de las tendencias; permite conocer a través de ciertas herramientas web de qué se habla más en la blogosfera o comunidad de bloggers. **Imágenes, audio y vídeo** son algunos los formatos que se pueden encontrar en los *blogs* aparte del texto.. Aquellos *weblogs* que se fundamentan en alguno de estos recursos son llamados **fotoblogs** (fotos), **audioblogs** (audio) y **videoblogs** (vídeo). Los denominados *moblogs* tienen como rasgo definitorio que los posts son enviados a través de teléfono **móvil** (BLOOD, 2002b; BAUSCH et al., 2002; WIKIPEDIA, 2005; NOGUERA, José Manuel, 2004).

3.1.4. Tipología *blog*

Clasificar el amplio abanico de *blogs* es tanto o más dificultoso que inscribir los *weblogs* en una definición única. Los tipos de *blogs* han variado a medida que se han ido extendiendo por la Red. De hecho, como afirma el profesor Salaverría, “cada *weblog* es un mundo” (SALAVERRÍA; 2005: 155). Sin embargo, se puede hacer una aproximación general y descriptiva de la misión que pretende cumplir el *blog*, una tipología que le debe mucho al propio origen e historia del medio..

Blood propone diferenciar entre los **filters** (filtros), los **notebooks** (cuadernos), los **blogs** y los **diaries** (diarios) (BLOOD; 2002b: 6-7). Los **filtros** se corresponderían con el clásico concepto de blog donde lo que prima es el link o el **enlace**, están centrados en el mundo web exterior al blog, en la selección personal que hace el autor. Los diarios –que Blood nombra pero extrae de la clasificación- estarían representados por la segunda oleada de **blogs**, trufados de comentarios de la vida personal de los *bloggers*, como los diarios de papel.. Los **cuadernos** se caracterizan por un estilo más cuidado, piezas más **largas** y concentrarían la atención en el **mundo interior** de sus autores y su **visión del exterior**.. Los **blogs** –similares a los cuadernos en cuanto a contenido- utilizarían, sin embargo, piezas más cortas, más de una al día y links como complemento y no como objetivo. Por su parte, Bausch, Haughey y Hourihan diferencian también los **journals** (diarios) de los **link-driven weblogs** (*weblogs* centrados en el link, los filtros), e incorporan el criterio temático o los **single-topic weblogs** (*weblogs* centrados en un tema) y aquellos de **news opinion**, *weblogs* en los que se opina sobre artículos de los medios, un híbrido entre los cuadernos y los *blogs* (BAUSCH et al., 2002: 64-65).. El profesor López García utiliza la visión del *blogger* Álvaro Ibáñez para reformular esta clasificación, generalizarla y simplificarla al mismo tiempo. Las **bitácoras** se dividirían –según esta propuesta- en: **diarios**, “centrados en el propio autor y sus actividades”; los **apuntes**, “comentarios sobre los temas más diversos”, y los **filtros**, “recomendación más o menos razonada de enlaces relativos, nuevamente, a los asuntos más diversos” (LÓPEZ GARCÍA, 2003: 487).

3.2. Periodismo y mensaje digital

3.2.1. El mensaje digital en el ciberperiodismo

En el paso de sus formatos originales a Internet, los medios de comunicación tradicionales han tenido que asimilar, como se ha subrayado, las características de la nueva plataforma, lo que ha transformado el discurso de los ahora ya **medios digitales**. Ramón Salaverría destaca en *Redacción periodística en Internet* tres características esenciales del discurso periodístico en el ciberespacio: **multimedialidad, hipertextualidad e interactividad** (SALAVERRÍA, 2005: 26). José Álvarez Marcos añade en el *Manual de redacción ciberperiodística* dos rasgos más (ÁLVAREZ MARCOS, José; 2003: 242-246): **instantaneidad y universalidad**.

Características del mensaje periodístico digital:

- **Multimedialidad.** Se puede combinar en un mensaje texto, sonido e imagen.
- **Hipertextualidad.** Se pueden conectar y enlazar diversos ítems (textos, sonidos e imagen) entre sí. El hipertexto reformula en cierta forma el papel del **lector** (usuario), quien además de interpretar la información tiene la posibilidad de **elegir el itinerario** a seguir (DÍAZ NOCI, Javier, SALAVERRÍA, Ramón; 2003).. Por otro lado, y como señala Álvarez Marcos, con el hipertexto los medios adquieren una dimensión más a la espacial o la temporal: la **profundidad**. La información se dosifica en una estructura de capas (ÁLVAREZ MARCOS, 2003) y ya no sólo de forma secuencial y lineal..
- **Interactividad.** El usuario puede **interaccionar con la información** del medio en diversos grados: desde pinchar sobre un enlace y decidir su trayectoria informativa, hasta participar en un foro o, en un grado mayor, elaborar la información, convertirse en **productor** (SALAVERRÍA, 2003; ÁLVAREZ MARCOS, 2003).
- **Instantaneidad.** Internet es una plataforma de publicación que permite la **actualización permanente** de la información al tiempo que facilita su **perdurabilidad** (capacidad de archivar) (GARCÍA DE TORRES, Elvira, POU AMÉRIGO, María José, 2003; ÁLVAREZ MARCOS, 2003).
- **Universalidad.** Se publica sin barreras temporales o geográficas, el público es global (ÁLVAREZ MARCOS; 2003).

Estas características que –en diversos niveles- los medios de comunicación tradicionales han asumido en su paso a Internet se explotan más en el caso de los *weblogs*, nacidos desde la propia red. En “Blogging and the eCommunication Paradigms: 10 principles of the new media scenario”, presentado como ponencia del primer BlogTalk,⁵ el investigador en comunicación José Luis Orihuela desgranaba y ajustaba el fenómeno **blog** a los que son, a su juicio, los cambios del **nuevo paradigma comunicativo** de la Sociedad de la Información. La **interactividad** en su grado máximo con el usuario como **productor** y explorador, el diálogo y la **conversación** multidireccional como hábito, así como el uso del **hipertexto** tanto en la construcción del discurso como en la gestión informativa y, por tanto, del **conocimiento**, son algunas de los atributos subrayados por el autor y que no sólo sitúan los *blogs* en un estadio distinto de los *mass media*, sino que muestran vías narrativas y formales que los medios de comunicación digitales podrían todavía explorar e incorporar periodísticamente.

3.2.2. Géneros periodísticos y *weblogs*

La traslación de los **géneros periodísticos** de los medios clásicos al modelo digital conlleva ciertos replanteamientos o transformaciones. A la tendencia a la **hibridación** que ya de por sí se observa en los medios tradicionales entre las funciones informativa, interpretativa y argumentativa (opinión), se advierten algunos cambios más originados por la **hipertextualidad**, la **interactividad** y **multimedialidad**, así como por la **instantaneidad**.. La hipertextualidad, con la asociación de piezas, difumina los límites entre textos de diverso género; la multimedialidad combina lenguajes antes

⁵ BlogTalk 1.0, celebrada en Viena en 2003. Primera conferencia sobre blogs en Europa.

independientes y la interactividad propicia la irrupción del diálogo y la participación donde antes sólo parecía existir un camino en una única dirección (SALAVERRÍA, 2005). En este sentido, algunos autores han observado cómo los *weblogs*, que recogen estos rasgos propios del cibermedio, desarrollan pautas comunicativas que se podrían relacionar con algunos géneros periodísticos, más allá del debate sobre si los *blogs* son o no periodismo, un debate en el que no se pretende entrar aquí.

En su análisis sobre los *blogs*, y gracias a su experiencia personal, Rebecca Blood ha detectado cómo los *blogs* “**complementan el periodismo tradicional** evaluando, aumentando, y sobre todo filtrando la información de los periodistas” (BLOOD; 2002: 23), lo que ella no considera, precisamente, periodismo.

Desde un punto de vista diferente, López García observa en este tipo de *blogs* una triple función periodística **informativa, interpretativa y argumentativa**: resaltan noticias de interés (los *bloggers* actuarían como *gatekeepers* informativos), expresan sus opiniones (los comentarios) y aportan su visión personal de una información situada en un tiempo y un espacio (como si se tratara de una crónica comentada de Internet). Retomando la tipología *blog*, el autor establece, de una manera muy genérica, vínculos entre el filtro y la información; los apuntes y la interpretación y la opinión, y los diarios y la opinión (LÓPEZ GARCÍA; 2003).. No obstante, el filtro, precisamente por ser diario de viaje, encajaría también dentro de la crónica, tal y como la describe el propio autor.

Salaverría también traza puentes de similitud entre los *weblogs* y las crónicas; en concreto, el autor considera que ambos “aportan **una reflexión personal sobre acontecimientos de actualidad** de interés general” (SALAVERRÍA; 2005: 157). Es ese sello personal de los *weblogs* es el que hace que Blood vea semejanzas entre el *blog* y una forma de periodismo tradicional, “la opinión y el análisis” (BLOOD; 2002b: 22). De hecho, Salaverría considera necesario observar los *weblogs* en tanto que “en ese entorno se están gestando hoy día muchas de las características formales que reconfigurarán en el futuro estos géneros de autor [crónica y columna de opinión] en los cibermedios” (SALAVERRÍA; 2005: 157)..

Desde la vertiente informativa, Salaverría también recurre a los *weblogs* a la hora de describir la complejidad de la noticia en los medios digitales y destaca una característica de las bitácoras: el comentario de los lectores. Salaverría categoriza las piezas informativas hasta reparar en las **noticias comentadas**, en las que “la elaboración de la información deja de ser patrimonio exclusivo del medio y pasa también a manos de los **lectores**”. Género informativo y dialógico, la noticia comentada permitiría no sólo aportar la opinión de los lectores, sino crear un diálogo en el que se incluiría el lector y que serviría para **ampliar, matizar y corregir** alguna de las informaciones aportadas (SALAVERRÍA; 2005: 118).

Es a ese diálogo autor/lector y en la crónica en vivo ciudadana a lo que aluden algunas de voces para referirse al **periodismo participativo**, ciudadano, en el que la producción periodística sería una especie de **conversación entre periodistas profesionales y ciudadanos**, muchos de ellos expertos en distintos ámbitos o testigos de primera mano de acontecimientos (GILLMOR; 2003).

4. Metodología

Tomando como marco teórico las aportaciones de los distintos autores de los apartados anteriores, y con el fin de estudiar la adaptación periodística y formal de los *weblogs* a la prensa digital, se tomaron como base los *weblogs* activos de dos de los medios digitales más relevantes del panorama periodístico digital en Europa, el diario británico **Guardian.co.uk** o **Guardian Unlimited** y el español **Elmundo.es**. Durante dos semanas, del 25 de abril al 8 de mayo de 2005, se llevó a cabo un análisis descriptivo en el que se tuvieron en cuenta tanto aspectos **cualitativos** como **cuantitativos** con el objetivo de medir y comentar algunos parámetros comunicativos y periodísticos de los **blogs** de estos dos diarios.

4.1. Objeto de estudio

4.1.1. Guardian.co.uk (<http://www.guardian.co.uk/>)

Es el diario digital británico con más audiencia de Gran Bretaña, casi diez millones de visitantes únicos, según ABCe, auditora del diario⁶. Nacido en Internet el año 1999, es la réplica digital del diario *The Guardian* (GUARDIANA). En el año 2001, incorporó el formato blog con The Weblog, uno de los primeros en un medio de comunicación tradicional (GUARDIANb) y en el que se ofrecían diariamente links comentados a diversos puntos de la red. En el año 2004, lo sustituyó por Newsblog, un blog de actualidad. En estos momentos, cuenta con los *blogs*: Newsblog, Gamesblog, Onlineblog, Guideblog y Culture Vulture blog, de reciente creación. También ha cubierto mediante los blogs las elecciones británicas 2005, la competición deportiva Euro 2005 y las elecciones de Estados Unidos de 2004. Guardian Unlimited acoge además el *weblog* del diario *The Observer*. Durante el período de análisis, se siguieron los blogs activos excepto el del diario Observer. En total, fueron cuatro blogs permanentes, **Newsblog** (de actualidad), **Gamesblog** (de videojuegos), **Onlineblog** (de nuevas tecnologías) y **Guideblog** (de ocio), y uno de cobertura puntual, **ElectionBlog 2005**, en el que el análisis se concentró durante la semana de elecciones, la segunda del análisis. En el transcurso de la investigación, los *blogs* de Guardian adaptaron la presentación a la imagen de Electionblog, diseño y estructura final que se ha tenido en cuenta por ser la más actual. Poco antes de presentar este proyecto, Guardian Unlimited acababa de congelar el blog de ocio Guideblog para lanzar los contenidos culturales en Culture Vulture, un nuevo *weblog* colectivo. Con posterioridad al período de análisis, se abrió el blog Euro 2005.

4.1.2. Elmundo.es (<http://www.elmundo.es/>)

Es el diario digital generalista español con más visitantes únicos: más de seis millones de usuarios⁷. Nacido en la segunda mitad de la década de los 90, se ha caracterizado por ser uno de los estandartes del ciberperiodismo en España. En el año 2004 abre su primer *blog*, **El Retiario**, del periodista José Cervera, incluido en el canal de nuevas tecnologías *El Navegante*. Posteriormente, ha lanzando otros blogs: **El decodificador**, del periodista Javier Pérez de Albéniz; **el blog de Victoria**

⁶ En mayo de 2005, Guardian Unlimited, mediante datos de la auditora Red Sheriff & ABCe estimaba la audiencia en 9,990,157 visitantes (<http://adinfo-guardian.co.uk/product-performance/index.shtml>).

⁷ Datos de la entidad de medición OJD Interactiva, que en mayo de 2005 cifraba el número de usuarios únicos en 6.109.576 (<http://ojdinteractiva.ojd.es/alfabetico.php>)

[Prego](#), subdirectora del diario; [El Escorpión](#), del escritor Alejandro Gándara; Blog, James Blog, de Borja Hermoso; Todo el mundo al suelo, de Pilar Portero; Desde el Vaticano, por Rubén Amón y Tras el tsunami, Iratxe Rojo. Los blogs activos durante los 14 días de investigación y de los que, por tanto, se pudo hacer un seguimiento fueron [El Retiario](#), [El Descodificador](#), [El Escorpión](#) y [el blog de Victoria Prego](#). A lo largo de la investigación, los *blogs* experimentaron algunos retoques formales que se han tenido en cuenta. Con posterioridad al período de análisis, se crearon James Blog y el blog de Pilar Portero y que, por esta razón, no se han incluido, al igual de Desde el Vaticano y Tras el tsunami, que cubrieron hechos antes del inicio de la recogida de datos..

4.2. Técnicas

La técnica escogida ha sido el análisis descriptivo **cuantitativo** y **cuantitativo** de los nueve *blogs* objeto de estudio durante 14 días, una semana en el caso de Electionblog, concentrada en los días previos, la jornada electoral y los posteriores. Para ello, se elaboró una **ficha de análisis** en la que se fijaban una serie de **parámetros a medir u observar**, en función de los objetivos y del tipo de blog, de forma diaria o general.. Los objetivos eran analizar la utilización del hipertexto, la interactividad, los elementos multimedia, las funciones periodísticas, con todos los matices existentes; la fidelidad y/o aproximación al modelo *blog*, entendiéndolo en toda su complejidad y riqueza de elementos, la estructura del blog y su emplazamiento en el diario.

Una vez recabados los datos se llevó a cabo un **análisis cuantitativo** de algunas de **las variables** y una **interpretación de las notas**, comentarios y observaciones tomados durante el período de análisis. En total, se analizaron **288 posts**, **26** de *Elmundo.es* y **262** de *Guardian.co.uk*, **136** correspondientes a las dos semanas de estudio de Newsblog, Onlineblog, Gamesblog y Guideblog, y **126** de Electionblog en una semana. También se siguieron los comentarios de los blogs, a excepción de Electionblog.

5. Resultados y análisis

5.1 Actualización y temporalización

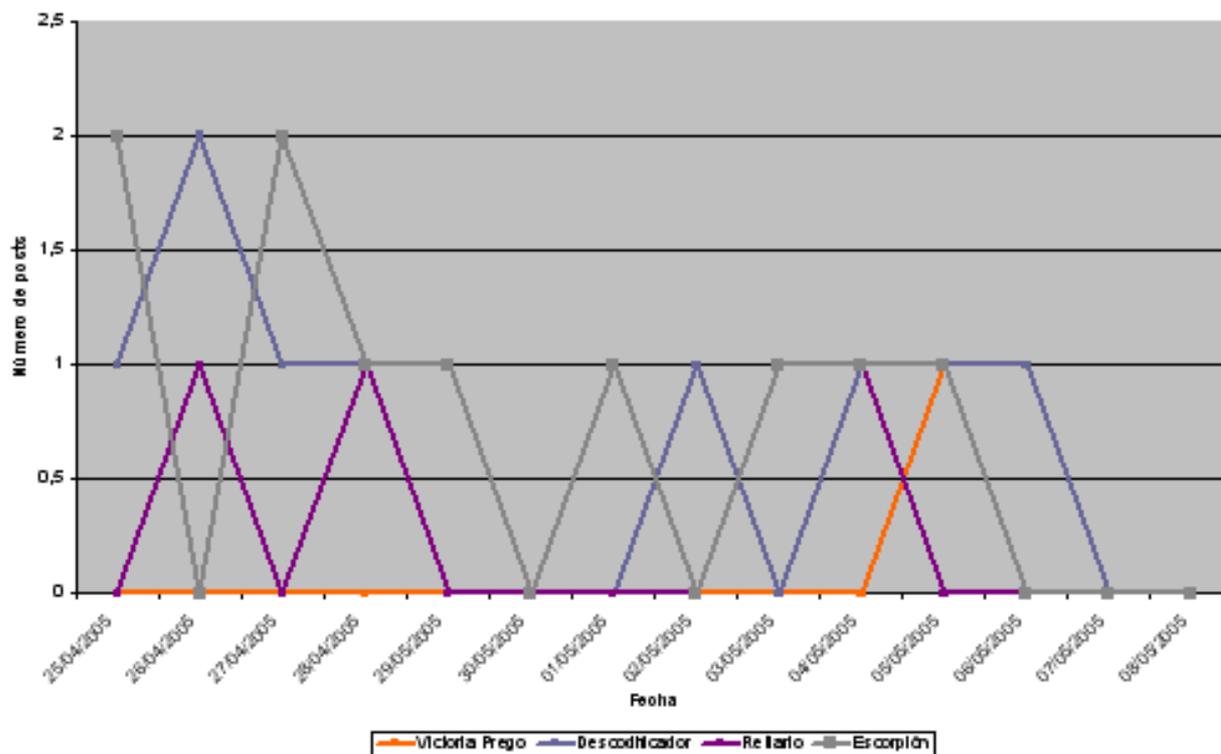
La **instantaneidad** de Internet facilita la rápida actualización de los contenidos, uno de los objetivos de los medios digitales informativos y uno de los rasgos que caracterizan muchos *blogs*, donde los *bloggers* tratan de insertar con asiduidad comentarios o posts.

El estudio del **nivel de actualización** de los weblogs de *Elmundo.es* y *Guardian* muestra resultados opuestos: mientras, en líneas generales, los blogs de *Guardian* tienden a actualizarse **varias veces al día**, prácticamente todos los días de la semana, en el caso de *Elmundo.es*, el nivel de actualización es diverso y escaso. El primero se acercaría más al modelo de **varias entradas por día**, mientras que el segundo seguiría la línea de **una entrada por día y no todos los días**.

La media de actualización en *Elmundo.es* está por debajo de 1 en todos los casos, excepto en El Descodificador y El Escorpión, que alcanza el 1 si se extraen los fines de semana. Victoria Prego, por otro lado, sólo introdujo dos entradas en las dos semanas, mientras que El Retiario lo hizo en cuatro ocasiones.. En *Guardian.co.uk*, la media de *posts* por días, es decir, la **frecuencia de actualización, es mayor**. En todos los casos pasa del post por día, excepto en Guideblog, que se iba a sustituir por

otro *blog* de cultura y ocio. El caso más relevante, sin embargo, es el de Electionblog. La investigación se llevó a cabo durante la segunda semana de mayo, coincidiendo con las elecciones británicas, que se celebraban el 5 de mayo. De ahí el alto número de *posts* por día, más de 18, lo que indicaría un **seguimiento intenso de la actualidad**.

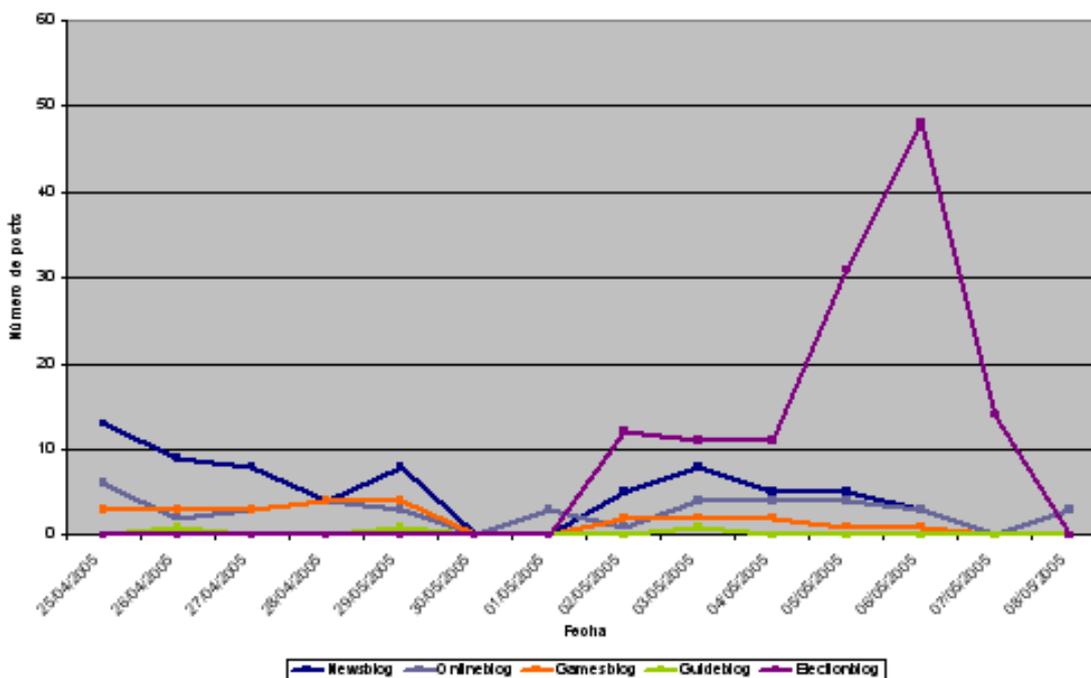
Gráfico 1. Título: *Evolución de la actualización. El mundo.es*



Fuente: El mundo.es/Elaboración propia

La mirada al gráfico de evolución de la actualización de *El mundo.es* (Gráfico 1) confirma un comportamiento irregular en cuanto a la **frecuencia de posts**, pero más o menos **constante** en el **número**, uno por día actualizado, a excepción de El descodificador y en El Escorpión, que introdujeron dos posts al inicio.

Gráfico 2. Título: *Evolución de la actualización. Guardian.co.uk*



Fuente: ElMundo.es/Elaboración propia

En cuanto a *Guardian* (Gráfico 2), se puede apreciar el **pico informativo** que se produce en **Electionblog** entre el 5 y el 6 de mayo, día en el que se conocen los resultados electorales. Precisamente, en esos días cae levemente el número de *posts* del resto de *blogs*, que, en líneas generales, adoptan una frecuencia de actualización muy similar y constante. De hecho, el **Electionblog** es un tipo de producto publicado exclusivamente para reforzar la **cobertura electoral**, mientras que el resto de *blogs* perduran en el tiempo y tratan no tanto **hechos** como **temáticas** (videojuegos, tecnología, cultura, etc..) Lo mismo sucede en *ElMundo.es*: los *blogs* siguen ámbitos concretos pero no acontecimientos –al menos durante el período de análisis-, razón por la cual el número de actualizaciones es similar en el tiempo..

5.2. Autoría

Un *blog*, como se ha visto, es tradicionalmente la **voz de su autor** o su personalidad, que se muestra en la firma de los *posts* y se deja entrever en la visión que ofrece de Internet o la realidad.

Tanto en *Guardian.co.uk* como en *ElMundo.es* los autores de los *blogs* están **identificados**. En el primer caso, todas las bitácoras son de autoría **colectiva**, mientras que en *ElMundo.es* se opta por la **individualidad**. Es por este motivo que *Guardian.co.uk* el autor firma cada uno de los *posts*, cuando en *ElMundo.es* el *blog* pertenece al autor: su firma encabeza la página.

ElMundo.es, sin embargo, **revela poco** o nada de sus autores -independientemente del nivel de popularidad en España-, como tampoco establece un **contacto** directo y privado con el autor, como sería el e-mail. En *Guardian.co.uk*, se adopta la costumbre *blogger* de destinar un **espacio** a conocer algo más del **autor**. Por un lado, alguno de los *blogs*, como son los casos de *Newsblog* y *Gamesblog*,

presentan a cada uno de los autores en secciones denominadas About the site o About the author, donde se explica quiénes son y cuál es su papel en el diario. Guardian va incluso un poco más allá y supraestructura los *blogs* por autores; es decir, cada una de las personas que intervienen escribiendo un *post* tiene su blog, el llamado **ProfileBlog**, en el que se recogen las entradas diseminadas por el autor en las bitácoras temáticas, una breve biografía y su foto. El *blog* de autor no incorpora, sin embargo, datos como listados de otros *blogs* que visita (blogrolls), webs recomendados o artículos suyos. Se entra a cada [ProfileBlog](#) pulsando en la firma del post; se trata, pues, de una capa reticular, tácita en el diario, pero reveladora de cara al usuario. Tampoco enlaza Guardian el autor con lector a través de e-mail en el ProfileBlog, sino que lo inserta en cada uno de los *posts*. El sistema de **comentarios** –utilizado también por El Mundo.es– es el lugar elegido para el encuentro público entre autor y lector.

En ambos medios las **voces** de los autores son, en líneas generales, **periodísticas**. El Mundo.es enrola a informadores y escritores (Victoria Prego, Javier Cervera, Javier Pérez de Albéniz y Alejandro Gándara).. El Guardian sigue una línea parecida. Newsblog está construido por el quehacer de 16 informadores de la edición digital que durante el período de investigación se redujeron a 15, todos ellos **especialistas en diversas áreas**, como política, tecnología o cultura. Onlineblog está mantenido por dos periodistas, que también colaboran en la edición Online, de *Guardian Unlimited*. Los tres autores de Gamesblog son colaboradores de videojuego para *Guardian* y otros medios. Hay al menos una excepción extraperiodística en el Electionblog. Al margen de los redactores, el *blog* cuenta con la **colaboración** de un experto en política y de un **blogger**, Markos Moulitsas, también periodista según su propia web y autor de una de las bitácoras políticas más seguidas en Estados Unidos, [Daily Kos](#). Moulitsas se sumó al grueso de periodistas que cubrían las elecciones con la misión de aportar el contrapunto norteamericano. Como un autor más, dispone de su [ProfileBlog](#). Pero más allá de esta intervención, **resaltada** en la propia *home* del *blog*, no se detectó en el encadenado de *posts* ninguna entrada firmada por un internauta, aunque sí la mención especial a algún lector por su contribución y los *posts* de tres candidatos electorales que defendían sus opciones.

5.3. Hipertextualidad

El origen del **blog** está en el **enlace, materia prima** de las primeras bitácoras, los llamados filtros o listados de links con breves comentarios. Es también el vínculo el que vertebra una narrativa digital que difiere de la comunicación tradicional: la información se presenta por **capas de profundidad**, que se ramifica en Internet dependiendo de la propuesta del autor y la elección del lector. Muchas veces el uso del enlace en los medios digitales se ha circunscrito a los límites de propio medio con la intención de retener al lector. El *blog* original, al contrario, erigía el link en fin y en medio para construir una **comunidad**. Observar la utilización del enlace puede mostrar hasta qué punto los diarios conservan un rasgo histórico de los *blogs* al tiempo que lo introducen como recurso narrativo y documental.. En este sentido, hay que subrayar que *El Mundo.es* y *Guardian.co.uk* muestran, según los datos, dos comportamientos diferentes. El primero manifiesta una **resistencia a utilizar el enlace**, mientras que el otro lo **inserta** como fuente, motivo, contexto o texto.

5.3.1. Enlaces internos y externos

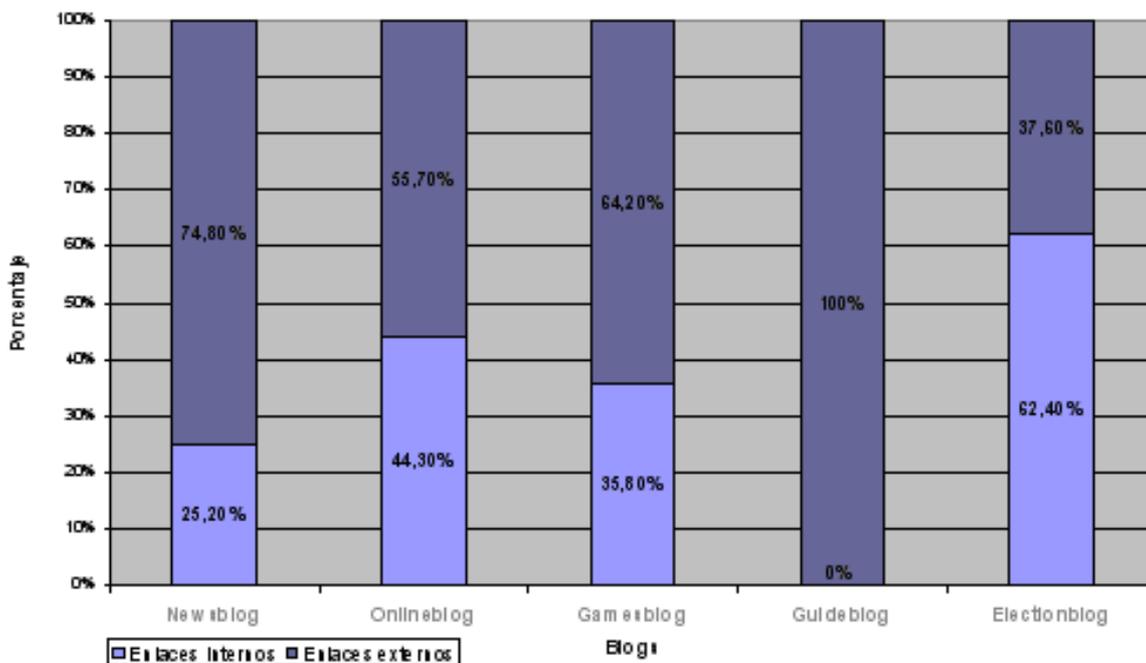
Difícilmente se pueden encontrar *posts* con enlace en **El Mundo.es**. Sólo **El Retiario**, blog tecnológico, lo utiliza con fines narrativos (enlace a una noticia anterior), documentales (la definición

de una palabra, por ejemplo) o como origen del comentario (a partir de una noticia externa). La media de link por *post* en este *blog* es de **6 enlaces**, cuando El *blog* de **Victoria Prego no incluye** ninguno o El Descodificador introduce uno en 10 posts y El Escorpión, 2 en el mismo número de piezas. Una de las razones puede radicar en el carácter reflexivo sobre la realidad de parte de las piezas, lejos de centrarse en Internet y las nuevas tecnologías.. **El Retiario** no rehúye de enviar usuarios fuera de la web de *Elmundo.es*: el **83,3%** de los links son **externos**, mientras que sólo un **16,7%** son internos, a noticias del diario. Muchos de los enlaces se dirigen a diarios o medios digitales extranjeros, fuente noticiosa de los comentarios de El Retiario, que, sin embargo, no incluyó enlaces a diarios españoles (o la competencia) durante el período estudiado..

Entre los blogs de **Guardian.co.uk**, se percibe una **tendencia a insertar** en los posts *links* como norma o hábito. Así, la totalidad de entradas de Newsblog y Onlineblog -68 y 40, respectivamente- incluyen algún enlace. En Gamesblog alcanza el 92% de las piezas; esto es, sólo dos entradas no tenían hipervínculo. En cuanto a Guideblog, el 66,7% tenía algún link, pero este dato, quizá como el de Victoria Prego, es menos relevante en tanto que el número de posts (tres) en las dos semanas estudio fue muy bajo como para extraer una conclusión relevante. Se desmarca de la norma Electionblog. En el blog electoral, un 54,3% de los posts incluían links por un 45,7% sin estos. Una de las interpretaciones es que buena parte de las entradas de blog se centraban en **información de última hora** sobre el recuento electoral o eran **rápidos análisis** de autor sobre lo que sucedía.

El uso del link en el *post* es, por otro lado y en cierta forma, exhaustivo. En las piezas donde se insertan, se observa un **número medio de enlaces relevante**. Por ejemplo, los posts de Newsblog contienen de media 5,1 links; Onlineblog, 2,6 enlaces; Gamesblog, 2,7; Guideblog, 6, y Electionblog, 2,9.

Gráfico 3. Título: Proporción de enlaces internos/externos en Guardian



Fuente: Guardian.co.uk/Elaboración propia

Como se distingue a primera vista en el gráfico 3, **Guardian.co.uk** produce un porcentaje muy alto de links que desvían el **tráfico al exterior** de la web, en la línea de los *blogs* clásicos. Más allá del caso de Guideblog, **Newsblog**, la bitácora de actualidad, destina casi un **75%** de sus enlaces a **webs externas**. Este blog tiene además una media bastante alta de enlace por post; de hecho, algunas de los posts que elabora son compilaciones de links, tanto a elementos externos como internos. Así la sección **Linklog** recoge casi cada día una lista de cinco links destacados por el autor, lo mismo que **Pick of the day**, que comenta un enlace en concreto, a veces recomendado por un lector. Tanto en un caso como en el otro se trata de webs curiosas y muchas veces, *blogs*. Por otro lado, con frecuencia, las noticias de Newsblog toman como base noticias o comentarios aparecidos en otras webs –incluidos medios de comunicación de la competencia– que el autor **comenta o complementa**, al tiempo que recurre a los links para **documentar** la información. A esta función de **filtro externo** se añade también el interno, como son la presentación de un **sumario** de links con lo que va a cubrir el diario ese día y el **avance** del blog electoral (esto último durante el período de estudio). Esta combinación de filtro con documentación explicaría la media tan alta de enlaces..

En cambio, **Electionblog** contiene menos links, que son sobre todo **internos**. Y es que Electionblog aprovecha el especial electoral del diario para enlazar a perfiles de cada distrito electoral y de algunos candidatos, o informaciones documentales. Los enlaces a *posts* del propio *blog* y, sobre todo, a artículos de reporteros de *Guardian* también influirían a la hora de decantar la balanza. En cuanto a los links externos, una proporción de ellos se destina a la cobertura de otros medios (*BBC*, *Times*, *Daily Telegraph*, *Daily Mirror*, *Financial Times*, *The Sun*, etc.) como si se tratara **revista de prensa**.. Otros apuntan a *blogs*, webs de campaña y de candidatos.

En **Gamesblog**, gana también el **enlace externo** por encima del interno. En *The week was* se publica un *post* resumen de la semana del blog, pero la tendencia a tratar noticias de otros medios o *blogs*, así como la acreditación de fuentes de primera mano (marcas de juegos, por ejemplo) hacen ganar peso a lo exterior.. En **Onlineblog**, aunque son más los vínculos externos, los links internos aparecen más, sobre todo gracias al sumario del suplemento digital Online. La utilización del filtro para apuntar a noticias de otros medios con un breve comentario personal del autor explicaría la preponderancia del link exterior..

5.3.2. Permalinks y trackbacks

El enlace permanente o **permalink** facilita que otras webs puedan enlazar un *post* directamente, lo que afina mucho más la creación del hipertexto y supera el inconveniente de la caducidad de los enlaces. Si la comunidad de *bloggers* se teje en el hipertexto, se deben evitar, pues, los agujeros. Tanto los *blogs* de *Elmundo.es* como los *Guardian.co.uk* lo introducen en cada post o entrada. El caso de *Elmundo.es* es más reciente –de principios de junio– y todavía no se ha incorporado a El Retiario. *Guardian.co.uk* lo ha generalizado. Este diario también ha puesto en funcionamiento –aunque sólo se ha detectado en el Electionblog– un sistema de **trackback**, lo que ellos denominan *Incoming links*. Durante la semana electoral, se contaron hasta 48 enlaces de *trackback* a *posts* de *Guardian*, muchos de ellos múltiples, lo que parece indicar que cuando un usuario crea un vínculo, otro suele replicarlo por la blogosfera.. *Elmundo.es* parece no tener implementado un sistema que permita saber si, qué y quién enlaza las piezas de autor.

5.4. Interactividad

La **acción del usuario** en cualquier medio digital se mide en distintos grados: desde el simple clic a un enlace, a la participación en un foro o un encuentro digital o la contribución a una noticia e incluso la **elaboración de la información**. Los *blogs* articulan parte de la interacción a través de los comentarios, “conversación de café” donde se encuentran los internautas con el autor y en donde los *posts* se matizan y enriquecen..

Siguiendo el formato *blog*, tanto *Elmundo.es* como *Guardian.co.uk* ensamblan **sistemas de comentarios** en el mecanismo de las bitácoras. El primero lo canaliza a través de un **hipervínculo externo** en cada post que conduce a un espacio de **foros** consagrado a los *blogs*, donde se abre una conversación por cada entrada del *blog*. *Guardian* –en un reflejo del estilo más habitual entre los *weblogs*- inserta el hilo de comentarios así como el formulario para crearlos en cada post. *Elmundo.es* avisa de la posibilidad de opinar (“Opine o lea comentarios sobre este tema”), pero no informa de la actividad que ha generado en el propio post. En *Guardian.co.uk*, el usuario tropieza en cada post con un simple “Comments” donde se cuantifican los comentarios.

Ambas **herramientas son bastante utilizadas** por los internautas que visitan los blogs de estos medios. En *Elmundo.es*, el 100% de los *posts* de la bitácora de Victoria Prego y de El Retiario así como el 90% de los de El Escorpión y El Descodificador tienen réplica en los comentarios. Hay que matizar, sin embargo, que el número de *posts* de estos dos últimos *blogs* es más alto que el de los dos primeros. Los usuarios, por otro lado, no sólo participan, sino que lo hacen con cierta energía. Por ejemplo, las medias de repuestas por post que contienen comentarios van de las 4,7 del blog cultural El escorpión a las 13,5 de la bitácora política de Victoria Prego.. En lo que respecta a *Guardian.co.uk*, el porcentaje de *posts* con comentarios es alto o muy alto, y varía de los dos tercios de Newsblog a casi la totalidad de los *posts* de Gamesblog. Aquí hay que aclarar que el número de actualizaciones por día y post –como se observó con anterioridad- es bastante alto por lo que estos porcentajes resultan considerables; esto es, **el número final de participaciones** es bastante **elevado..**

Los *posts* de los *blogs* de *Elmundo.es* son, sobre todo, **opiniones** de los lectores sobre el tema del que trata el autor, además de **críticas** a la propia columna del periodistas y, en ocasiones, **réplicas** que complementan la información aportando datos, ya sean basados en la experiencia del usuario o porque éste sea experto en un tema. Es el caso del post reflexivo [Dilemas de la vida](#) de El Escorpión, que desencadena una cascada de [opiniones](#) sobre el índice de lectura en España, entre ellos algún comentario con datos complementarios. A pesar de que algunos autores de comentarios se repiten, y más en algunos *blogs* que en otros, es difícil apreciar si en torno a estos se ha tejido una verdadera comunidad, sobre todo teniendo en cuenta la limitación temporal y el número, por tanto, de *posts* que se ha analizado. Sí que se ha observado que la relación o **conversación internauta-autor** es **escasa**. Los lectores apelan a menudo al autor (“Querido Gándara”, “Victoria” o “Pepe”) e incluso, como se ha comentado, rectifican, contraponen su visión a la de éste; sin embargo, los **autores** no se introducen en el espacio de los comentarios para proseguir la reflexión o entablar un diálogo con los usuarios. El único comentario en el que uno de los autores de *Elmundo.es* participó y se identificó como tal pertenece a El Retiario, donde José Cervera [interviene](#) para responder a un comentario ofensivo. Sí que se produce algún intento de aprovechar el *feed-back* del lector, para que éste acabe de construir lo iniciado por el autor, en una especie de **interacción narrativa**. Por ejemplo, Alejandro Gándara propone un enigma, [El rabo y el perro](#), e invita indirectamente a los lectores a interpretarlo, algo que, efectivamente, [harán](#). Así pues, el espacio de los comentarios se revela un

punto de encuentro entre lectores, donde estos **vierten sus opiniones**, más que de **diálogo directo con el autor**, quien sin participar sí que puede seguir las intervenciones..

En **Guardian.co.uk**, se ahonda más en la relación lector-autor y en la aportación del lector a web: desde la simple opinión, a la colaboración o la *recreación* de la noticia. Los usuarios de Newsblog, así como también en los otros *blogs*, suelen contribuir recomendando webs o **enviando informaciones** que después se destacan en el Link log o el Pick of the Day, colaboración que los autores agradecen (información “vía...”, “thanks to...”). Y es que, en general, en los posts de los autores de Guardian hay cierta tendencia a **preguntar** al lector, a dejar la **vía abierta** para que los internautas aporten su grano de arena en los comentarios y a pedir su participación, por ejemplo, en **concursos**. Los lectores también opinan, critican o rectifican pero, en ocasiones, **amplían** o acaban de perfilar la información del autor con más datos. Sin la posibilidad de discernir si se forma una comunidad, sí que se ha constatado la repetición de algunos comentaristas y sí se puede confirmar que los **autores** de los blogs **se internan en las conversaciones**: no lo hacen todos, pero los que lo hacen intentan aclarar conceptos o responden alguna intervención. Se percibe, pues, un diálogo que deriva en una mejora informativa. Hay, no obstante, algunos matices según los blogs..

En **Newsblog**, la participación es media-alta, con comentarios en un 63,2% de las entradas, que alcanzan las 1.075 en los 14 días de investigación. Los posts de política son los que generan debates más intensos. Sólo cuatro *posts* concentran el 58,11% de los comentarios: tres tienen relación con la política nacional o la internacional, en concreto, Estados Unidos; el otro post que genera una riada de comentarios-felicitaciones es el anuncio que *Guardian* ha recibido un premio Webby al mejor diario. El espacio de comentarios es el lugar también donde los lectores **complementan la información del blog**.. Por ejemplo, en [Hurling towards the future](#), que habla de cómo Vietnam afronta los 30 años del final de la guerra, un lector informa de está intentado elaborar una galería de fotos en [Flickr](#) con fotos de *bloggers* del país asiático; en el mismo post, otro comenta que la mítica foto que acompaña el texto no es lo que históricamente se ha hecho pensar y ofrece un link a *The New York Times* donde se amplía el tema. Ambas aportaciones son valiosas informativamente, una complementa y la otra redefine o rectifica, ambas dan continuidad y redondean la información. En otras ocasiones, **se da pie al lector** para que participe en la información. Tal es el caso de [The Best of British](#), en el que se pide la opinión de los autores sobre los mejores artistas británicos, o en [Blog roundup](#), donde se listan los *blogs* enviados por los usuarios. Ahora bien, el **diálogo** o **conversación** entre autor-lector es pobre, aunque existe: hubo dos aportaciones de alguno de los periodistas durante el período analizado para aclarar ciertos aspectos de una información.

También en **Gamesblog** se da la bienvenida a los lectores incitándoles a participar. Y se hace de forma indirecta o directa. En el post [Technical books would suit cookbooks](#), la autora pregunta a los internautas en un tono coloquial y cercano si algunas fotos de *gadgets* son similares a las de los libros de cocina. Los lectores no dejan el *post* sin respuesta. La colaboración es otra de las vías de participación, como en [Game for a Google](#), donde **aportan material sobre un juego**. Esta participación se intensifica en el hilo de comentarios a los *posts*, donde se aprecia la relevante aportación de los internautas a la hora de **construir el discurso informativo**. En líneas generales, los lectores de Gamesblog son usuarios expertos de videojuegos y, por tanto, son capaces de mejorar la información o ampliarla en sus aportaciones. Dos ejemplos de ello son los *posts* [PSP 1st september](#) y [Sony's Cell explained to boffin](#). En el primero, el autor se limita a anunciar la fecha de comercialización de la PlayStation portátil de Sony. Entre la marea, muchos lectores que ya la han comprado de importación hablan de las características del aparato, de su experiencia, de las

prestaciones e introducen un debate.. La noticia tiene aquí una continuidad informativa entremezclada con opinión en la **voz de los internautas**.. En el segundo caso, el propio autor confiesa –en un tono desenfadado- que está intentado entender un informe sobre la Play Station 3 y que posterga su comentario; algunos usuarios intervendrán con explicaciones sobre el informe y más enlaces complementarios antes de que el autor lo haga. La **huella del autor** se ve -aunque poco- entre los **comentarios** y opiniones de los lectores, sobre todo con la intención de aclarar algún aspecto o con el fin de intercambiar de manera informal opiniones con algún usuario, como en [360 vs Revolution: two blurred but beguiling visions of the future](#) (el autor es Keef). En total, de los 226 comentarios, sólo se han detectado 5 de los autores, lo que arroja una ratio muy baja. Es difícil, por otro lado, estimar si entre los usuarios se ha vertebrado una **comunidad**, aunque se repiten comentaristas y se da cierto ambiente colaborativo.. Quizá una pista sea el comentario de uno de los internautas en al *post* anterior: preguntaba si por qué se habían esfumado algunos habituales del *blog*..

En **Onlineblog** reaparecen algunas de las pautas anteriores, como la de los usuarios que tienden a expresar su opinión. Pero hay que resaltar aquí la importante **intervención del autor**, sobre todo de uno de los dos que mantienen el blog, Bobbie.. La presencia del autor alcanza el 21,4% de los posts que tienen comentarios. De hecho, sólo uno aporta el 5,8% del total de comentarios registrados, incluyendo a lectores. De esta forma, da respuesta a usuarios que piden más información o le rectifican, como es el caso de [Tiger demonstration](#), donde el autor utiliza el espacio de comentarios para dar más detalles de su primera toma de contacto con un nuevo sistema operativo para Mac, un gesto que un usuario le agradecerá.. Este autor es el que **anima más a la participación** de los usuarios con un estilo directo, coloquial e incluso jocoso, tendiendo a finalizar sus *posts* con un comentario o una pregunta, o directamente una propuesta de actividad para los lectores, como en [Brothels in Maidstone](#) o en el concurso [Friday caption competition](#), deberes que muchos de ellos cumplen..

5.5. Multimedialidad

Los *blogs* han ido evolucionado de lo **textual** a formatos donde priman la **imagen**, el **audio** o el **vídeo**. Tales son los casos de los **fotoblogs** (imagen estática), los **videoblogs** (vídeo) y el **audioblog** (audio), así como el **Podcast** (suscripción y envío de feeds de audio, como en el RSS). Algunos de ellos combinan más de un lenguaje, con *posts* textuales donde se inserta imagen –y menos- audio y vídeo.

Los *blogs* de *Elmundo.es* y de *Guardian.co.uk* son básicamente **textuales**. En el caso de *Elmundo.es*, tanto el blog de Victoria Prego, como el de El escorpión y El descodificador introducen en cada entrada una **imagen**, que suele ser más un recurso que **acompaña** la información que un elemento con valor por sí mismo. El Retiario, que tiene un diseño distinto a los otros tres, no incluye la imagen. **Ni el audio ni el vídeo** son formatos a los que los autores recurran en sus comentarios.

La **imagen** tiene una presencia diversa en los blogs de *Guardian.co.uk*. En este sentido, **Newsblog** presenta un modelo esencialmente textual, aunque incluye en la *home* de forma muy destacada **The picture of the day**, una especie de fotonoticia o impacto gráfico. En el resto de posts, las fotos se dosifican en función de la información. Sólo un **17,6%** de las entradas incluyen imágenes, que con el rediseño adquieren un formato panorámico. Esas imágenes tienen en muchas ocasiones un componente informativo, como el primer vuelo del [Airbus](#), la noticia sobre los [dibujos](#) de los niños de

Darfur o las [imágenes espaciales](#) de Hubble. La presencia del **audio** es irrelevante. Sólo se ha detectado un *post* con archivo de sonido, una crónica de un corresponsal en Iraq incluido en los [sumarios](#) del blog. El vídeo no se utilizó durante el período estudiado..

En **Gamesblog**, el porcentaje de *posts* con **imagen aumenta** hasta el 60%, sobre todo porque se intenta ilustrar muchas de las informaciones de juegos con componentes visuales. En cambio, en **Onlineblog** su uso es mucho más residual y sólo alcanza al 17,5% de los *posts*, una cifra similar a la de Newsblog, con la salvedad de que en este caso el uso de la imagen es más decorativo que informativo. Ni en uno ni en otro se introducen vídeo o audio.

Electionblog también inserta fotos, pero sólo en casos muy específicos y quizá relevantes informativamente: sólo 11 de los 127 *posts*, esto es, un 8,6% del total, incluye una imagen (foto o gráfico). Casi siempre la imagen tienen sentido por sí misma y presenta a los candidatos en actos o ruedas de prensa. Así, Electionblog publica de madrugada las [primeras fotos](#) tras la victoria electoral de Tony Blair. Y aunque Electionblog tiene abierta una sección especial destinada a fotonoticias, Photographs, ésta no se actualizó durante el período estudiado. Sí que se aprovecha la imagen para canalizar la **participación** de los ciudadanos mediante [The Blair Watch Project](#), una galería de imágenes abierta en Flickr. **Electionblog** también anuncia la puesta en marcha de **Podcast**, que permite la suscripción a un servicio de archivos de audio, con el fin de transmitir crónicas de los reporteros durante la campaña electoral. No se pudo certificar su funcionamiento al recibir sólo el primero archivo y sin audio.

5.6. Fórmula *blog* y periodismo

Como se ha observado en el marco teórico, en los distintos tipos de *blogs* se pueden hallar rasgos próximos a algunos **estilos periodísticos**. En la asunción que los diarios tradicionales han hecho de los *blogs* se descubren usos, adaptaciones, que se amoldan a los formatos clásicos del periodismo, al tiempo que exploran y difuminan otros. Los *blogs* se utilizan como formato de presentación de los contenidos, aprovechando, en mayor o menor medida, algunas de sus utilidades y su estilo, todo ello dependiendo no sólo del diario, sino también de la personalidad que hay detrás de cada bitácora.

Los *blogs* de *Elmundo.es* utilizan, en general, la tipología *blog* del **apunte** o el **cuaderno**, de piezas largas (de entre 1.500 a 2.000 de media), de frecuencia más o menos diaria en las que el autor reflexiona sobre el mundo que le rodea, en este caso, la actualidad tamizada según el enfoque temático de la bitácora: cultura (El Escorpión), televisión (El descodificador) o la política (Victoria Prego). Sus reflexiones son indisolubles de la personalidad, puntos de vista y estilo del autor: corrosivo e irónico de Javier Pérez de Albéniz; literario y culto de Alejandro Gándara, directo y contundente de Victoria Prego. Su referencia es la realidad, que no encuentra espejo en Internet. Los enlaces, el hipertexto, como se ha podido observar no son ya secundarios, sino prescindibles para estos autores, al igual que son testimoniales en bitácoras del tipo de los cuadernos o incluso los diarios. Esa toma de posición personal respecto de la realidad constituye la esencia de estos *weblogs*, réplica virtual de lo que serían las **columnas de opinión** de los medios tradicionales. Pérez de Albéniz repasa la televisión del momento sin tapujos, como en [Sombras y luces](#), y recupera en el *blog* la crítica televisiva. Victoria Prego se ciñe a dar su visión de la vida política, al menos durante el período analizado, como en [Nada entre dos platos](#). Alejandro Gándara cavila sobre la cultura en España, como en [Solemnidad y pobreza](#). *El Retirario* también ejerce esa misión de **análisis**, en este caso, de las nuevas tecnologías e Internet. Las larguísimas piezas, de más de 3.000 caracteres

de media, están trufadas de enlaces. La actualidad tiene su origen y su fin en la red. El autor utiliza el filtro de las noticias de Internet para situar el tema, sobre el que opina en un texto en el que se introduce el link de documentación o contexto, como en [Google y el lado oscuro](#). De hecho, José Cervera define como opinión su bitácora en la única réplica que le hace a un lector: “Retiario no es un blog de noticias de última hora, sino de opinión y análisis. Si no te gusta mi opinión, tengo otras; e Internet (afortunadamente) está repleta..”

En **Guardian** los estilos son tan distintos como los autores que escriben los *blogs* colectivos y tan diversos como las posibilidades del medio. La huella del autor, de los lectores y de la tradición hipertextual e informal del blog impregnan muchas de las piezas, que transitan entre la información, la opinión y la interpretación, en piezas a veces híbridas o contenedoras de diversos géneros.

Entre un cajón de sastre donde todo cabe y un reflejo de los apuntes personales de los periodistas de *Guardian Unlimited*, en **Newsblog** converge lo noticioso –quizá no siempre lo más noticioso- y lo anecdótico, en una especie de nuevo medio que discurre a veces por otros derroteros de la actualidad, la actualidad que piensan y escriben sus redactores. Todas las piezas, largas y cortas (un máximo de 3.677, un mínimo de 132 y una media de 1.011), profundas o anecdóticas, informales y asépticas, trabajadas o espontáneas, tienen un espacio similar de presentación y gozan de la relevancia que les puede dar la hora en las que han sido colgadas, la única jerarquía establecida por el *blog*. Tampoco este dato, la hora, la actualización inmediata parece ser significativo, en el sentido de que son pocas o escasas las noticias de “última hora” que se cuelgan o que pretendan parecerlo en un *blog* como éste, considerado de actualidad. Las piezas tienen su punto de partida a veces en la red (filtro) o en la realidad, base que toma el autor a veces para reflexionar acercándose al concepto uniforme que ha implantado *Elmundo.es*.

En él abundan lo que López García ha llamado **crónica de Internet**, además de los **sumarios** y las piezas de **análisis** que parten de la información hasta llegar a la opinión. Ejemplos de **crónica de Internet** serían los filtros [Linklog](#) o [The Pick of the day](#), donde se listan o comentan webs por las que el autor ha navegado. También este tipo de filtro, de crónica internauta comentada, se podría aplicar a piezas como [Ghost story](#), donde el autor parte de la conmemoración del desastre de Chernobyl para sacar a la luz un *blog* de una mujer que dice que haber visitado y fotografiado la zona.. El filtro también se aplica de forma interna en los [On Guardian Unlimited Today](#), que se publican diariamente y que no son más que una suerte de **sumarios** mínimamente comentados con las previsiones informativas más destacadas del diario y del *blog*.. Similar objetivo tiene [On our electoral blog](#), aunque con el filtro puesto en la marea informativa del *weblog* electoral.

Otro de los modelos son las piezas de **análisis y comentario**, que tienen sus raíces en la actualidad, ya sea con filtro o no sobre Internet, en el que el autor se surte de más datos, enlaces o recursos para revisar un tema, dejando traslucir por su estilo o postura su visión personal. El autor expone e interpreta, pero también aporta su punto de vista.. Tal es el caso de [Over to .eu](#), donde el autor comenta la decisión de introducir el dominio de Internet .eu; [No they're not in Syria, either](#), sobre las armas de destrucción masiva que supuestamente había en Iraq o Siria, o [Flying high](#), sobre el primer vuelo del Airbus A380 y la competencia con Boeing.

Algunos de los *posts* derivan hacia la **interpretación**, en un tipo de pieza entre la crónica de Internet y el reportaje documental, como es el caso de [Hurling towards future](#), donde el autor intenta explicar con la única herramienta de Internet y contraponiendo enlaces cómo se vive en Vietnam la conmemoración de la guerra, o [Lest we forget](#), donde se explica la batalla de Gallípoli en un

reportaje hipertextual e informativo, construido en base a otros relatos y documentos. Entre la información y la interpretación, Newsblog apuesta por la **crónica en directo** para experimentar con la cobertura de acontecimientos, como es la pieza donde un periodista [retransmite](#) una conferencia de blogs en París.

Las **noticias** son otro de los núcleos de la labor informativa de Newsblog. Por un lado, se encuentran noticias informativas sin valoración, como [Weee man unveiled](#), sobre la exhibición de una escultura hecha con materiales desechados, o [Images of terror in Darfur](#), un reportaje construido hipertextualmente o intertextualmente, donde se apuntan a las imágenes, a audios y a webs, de los que se toman piezas, para construir un relato sobre los dibujos de los niños que viven entre los refugiados de Sudán. Otras informaciones pasan el filtro del autor desde Internet o el propio diario para ampliarse en el diario no tanto con comentarios sino con **más información**: eso sucede en [Boycott fears](#), donde se apunta cómo la noticia del boicot de universidades británicas a estudiantes israelíes preocupa a dos de los participantes de una iniciativa palestinoisraelí seguida en la web de *Guardian*..

Entre esa diversa muestra de noticias, géneros, hibridaciones, aparecen también noticias no actuales, **noticias anecdóticas**, noticias absurdas o increíbles, extraídas de la Red a través del filtro del autor o de algún otro internauta. Un ejemplo de ellos sería [Nancy state](#), donde se trata –no sin cierto humor después criticado por los lectores- la escalada de detenciones de niños en Estados Unidos por simples rabietas en clase.

La imagen tiene su propio género, la **fotonoticia**, tanto en la portada como en el interior del blog. Para muestra, la información sobre el telescopio [Hubble](#).

En **Onlineblog**, y con cierta diferencia respecto de Newsblog, la huella del autor –sobre todo del que lleva más el peso durante los días de investigación, Bobbie Johnson- se percibe en cada *post*, a veces **filtro** de noticias aparecidas en Internet o de noticias que han llegado a sus manos (notas de prensa o estudios). En casi todos los casos, el autor apunta cierta información y la remata con un comentario final, una sentencia o una pregunta que abre la vía a la participación de los internautas. Informa y opina, solapa lo uno con lo otro, en noticias comentadas, apuntes anecdóticos o críticas de productos. Un caso de noticia filtrada de Internet y comentada sería [The blog to end all blogs](#), donde el autor informa y critica abiertamente un *blog* colectivo de famosos, o [Torvalds gives incide skinny on Git](#), de Jack Schofield, donde se sigue la estructura de información filtrada más opinión. La crítica vendría de la mano de [Tiger demonstration](#), en la que el periodista comenta sus primeras impresiones sobre el nuevo sistema operativo para Mac. Todo ello con un estilo siempre cercano al lector: habla de compartir, les pide opinión, les habla. Por otro lado, en un recurso que utiliza también Newsblog, el blog publica un [sumario](#) de las noticias que aparecen en el suplemento online, filtra lo interno para promocionarlo entre los usuarios.

Siguiendo un estilo similar al de Onlineblog, pero pasado por el enfoque de sus autores, **Gamesblog** también tiende a hacer pequeños **apuntes** o **comentarios** sobre **noticias**, tanto filtradas de la red como aquéllas que han recibido o cubierto, en una especial cercanía al lector, con un lenguaje coloquial y directo, lejos del meramente informativo. En efecto, muchos de los posts, tanto aquí como en Onlineblog, se perciben como comentarios entre amigo o de un autor a un grupo de lectores conocido, no indiscriminado. Las noticias se explican, se cuentan, se **comparten**. Entre los *posts* se pueden encontrar [Scarface](#), donde el autor hace una crítica rápida de un juego tras su presentación; o [Gamics= Game+Comics](#), un pequeño descubrimiento en la red de la autora y que comparte con

los internautas.. En ocasiones, también se deja la puerta abierta a la participación, como en la pieza de análisis o comentario [Videogame console design: the ten most interesting examples in history](#), una propuesta del autor sobre los mejores diseños de consolas en las que se pide a lo usuarios que hagan su elección..

A algunos de los recursos periodísticos habituales en los blogs de Guardian, **Electionblog** añade la exploración de la **inmediatez** y la **actualización** aplicada al *blog*: su objetivo es informar de la campaña y la jornada electoral. No se trata exactamente de un *blog* que actúe como filtro o como cuaderno o apunte, simplemente es un *blog* que replica un acontecimiento. Así, en la [noche electoral](#), por el carrusel de piezas desfilan continuas actualizaciones con pequeños [flashes informativos](#) de resultados relevantes, cortos [análisis](#) sobre qué es lo que está o podría estar sucediendo (todo ello en un terreno que se mueve a veces entre el rumor y la intuición) o [crónicas en directo](#) de reporteros desplazados a lugares relevantes. Esta cobertura sincrónica y de estilos diversos se complementa con los comentarios [críticos](#) sobre la cobertura televisiva de otra de las redactoras. Al avanzar la noche, las piezas de análisis ganan en profundidad y precisión. En las jornadas previas al día de las elecciones, abundaban los artículos de análisis u [opinión](#) política, la crónica de [conferencias de prensa](#) de los candidatos, así como pequeñas [noticias](#) no comentadas, escritas en un estilo más neutro que el de otros blogs y [reportajes](#).. Entremezcladas, se sitúan piezas tipo **filtro**, al estilo clásico de los weblogs, con apuntes a noticias, [webs](#) o blogs de Internet, y filtros externos de los titulares de la competencia, a modo de [revista de prensa](#).. Si el estilo, en general, es mucho más aséptico, el diario intenta ser cercano al lector con comentarios sobre el [posicionamiento del diario](#), así como las apuestas de los propios [periodistas](#).

5.7. Herramientas *blog* en el diario

La permeabilidad del diario a la hora de introducir algunas herramientas saca a relucir el nivel de **profundización** de cada modelo en el formato blog. Como se ha especificado en el punto 3.1.3., las bitácoras han ido incorporando numerosas herramientas que facilitan la comunicación, la interactividad, la gestión de la información, la actualización o la comunidad. En la tabla 1 se puede observar blog a blog qué elementos y herramientas se insertan.

Tabla 1. Título: *Presencia de utilidades blog*

	ELMUNDO.ES					GUARDIAN.CO.UK			
	RET	DESC	ESC	VP	NE	ON	GA	EL	GU
Permalink	NO	SI	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
Linklog	NO	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	SÍ	NO	NO
Trackback	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO
Comentarios	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
Blogroll	NO	SÍ	SÍ	NO	NO	NO	NO	N/S	SÍ
Acerca... Blog	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
Acerca... autor	NO	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	NO
Citación	NO	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	NO
Rectificación	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Búsqueda	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
Archivo tiempo	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	S/N	S/N	S/N	S/N	SÍ
Cat. Autor	-	-	-	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	NO
Cat. Tag	NO	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	NO
Cat. Tema	NO	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
RSS/RTF/Atom	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
Lo último	NO	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	SÍ	NO	NO
E-mail	NO	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
Datación	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
Hora	NO	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

RET/EL RETIARIO
DESC/EL
DESCODIFICADOR
ESC/EL ESCORPIÓN

VP/VICTORIA
PREGO
NE/NEWSBLOG
ON/ONLINEBLOG

GA/GAMESBLOG
EL/ELECTIONBLOG
GU/GUIDEBLOG

Fuente: Elmundo.es/Guardian/Elaboración propia

El **permalink** o link permanente es una constante en todos los blogs, tanto de *Elmundo.es* como de *Guardian.co.uk*. El diario español las incluyó recientemente, dentro de los retoques de la web. En cuanto al **linklog**, se trata de una especie de carrusel de hipervínculos a webs, *blogs*, medios y noticias, selección de los autores de los *blog*. Es un recurso utilizado tanto por Newsblog, Onlineblog y Gamesblog, pero no por los webs de *Elmundo.es*, que tienden a ser más cerrados evitando los vínculos externos. Esto se confirma con el **blogroll**, un listado de *blogs* recomendados o que visita habitualmente el autor. En *Guardian.co.uk* quedan en cierta manera absorbidos por el **linklog**, aunque se han marcado de forma negativa porque no se identifican como *blogrolls*, a excepción de Electionblog, que contiene en sus secciones un Blogwatch de lo que publican otros *blogs*. *Elmundo.es* sí que lo introduce en tres casos pero se trata de un sucedáneo de blogroll en tanto que las bitácoras destacadas son las propias del diario.

En cambio, tanto *Elmundo.es* como *Guardian* coinciden en no utilizar el **trackback**... Sólo el Electionblog, como ya se ha concretado con anterioridad, tiene activado el **trackback** y recibe comentarios a sus piezas desde otras bitácoras.. En **Lo último**, se ofrece un listado de las últimas entradas del blog u otro blog, algo que cumplen Newsblog (dentro de los *posts*), Onlineblog (las de Gamesblog) y Gamesblog (dentro de las noticias).

Más generalizado está el sistema de **comentarios**, que como se ha visto en el punto sobre Interactividad, es distinto en *Elmundo.es* y *Guardian*. Más irregular es la **identificación** de los autores

y del *blog*: el About the site/blog o About the Author. *Elmundo.es* ha introducido en la columna derecha de todos los blogs una pequeña explicación no sólo del blog activo sino del resto de los que publica; el autor, en cambio, que tiene un peso importante como voz propia de cada columna de opinión, permanece sin identificar más allá del nombre y el apellido. *Guardian* desvela quién es cada autor en los ProfileBlog, pero, además, en Gamesblog y Newsblog identifica uno a uno a todos los autores a través de About the author/About the Blog. La única excepción es Guideblog, desde donde no se puede acceder a esta información, aunque sí a unos detalles básicos sobre el contenido del *blog*. El contacto mediante **e-mail** con el autor, en cambio, no se incluye en ningún *blog* de *Elmundo.es*, una opción que no elimina el *Guardian*, pero que sólo se puede hallar al entrar en cada uno de los posts.

El **archivo**, el sistema de **búsqueda**, la **categorización temática**, por **autor** o por **tags** no son más que formas diferentes de gestionar y presentar la información. El primero es temporal; el segundo permite acceder por una palabra en una caja de búsqueda; el tercero llegar a todos los posts de un tema; la de autor seguir la línea que marca un periodista, y el cuarto presentar la información según palabras clave en un mapa de conceptos. *Elmundo.es* acaba de introducir el archivo temporal por semanas como sistema de recuperación de la información, algo que sólo tenía hasta hace poco El Retiario, y excluye la división por autor porque, de hecho, las bitácoras son individuales y no colectivas.. Pues bien, *Guardian.co.uk* rehúye de este sistema de clasificación tipo archivo –aunque tiene la información ordenada temporalmente *post a post*- e incorpora los criterios de sección, autor y palabra clave para acceder a la información, además de la búsqueda.. El único que no seguía esta línea era Guideblog, la web con un diseño clásico de los blogs de *Guardian* y que obvia por completo compilar *posts* por autor y *tag*. Cada sección de un *blog* cuenta con un *subblog*, como cada autor. El mapa conceptual por **tags**, llamado [The Folksonomic Zeitgeist](#), es una especie de [caja de cotización](#) que se incluye en todas las secciones y donde las palabras de cuerpo de letra más grande son aquéllas más repetidas entre los tags (palabras) que utilizan los periodistas a la hora de definir un *post*.. Al entrar en un ítem, se puede observar dentro de Contemporania qué otros posts contienen esa misma palabra como tag; es decir, relaciona posts por palabra clave. Otro de los útiles para gestionar la información es la inclusión del **RSS** o los archivos en xml para que los lectores se puedan suscribir y acceder de forma rápida a cualquier actualización. Tanto *Elmundo.es* como *Guardian* ofrecen este servicio para sus blogs, pero mientras *Elmundo.es* concentra el acceso al servicio desde una [página estándar](#) para todo el diario y en El Navegante, donde se publica El Retiario, *Guardian* incluye una pequeña llamada (Webfeed) en cada una de las bitácoras.

Los posts de *Elmundo.es* y *Guardian* están **fechados**, es decir, tienen al menos día y mes, aunque *Elmundo.es* no introduce el año. Sin embargo, el único que, por defecto, incluye la hora del *post* es *Guardian*. No en vano las bitácoras de *Guardian* juegan con la actualización permanente y, a veces, con la inmediatez.

5.8. Blogs en el entorno del diario

La observación de cómo se insertan gráficamente los blogs en el diario así como las relaciones que se establecen con las diversas piezas publicadas permite deducir la relevancia o la función de los *blogs*.

Los blogs en *Elmundo.es* aparecen de forma permanente en la **portada del diario**. Por un lado, se introducen en el **menú superior horizontal** mediante un botón y en un **destacado o submenú**

específico en la columna derecha. Tanto desde el botón superior como desde este destacado se puede entrar a una home conjunta para todos los *blogs*, donde simplemente se presenta un listado explicativo de todos ellos, sin posts destacados. Desde la derecha de la home, se muestran botones para cada una de las bitácoras. Así pues, **los blogs se separan del resto de la información** bajo un mismo epígrafe genérico que no es otro que la denominación del propio formato.

Al corresponderles ciertos ámbitos, como pueden ser cultura o comunicación, en las **secciones** se les reserva un espacio con un logo que da acceso al *blog*.. Así sucede con El Escorpión en Cultura y El descodificador en Comunicación. También tiene su lugar El retiaro en El Navegante, tanto en un destacado a la derecha como el propio menú del canal. En cuanto al blog de Victoria Prego no se detectó su presencia mediante en logo o gráfico dentro de España, que en cierta forma aglutina las noticias de Política de *Elmundo.es*. Sin embargo, el blog de Victoria Prego aparece en la sección vinculado como **elemento cotextual** de informaciones relevantes, tanto en la sección como en la propia portada, algo que también sucede con El descodificador.. Así como se vinculan galerías de imágenes, especiales u otras informaciones a las noticias, también se enlazan *posts* concretos. En el interior de esas noticias se insertan en una caja, “Además...”, donde se agrupan los elementos complementarios. Se pudo observar, además, que El descodificador se integraba dentro del flujo informativo de la sección, esto es, como si fuera una noticia cualquiera de Comunicación, algo que no se ha advertido con otras bitácoras y secciones.

Las *homes* de cada uno de los *blogs* siguen la línea del diario, pero se desprenden –en el diseño actual y final- de los elementos que rodean o complementan otras noticias propias del periódico; así, al entrar en un *blog*, desaparecen los menús superior, izquierdo y derecho, para presentarse un flujo de posts ordenados de forma cronológica, flanqueados por un acceso tanto a la portada de *Elmundo.es* como a la [home de blogs](#) y a las otras bitácoras.. El Retiaro conserva el entorno o marco de El Navegante, respetando todo su estilo.

La integración de los blogs de **Guardian.co.uk** sigue alguna similitud con el modelo de *Elmundo.es*, en tanto que se sitúan en un destacado en la home, a la izquierda, y también se hace una llamada a ellos en el **menú principal superior**; sin embargo, este botón no trata de atraer la atención de los lectores a todos los blogs, sino sólo a uno, al **Newsblog**, el blog de actualidad, al que se entra también por medio del menú desplegable rápido que hay a la derecha. Desde este menú se puede acceder también a The Guide, *blog* que acaba de pasar el testigo a Culture Vulture. Los *blogs*, como tales, no tienen una sección conjunta, sino que se reparten por el resto de secciones de la web, aunque sí aparecen destacados en la sección Online y en cada una de las otras bitácoras..

A diferencia de *Elmundo.es*, que utilizaba –durante el período estudiado- las noticias sólo con una función cotextual en la portada, se ha observado que Guardian **equipara** las entradas de Newsblog y Electionblog al resto de piezas de portada, un dato que no se ha podido corroborar para el resto de *blogs* de *Guardian*. Así, algunas piezas se muestran entre los tres destacados gráficos que encabezan la home o entre las primeras piezas jerárquicamente ordenadas en la portada, con un espacio y relevancia similares al de otros artículos. Las noticias de Newsblog también se incorporan a la información como elementos cotextuales de las noticias de actualidad, aunque sólo se han visto vinculados los *blogs* y no *posts* concretos.. En el resto de secciones temáticas, como es el caso de **Online**, los blogs Onlineblog y Gamesblog se comportan de manera similar a Newsblog: se sitúan en el **menú superior**, sus piezas pueden quedar destacadas entre los **tres elementos gráficos** y se publican **entre el resto de noticias** como otras piezas más. También el *weblog* queda relacionado con alguna de las noticias como elemento cotextual. Más allá de la portada, se accede a Newsblog

desde el menú superior de Business, UK, World y Politics, las secciones de actualidad. Por otro lado, Electionblog también se incluía dentro del gran especial [Election 2005](#), donde muchas piezas ofrecían como elemento cotextual genérico el propio [blog](#).

Al margen de esta interrelación informativa, *Guardian* introduce un sistema que sitúa al lector de un blog en el contexto del diario; esto es, si un usuario sólo consulta un blog y entra en algún post podrá saber cuál era la situación en aquel momento de la portada de la web. Este sistema se denomina [Contemporania](#), y en él se puede saber con qué abría la web cuando un *post* fue actualizado por última vez.. Así pues, en *Guardian.co.uk*, aunque no se ha podido observar un nivel de cotextualización que circule desde dentro de las informaciones hacia los blogs, sí que los posts adquieren **una relevancia significativa al publicarse junto al resto de informaciones** en el marco de los distintos ámbitos temáticos, como la actualidad o las nuevas tecnologías..

6. Conclusiones

Mucho ha evolucionado, como se ha podido ver, el concepto de *weblog* en los últimos años: del diario de navegación en Internet a web formada por *posts* ordenados cronológicamente del más al menos reciente. Es en este sentido tan amplio en el que encajan los **blogs** dentro de los **diarios tradicionales**. Herramientas de fácil publicación para cualquier internauta, se han integrado en los medios digitales como formato de edición informativa seriada que guarda ciertas reminiscencias de un tipo de publicación muy personal, interactiva e hipertextual. A través de los *blogs* se ha profundizado y explorado –aunque en diferentes grados- con las posibilidades de un medio donde el usuario puede tener también la palabra y donde el discurso se puede construir en red.

En los casos que han ocupado el presente trabajo de investigación se ha observado un grado diferente de integración del modelo *blog* y del aprovechamiento periodístico de las utilidades que esta forma de publicación brinda. Por un lado, **Elmundo.es** ha mostrado un modelo que integra el *blog* con un objetivo periodístico concreto, aunque **cerrado** o restrictivo en lo que se refiere a la explotación de los recursos que ofrecen las bitácoras para satisfacer plenamente los rasgos del mensaje digital. **Guardian.co.uk**, una publicación veterana en cuanto a la integración del blog, adopta un carácter **más abierto**. Heredera gracias al inicial Weblog del tipo de bitácoras-filtro originales, ha ido progresando y **experimentando** con la publicación incluyendo muchas de sus aplicaciones hasta formar un tipo de medio digital, temático o de actualidad, donde confluyen y a veces se diluyen todo tipo de géneros en un continuo informativo, al tiempo que se atisba la incorporación de ciertos rasgos *blog* propios del mensaje digital, lo que produce nuevas situaciones comunicativas que pueden redefinir, con el tiempo, la forma como se construye el discurso informativo.

Sin una andadura temporal como la de *Guardian.co.uk* en el *blog*, **Elmundo.es** ha recurrido a esta herramienta –al menos durante el período de tiempo estudiado- para dar espacio interno a las **columnas de opinión** y unirlas con otro género argumentativo, aunque dialógico, los foros, donde se estructuran los comentarios. Efectivamente, **Elmundo.es** asimila el carácter **personal** tradicional de los *blogs* para crear un tipo de páginas similares a los cuadernos de los que hablaba Rebecca Blood, en los que los autores exponen sus reflexiones sobre la actualidad y el mundo. A excepción del *blog* tecnológico El Retiario, esta mirada sobre el mundo se construye unipersonalmente y fuera de la red, obviando otras referencias que no sean las ideas del autor; se **evita**, pues, el **hipertexto**. El autor expone su visión consciente de la existencia de un **público**, que lee y **actúa juzgando**, opinando,

pero que lejos de contribuir de forma nítida a la labor periodística **tampoco puede dialogar** con el autor, conversar con él a fin de redefinir o matizar posturas. Es mediante este simple mecanismo como funciona *Elmundo.es*, donde la multimedialidad o la utilización de otro tipo de herramientas blog o de gestión de contenidos se hallan todavía en fases básicas. Tratado como elemento de soporte informativo, las entradas del *blog* suelen publicarse disgregadas de las noticias, evitando la mezcla entre información y opinión, por ejemplo, en la portada..

Por el contrario, *Guardian.co.uk* parte de un modelo **más fiel** a los **blogs originales**, como su primera bitácora, el filtro Weblog, para evolucionar el medio. Quizá sea por ello que el hipertexto, la interacción y la visión personal del autor se observen más en la híbrida diversidad de informaciones publicadas en cada uno de los carruseles temporales que son los *blogs*. Por un lado, *Guardian.co.uk* diversifica los *blogs* para convertirlos en espacios de seguimiento de la actualidad general o temática, y en útiles para la cobertura de un hecho puntual, asumiendo la **instantaneidad** del medio. Y aquí, a diferencia de *Elmundo.es*, confluyen todo tipo de piezas y géneros, se explora en el hipertexto, la instantaneidad y la interacción del lector de forma paralela a las noticias del diario, con las que también se establecen algunos vínculos.

El **espíritu link** del *blog*, que siempre ha pretendido que los internautas descubran mundo-red, se traslada a las bitácoras en diversos niveles: como tema, como acreditación de fuentes, como referencia documental o como elemento constitutivo de narrativa reticular y en la que los textos o ítems se yuxtaponen para construir el significado. Esta construcción yuxtapuesta y reticular se aprecia, en ocasiones, en la propia formación interna del discurso informativo. Y es que la **interacción**, la participación de los usuarios mediante los comentarios, toma forma de opinión, al igual que sucede en *Elmundo.es*, pero también de información ya que la voz del internauta en el *blog* a veces **amplía, matiza y redondea la información..** El autor la inicia; el usuario no sólo la interpreta sino que, en cierta forma y en colaboración con otros usuarios, le da continuidad. En ocasiones el autor desencadena esta participación informativa incitando al lector, provocándole, pero otras este efecto se da de forma espontánea, en medio de las “conversaciones de café” de los usuarios. El periodista, quien detenta en *su blog* todavía el control primero de la información, tiende más a mantenerse como observador de este diálogo que a participar en él. Si bien se ha advertido que algún autor también comenta, su aportación tiende a ser aclaratoria sobre el *post*, sin discutir realmente las contribuciones de los lectores..

Los *blogs* de *Guardian.co.uk* son, pues y a pesar de todo, *blogs* de autor, como *Elmundo.es* y, en concreto, de autores, ya que son colectivos. Son tan de autor como los *blogs* originales, donde los gustos personales y los puntos de vista caracterizaban y hacían únicas cada una de las bitácoras que poblaban Internet.. En una escala del más aséptico e informativo Newsblog los weblogs se deslizan a espacios más **personales** e informales como son Onlineblog o Gamesblog. Y es así, cuando se explota más el estilo del autor, cuando se producen curiosas hibridaciones y estilos, lo que sucede en todas las bitácoras del diario británico. Como se ha visto, los *blogs* recurren a la noticia, al flash, al análisis, a la fotonoticia, a la opinión y a un variadísimo crisol de piezas que se jerarquizan sólo temporalmente en el carrusel informativo del día que es cada *blog*. Pero también se insertan piezas o anotaciones que discurren por la información y finalizan en la opinión, como las noticias comentadas por el autor, o artículos en los que el autor más que informar, cuenta, explica y comparte con el resto la información de la que dispone, en una especie de “tú a tú” tan directo como informativo que poco parece tener que ver con la forma tradicional de informar, donde el autor narra de forma neutra para una audiencia indiferenciada.

Esa información se construye, fundamentalmente, sobre la base del texto, como también sucede en *Elmundo.es*. Si la influencia de los *blogs* refuerza la interacción y el hipertexto, ambos diarios digitales adeudan todavía la **multimedialidad** aplicada de forma intensiva, como sucede en muchos de los medios digitales tradicionales y también en los *blogs*, que últimamente han empezado a experimentar con formatos visuales, de audio o audiovisuales. *Guardian.co.uk* y *Elmundo.es* incorporan la imagen e incluso *Guardian.co.uk* la resalta en sus últimos diseños, pero lo hace en un nivel similar al de otro cibermedio. Muestra de la voluntad de *Guardian.co.uk* de mantener su mirada sobre los *blogs* y las publicaciones independientes como referencia a la hora de innovar, el diario hizo un intento de incorporar el Podcast (audiofeeds) a la exhaustiva cobertura de las elecciones británicas, una experiencia, que, según la observación, fue corta y escasa.

Así pues y al hilo de todo lo expuesto y observado, cabría hacerse algunas preguntas sobre las transformaciones en el discurso informativo de los medios digitales, sobre todo a partir de la influencia *blog*, un formato que mantiene vínculos con el flujo del diario pero que está todavía en cierta forma disgregado del cibermedio.. Por un lado, merecería la pena observar cómo se **trata la misma actualidad en un diario digital y en su blog de noticias** (¿se tratan los mismos temas? ¿qué temas se introducen en el diario y cuáles en el blog? ¿qué características periodísticas tienen cada una de ellas? ¿es el blog un apéndice, complemento o expansión de las noticias?). Otra de las líneas a analizar es la **tendencia a la personalización de las informaciones**, a las noticias comentadas tipo *blog*, con valoraciones del autor propias de la interpretación o la argumentación, diluyendo así la separación información/opinión. Una barrera en la que también se perciben filtraciones es en la que separa autor/lector y a los lectores entre sí, que probablemente nunca antes habían estado tan cerca. Aquí el objetivo sería estudiar cómo **las noticias se proyectan más allá del texto finito** del autor, ya sea por su diálogo con el lector como por que éste es capaz de remodelarlo y no sólo, como podía hacer hasta ahora, recrearlo a través de los links propuestos o interpretarlo al leerlo..

Referencias bibliográficas

Abbatte, Janet (1999). *Inventing the Internet*. Cambridge: MIT Press.

Alonso, Jaime y Martínez, Lourdes. Medios interactivos: caracterización y contenidos (2003). En Díaz Noci, Javier y Salaverría, Ramón (Coords.) *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel..

Álvarez Marcos, José (2003). El periodismo ante la tecnología hipertextual. En Díaz Noci, Javier y Salaverría, Ramón (Coords.) *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.

Bausch, Paul; Haughey, Matthew y Hourihan, Meg (2002). *We Blog: Publishing Online with Weblogs*. Indianápolis: John Wiley & Sons.

Barger, Jorn (1999). Weblog resources: FAQ.. *Robot Wisdom*.. Extraído el 29 de junio de 2005 de <http://www.robotwisdom.com/weblogs/>

Barrett, Cameron (1999).. Anatomy of a weblog.. *Camworld*. Extraído el 29 de junio de 2005 de <http://www.camworld.com/journal/rants/99/01/26.html>

Blood, Rebecca (2002a). Weblogs: a history and perspective. En Perseus Publishers y Blood, Rebecca (Eds.) *We've got the blog. How weblogs are changing our culture*. Cambridge: Perseus Publishers..

--- (2002b). *The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog*. Cambridge: Perseus Publishing.

Bowman, Shayne; Willis, Chris (2003). *Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. Reston: The Media Center at the American Press Institute. Extraído el 6 de marzo 2005 de <http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php>

Castells, Manuel (2000).. *The rise of the Network Society*. Malden: Blackwell.

Díaz Noci, Javier (2001). ¿Hacia dónde va el periodismo digital. *Sphera publica. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación* (1), 77-100. Extraído el 20 junio de 2005 de <http://www.ehu.es/diaz-noci/Arts/A33.pdf>

----- y Salaverría, Ramón (2003). *Manual de redacción ciberperiodística* (Coords.). Barcelona: Ariel, 2003.

Domingo, David (2005). Publicar en Internet: guía de servicios y herramientas. *Mosaic* (39). Extraído el 20 de junio de 2005 de <http://www.uoc.edu/mosaic/articulos/ddomingo0405.html>

García de Torres, Elvira y Pou Amérigo, María José (2003). Características de la comunicación digital. En Díaz Noci, Javier y Salaverría, Ramón (Coords). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.

Guardian Unlimited. Guardian text timeline. *Guardian Unlimited*. Extraído el 29 de junio de 2005 de <http://www.guardian.co.uk/newsroom/story/0,11718,735571,00.html>.

Guardian Unlimited. Welcome to our weblog world.. *Guardian Unlimited*. Extraído el 29 de junio de 2005 de <http://www.guardian.co.uk/online/weblogs/story/0,14024,1305161,00.html>>

Glaser, Mark (2003).. War a boon for news sites, blogs. *Online Journalism Review*, 2003. Extraído el 15 de marzo de 2005 de <http://www.ojr.org/ojr/glaser/1048179927.php>

Gillmor, Dan (2004). *We the media. Grassroots journalism by the people to the people*.. Sebastopol: O'Reilly Media. Extraído el 20 de junio de 2005 de <http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>

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

Noguera Vivo, José Manuel. *Una mirada atrás: rasgos y reflexiones para decidir qué es un weblog*. Comunicación presentada en el II Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad. Extraído el 29 de junio de 2005 de http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom_publica2.php?idioma=es&id=344&grup=43

- Orihuela, José Luis (2004a). Los weblogs: De la revolución a la consolidación. *Chasqui* (85). Extraído el 20 de marzo de 2005 de <http://www.comunica.org/chasqui/85/orihuela85.htm>
- (2004b). Datos para un anuario de la blogosfera hispana.. *E-cuaderno*. Extraído el 15 de marzo de 2005 de <http://www.ecuaderno.com/archives/000344.php>
- (2003, mayo). *Blogging and the eCommunication Paradigms: 10 principles of the new media scenario*.. Comunicación presentada en el BlogTalk. A European Weblog Conference, Viena, Austria. Extraído el 29 de junio de 2005 de <http://mccd.udc.es/orihuela/blogtalk/>
- Rainee, Lee (2005). *The state of blogging* [en línea].. Washington: Pew Internet & American Life Project. Extraído el 29 de marzo de 2005 de http://www.pewinternet.org/PPF/r/144/report_display.asp
- Salaverría, Ramón (2005). *Redacción periodística en Internet*. Barañain: EUNSA, 2005.
- Srinivas, Shefali (2005).. Online citizen journalists respond to South Asian disaster [en línea]. *Online Journalism Review*. Extraído el 15 de marzo de 2005 de <http://www.ojr.org/ojr/stories/050107srinivas/index.cfm>
- Thompson, John. B (1998). *Los medios y la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- VVAA (2003). Weblogs and Journalism.. *Nieman Reports*,57 (3), 57-98. Extraído el 20 de marzo de 2005 de <http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/1-2V57N3.pdf>
- Wikipedia. Weblog. Extraído el 20 de junio 2005 de <http://en.wikipedia.org/wiki/Weblog>
- Williams, Evan (2001). The state of blog. En Turnbull, Gilles. *Write the Web*.. Extraído el 20 de junio de 2005 de <http://writetheweb.com/Members/gilest/old/107/view>

Referencias web

- ABCe: <http://www.abce.org.uk/>
- Blogger: <http://www.blogger.com/>
- Blogómetro: <http://blogometro.blogalia.com/>
- Blogdex: <http://blogdex.net/>
- CamWorld: <http://www.camworld.com/>
- Clarín: <http://www.clarin.com/>
- Eatonportal: <http://portal.eatonweb.com/>
- Elmundo.es: <http://www.elmundo.es/>
- Elpais.es: <http://www.elpais.es/>
- Flickr: <http://www.flickr.com/>

Guardian Unlimited: <http://www.guardian.co.uk>

Instapundit: <http://www.instapundit.com/>

Lemond.fr: <http://www.lemonde.fr>

Liberation.fr: <http://www.liberation.fr/>

MSNBC.com: <http://www.msnbc.msn.com/>

OJD Interactiva: <http://ojdinteractiva.ojd.es/>

Robot Wisdom: <http://www.robotwisdom.com/>

Repubblica.it: <http://www.repubblica.it>

Scripting News: <http://www.scripting.com/>

Technorati: <http://www.technorati.com>

Weblog Guardian: <http://www.guardian.co.uk/weblog/0,6798,517233,00.html>

Formato de citación

Rengel, Irene (2005). La utilización periodística y la integración del formato blog en diarios digitales europeos tradicionales.. *Athenea Digital*, 8. Disponible en <http://antalya.uab.es/athenea/num8/rengel.pdf>

Irene Rengel López Licenciada en Periodismo por la Universitat Autònoma de Bellaterra, posgraduada en Periodismo digital por la Universitat Ramon Llull y DEA en Sociedad de la Información por la Universitat Oberta de Catalunya. Ha trabajado para diversos medios, entre ellos La Vanguardia, y se ha especializado en medios digitales. En la actualidad, coordina informativamente proyectos digitales en Grupo Godó.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons](#).

Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las siguientes condiciones:

Reconocimiento: Debe reconocer y citar al autor original.

No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Sin obras derivadas. No se puede alterar, transformar, o generar una obra derivada a partir de esta obra.

[Resumen de licencia](#)

[Texto completo de la licencia](#)