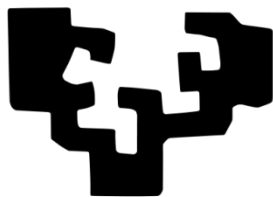


eman ta zabal zazu



Universidad  
del País Vasco

Euskal Herriko  
Unibertsitatea

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA  
COMUNICACIÓN**

**DEPARTAMENTO: PERIODISMO II**

**PROGRAMA DE DOCTORADO COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TESIS DOCTORAL**

**REDACTORES Y BLOGUEROS. EL PASO DEL  
PAPEL A LA RED A TRAVÉS DE LOS BLOGS DE  
LOS PERIÓDICOS REGIONALES DE VOCENTO**

**Presentada por: JORGE ALACID LÓPEZ**

**Dirigida por: DR. D. CÉSAR COCA GARCÍA**

**MAYO, 2017**



# ÍNDICE

1.	Introducción.....	7
2.	Hipótesis.....	33
3.	Objetivos.....	37
4.	Metodología.....	41
5.	Ciberperiodismo, antecedentes y estado de la cuestión.....	47
6.	El mundo de los blogs.....	73
7.	La blogosfera española.....	109
8.	Blogs y periodismo. Divergencias y convergencias.....	121
9.	La blogosfera de Vocento.....	153
	9.1. Introducción.....	153
	9.2. Algunas consideraciones preliminares.....	156
	9.3. El caso específico de la blogosfera de ‘Diario LA RIOJA’.....	157
	9.4. La blogosfera de ‘Ideal’.....	160
	9.5. La blogosfera de ‘Sur’.....	188
	9.6. La blogosfera de ‘Hoy de Extremadura’.....	212
	9.7. La blogosfera de ‘La Verdad’.....	216
	9.8. La blogosfera de ‘El Diario Montañés’.....	230
	9.9. La blogosfera de ‘El Correo’.....	250
	9.10. La blogosfera de ‘El Diario Vasco’.....	262
	9.11. La blogosfera de ‘El Norte de Castilla’.....	269
	9.12. La blogosfera de ‘El Comercio’.....	289
	9.13. La blogosfera de ‘Las Provincias’.....	308
10.	Periodistas y blogueros. Un análisis de la blogosfera de Vocento a partir de las opiniones de sus integrantes .....	323

10.1	Apéndice preliminar.....	325
10.2	Comienzo y fin del blog.....	327
10.3	Temática. Una profunda exploración de la blogosfera.....	332
10.4	Periodista en la blogosfera. El quehacer como blogueros.....	335
10.5	La conversación con la audiencia.....	344
10.6	Exploradores de la blogosfera, pioneros del nuevo periodismo.....	351
<b>11.</b>	<b>Conclusiones.....</b>	<b>357</b>
<b>12.</b>	<b>Apéndice Documental I (Cartografía de la blogosfera de Vocento: mapa de resultados).....</b>	<b>365</b>
<b>13.</b>	<b>Apéndice Documental II (Recopilación de la encuesta con los periodistas y blogueros de Vocento) .CD-ROM.....</b>	<b>383</b>
<b>14.</b>	<b>Listado de Blogs.....</b>	<b>385</b>
<b>15.</b>	<b>Bibliografía y Webgrafía.....</b>	<b>391</b>

*“La red quizá podía ofrecer una buena oportunidad para escapar del yo, pero escapar no dejaba de ser inútil. Se llamaba la red por una buena razón”.*

*“Si todo lo que tenemos como mundo y como Dios son las palabras, debemos tratarlas con cuidado y con rigor. Debemos adorarlas”.*

**David Foster Wallace**



## **1.INTRODUCCIÓN**

Los cimientos de esta tesis datan del verano del 2012. Por entonces, consecuencia tal vez de un perfil académico alejado en cierto sentido de la norma, empecé a pensar en la posibilidad de concluir mis estudios de doctorado en la UPV abordando un proyecto de tesis doctoral cuya esencia debía radicar, a mi juicio, en incorporar un enfoque de tipo eminentemente práctico. Es obvio que ese espíritu se contiene en toda tesis, incluidas las ejecutadas en ámbitos del conocimiento más proclives a los saberes abstractos, pero en este caso me interesaba especialmente indagar en un territorio de investigación cuyas conclusiones pudieran aportar alguna luz al ejercicio práctico del periodismo. Puesto que ése era el escenario de mis propias inquietudes profesionales, luego de una trayectoria en diferentes medios de comunicación que nació a finales de los años 80, pensaba, no sin algún atrevimiento, que este proyecto debía procurar que esas dos almas (la profesional y la investigadora) se fundieran en un único cuerpo.

Sopesé por entonces distintas posibilidades temáticas para este trabajo de investigación. Fui descartando la mayoría, aunque también preservé en mi memoria un ligero residuo de algunas de ellas, porque me parecía que coincidían en alumbrar esa idea genérica que animaba mi quehacer como doctorando. Se trataba no tanto de ideas como de esbozos de ideas. Un aliento común que se contenía en propuestas de diferente tipo, amontonadas en la mesa de trabajo como piezas de un rompecabezas. Gracias a una afortunada coalición de recomendaciones que me fueron llegando desde distintos ámbitos académicos, fui madurando la posibilidad de plantear en mi tesis un ejercicio que, inspirándose como no podía ser de otra manera en los presupuestos científicos propios de todo trabajo de esta índole, aportara también la aportación empírica de los profesionales de los medios de comunicación. Que a ese sustrato investigador que

permea todas estas páginas se añadiera la experiencia, no tan común en los proyectos de investigación que había ido observando, contenida en el ejercicio del periodismo, recabando para ello la opinión de sus actores principales: los periodistas.

El azar quiso situarme en una predisposición en cierto sentido inmejorable para acometer esta tarea. Un azar profesional. Adiestrado como todos mis compañeros de generación en el universo del periodismo que llamaremos analógico (esto es, el periodismo clásico, el periodismo de toda la vida, por recurrir a una expresión coloquial), yo también había iniciado por entonces la migración laboral hacia los nuevos territorios del periodismo digital. El ciberperiodismo, por emplear aquí por primera vez un término que se hará común en las páginas que siguen a estas líneas. Pude observar entonces, desde esa interesante plataforma donde coincidían dos mundos que se apresuraban a convivir en todas las redacciones del mundo, el espectáculo que resultará tan conocido para cualquier periodista en esta hora de transición: Esa hora decisiva en nuestro desempeño, fruto de la emergencia de las nuevas tecnologías y de su vertiginosa implantación en el periodismo, donde se materializaba la profecía famosa de Bertolt Brecht: *lo nuevo no acababa de nacer y lo viejo no terminaba de morir*. Se trataba, y todavía desde luego se trata, de un momento tal vez irrepetible en el quehacer de un periodista, que puede sentirse en cierto sentido privilegiado: cómo ante sus ojos se transforman las antiguas rutinas, que exigen una adaptación no sólo al nuevo ritmo de producción informativa. También reclaman reajustes en el canon de nuestro ejercicio profesional: un diálogo más fecundo y regular con la audiencia, hasta entonces casi impensable, nuevos modelos narrativos, una concepción renovada del atributo de servicio que suele asignarse a nuestra profesión y un sinfín de elementos que surgían entre nosotros de acuerdo con nuestra capacidad, mayor o menor, de adaptación al nuevo modelo informativo.

Algunos teóricos que irán apareciendo en nuestro estudio hablan de este momento de cambio en términos hiperbólicos. Su palabra favorita es revolución. Un territorio por lo tanto de sobresaliente interés para ahondar en su estudio. En la verificación de los detalles, en la recopilación de enunciados previos y en el análisis de su concreción en las agendas de los medios de comunicación. Un espacio de naturaleza muy adictiva para quien tuviera la curiosidad de explorarlo y canalizar sus inquietudes mediante una tesis como la que hoy presentamos. Así fue cómo mis pasos se condujeron de manera natural, aunque bien orientada por ciertas sugerencias cuyos autores figuran



en el capítulo de agradecimientos, hacia un proyecto investigador que se ocupara de observar cómo se despliegan ante nosotros estos dos mundos del periodismo actual y qué conclusiones alcanzamos a plantear. En consecuencia, la siguiente duda que se planteaba entonces ya no era tanto el qué, sino el cómo. Desde qué ámbito investigador debía abordar ese conjunto de preocupaciones que me interesaban, tanto como profesional como doctorando.

La respuesta a ese conjunto de inquietudes surgió también de manera natural. Como tantos otros integrantes de las redacciones de los diarios de Vocento, que mantenemos entre nosotros un contacto más o menos regular pero siempre enriquecedor, yo también había sucumbido a esa promesa de mejorar mi ejercicio profesional contenida en un concepto que había aterrizado poco antes en nuestras redacciones sin que la mayoría de nosotros supiéramos muy bien qué hacer con él: me refiero al blog. O al weblog, término que gran parte de la literatura científica empezó utilizando para referirse a este tipo de productos nacidos en el ciberespacio para ponerse al servicio de distintos mundos profesionales (ya observaremos que se emplean con prodigalidad en el universo educativo, por ejemplo), cuyas características lo hacían especialmente propicio para colonizar el espacio de los medios de comunicación. La blogosfera y sus relaciones con el periodismo no era por lo tanto un escenario ajeno a mis preocupaciones habituales, porque en los años anteriores a que arrancara esta tesis ya había ensayado algunos acercamientos a esa nueva herramienta profesional. Sin éxito. Es decir, que abandoné pronto ese desempeño, lo cual me llevó a canalizar hacia ese ámbito mis propias reflexiones como doctorando: qué ocurría en la blogosfera periodística que la hacía tan sugestiva como difícil de conquistar. Y, sobre todo, la pregunta fundamental que me hacía entonces y que luego alentó el conjunto de esta tesis: qué mueve a un periodista adiestrado en la norma clásica de su oficio a iniciarse en la vertiente digital embarcándose en un perfil novedoso, esto es, su recién adquirida condición de bloguero.

Como alertaba anteriormente, esa idea prendió en mi ánimo como doctorando fruto de la convergencia de todas estas cavilaciones intelectuales con un hecho de índole profesional: en el otoño del 2012 había puesto en marcha mi propio proyecto como bloguero, el más duradero puesto que todavía persiste. Porque nació no con el ánimo voluntarista de anteriores experimentos, sino como un metódico ejercicio periodístico que me permitiera observar desde sus entrañas las particularidades del ciberperiodismo

y que alcanzó un cierto eco entre la audiencia. Una acogida de donde extraje la promesa de un proceso de enriquecimiento profesional. También en ese momento ocurrió una transformación en mis rutinas profesionales dentro de la redacción donde trabajé desde 1993, *Diario LA RIOJA*, uno de los periódicos pertenecientes al grupo editorial Vocento, que me situó en un territorio fronterizo entre el mundo de la información analógica y el ciberperiodismo. La alianza entre todos estos factores derivó en la elección del objeto de mi tesis: observar cómo opera el periodismo en un momento de transformación desde el mundo clásico al emergente modelo que surge con el auge de las tecnologías. Así que desde ese principio genérico, fui acercándome progresivamente a un propósito más específico: en primer lugar, decantándome hacia el universo de la blogosfera, fruto como anotaba anteriormente del cierto éxito que estaba alcanzando en mi flamante estatus como bloguero, al menos en función de la excelente acogida de mi bitácora. A continuación, decidí fijar los límites de mi estudio en un territorio que fuera cercano y conocido, los diarios de Vocento, en la ambición (tal vez un poco insolente) de que las conclusiones que pudiera alcanzar, como advertía al comienzo de este capítulo, pudieran servir de alguna utilidad a mis colegas. Y, por último, interesándome en exclusiva por aquellos periódicos de ese grupo editorial que se caracterizan por un perfil local y regional, porque me parecía que la convivencia entre las dos almas del periodismo que ya en aquella época empezaba a cristalizar desembocaba en el descubrimiento mutuo, para el periodista y su potencial lector, de cómo ese espacio geográfico limitado contribuía a perfeccionar esa experiencia de forjar una especie de comunidad de intereses compartidos entre el medio y su audiencia.

Intuí, y así lo subrayaré posteriormente la investigación contenida en esta tesis, que la blogosfera periodística encerraba una sólida posibilidad de satisfacer aquel antiguo anhelo de todo medio de comunicación que ejerce su función en ese ámbito territorial: contribuir a forjar una opinión pública más responsable y mejor informada. Por ese entonces están fechadas mis primeras conversaciones con el director de esta tesis, el profesor César Coca, a quien debo una infinita gratitud por su generosa contribución al feliz desarrollo del proyecto y, especialmente, porque en aquellos contactos preliminares ya supo guiar mi curiosidad investigadora hacia un cauce de raíz netamente académico. Acompañó mis inquietudes para que vertebraran un proyecto donde, en efecto, pudieran materializarse las pretensiones arriba mencionadas y fueran solidificándose, adquiriendo una condición científica que permitiera construir el cedazo

donde quedarán agrupados cada uno de los hallazgos que irá recabando a partir de entonces.

En esa exploración resultó de enorme ayuda, en los escauceos bibliográficos iniciales, un documento de excepcional valor que ha influido decisivamente en el desarrollo del proyecto: el informe coordinado por la profesora María Bella Palomo por encargo de la Asociación de la Prensa de Madrid, donde alistó a un grupo de expertos de considerable prestigio investigador para cartografiar una especie de estado de la cuestión íntimamente conectado con esta tesis: la blogosfera periodística. Aquel informe, titulado ‘Periodistas en la red’, se publicó en el año 2005<sup>1</sup>. Su lectura sirvió para poner en su adecuado contexto otras pesquisas que había abordado para entonces y edificar desde esos cimientos el espinazo del capítulo que nuestra tesis dedicaría a examinar el ciberperiodismo desde un punto de vista eminentemente teórico. Resultó además que algunos de los capítulos de la publicación coordinada por Palomo dedicaban ancho espacio a reflexiones muy concretas respecto a la blogosfera de Vocento. Fue en esas páginas donde encontré el alimento científico imprescindible para proseguir mis indagaciones, que sirvieron para confirmar la pertinencia de mi investigación: puesto que ya había transcurrido por esa fecha casi una década de tiempo desde su publicación, resultaba de especial interés, o al menos así me lo parecía a mí, observar si el paso de los años confirmaba las conclusiones recogidas en aquel estudio o si, por el contrario, las amputaba o alteraba al menos su fisonomía.

Repasando el informe de la APM terminé de madurar la idea de dedicar un amplio espacio en nuestra tesis a incorporar la opinión de los profesionales de los diarios analizados, avanzando en la misma línea argumental que contenía ese estudio, pero ampliando su universo mediante las técnicas del análisis de contenido. Interesarían por lo tanto para nuestras aportaciones tanto la opinión que merecen a los profesionales del periodismo que ingresan en la blogosfera sobre ese flamante desempeño como las apreciaciones que pudieran obtenerse del estudio de sus respectivas bitácoras. Un propósito al que también en esa época se agregaron otros dos elementos: indagar si,

---

<sup>1</sup> PALOMO, M. B. ‘Periodistas en la red’, en *Informe anual de la profesión periodística, 2005*. Madrid, Asociación de la Prensa de Madrid, 2005. Una obra clave para nuestra investigación, sobre la que volveremos en los siguientes capítulos.

como sospechaba, la blogosfera ejercía como banco de pruebas para que los periodistas de mi generación (y posteriores) se iniciaran en el ciberperiodismo era una de esas ideas centrales. La otra, eliminar de nuestro análisis aquellas maniobras más o menos periodísticas desplegadas en la blogosfera de los medios de comunicación que íbamos a analizar que estaban a cargo de personas ajenas a la redacción.

Esta pretensión fue más complicada de materializarse de lo que parecía sobre el plano teórico. Como se advertirá en los capítulos dedicados precisamente al estudio de la blogosfera de cada periódico de Vocento, en sus distintas redacciones conviven miembros que lo son de pleno derecho, los genuinamente interesantes para las conclusiones de nuestra tesis, con un subgrupo de profesionales del periodismo que, aunque agrupados bajo el estatus de colaboradores, mantienen una cierta vinculación con el diario donde prestan servicios. Una vinculación a veces vaga y ocasional, pero con frecuencia muy profunda. Tan profunda que nos pareció que en algún caso merecía la pena incorporar sus reflexiones al análisis de la blogosfera de su periódico. No se trata de amateurs que, sobre todo en los primeros años de desarrollo del parque de blogs de los diarios de Vocento, poblaron su oferta informativa, un fenómeno al que también prestaremos atención pero que no opera sobre la línea argumental nuclear de nuestra investigación. Nos encontramos ante colaboradores cuyo estatus casi los equipara con quienes son redactores de cada medio a todos los efectos: bien porque se ocupan de un apartado informativo especialmente sensible (es habitual, por ejemplo, que sean los encargados en cada diario del análisis político en alianza con otros periodistas de la redacción, a través de géneros como el columnismo, que luego desemboca en la creación de sus blogs), bien porque ejercen ese cometido desde tanto tiempo atrás que en el imaginario popular del territorio donde desempeñan su quehacer acaban por integrarse un como miembro más de su redacción.

Perfilado por lo tanto el universo profesional hacia donde encaminaría la encuesta que integraría uno de los capítulos esenciales de nuestra tesis, perseveramos simultáneamente en la construcción de los apartados puramente teóricos. Donde encontramos una extraordinaria satisfacción a nuestros desvelos mediante las aportaciones bibliográficas que engrosan la parte final de estas páginas gracias a algunas referencias que resultaron indispensables en nuestra trayectoria investigadora. Me refiero a dos trabajos en particular, con cuyos autores me siento en deuda puesto que el estudio de sus respectivas publicaciones sirvió para iluminar mi propio camino, a cuyas

conclusiones he ido volviendo una y otra vez para completar mi experiencia. Se trata de los doctores David Herrera y José Manuel Noguera. El primero, autor de una recomendable tesis doctoral que defendió en la Universidad San Pablo-CEU en el año 2012, bajo el título ‘Los blogs en los ciberdiarios españoles de referencia: un análisis de los géneros periodísticos y de las nuevas técnicas de redacción’<sup>2</sup>, cuya lectura me sirvió de inspiración y a menudo de pauta. El segundo, porque su libro ‘Blogs y medios: Las claves de una relación de interés mutuo’<sup>3</sup> completaba el mapa que iba fraguándose en nuestra tesis, delimitando el impreciso y fronterizo mundo entre ambos fenómenos, blogosfera y periodismo, que se contaminan con frecuencia y que conspiraban en un enriquecimiento compartido que contribuía a perfeccionar nuestro objetivo investigador<sup>4</sup>.

Sin embargo, siendo considerable la deuda que nuestra tesis mantiene con los dos estudios citados, es de justicia reconocer que la publicación que sirvió para incentivarnos en mayor medida había llegado a nuestras manos poco antes y desde entonces se convirtió en una especie de manual para guiar las pesquisas tanto teóricas como las derivadas del análisis detallado de la blogosfera de Vocento. Igualmente, ejerció un papel clave para desentrañar la auténtica naturaleza de las respuestas de los periodistas consultados en nuestra encuesta. Me refiero al estudio, imprescindible como fuente de autoridad para nuestra tesis, titulado ‘Perfil y comportamiento de los autores

---

<sup>2</sup> HERRERA, C. *Los blogs en los diarios españoles de referencia: un análisis de los géneros periodísticos y de las nuevas técnicas de redacción*. Tesis doctoral defendida en la Universidad San Pablo-CEU, Madrid, 2012. Una aportación fundamental para nuestra investigación, que reaparecerá en distintos capítulos de esta tesis.

<sup>3</sup> NOGUERA VIVO, J.:M. ‘Blogs y medios. Las claves de una relación de interés mutuo’. *Libros en Red*, 2008. La obra de Noguera Vivo representa una constante fuente de orientación de nuestro proyecto investigador y será por lo tanto una presencia habitual entre las fuentes de autoridad consultadas.

<sup>4</sup> HERRERA, D. Op. Cit., p. 137. Su tesis sirvió de orientación para establecer, inspirándonos en sus propias normas, la encuesta que incorporamos en nuestra tesis y que resultó esencia para fijar el universo de nuestro estudio, limitado a las opiniones de profesionales del periodismo. El autor cita expresamente la clasificación aportada por Noguera, quien divide las prácticas periodísticas en la blogosfera en tres grandes categorías: 1) los blogs personales de usuarios que de forma paralela a su profesión se interesan por la labor de los medios de comunicación y la juzgan públicamente; 2) los blogs de periodistas que se mantienen al margen del medio en que trabajan y 3) los blogs vinculados con un cibermedio. Posteriormente, Herrera impulsa en su tesis su propia categorización de la blogosfera periodística según el concepto de autoría, que apenas aporta novedades a esa anterior propuesta de Noguera.

de los blogs destacados en los ciberdiarios de Vocento'<sup>5</sup>, del que son autores la propia María Bella Palomo, profesora de la Universidad de Málaga, y Koldo Meso Ayerdi, quien imparte docencia en la Universidad del País Vasco. Ambos, expertos conocedores del ciberperiodismo y de su extensión hacia la blogosfera, como se denota en la magna obra bibliográfica de la que son autores, tanto como fruto de su personal experiencia científica como de las publicaciones donde comparten protagonismo con otros especialistas.

En su artículo para la revista 'Anàlisi', la publicación sobre cuestiones de comunicación que edita la Universidad Autònoma de Barcelona, Palomo y Meso dedican el resultado de sus investigaciones a detallar aquellos balbuceos que algunos diarios de Vocento emprendieron en el año 2005 para completar su oferta informativa mediante una exploración más ambiciosa de sus respectivas blogosfera. Esa fecha no es casual. Como veremos a continuación, la literatura científica aportada al respecto sitúa por entonces el momento clave para la colonización de ese nuevo espacio desde la estrategia coincidente del conjunto de los medios de comunicación españoles. Así lo detallan por ejemplo en sus publicaciones los mencionados Herrera y Noguera y así lo perciben también los autores del estudio en cuestión relativo al universo concreto de Vocento. Debe advertirse que Palomo y Meso optaron por el estudio de un total de 176 bitácoras, alojadas en los distintos diarios analizados, sin discriminar entre las tuteladas por periodistas de cada redacción o aquellas cuyos autores no se integraban en sus plantillas de profesionales. Era habitual que en ese tiempo se albergara en los diarios mencionados bitácoras que aterrizaban en su web procedentes de distintos ámbitos, no necesariamente periodísticos: los responsables de las ediciones digitales de los periódicos de Vocento a quienes hemos consultado para nuestra tesis apuntan coincidentemente hacia el año 2012 como la fecha en que se adoptó una gestión más estricta de ese ámbito informativo, cuando en un movimiento de cierre, opuesto a la apertura que había distinguido hasta ese momento sus pautas, se acordó limitar la blogosfera de cada periódico para que fuera ocupada por periodistas del propio medio o

---

<sup>5</sup> PALOMO, M. B. y MESO, K. 'Perfil y comportamiento de los blogs destacados en los ciberdiarios de Vocento'. Revista *Anàlisi. Quaderns de comunicació y cultura*. Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona, 2009. Un trabajo teórico de suma importancia para nuestra tesis, que seguiremos citando con frecuencia.

bien colaboradores que completaban algún flanco informativo que hubiera quedado vacío o que representara algún valor estratégico para su política de comunicación.

Son, por lo tanto, maniobras que no figuraban todavía en el estudio de Palomo y Meso, quienes abordaban en su artículo la investigación respecto a la blogosfera a partir de supuestos que pudieran ser compartidos con nuestra tesis: su idea de que los medios de comunicación se veían abocados a finales de la década pasada a “un proceso de cambio en los productos periodísticos”<sup>6</sup>, que también se extendía al conjunto de la profesión y alcanzaba igualmente a “la relación con la audiencia”. A partir de esa reflexión, los autores trazaban una sugestiva teoría sobre los momentos fundacionales de la blogosfera asociada a prácticas periodísticas en los medios españoles, de donde nacía la pretensión fundamental de su estudio, que citan expresamente: “Conocer el perfil y el comportamiento de los blogs destacados en los ciberdiarios del grupo Vocento”. Debe por lo tanto advertirse que en ese adjetivo, en el concepto de “destacados”, germina un propósito que no coincide completamente con nuestra tesis, centrada en el análisis de la blogosfera impulsada sólo por los propios periodistas, sin contaminaciones de aficionados, y del conjunto de ella, no sólo de aquellos casos que adquieran más relevancia<sup>7</sup>. Cada blog gestionado por un periodista de Vocento, fuera cual fuera su impacto, resultaba pertinente para nuestra tesis.

Porque, de acuerdo con las sugerencias del director de esta investigación, nos pareció que para nuestras conclusiones resultaban tan decisivas las aportaciones de quienes encontraran mayor eco entre su audiencia fruto de su experiencia como blogueros como la experiencia que pudieran trasladar los periodistas que alcanzaran menor acogida, aquellos que apenas actualizaran sus blogs o incluso quienes hubieran acabado por abandonarlos. Palomo y Meso, que construyeron su estudio a partir de una encuesta cuya metodología serviría luego de base para nuestra propia consulta, acordaron como primer paso delimitar un censo de blogueros y posteriormente

---

<sup>6</sup> PALOMO, B. y MESO, K. Op. Cit, p. 100. En su esclarecedor ensayo, nos parece interesante recordar la decisiva contribución para la popularización de los blogs periodísticos que atribuyen al reportero David Beriáin, quien desarrolló una de las iniciativas pioneras en este campo entre los medios de comunicación españoles al frente del proyecto que alojó en el diario *La Voz de Galicia* en el año 2003.

<sup>7</sup> *Ibidem*, p. 103. En este apartado debe consignarse que los propios autores aclaran que en el universo de los blogueros analizados es mayoritaria la figura de quien denominan “comprometido” con el mantenimiento de su bitácora. También citan expresamente un número de blogueros consultados que no pertenecen a la plantilla de cada medio, porcentaje que sitúan en el 10,6% del total.

codificaron sus respuestas mediante técnicas de investigación sociológica basadas en rangos como edad, sexo o experiencia de los periodistas consultados. Un aspecto donde no insistiremos, porque no contiene hallazgos tan interesantes como los obtenidos con su análisis de las contestaciones recabadas y su vinculación con el objeto central de sus investigaciones, que nutren igualmente nuestro proyecto: el hermanamiento entre blogosfera y periodismo.

Ahí encontramos en nuestras pesquisas bibliográficas el arsenal de reflexiones que luego iríamos desmenuzando durante nuestro propio enfoque investigador. En sus páginas anotaban ambos autores la aparición de rasgos profesionales que podrían ser de gran utilidad para las hipótesis de las que partíamos: la constatación, por ejemplo, de que los periodistas sondeados para este artículo reconocían que su estilo se caracterizaba por un tono más espontáneo y libre que cuando ejercían como simples periodistas en el área analógica. Nos interesó también señaladamente sus respuestas a propósito de una cuestión que nos parecía nuclear para nuestras conclusiones: saber qué opinión les merecía el tipo de diálogo establecido con la audiencia inherente a un blog y hasta qué punto los comentarios que originaban algunos de sus artículos desanimaban su desempeño en la blogosfera. Igualmente aparecía en su estudio un elemento determinante para nuestra investigación: conocer si su quehacer como blogueros representaba su estreno en el mundo del ciberperiodismo y qué influencia ejercían las nuevas habilidades tecnológicas que se exigen en esta nueva frontera de su profesión. Preguntas que Bella y Meso fueron formulando a sus interlocutores, hasta extraer una serie de conclusiones, cuya idea principal animó igualmente nuestras pesquisas: que las experiencias aportadas por el conjunto de redactores de Vocento, en su mayoría periodistas procedentes del ámbito analógico, se caracterizaban en esta emergente práctica como “un ejemplo de convergencia profesional”. Según ambos autores, en esa recién adquirida condición de blogueros, sus protagonistas se distinguían por “practicar un periodismo más relajado”. De paso, aprovechaban para “amplificar” su presencia en la redacción “aunque sea abordando áreas temáticas distintas a las que se les asignan” de manera habitual. Una radiografía que se completaba con la perspectiva aportada desde el propio medio de comunicación: a Vocento, advertían Bella y Meso, la construcción de una potente blogosfera que mejorase su oferta informativa le permitió



“utilizar estos mecanismos para incrementar sus audiencias de cara a su explotación publicitaria”.<sup>8</sup>

Este artículo, de sobresaliente importancia para nuestra tesis, representó el primer capítulo para exploraciones similares emprendidas posteriormente por el profesor Meso, algunas ya en solitario. En el 2011, puso por escrito otro estudio de índole parecida al anterior, de relevancia asimismo vital tanto para el enriquecimiento del apartado teórico de esta investigación como para guiar la encuesta que pretendíamos incorporar al conjunto de nuestro trabajo. En ‘Presencia y contenidos de los blogs de autor en los ciberdiarios del grupo Vocento’<sup>9</sup>, Meso repasaba la producción científica más reciente para actualizar algunas de sus reflexiones y ya anotaba por ejemplo cómo el blog había confirmado su pretensión de erigirse en el medio digital no sólo con “más éxito” entre sus pares, sino en “el que más estaba experimentando e innovando”. Una opinión que cimentaba sobre la idoneidad de la blogosfera para fijar con la audiencia una relación de “carácter bidireccional”, donde se estableciera un fecundo sustrato común: esa clase de malla tejida por la alianza mutua entre unos blogs y otros, así como la tendida con distintos medios de comunicación. Para Meso, queda probado ya entonces que “los cibermedios han optado por incrementar la transparencia de la estructura periodística mediante blogs que hacen posible un trabajo compartido entre periodistas profesionales y usuarios”. Como se deduce, toda una fuente de promisorias indagaciones para nuestra tesis, que precisamente acentuaba su propósito de fijar cómo ese tipo de diálogo entre bloguero/periodista y lector fomentaba una mejora de su praxis y derivaba en una de las primeras conclusiones que Meso subraya en este artículo: la aparición, como consecuencia de esas renovadas prácticas periodísticas, de un desempeño de la profesión “más independiente”. Un concepto que figuraba, por otro lado, entre las aportaciones que a este debate la profesora Palomo había expuesto en un artículo datado nada menos que en el año 2000, cuando la expansión de la blogosfera, y también del conjunto del periodismo digital, parecía presidida por un cierto enigma respecto a sus posibilidades de contribuir a diseñar el futuro de la profesión.

---

<sup>8</sup> *Ibíd.* op.cit, p. 115.

<sup>9</sup> MESO, K. ‘Presencia y contenidos de los blogs de autor en los ciberdiarios del grupo Vocento’. *AD Comunicación. Revista de Estrategias, tendencias e innovación en comunicación*, número 2. 2011, p.161

Algunas de las conclusiones que arrojaba Meso se vinculaban con aportaciones entonces recientes de otros autores, que sirvieron para confirmar la pertinencia de nuestra tesis por cuanto dirigían sus indagaciones hacia un universo común. Un año antes que el profesor Meso, los profesores Xosé López y Xosé Pereira habían publicado su estudio titulado ‘Convergencia digital’<sup>10</sup>, donde observaban la blogosfera de tres periódicos de Vocento (La Verdad, Las Provincias y Sur) y apelaban a la idoneidad del ámbito de la información local para que un periodista ejerciera también como bloguero, un enfoque muy concreto que reivindicaba alguna de las hipótesis con que partíamos en nuestra investigación: que cuanto más estrecho es el marco geográfico de un medio, más posibilidades contiene de ejercer como voz de la opinión pública de ese territorio, una condición reforzada por su expansión hacia el periodismo digital de la mano de sus redactores si también son blogueros.

Su visión servía, como las mencionadas anteriormente, a configurar el panorama bibliográfico más directamente conectado con nuestra tesis, por cuanto también vertía sus conclusiones sobre el apartado concreto de la praxis periodísticas, una línea argumental semejante a la que distinguía otra aportación asimismo decisiva para nuestro objetivo: la lectura del ensayo titulado ‘El estilo del blog periodístico: usos redaccionales en diez bitácoras españolas de información general’, obra del profesor Ramón Salaverría. Su artículo apuntaba hacia el mismo horizonte investigador que caracterizaba nuestro objetivo: profundizar en la clase de convivencia que protagonizaban el periodismo y la blogosfera en los medios de comunicación españoles<sup>11</sup>, pero mediante el estudio detallado de una seleccionada muestra de casos que, aunque superada su vigencia por los años transcurridos desde el trabajo de campo, permitían avanzar en una trayectoria común que llenaba de sentido nuestras propias

---

<sup>10</sup> LÓPEZ, X. y PEREIRA, X. (eds), *Convergencia digital. Reconfiguración de los medios digitales en España*. Universidad de Santiago de Compostela, 2010, p. 321-340. Un capítulo de conclusiones cuya autoría comparten con LIMIA, M.

<sup>11</sup> SALAVERRÍA, R. ‘El estilo del blog periodístico: usos redaccionales en diez bitácoras españolas de información general’. En *Actas y Memoria Final del Congreso Internacional Fundacional AE-IC - Investigar la Comunicación* (CD-Rom), Universidad de Santiago de Compostela, 2008. Un artículo donde, en efecto, el profesor Salaverría, quien aparecerá profusamente citado a lo largo de la presente tesis, indaga en una serie de bitácoras alojadas en la blogosfera periodística para alcanzar una serie de conclusiones cuya naturaleza sirvió de orientación a nuestra propia indagación: el blog periodístico resumía Salaverría en su artículo, se asemeja “más a columna de opinión que a noticias”. Una contribución a la discusión teórica sobre qué tipo de ejercicio distingue al bloguero/periodista que retomaremos en las páginas de esta tesis.

indagaciones. Esas aportaciones del grupo de autores citado, junto a la abundante bibliografía que jalonaba ya nuestro trabajo, condujeron nuestra investigación a un momento clave, la hora de responder a una pregunta que sobrevoló aquellas primeras pesquisas, dominadas hasta entonces por ciertas tinieblas. ¿Hasta qué punto podía contribuir nuestra investigación a arrojar luz sobre cuestiones que ya habían sido abordadas por la literatura científica reciente? Una pregunta que, en opinión del director de nuestra tesis, disponía de sencilla respuesta. Porque seguían siendo oportunas cuantas indagaciones posteriores, como la que abordamos en estas páginas, pudieran clarificar la evolución de los conceptos tributarios de esta investigación: las relaciones entre ciberperiodismo y blogosfera, por un lado, y su aplicación práctica en un caso concreto como el que pretendíamos establecer. Una cuestión sobre la que el propio profesor Salaverría se pronunciaba en parecidos términos en la citada tesis de Herrera: en su opinión, expresada mediante unas palabras que supusieron en ese momento una invitación a proseguir con esta investigación, “a pesar de la abundancia de trabajos académicos que, como se ve, en los últimos años han abordado las relaciones entre blogs y periodismo desde múltiples enfoques, todavía existen numerosos aspectos que no han sido investigados en absoluto. En particular, se detecta una llamativa ausencia de estudios empíricos orientados a identificar qué tienen de común ambas actividades en la práctica redaccional”<sup>12</sup>. Precisamente el tipo de orientación que pretendíamos que caracterizara a nuestra tesis.

Como muchos otros periodistas de mi generación, mi primer acercamiento al universo del ciberperiodismo había llegado a través del impacto generado por aquellas noticias pioneras en saltar desde ese apartado rincón de la práctica periodística y triunfar en la agenda del conjunto de medios de comunicación. Coincidirán conmigo quienes pudieran leer nuestra tesis si en aquella época ya trabajaban en alguna redacción en que el año clave fue 1999: aunque por supuesto estábamos muy alejados del auge del periodismo digital que luego hemos ido conociendo, la noticia del escándalo Clinton-Lewinsky nos impactó no sólo por la relevancia que tuvo aquel acontecimiento, puesto que cuestionó nada menos que el ejercicio de la Presidencia de la primera potencia mundial, sino porque llegó hasta la opinión pública a través de un modelo nada canónico de información: la página web de un periodista. Es decir, un blog, en su

---

<sup>12</sup> HERRERA, D. Op. cit., p.35

aparición primigenia<sup>13</sup>. Apenas han pasado veinte años desde entonces. Menos tiempo había transcurrido desde que nuestra tesis empezó a tomar cuerpo, de modo que pareció oportuno enriquecer nuestra visión del objeto de esta investigación acercándonos a los primeros tratadistas que en España habían abordado ese esfuerzo intelectual: tratar de comprender hacia dónde se orientaba la profesión, el mundo del periodismo digital (llamado electrónico por los primeros autores que se ocuparon de su abordaje), cuando semejante nomenclatura no estaba ni siquiera extendida, porque tampoco lo estaba el universo académico o profesional que pretendían investigar.

No por casualidad, entre aquellos pioneros se encontraba el propio director de esta tesis, quien en fecha muy temprana había propuesto junto a un grupo de colegas de la Universidad del País Vasco el estudio de aquel fenómeno que todavía carecía de un perfil netamente definido o de rasgos diferenciadores del periodismo tradicional en que se inspiraba. En efecto, a César Coca, junto con sus compañeros de claustro Jesús Canga, Eloi Martínez, María José Cantalapiedra y Lucía Martínez, debemos una obra seminal para la investigación de aquella rama del periodismo todavía adolescente, cuando se interesaron por ella a través de su libro ‘Diarios digitales. Apuntes sobre un nuevo medio’<sup>14</sup>, publicado en fecha muy precoz: el año 2000. Un año después se editó otro título que resultó igualmente trascendente para activar nuestras investigaciones, donde participaba por cierto uno de los autores arriba citados, el profesor Canga Larequi. En su artículo ‘Periodismo e internet: nuevo medio, vieja profesión’ tropecé no sólo con una visión que reforzaba las ideas que entonces empezaban a encaminar mis pasos por estas páginas, en la convicción de que los profesionales más avezados en la práctica periodística podían distinguirse igualmente por la excelencia en su trabajo en el nuevo orden digital, sino que se incluía una frase que desde ese momento me ha seguido acompañando. Una cita con la que entonces no podía estar más de acuerdo y que podría figurar en un imaginario frontispicio de nuestra tesis: “Sólo hay un Periodismo con

---

<sup>13</sup> QUADROS, C. ‘Clinton-Lewinsky, el escándalo que comenzó en la red’, [http://quadernsdigitals.net/datos\\_web/articles/latina/latina20/120clinton.htm](http://quadernsdigitals.net/datos_web/articles/latina/latina20/120clinton.htm), 1999. Consultado en enero del 2015.

<sup>14</sup> CANGA LAREQUI, J. A., COCA GARCÍA, C., MARTÍNEZ RIVERA, E., CANTALAPIEDRA GONZÁLEZ, M<sup>a</sup> J. y MARTÍNEZ ODRIOZOLA, L. *Diarios digitales. Apuntes sobre un nuevo medio*. Universidad del País Vasco, Leioa, 2000. Una referencia decisiva para la construcción de nuestra tesis; como en otros casos mencionados, volveremos sobre sus páginas a medida que avancemos en esta investigación.

mayúscula y un Periodista, también con mayúscula. De lo contrario, corremos el riesgo de confundir medio o profesión con soporte”<sup>15</sup>. Un enunciado que invitaba a corroborar la idoneidad de consagrar nuestra tesis a su propósito fundacional: que sirviera en su práctica profesional diaria a los integrantes de las redacciones de todo medio de comunicación donde residiera alguna tentación de cuestionar la vigencia de los principios clásicos de nuestra profesión por las convulsiones propias de adaptación al nuevo paradigma informativo.

De modo que, pertrechada de las mencionadas referencias bibliográficas y de cuantas siguieron surgiendo a medida que se avanzaba en estas páginas, nuestra tesis desembocó de modo natural en la parte que juzgamos central, la destinada a conocer las opiniones de los verdaderos protagonistas del cambio de modelo informativo: los periodistas. Los miembros de las redacciones de los diarios editados por Vocento que aprenden a convivir con las dos versiones de su oficio que hoy confluyen ante sus pantallas y que ingresaron en el territorio del ciberperiodismo por medio de la blogosfera. Como detallaremos en el capítulo dedicado a comentar nuestra metodología de trabajo, para acometer en primer lugar un análisis cuantitativo acordamos con el director de esta investigación un acercamiento preliminar a los distintos responsables informativos identificados en cada redacción como los más apropiados para canalizar nuestra tarea. Fueron ellos quienes, guiándose por nuestras orientaciones, construyeron un censo de bloggers de sus respectivos diarios donde evitaron expresamente que figurasen quienes no poseían esa consideración, aunque ya hemos comentado anteriormente que esta tarea, fácil de ejecutar en la práctica, complicó posteriormente nuestra tarea por cuanto, fruto de la peculiar deriva de nuestro trabajo profesional, no resulta a veces tan sencillo distinguir a un profesional de la plantilla de quien ejerce como colaborador. También ocurrió que, por el tiempo transcurrido, algunos de los redactores que ejercían como tales pasaron a la jubilación, aunque retuvieron la gestión de sus respectivas bitácoras. Nos pareció de justicia mantener también sus aportaciones en nuestra tesis.

---

<sup>15</sup> CANGA LAREQUI, J. ‘Periodismo e internet: nuevo medio, vieja profesión’ en ‘Introducción al ciberperiodismo’. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, número 7. Servicio de Estudios de la Universidad Complutense, Madrid. 2001. Un estudio pionero en el ámbito de estudio de esta tesis que recoge una orientación decisiva en nuestro horizonte investigador.

Resultó además que algunos de esos bloggers lo eran por partida doble o hasta triple, puesto que en ciertos momentos (incluso en la actualidad observamos algunos ejemplos) habían gestionado varias bitácoras a la vez; igual que observamos por otro lado algunas incongruencias que tardamos en despejar: blogs que aparecían vivos todavía ante nuestros ojos pero cuyos responsables aseguraban que no sabían nada de ellos, puesto que resultó que su tutela se encomendaba a otras personas de la redacción o al colectivo de editores del área digital sin haberlo advertido antes a su autor. Hubo también casos en que abordamos blogs colectivos, cuya autoría coral admitía también cierta confusión sobre su gestión, y hasta ejemplos de blogs coyunturales (es decir, creados expresamente para la cobertura de un acontecimiento concreto que se disolvían espontáneamente cuando tal hito concluía) cuyos responsables confesaron que habían olvidado su existencia y se resistían a considerarse bloggers, aunque en efecto lo hubieran sido en el pasado. De modo que ese capítulo que en principio parecía más sencillo empezó a complicarse por encima de lo previsto, lo cual generó sin embargo su propio impacto positivo: nos permitió clarificar la muestra censal, siempre de la mano generosa de los responsables editoriales de cada medio, y limpió también de potenciales errores las conclusiones que extrajáramos de su análisis.

No fueron los únicos inconvenientes que encontramos en esta apartado. Si los citamos aquí no tiene que ver con el relato de aburridas peripecias investigadoras que nada aportan al conjunto de nuestra tesis, sino porque conectan directamente con su esencia. A saber, que la blogosfera no es un fenómeno tan sólido como a menudo pretendemos, sino que admite una lectura cuya interpretación demanda no sólo la opinión de sus autores, sino el estudio detallado de sus contenidos. Una exigencia científica que abordamos en la parte final de nuestras pesquisas: el análisis de esas 148 bitácoras a partir de presupuestos investigadores comunes, según una serie de pautas que resulta imprescindible enunciar en este capítulo aunque se detallen más adelante. Observamos la frecuencia de publicación y su grado de actualización, incluyendo si se habían abandonado, aunque sobre este particular nos encontramos alguna sorpresa que luego concretaremos: ciertos blogs que pensábamos que habían dejado de existir, resultó que sus autores preferían pensar que se encontraban en una suerte de limbo. Nos ocupamos de fijar su estilo, adscribirlo a un género determinado o situarlo en una zona de nadie, ese impreciso territorio donde confluyen opinión, información o relato íntimo. También precisamos el vigor de su conversación con la audiencia, esto es, el eco que

encontraban sus artículos y anotamos el rango de aportaciones propias que llegan desde el nuevo periodismo digital: multimedialidad, interactividad, hipertextualidad. Es decir, estudiamos cada blog en función de las preguntas que en la encuesta subsiguiente trasladaríamos a sus autores, en la pretensión de que esa doble verificación reportaría interesantes conclusiones para nuestra tesis.

A este respecto, debemos subrayar una serie de normas que introdujimos de acuerdo con el director de nuestra tesis. Aunque volveremos sobre ellas cuando abordemos el capítulo concreto donde las estudiamos, nos parece necesaria esta puntualización previa. Del catálogo de diarios de Vocento excluimos, como recordamos al comienzo de este capítulo, al periódico madrileño *ABC*, por cuanto proyecta su difusión (y su capacidad de influencia) fuera del área local y regional y por lo tanto podía contribuir a desvirtuar la consideración de los blogs analizados como constructores de la opinión pública en un territorio geográfico limitado, como sí es el caso de los otros diarios analizados. También se retiró de la muestra censal *Diario LA RIOJA*, en este caso, por razones obvias: se trata del periódico donde trabaja el autor de esta tesis, de modo que también las conclusiones que pudieran arrojar los miembros de su blogosfera (él mismo, por ejemplo) pudieran estar contaminadas por ese efecto de exagerada cercanía. Tampoco nos ocupamos de analizar, por razones análogas, el blog que aloja en el diario *El Correo* el director de esta tesis, y optamos en el transcurso de la investigación por eliminar de nuestra encuesta la blogosfera de *La Voz de Cádiz*, puesto que por distintas razones de índole profesional, vinculadas a la convulsa trayectoria vivida por esa redacción en los últimos años, apenas hay ahora en ella rastro de los periodistas que en su momento dispusieron de blog en su seno. Nos pareció que esa particular idiosincrasia pudiera afectar al desarrollo de nuestra investigación, aunque se menciona expresamente su singularidad en el capítulo correspondiente.

Simultáneamente a este ejercicio de analizar los contenidos de la blogosfera de los diarios de Vocento, emprendimos la elaboración de una encuesta que completara de modo decisivo, con la opinión de sus protagonistas, nuestras pesquisas. Resultó en ese momento de gran ayuda no sólo las aportaciones bibliográficas ya mencionadas, es decir, los estudios previos de Palomo y Meso, de Herrera y de Noguera, por cuanto contenían aspectos similares a nuestra investigación y todos ellos manejaban técnicas de consulta de acreditada solvencia. También nos apoyamos en otra encuesta que sirvió de mayúsculo auxilio para nuestro propósito, obra de Gemma Ferreras y Fernando Garrido,

quienes la incluyeron en el imprescindible libro que también acompañó gran parte de nuestra investigación: se trata de su artículo ‘Midiendo la blogosfera. Perfil del blogger español’, para la obra colectiva ‘La blogosfera hispana: pioneros de la cultural digital’, que el especialista José M. Cerezo coordinó, según el encargo de Fundación France Telecom España, en el año 2006.<sup>16</sup> La suma de todas esas contribuciones se materializó en nuestra propia propuesta: una encuesta que, frente a criterios manejados por algunas fuentes de autoridad consultadas, optó por esa clase de modelo denominado de respuestas abiertas. Una decisión que complicó posteriormente el trabajo de recopilación del conjunto de consultas, pero que nos pareció que reflejaba mejor que la opción de respuestas cerradas los hallazgos que pretendíamos alcanzar. En especial, por cuanto favorecía esa idea primordial de que a través de nuestra tesis fluyera la voz de los actores principales de esta cuestión, los periodistas. Basándonos en la misma pretensión reservamos incluso un apartado final en el cuestionario para que fuera rellenado por cada periodista consultado y que añadiera en ese espacio sus reflexiones más personales, por cuanto pensamos que podían arrojar su propia luz al conjunto de la tesis.

En el capítulo dedicado a fijar nuestras conclusiones encontraremos un detallado resumen de la fisonomía que finalmente adopta la blogosfera de Vocento. En los presentes párrafos introductorios nos limitaremos a observar algunas consideraciones generales que pueden responder a los interrogantes que están todavía en el aire, antes de proseguir con la lectura de estas líneas. Por ejemplo, nos llamó la atención algunas ausencias: pocos blogs colectivos, todavía menos blogs coyunturales y escasa presencia de directores entre el parque de blogueros (sólo cuatro), que contrastaba sin embargo con la notable abundancia de altos responsables jerárquicos (subdirectores, redactores-jefe *et al*) en la blogosfera respectiva de cada diario. También tropezamos con escasos ejemplos de tipologías como el videoblog o el fotoblog, una insuficiente diversidad de géneros (las entradas de cada blog se poblaban, mayoritariamente, de textos donde apenas se encontraban entrevistas o perfiles, por ejemplo) y un recurso muy habitual: la tendencia de los autores a emplear el blog no como traslación de las temáticas

---

<sup>16</sup> FERRERAS, G. y GARRIDO F. ‘Midiendo la blogosfera. Perfil del blogger español’ en CEREZO, J.M. (director), *La blogosfera hispana: pioneros de la cultural digital*. Madrid, Fundación France Telecom España. 2006. Se trata de un modelo de investigación que ha servido de fuente de inspiración para nuestra tesis.



profesionales propias de su desempeño en la redacción, sino como un método para canalizar inquietudes o intereses ajenos a ese quehacer. Una particularidad de la que alertaba ya parte de la literatura científica consultada y que, en efecto, observamos que se registra con prodigalidad en la blogosfera de Vocento, con un atributo añadido: por reglar general, estos blogs que no responden a la agenda diaria propia del periodista se suelen actualizar menos y están en muchos casos condenados al abandono. Aunque también admiten una interpretación contraria: cuando su autor sí se empeña con decisión en ese ejercicio, suelen ser los más atractivos, se dotan de mayor frecuencia de publicación y generan mayor impacto entre la audiencia.

En resumen, nos hallamos ante blogs mayoritariamente ejecutados según el canon que pudimos rastrear en la bibliografía que acompaña nuestra investigación: blogs con mayor libertad estilística y una extraordinaria riqueza en las temáticas que abordan, fruto probablemente de esa misma ambición panorámica que caracteriza a los diarios de Vocento, que no por casualidad tienden a ser líderes en sus territorios. También su blogosfera se alimenta de una misma pretensión poliédrica, abordando el conjunto de las vertientes informativas para construir con sus lectores una comunidad de intereses compartidos que sería imposible si sus productos, tanto en su versión papel como en su versión digital, se vieran dominados por una excesiva uniformidad ininteresante. Un atributo que también distingue a su blogosfera: como alertan distintos tratadistas, algunas de cuyas opiniones hemos incorporado a este capítulo, la colonización racional y metódica de la blogosfera debe nutrirse, como principio fundacional, del establecimiento de una conversación frecuente y fecunda con sus lectores. Y ese propósito sólo puede plasmarse mediante una heterogénea muestra temática en los blogs de sus mejores redactores, sobre todo si extreman la atención a algunos recursos propios de los cibermedios: por ejemplo, la tendencia a viralizar sus artículos.

La fase postrera de nuestra tesis se correspondió con el análisis mencionado de la blogosfera de Vocento, según ese doble ejercicio del estudio de sus contenidos y la recopilación de las respuestas a nuestra encuesta que incluiremos en el apéndice documental. A medida que se aproximaba el final observamos la conveniencia de incluir dentro de esos capítulos finales un material que había ido apareciendo de manera informal y espontánea a lo largo de la investigación, pero que nos pareció que contenía su propio valor: la opinión de los responsables digitales de cada medio. Porque, como

hemos señalado, gran parte del trabajo de elaboración del parque de blogs del conjunto de Vocento, así como de la identificación de los integrantes de la muestra censal, obedecía a un diálogo constante entre todos ellos y el autor de la presente tesis. Gracias a su generosa contribución pudimos cartografiar ese mapa que componían las 148 bitácoras seleccionadas luego de expurgar de ellas las partes que no aportaban relevancia a nuestras conclusiones, de manera que resultaba de todo punto pertinente contar con sus respectivos puntos de vista. Todos ellos respondieron entusiastamente a nuestra invitación para que detallaran la estrategia tendente a ocupar la blogosfera informativa en el territorio donde ejercen su cometido, rindiendo así servicio al propósito genérico de cada diario: mejorar las cifras de audiencia, por supuesto, pero ayudando en la medida de sus posibilidades a perfeccionar las virtudes de la opinión pública hacia la que se dirigen. Sus coincidentes mensajes, con las particularidades inherentes a la identidad de cada cual, permitieron trazar una radiografía donde descollaba un factor esencial: que, frente a la fiebre expansionista que caracterizó su gestión del parque de blogs hacia el año 2005 en adelante, de un tiempo a esta parte (más o menos, desde el año 2012 hasta nuestros días) se había apostado por un impulso contrario, de mayor contención, para dotarse de una estructura de blogs más homogénea, evitar duplicidades y procurar que sólo sobrevivieran aquellos considerados como los mejores. Los blogs llamados de autor. Más calidad, menos cantidad.

Una idea que preconizaba también otro responsable consultado, Fernando Belzunce, quien ejerce la jefatura de innovación en Vocento. Belzunce confirmó con sus opiniones, incluidas igualmente en el capítulo correspondiente, lo que expresaban sus compañeros: que la estrategia seguida desde Vocento pasaba por una uniformidad que calificó como “suave”, donde la tutela que ejerce la redacción central se limite a detallar las fronteras propias del ejercicio responsable del periodismo y, en el marco formal, un diseño homogéneo que no reste tampoco libertad ni creatividad a los responsables de cada periódico que se ocupan del mantenimiento de su blogosfera.

Con el conjunto de todas estas aportaciones consideramos cerrada nuestra tesis. Confirmamos entonces la pertinencia de los capítulos destinados a formular las hipótesis de inicio, la metodología empleada y los objetivos que perseguíamos cuando iniciamos este proceso, hace cinco años, que nos permitieron redactar el capítulo dedicado a nuestras conclusiones. Procuramos incluir una bibliografía razonada, voluminosa pero coherente con los principios que guiaron nuestros pasos, y acordamos,

de acuerdo con el director de nuestra tesis, agregar en formato digital las respuestas de los periodistas consultados en nuestra encuesta, que forman un copioso apéndice documental para corroborar el conjunto de conclusiones. Y volvimos sobre nuestros pasos, para reflexionar sobre la idoneidad de nuestro punto de partida: comprobar si habíamos cumplido con el propósito de desarrollar un trabajo investigador que pudiera enriquecer la producción científica elaborada hasta ahora y que, de paso, sirviera en su praxis diaria a quienes desde las trincheras de cada redacción se ocupan de conquistar los anchurosos espacios del ciberperiodismo armados de su arsenal clásico, los atributos propios del oficio de periodista (rigor, verificación de fuentes y datos, autenticidad de las informaciones). El tipo de equipaje profesional que resultaba ser, con las necesarias adaptaciones, el mismo igualmente exigido para acomodarse en el universo digital. Nuevas técnicas narrativas, enfoques multimediales... Conexión más íntima con la audiencia, posibilidad de desarrollar un periodismo más independiente... Capacidad para responder a la llamada del periodismo de servicio y destreza (y humildad) para corregir los posibles errores que surgieran fruto de la imperfecta naturaleza humana o de la impericia momentánea en el ejercicio de su oficio. Un ejercicio de reflexión donde nos resultaron de gran ayuda las reflexiones de todos aquellos autores cuya producción científica corroboraba nuestras primeras impresiones o insinuaban nuevas orientaciones investigadoras.

Ése fue el caso del profesor Miguel Ángel Jimeno, cuyas opiniones nos merecían alta consideración porque encajaban en el marco teórico de esta investigación y porque nacían de la observación del ejercicio diario del periodismo en diferentes medios de comunicación. Así que nos pareció relevante que esta tesis se dejara permear tanto por aquellas reflexiones expresadas en su propio blog, consagrado a ensalzar las mejores prácticas profesionales del periodismo actual, sino las que ponía por escrito en las referencias que hemos incluido en el capítulo bibliográfica; entre ellas, la siguiente, de todo punto oportuna en esta fase del relato: “La gran pregunta -retórica- es qué es más esencial para el futuro de un diario, que planifique estrategias para aumentar la implicación de los ciudadanos en sus páginas o que el diario se implique más y más en la vida de los ciudadanos”<sup>17</sup>. Un punto de vista que operaba en el decisivo factor de

---

<sup>17</sup> JIMENO, M. A. “¿Desafíos de los diarios para no morir?”. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 2007, p. 19. <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/403>. Consultada en noviembre del 2015.

interactividad que proponen los nuevos medios digitales, que se situaba ya en el corazón de nuestras primeras pesquisas y que posteriormente iría alimentando esta tesis hasta alcanzar a sus conclusiones.

Todos esos rasgos aparecerán en estas páginas citados tanto por el propio Jimeno como por los demás autores que incluimos en este capítulo, porque al unísono coinciden en abordar desde puntos de vista heterogéneos un universo compartido, cuyos confines se extienden más allá del ámbito profesional, por cuanto se dejan contagiar por algunas de las teorías que, en cierto sentido hiperbólicas, distinguen la conquista de la blogosfera. Un territorio donde se observan cómo cristalizan ya algunas de las profecías adelantadas por el tecnólogo Tim O'Reilly: “Muy a menudo, los signos del futuro están por todas partes, pero hasta mucho más tarde la mayoría del mundo no se da cuenta de su importancia”<sup>18</sup>. Un espacio donde pudiéramos hallarnos en consecuencia ante “un verdadero Aleph”, según la opinión expresada por el experto Antonio Rodríguez en su artículo para ‘Aproximaciones al periodismo digital’<sup>19</sup>, que coordinaron Antonio García y Paloma Rupérez en el año 2007; o el escenario donde debiéramos prepararnos para recordar el debate entre apocalípticos e integrados que fijó el estudioso italiano Umberto Eco, según la atinada observación del profesor Díaz Noci<sup>20</sup>.

Más terrenal, nuestra modesta aportación aspira a situarse en la línea de las observaciones planteadas por el Libro de Estilo de Vocento, obra de José Martínez de Souza<sup>21</sup>: postularse como una herramienta que, desde sus humildes orígenes, sirva para desentrañar el mundo que nos rodea, en plena transformación. El académico Félix de Azúa, habitual escritor en la prensa española y bloguero también en ejercicio, formula con lucidez lo vano de algunos propósitos, como la pretensión de radiografiar con exactitud matemática y por completo el líquido universo digital siempre en movimiento, mediante una frase que queremos hacer nuestra en la conclusión de este capítulo introductorio: “La potencia descomunal de la red técnica, su capacidad de control, su

---

<sup>18</sup> O'REILLY, T. 'Inventing the future', <http://archive.oreilly.com/pub/a/network/2002/04/09/future.html>, 2002. consultado en enero del 2017.

<sup>19</sup> GARCÍA, A. y RUPÉREZ, P. (editores). *Aproximaciones al periodismo digital*. Madrid, Universidad Rey Juan Carlos, 2007, p. 31.

<sup>20</sup> DÍAZ NOCI, J. *La escritura digital*, San Sebastián, Fundación Talaia, 2000, p. 2

<sup>21</sup> MARTÍNEZ DE SOUZA, J. *Libro de estilo de Vocento*. Gijón, Ediciones Trea, 2003.

energía igualitaria y niveladora, precisan de dos o tres generaciones nuevas con fuerzas suficientes como para ver la jaula desde fuera”<sup>22</sup>. Entiéndase por lo tanto nuestra tesis como el modesto esfuerzo de un integrante de esta generación de periodistas que ha visto tambalearse el suelo bajo sus pies para iluminar las exigencias que el nuevo paradigma de la comunicación plantea. Una humilde contribución a reivindicar las buenas praxis que distinguen el trabajo de quienes ejercen su ocupación desde el respeto al canon tradicional del periodista e ingresan en la blogosfera equipados por esa regla fundamental que Umberto Eco exigía a este oficio: “El sentido común”. Unas palabras pronunciadas poco antes de fallecer, con ocasión de la presentación de su último libro, esa novelita titulada ‘Número cero’<sup>23</sup>, inspirada en el mundo del periodismo. Donde el maestro italiano consignaba una serie de principios deontológicos que hemos observado en el análisis de las prácticas de los periodistas que forman nuestro escrutinio y que resultan ser los fundacionales de esta profesión. “Hay unos límites de decencia, pudor, respeto al público, pero no hay una ley que diga lo que no se pueda hacer. El problema del periodista es saber individualizar esos límites de la información. (...). Cada vez que se cuenta un hecho, depende de una interpretación. El problema es ver si hay hechos que son independientes de nuestras interpretaciones. Los límites del periodismo están muy marcados: el periodismo tendría que hablar sólo de los hechos que no dependen de las interpretaciones”<sup>24</sup>. Un axioma que, en líneas generales, veremos en las páginas siguientes cómo se cumple desde las redacciones de Vocento modélicamente, siguiendo los preceptos que hemos elegido para cerrar este capítulo. Una serie de atributos inherentes a la profesión, procedentes no del ámbito de la información, sino de un territorio fronterizo: el área del derecho de la comunicación. Desde donde recogemos esta opinión de la profesora Ana Azurmendi, que a nuestro entender delimita con perfección las reglas del juego que los periodistas deben observar en su quehacer diario, con independencia del formato que escojan para comunicarse con su audiencia, y que debieran acompañarles también cuando ingresan en la blogosfera, espacio periodístico al fin y al cabo: “A los profesionales de la comunicación corresponde la búsqueda y la difusión de la verdad informativa, que no por cotidiana, rutinaria tantas veces y

---

<sup>22</sup> AZÚA, F. de. *Autobiografía de papel*. Barcelona, Mondadori, 2013, p. 170

<sup>23</sup> ECO, U. *Número cero*, Barcelona, Lumen, 2015

<sup>24</sup> Entrevista con Umberto Eco en <http://www.abc.es/cultura/cultural/20150330/abci-umberto-numero-cero-201503281922.html>. Consultada en enero del 2017.

mercantilizada ha perdido su valor específico. En su actividad de selección, interpretación y elaboración de lo que ha acontecido (...) profesionales y medios tienen un compromiso que va más allá de la contabilidad económica de su negocio mediático. Ese horizonte tiene tonos de verdad y de servicio. Considerarlo irrenunciable nos permitirá nombrar verazmente nuestro mundo como sociedad de la información”<sup>25</sup>.

---

<sup>25</sup> AZURMENDI, A. *Derecho de la información. Textos básicos*. Pamplona, EUNSA, 2001, p.14

## *Agradecimientos*

Esta tesis no hubiera sido posible sin la sabia orientación de su director, el Dr. D. César Coca, quien acogió con entusiasmo la idea inicial y supo orientarla hacia un horizonte científico, guiándome con esmerado conocimiento del espíritu académico que debía distinguir nuestra investigación, asesorando con paciencia en los momentos clave, verificando datos y corrigiendo los inevitables errores que fueron surgiendo. Ofreciendo además la experiencia de su modélica trayectoria profesional, docente e investigadora en la esperanza de que pudiera beneficiarme de ella en mi propósito.

Quiero mencionar también a Lucía Martínez Odriozola, antigua compañera de los cursos de Doctorado y querida colega de profesión. Fue la primera persona de la Universidad del País Vasco a quien confíé mis intenciones de doctorarme con una tesis que entonces sólo era un esbozo muy preliminar, idea que aplaudió con contagiosa ilusión. Y fue ella quien me orientó hacia el Dr. César Coca, en la seguridad de que sería, como luego puede comprobar, el director más apropiado para mi proyecto.

Mantendré siempre una deuda de eterna gratitud con mis compañeros de los distintos diarios de Vocento. En primer lugar, con quienes comparten conmigo la redacción de Diario LA RIOJA, testigos pacientes de mis desvelos y cooperadores imprescindibles para que viera la luz este trabajo. Incluyendo una mención expresa para Diego Ortega y Xabier García, responsables del área de diseño digital y programación, a quienes trasladé mis inquietudes y de quienes recogí pertinentes recomendaciones para construir la encuesta que cimienta gran parte de tesis, así como atinadas sugerencias de diseño y puesta en página, tan atinadas como enriquecedoras. Y en segundo lugar, a todos los responsables de los diarios regionales y de la redacción central de Vocento, con quienes he estado en contacto durante estos años, intercambiando pareceres y prestándome su gentil colaboración para configurar el censo de blogueros miembros de

cada redacción. También resultó de trascendental ayuda el conjunto de sus reflexiones sobre la estrategia seguida en cada caso para gestionar sus respectivas blogosferas. Me refiero a las siguientes personas, a quienes agradezco expresamente su insustituible y generosa colaboración: Íker Alava, María Almagro, Pablo Álvarez, Sonia Andrino, Fernando Belzunce, José Enrique Cabrero, Pedro Campos, Teresa Cobo, Jesús Falcón, Ignacio Foces, Joaquín García Cruz, Celia Herrera, Elena de Miguel, Eloy de la Pisa, Álvaro Polavieja, Víctor Rodríguez y Cristina Tuero.

Como es lógico, esta tesis no hubiera podido ver la luz sin otra contribución igual de desprendida y valiosa: la que protagonizaron todos aquellos blogueros de los diarios de Vocento que, en un porcentaje abrumador, aceptaron contestar a la encuesta que engrosa uno de los capítulos fundamentales de nuestra tesis. Mi gratitud hacia todos ellos, a quienes se menciona en el capítulo dedicado a recopilar sus aportaciones, será siempre infinita.

También me parece de justicia reconocer la ayuda que me han prestado otras personas decisivas igualmente, algunas desde el anonimato: el personal laboral de la UPV, con especial agradecimiento hacia los miembros del Departamento de Periodismo II y de la sección de Máster y de Doctorado, así como de su Biblioteca, que supieron atenderme con diligencia, eficacia y profesionalidad. Un reconocimiento que debo igualmente a los funcionarios del servicio de Biblioteca de la Universidad de La Rioja, que mostraron un encomiable espíritu de colaboración en las numerosas consultas necesarias para redactar estas líneas mediante una adecuada contribución bibliográfica.

Concluyo este apartado con un agradecimiento fundamental, el que debo a mi familia. Sobre todo, a mis seres más cercanos y queridos. A Lourdes Cerrillo Rubio, tenaz investigadora y perspicaz docente, así como ejemplar ser humano, que me ha servido de modelo para esa tarea. A mi hijo Jorge, cuyo cariñoso aliento me ha acompañado durante todos esos años, sirviéndome de acicate en las horas de mayores dudas. Y, por encima de todos ellos, a mi mujer, Concha. Por su maestría en la orientación desde su propia condición de doctora e investigadora. Por la paciencia y sabiduría con que ha sabido ayudarme mientras compartíamos aflicciones, tribulaciones y también algunos luminosos hallazgos. Por la inmensa confianza que depositó en mí y por su inquebrantable amor.



## 2. HIPÓTESIS

El proyecto de esta tesis nace a partir de mi propia experiencia profesional, en la esperanza que me animaba a explorar un escenario de investigación científica a partir de las observaciones más bien empíricas de cómo se despliega en España el ingreso de los periodistas educados en la era anterior al ciberperiodismo en el nuevo ecosistema informativo, popularizado en los primeros años de este siglo, a través de su desempeño como miembros de la blogosfera periodística. Pasar de ese estado acientífico al territorio de la investigación académica representaba un atractivo horizonte investigador, aunque la dimensión de la tarea que pretendía abordar aconsejó ceñir la tesis al impacto de ese despliegue en un ámbito más concreto: el formado por los diarios que integran Vocento, principal grupo español editor de prensa regional. El planteamiento inicial de la tesis obedece a una serie de hipótesis de trabajo, que a continuación se desarrollan.

1. Se plantea la hipótesis de si el universo de los blogs representa el primer trabajo periodístico en la esfera digital de los profesionales de la prensa escrita española adiestrados en el periodismo tradicional; es decir, si se han iniciado por primera vez durante su carrera profesional en el llamado periodismo digital a partir de sus incursiones en la blogosfera, mediante la creación de sus propios blogs. Entendidos éstos como una parte activa de su desarrollo profesional, de modo que los han alojado en las webs de sus respectivos periódicos y tutelado desde entonces: aunque en algunos casos los hayan ido abandonando, muchos otros se mantienen actualizados a pesar del paso del tiempo. Se trataría de saber, como sostiene nuestra primera hipótesis, si ésa ha sido su primera experiencia profesional en la ciberesfera.
2. Una segunda hipótesis, directamente vinculada con la anterior, tiene que ver con la idea de si la exploración de la blogosfera de los profesionales que

forman parte de la redacción de Vocento, vertebrada alrededor de una docena de diarios regionales, ha tenido un carácter metódico, propio de una gestión preconcebida y pautada, o ha sido fruto de una decisión independiente. Es decir, nos preguntamos si la decisión de crear un blog y posteriormente gestionarlo nace de un mandato directo de sus responsables o más bien de un indefinido impulso donde se mezclan las razones de tipo personal con las de carácter profesional. Nuestra hipótesis se plantea alrededor del siguiente dilema que pretende resolver la investigación posterior: si la incursión de periodistas procedentes del mundo analógico en el mundo digital obedece a la pretensión individual de cada profesional por adaptarse a las nuevas exigencias profesionales o bien nace a partir de una planificación estratégica. Porque así lo determina su propio diario o porque responde a una decisión del conjunto de su grupo editorial.

3. La tercera hipótesis que alumbró esta investigación nace de mi propia experiencia profesional, tanto como miembro de la plantilla de uno de los diarios que integran Vocento, *Diario LA RIOJA*, como de mi condición de bloguero a través de distintas bitácoras creadas a lo largo de mi carrera profesional, alojadas en la web de dicho diario. A partir de esa impresión inicial empírica, la investigación se plantea resolver la hipótesis de si en la gestión de la blogosfera del respectivo periódico prevalecen las decisiones de índole propia de cada diario. Es decir, dilucidar si esa estrategia está presidida por una idea común o si triunfa una política de heterogeneidad en la gestión de la blogosfera de Vocento.

4. La cuarta de nuestras hipótesis conecta con las tres anteriores: si en la creación y gestión de sus blogs los profesionales del periodismo han encontrado una salida para desarrollar nuevas vertientes de su trabajo periodístico y perfeccionar su trabajo tradicional. Plantear si la compatibilidad de sus tareas como periodistas y blogueros, aunque revista dificultades de adecuación, mejora su capacidad de trabajo como miembros de cada redacción porque les ayuda a fortalecer su proyección exterior, qué tipo de diálogo fijan con sus lectores y si es la clase de conversación a la que podían aspirar desarrollando sus tareas simplemente por los medios tradicionales. Es decir, si en su desempeño como blogueros se dejan influenciar por los atributos propios de la blogosfera informativa.

5. El descubrimiento de un nuevo horizonte profesional que se simultanea con su labor como bloguero puede plantear, según nuestra siguiente hipótesis a partir de la enunciada con anterioridad, que la conversación entre el autor del blog y su audiencia acabe emigrando desde el propio blog, escenario del diálogo con la audiencia en el despegue de la blogosfera, a su perfil personal en redes sociales como Facebook o Twitter o al propio perfil corporativo de su respectivo periódico. Se planteaba la resolver la siguiente hipótesis: si la irrupción de las redes sociales genera cambios en el ecosistema informativo español cuando la gestión de la blogosfera se asocia al trabajo periodístico.

6. Una siguiente hipótesis, asociada a la anterior, plantea si la libertad de estilo y la mejora de la creatividad consustanciales a las exploraciones de los periodistas en la creación y gestión de sus blogs configura una experiencia profesional para ellos más gratificante que su propio desempeño diario. Una idea que permite explorar un concepto íntimamente vinculado: si estos atributos propios de la blogosfera de cada diario impregnan en mayor medida sus actividades periodísticas en los dos soportes, papel y web.

7. Puesto que tiende a establecerse la suposición según la cual la exploración de la blogosfera concede a un periodista la adquisición de más y mejores habilidades de las propias de quien no ejerce como bloguero, la siguiente hipótesis es si el ejercicio de esta faceta de ciberperiodista permitiría dotarse de mejores herramientas para el quehacer profesional, por un lado, y si, por otro, precisamente gracias a esta profundización del periodista y bloguero en los nuevos ámbitos tecnológicos alcanza un estatus más relevante como catalizador, dentro de cada redacción, de los nuevos enfoques periodísticos. Si, en resumen, la creación y gestión de un blog le convierte en una voz más autorizada en torno al devenir de su profesión.

8. A partir de la hipótesis de que numerosos profesionales de los diarios de Vocento que crean un blog lo actualizan con escasa frecuencia y en numerosos casos lo acaban abandonando, planteamos si esta decisión obedece a la falta de estímulo profesional en esta incursión en la blogosfera o si se justifica por otras razones derivadas de la propia experiencia personal. Esto es, si la falta de una estrategia uniforme dentro de cada diario penaliza la conquista de este espacio

tan característico y relevante del periodismo digital o si en realidad la blogosfera representa un esfuerzo profesional de tal calibre para los periodistas de los diarios analizados en esta tesis que no justifica la energía que exige semejante desempeño.

9. La siguiente hipótesis se vincula con el análisis inicial del estado de la cuestión: la extendida pretensión de que los blogs creados y tutelados por profesionales del periodismo cuya trayectoria se inició en el ámbito del oficio tradicional se caracterizan en líneas generales por la extensión de las labores propias de ese tipo de periodismo analógico al ámbito del periodismo digital sin mayores procesos de adaptación al universo de las nuevas tecnologías: la ausencia de atributos propios tanto de los nuevos medios (como imágenes, piezas de vídeo, hipervínculos, categorización de las entradas o cualquier otro rasgo distintivo) permite deducir si nos encontramos ante un estadio muy inicial de las maniobras periodísticas en la blogosfera o si se puede concluir que ya se detectan síntomas de agotamiento sobre las posibilidades que encierra la misma para conducir al periodismo hacia un nuevo territorio de mayor comunión con sus lectores y mejores praxis profesionales.

10. Una última hipótesis nace de la pretensión de establecer si la blogosfera de cada periódico ha acabado o no formando parte del mecanismo interno de producción informativa: bien porque algunos blogs se han convertido en fuentes generadoras de noticias para el diario, a partir del establecimiento de un mecanismo de diálogo frecuente entre parte de sus redactores y sus distintos grupos de audiencia, bien porque desde cada ciberdiario se elige el blog de sus redactores para comunicarse con su audiencia en lugar de recurrir a los modelos informativos más tradicionales. O bien porque la blogosfera de cada periódico se erige en el escenario más apropiado para ensayar nuevos códigos editoriales.

### 3. OBJETIVOS

La tesis obedece a un impulso investigador que permitiera combinar el trabajo científico propio de un trabajo de estas características con una orientación profesional: que sus conclusiones puedan servir para perfeccionar el trabajo diario de aquellos periodistas que comparten esta condición laboral con la de blogueros. Ese enfoque de tipo práctico resulta esencial para explicar la génesis de esta investigación: que el resultado no se limite al ámbito académico sino que contribuya a resolver algunas de las dudas que se suscitan en el quehacer diario del trabajo periodístico, sobre todo en la fase actual de emergencia y popularización de los nuevos medios digitales. Esta es una relación de estos propósitos que alimentan el objetivo central.

1. Elaborar un completo censo de los blogs de los diarios regionales de Voento: cuántos periodistas integran la blogosfera de cada uno de esos periódicos, en qué áreas temáticas operan, cuál es su rango dentro de la redacción y todos aquellos otros rasgos singulares que nos permitan fijar una panorámica de conjunto en el grupo editorial, que pueda contribuir a posteriores trabajos de investigación dentro de este mismo ámbito
2. Establecer una serie de pautas que permita conocer la expansión de los diarios hacia el universo digital a través del ejercicio profesional de sus redactores en la blogosfera propia. A partir del análisis de qué tipo de blogosfera resulta más habitual encontrarnos en los periódicos analizados, determinar cómo debería ser la construcción de ese catálogo propio de blogs que doten de personalidad al conjunto del periodismo que practica cada diario, con el objetivo de que ayude a un ejercicio más cabal de la profesión. Pretende fijar un prototipo de blogosfera que favorezca una más fluida comunicación con el público, mediante una estrategia de aprovechamiento de la exploración que cada periodista de un medio ejecuta gracias a su adquirida condición de bloguero. Adicionalmente, se

quiere observar si en la construcción de esa blogosfera de cada diario resulta pertinente involucrar a las distintas secciones de la redacción y si también se juzga oportuno aconsejar la implicación de sus diferentes responsables jerárquicos.

3. Discernir el tipo de periodismo que nace de la incursión de un periodista en este nuevo escenario. Categorizar los blogs no sólo por áreas temáticas, sino por los géneros informativos a los que recurren, permitiría alcanzar el objetivo de identificar qué es en realidad un blog cuando sirve al trabajo de un periodista: si un dietario, un repositorio de artículos de opinión o un complemento eficaz de su desempeño diario. Con un objetivo asociado: qué clase de diferencias encontramos entre el ejercicio del periodismo tradicional y aquellas que son propias de la exploración de la blogosfera.
4. Recopilar las opiniones de elevada pertinencia para la puesta en práctica de un periodismo más adaptado a las exigencias del nuevo marco informativo que aportan distintos profesionales de medios digitales de Vocento en torno a su propia experiencia como blogueros o en su calidad de responsables de organizar en cada redacción el escenario más adecuado para vertebrar esta expansión hacia el ciberespacio
5. Ofrecer respuestas ante posibles dudas sobre si resulta compatible el desempeño en el periodismo con las incursiones sistemáticas en la blogosfera: en qué ámbitos temáticos resulta más conveniente ejercer este doble estatus de periodista y bloguero, en qué herramientas puede apoyarse quien quiera compatibilizar ambos roles, qué modelos de éxito conocemos en los diarios de nuestro ámbito investigador (los periódicos regionales del grupo Vocento) que pudieran ser dignos de imitarse para perfeccionar las exploraciones de la blogosfera y cómo se puede contribuir desde estas maniobras en el ciberespacio a una transición más adecuada desde el perfil clásico del periodista a las exigencias del nuevo periodismo digital y la implantación de las nuevas tecnologías.
6. Proponer una serie de normas que, a partir del análisis del conjunto de blogs estudiados, contribuyan a crear mediante el recurso sistemático del blog dentro de la redacción a perfeccionar la imagen de marca de cada diario, gracias a la

conversación fijada con su audiencia, con el propósito de observar si las incursiones en la blogosfera ayudan a aumentar la relevancia de cada medio de comunicación. Es decir, si las experiencias de los periodistas convertidos en blogueros favorecen la construcción de una opinión pública mejor informada y más responsable. Para este objetivo resulta decisivo conocer cómo el fomento de las prácticas profesionales en la blogosfera incentiva el rol del periodista como forjador de opinión en su entorno, como un líder ciudadano o incluso como prescriptor.

7. Conocer cuáles son las estrategias desplegadas por un grupo de comunicación de notable dimensión en sus incursiones en la blogosfera española, por cuanto pueden servir de ejemplo a otros grupos editoriales
8. Comparar las evoluciones de la blogosfera de los distintos medios de comunicación analizados con las orientaciones que se deducen del examen de la literatura científica en torno a la conquista del ciberespacio, de modo que sirva a los fines propios del periodismo. Con el objetivo de conocer hasta qué punto la ejecución de las prácticas profesionales se ajustan a las recomendaciones expresadas por los líderes de opinión en este ámbito o si por el contrario el trabajo diario periodístico se aparta de esas orientaciones y establece su propio ecosistema informativo

En paralelo a este objetivo central que dedica más atención al capítulo centrado en la parte práctica de nuestra tesis, con el propósito de que ofreciera alguna ayuda al trabajo de los cientos de periodistas de los diarios de Vocento que también ejercen como blogueros, la tesis pretende alcanzar otros fines de carácter más netamente científico, asociados a la vertiente investigadora. Son los siguientes.

1. La tesis aspira a contribuir a la mejora del conocimiento en el ámbito del desarrollo de los nuevos medios digitales en el ecosistema informativo español. Desde un doble punto de vista: por un lado, pasando revista a su todavía precoz historia en los capítulos que dedicaremos a examinarla, con la intención de conocer cuál era su despliegue en la fecha en que se acomete el trabajo de campo de esta tesis, desarrollado durante la segunda década del siglo XXI; por otra parte, queremos delimitar las fronteras de la blogosfera española en ese mismo momento histórico, en

su faceta vinculada al trabajo periodístico. Conscientemente, la tesis evitará indagar en aquellas otras exploraciones de la blogosfera que no disponen de ese carácter puramente periodístico: aunque en el estudio preliminar que incorporaremos a este trabajo se cita el desarrollo de la blogosfera a nivel mundial con carácter general y se alude a cómo operan en ella distintos agentes provenientes de otros mundos profesionales, el enfoque fundamental tendrá que ver con el ejercicio del periodismo.

2. La tesis pretende ayudar al fomento de la investigación académica en el territorio del nuevo periodismo, desde la aspiración de relacionar sus pesquisas y conclusiones con otras líneas de investigación abiertas prácticamente desde el nacimiento de los medios digitales. Un objetivo muy relacionado con la pretensión de observar si en el despliegue de los citados cibermedios radica el germen que permita atisbar un nuevo futuro para el conjunto de la profesión y si a través de la construcción de una blogosfera más atractiva dentro de cada diario, forjada por la conexión fluida y frecuente de sus periodistas con nuevos nichos de lectores, se pueden discernir algunas de las respuestas que permitan dilucidar hacia dónde se dirige el porvenir de la profesión.
3. La tesis se dirige a comparar las evoluciones de la blogosfera de los distintos medios de comunicación analizados con las orientaciones que nacen del examen de la literatura científica en torno a la conquista del ciberespacio para que sirva a los fines propios del periodismo. Con el objetivo de conocer hasta qué punto la ejecución de las prácticas profesionales se ajustan a las recomendaciones expresadas por los líderes de opinión en este ámbito o si por el contrario el trabajo diario periodístico se aparta de esas orientaciones y establecen su propio ecosistema informativo.



## 4. METODOLOGIA

La presente tesis se desarrolló a través de una metodología basada en dos principios: el primero, mediante el estudio detallado de la literatura científica reciente que nos permitiera delimitar el campo teórico donde se inscriben las investigaciones en torno al ciberperiodismo en general y sobre la blogosfera en particular. Con especial incidencia en el análisis de la doctrina que se dedica en detalle al estudio de la blogosfera impulsada desde ciberdiarios con un enfoque esencialmente periodístico. Este trabajo teórico favoreció la concreción del objetivo inicial de plasmar en esta tesis un enfoque de carácter eminentemente práctico, que sirva a las redacciones de los diarios digitales españoles para conocer la experiencia en la blogosfera de un conjunto de iniciativas impulsadas desde el principal grupo editor de medios regionales de España. Una especialización en el trabajo teórico que condujo a la investigación a dar prioridad a todas aquellas aportaciones que se dedicaran a indagar en esa misma línea, que se prefirieron por encima de las que sólo plantearan un marco científico sin encaje en el quehacer profesional diario.

La parte fundamental, no obstante, de esta tesis se planteó a continuación: la derivada del trabajo de campo que supuso construir una cartografía de la blogosfera de los diarios de Vocento. Para alcanzar este objetivo, fue decisiva la contribución de los responsables de medios digitales de cada periódico, con quienes se inició un diálogo tendente a delimitar exactamente el escenario de esta tesis. Consecuencia de este intercambio de información, se pudo descartar de la blogosfera particular de cada diario una serie de casos que no se ajustaban al objeto de nuestra investigación: por ejemplo, la gran mayoría de los tutelados por colaboradores de cada periódico, puesto que se entendía que no formaban parte directa de su redacción y por lo tanto sus opiniones podían distorsionar el resultado de la investigación. Esta parte nos permitió despejar por lo tanto del censo que elaboramos a una serie de miembros de la blogosfera de cada periódico que, pese a no formar parte de su plantilla, tenían una profunda conexión con

la gestión informativa: críticos de cultura, por ejemplo, corresponsales o distintos perfiles que desvirtuaban la muestra y nos apartaban del propósito fundamental de la tesis, a saber, el análisis de la experiencia de quienes son periodistas a todos los efectos de cada redacción y se inician en el universo de los blogs. Se mantuvieron algunos casos excepcionales, bien porque se trataba de colaboradores muy arraigados en la construcción de la identidad del periódico ante la opinión pública de su territorio, bien porque aportaban un enfoque singular a su blogosfera que nos parecía interesante analizar. También abogamos por incorporar los blogs de redactores que, durante el transcurso de nuestra tesis, se habían jubilado, puesto que su retiro se situaba cercano al trabajo de campo y nos parecía que sí ayudaban a ese propósito genérico de fijar la imagen colectiva de la blogosfera de su diario.

Para este proceso de creación del censo acordamos delimitar el ámbito temporal de la investigación. Decidimos que dentro del estudio que procedíamos a acometer quedaran excluidos todos aquellos blogs que se hubieran creado a partir del 2017, puesto que el análisis de sus contenidos se clausuró con las actualizaciones emprendidas por cada bloguero hasta finales del año 2016. Mientras que, por el contrario, sí que servían para nuestro estudio no sólo los que estuvieran en vigor durante la fecha de desarrollo de nuestro trabajo de campo, sino todos los que existieron en la blogosfera de cada periódico desde su nacimiento como tales. En esta parte encontramos, sin embargo, una serie de contratiempos que complicaron en algún caso el propósito inicial, porque durante las distintas transformaciones operadas en la blogosfera de los diarios de Vocento los responsables de la redacción digital de la mayoría de esos periódicos habían acordado eliminar aquellos blogs que no se actualizaran con la frecuencia necesaria, aquellos otros que no conectaran con las necesidades informativas de su web o los gestionados por colaboradores que no aportaran valor añadido a su oferta editorial. Esta purga de blogs, aunque alteraba el objetivo inicial, nos permitió sin embargo centrar el trabajo de campo que desplegamos a continuación en aquellos que sí contaban con una validez científica para nuestra tesis, por cuanto se habían desarrollado en fechas más recientes y por lo tanto se distanciaban de una estrategia editorial que en un primer momento carecía del objetivo global que más tarde se fue implantando en las redacciones de los diarios de Vocento: fortalecer su oferta informativa.

En esta segunda fase nos fue de gran ayuda, por cuanto sirvió para fijar algunas pautas de investigación, los hallazgos contenidos en la tesis del doctor por la

Universidad de San Pablo David Herrera Cerezo, autor de ‘Los blogs en los ciberdiarios españoles de referencia: un análisis de los géneros periodísticos y de las nuevas técnicas de redacción’, dirigida por el doctor Ignacio Blanco Alfonso en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación (Departamento de Periodismo). Su metodología, basada en el establecimiento de un corpus práctico formado por los blogs objeto de su estudio a partir del descarte de aquellos que no compartían los atributos decisivos para alcanzar conclusiones de alto valor, ofrecía una modélica propuesta que nos pareció interesante tener en cuenta. Su propuesta de categorización de los blogs y el establecimiento también de códigos para la interpretación de los géneros donde se desarrolla el trabajo periodístico de los blogueros analizados en nuestra tesis fue de gran utilidad y sirvió como patrón para nuestras propias prospecciones.

La lectura de esa tesis, y la orientación del director de ésta, el profesor Dr. D. César Coca, nos aconsejó delimitar el censo de diarios analizados a la trayectoria propia del grupo editorial Vocento, especializado en el ámbito de la prensa regional, que dispone también de sus propias aportaciones en el terreno de la prensa de índole nacional. Nos pareció que el objetivo de nuestro análisis podía quedar desvirtuado, o al menos más confuso, si se incluía en nuestro estudio de la blogosfera tanto las prácticas de los periodistas de la redacción de *ABC*, periódico madrileño de proyección nacional, como las desarrolladas por los miembros de la redacción central de Vocento, que proveen de contenidos a los distintos periódicos del grupo en los ámbitos temáticos de información nacional, internacional, economía, sociedad, culturas y deportes que surgen de los frentes informativos alejados de la agenda local y regional. La construcción de una blogosfera particular desde el punto de vista de su encaje en el imaginario de la opinión pública también local y regional, donde operan los doce periódicos regionales de Vocento, podía quedar distorsionada si a nuestro análisis se añadían las prospecciones tanto de *ABC* como de la redacción central, que carecen entre sus objetivos de ese enfoque de cercanía a sus comunidades de lectores que distingue a la prensa que sí desarrolla su tarea en un ámbito geográfico más limitado.

Con estas aportaciones, y una vez establecido el marco general de la investigación, la siguiente fase de la tesis consistió en la elaboración del censo donde se inscribieran los blogs de cada diario que permanecían vivos (aunque su actualización fuera antigua, y en algún caso remota) porque todos contribuían a configurar la blogosfera de Vocento. Nos pareció en este punto atinado incluir dentro de nuestra tesis

el estudio de aquellos blogs que se hubieran abandonando, porque observamos en un análisis preliminar que contenían materia decisiva para las conclusiones que pudiéramos alcanzar. En primer lugar, por muchos de ellos habían alcanzado elevada notoriedad mientras se actualizaban con mayor frecuencia y porque contenían propuestas informativas de trascendental interés para nuestra tesis; en segundo lugar, y fundamentalmente, porque las causas que justificaran su abandono pensamos que nos permitirían arrojar luz sobre las condiciones en que los miembros de los diarios analizados ejercen como blogueros. Con el transcurso de la investigación, observamos además otra singularidad que nos animó a mantener estos blogs en nuestro estudio: que muchos autores, aunque llevaran tiempo sin actualizarlos, los seguían reivindicando como vivos.

Este censo se realizó mediante el intercambio de información con los responsables digitales de cada diario, aunque algunos de ellos delegaron la transmisión de datos en manos de miembros de la redacción con una dedicación más metódica en la gestión de la respectiva blogosfera. El resultado fue el que aportamos en el apéndice documental de la tesis, un completo listado de 148 blogs que hemos agrupado según una serie de campos que a continuación se citan: diario al que pertenece cada blog, nombre del autor, nombre del blog, área de la redacción donde desarrolla su trabajo, responsabilidad jerárquica que ejerce y ámbito temático de su blog. Establecido por lo tanto el análisis cuantitativo del objeto de nuestra tesis, procedimos a continuación, según las instrucciones acordadas con el director de la tesis, a desarrollar un análisis de índole cualitativo, que priorizara el estudio de los contenidos de cada blog como aspecto central de la investigación. No fue sin embargo el único elemento analizado: uno por uno, se estudió la frecuencia de actualización, el género informativo donde debían inscribirse y cuestiones formales respecto al estilo periodístico propio de cada autor. En esta fase de análisis de los miembros de la blogosfera de Vocento también se observó si existía idoneidad (o su contrario) entre las atribuciones profesionales de cada periodista en su ejercicio como bloguero; se analizó si sus prácticas como bloguero se adecuaban a las prescripciones de los teóricos de este universo en torno al empleo de herramientas propias de las nuevas tecnologías, como el recurso a imágenes o piezas audiovisuales; se detalló también si los periodistas que ejercían como blogueros extendían esta práctica como una prolongación de su quehacer habitual y si recurrían a introducir en sus piezas enlaces con otras webs. Si etiquetaban o categorizaban sus blogs y cuál era el tipo de

conversación que establecían con su público, anotándose también si este diálogo se limitaba a su blog o alcanzaba también a su perfil en redes sociales. Una fase de análisis que incluyó la observación de si los blogueros estudiados canalizaban a través de la blogosfera su trabajo habitual o bien preferían decantarse para sus incursiones en este universo por un ámbito temático que tuviera más que ver con aficiones o inquietudes personales. También se comprobó si en algunos casos los blogueros, como así sucedió, se limitaban en esta actividad a publicar como entradas en su blog artículos que previamente habían publicado en la versión de papel o digital de sus diarios.

Una vez repasada la blogosfera de los diarios regionales de Vocento, tomamos expresamente la decisión de excluir de este proceso de análisis de contenidos a dos de esos censos de blogs: el alojado en la web de *Diario LA RIOJA* y el propio del periódico *La Voz de Cádiz*. En este segundo caso, la decisión se adoptó por una circunstancia que podía favorecer un análisis de conjunto distorsionado, puesto que en las exploraciones preliminares para nuestro estudio detectamos la inexistencia de tal blogosfera en el diario gaditano. Una particularidad que tiene que ver con su convulsa trayectoria de los últimos años, como explica en un capítulo de la tesis una de sus responsables: fruto de los contratiempos vividos en *La Voz de Cádiz*, su blogosfera acabó prácticamente por desaparecer, tanto la constituida por las aportaciones de sus periodistas como la nacida a partir de colaboraciones externas. Es decir, que la ausencia de este diario en nuestro análisis es preconcebida: no figura, en suma, porque no existe. O existe como un estatus fantasmal: sólo dos de sus actuales redactores ejercen como blogueros. Y de ellos, uno ni siquiera lo tiene alojado en la blogosfera de su diario.

En cuanto a la otra ausencia, la de la blogosfera de *Diario LA RIOJA*, obedece a que en ella desarrolla su trabajo profesional el redactor de esta tesis. De modo que pensamos que esa excesiva cercanía podía comprometer el resultado de sus análisis, por cuanto nacían contaminados por su propia experiencia personal: no sólo como miembro de la redacción sino como autor de sus propios blogs en la web del mencionado periódico y por la responsabilidad que ejerce en el diario, hasta el punto de que algunos de los blogs que hubiera debido analizar nuestra tesis fueron alumbrados a partir de su implicación directa en los mismos o de la sugerencia hacia sus autores. También podían comprometer las conclusiones de nuestra tesis su cercanía evidente a la gestión de una elevada parte de los blogs que alberga el periódico riojano a cargo de profesionales que al mismo tiempo son compañeros del autor de la tesis, una proximidad profesional y

personal que amenazaba con impedir el juicio científico que es inherente al ámbito académico.

Excluidos por lo tanto ambos casos, y concluida esta fase de análisis de contenido, la tesis se centró a continuación en la elaboración de una encuesta que permitiera extraer conclusiones a partir de la propia experiencia personal de cada entrevistado sobre el carácter periodístico de su exploración de la blogosfera. En este apartado se decidió incluir también un sondeo, dirigido a los responsables digitales de cada periódico, que permitiera discernir la estrategia que los respectivos diarios desplegaban en la construcción de su blogosfera.

## 5. CIBERPERIODISMO, ANTECEDENTES Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

El universo de los blogs y, especialmente, su impacto en la historia reciente de la prensa exige iniciar este capítulo analizando la trayectoria del periodismo digital, desde sus balbuceos hasta la hora actual, cuando se ha convertido en una plataforma con voz propia en el ecosistema de los medios de comunicación a escala mundial. Una voz que tiende a ser interiorizada por todos ellos, como una variante más de su oferta, aunque con un impacto muy variado en su escala jerárquica como iremos viendo durante el desarrollo de esta investigación. Hasta el punto de que algunos expertos, como el profesor Cebrián Herreros, tienden a reflexionar si no nos hallamos más bien ante una versión, sin otros atributos esenciales, del periodismo de toda la vida, por más que el periodismo digital contenga algunas especificidades que lo hacen especial: tan especial como lo pudo ser la revolución que tuvo que experimentar la implantación del periodismo de televisión respecto al de la radio<sup>26</sup>. Es decir, que en la evolución de los medios ‘on line’ parece pertinente pensar que no está lejano el día en que el apellido digital deje de apuntalar al sustantivo periodismo, de modo que toda la comunidad de la comunicación (emisores y receptores, de acuerdo con el antiguo esquema) considere

---

<sup>26</sup> CEBRIÁN HERREROS, M. ‘La información en red’. *Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, Murcia 2000, pp. 9-28. Sobre las exigencias que la revolución tecnológica acarrea para el periodista, Cebrián Herreros resume en una frase ese papel emergente: “El periodista ya no es aquel que vive de un medio o empresa informativa, sino aquel que trata de vivir de la información que logra y de la cual los demás están tan interesados que incluso pagarían por tenerla. (...) Nacen otros modelos de comunicación que requerirán a su vez una revisión permanente. Se actúa de ciberinformador o cibernauta o buscador de información por la red, se entra en diálogo e interactividad y se debate intercambiando continuamente los papeles de actores de comunicación”.

como un todo único aquellas informaciones que emanan de cualquier medio, sea en su vertiente de papel o en su versión digital<sup>27</sup>.

En resumen: que tan propia de cualquier otro medio es la noticia que sirve en papel como la digital. Bastaría recordar un ejemplo pionero para corroborar este enunciado: el portal de *El País* se quitó el apellido *.com* en el año 2012, como recuerda el propio periódico en el blog<sup>28</sup> creado precisamente para dar cuenta de los cambios experimentados en su rediseño y mejora de contenidos y asumir que, en efecto, el nuevo ecosistema informativo obligaba a renunciar a semejante distinción que en aquella fecha ya empezaba a carecer de sentido,<sup>29</sup> según un gesto que luego han ido asumiendo otros portales (por ejemplo, los del grupo Vocento, objeto de nuestra tesis, acometieron esa maniobra a lo largo del año 2017). Un gesto que refleja cómo, en efecto, para algunos autores el modelo digital es sólo una manera de hacer periodismo por otros medios<sup>30</sup>.

En paralelo a esta convivencia entre soportes, asistimos a la insoslayable evidencia de que las nuevas tecnologías, de las que el periodismo digital sólo es una de sus manifestaciones, suponen una transformación mayúscula del modelo clásico de

---

<sup>27</sup>JARQUE-MUÑOZ, J.M. y ALMIRÓN, N. 'Periodismo para internet o periodismo, y punto'. *Palabra clave*, Revista de Comunicación. Universidad de La Sabana, Bogotá, 2008, pp. 46-47.

<sup>28</sup> <http://blogs.elpais.com/el-cambio-por-dentro/2012/02/claves-nuevo-diseno-el-pais.html> Consultado en diciembre del 2016

<sup>29</sup> SEOANE, M.C. y SUEIRO, S. *Una historia de El País y el Grupo Prisa*, Madrid, Plaza y Janés, 2004, p. 573. En su estudio mencionan ambas especialistas en historia de la prensa la decisión adoptada por el rotativo madrileño cuando ingresó en la red en 1996, sólo veinte años después de ver la luz en su versión de papel. Para Seoane y Sueiro, resulta de especial relevancia observar cómo cuatro años después *El País* se sitúa como líder de la prensa digital española. También recuerda en su monografía cómo en el 2002 la empresa editora acuerda implantar el pago por contenidos, una decisión fallida que posteriormente revocó, dentro de una serie de maniobras empresariales orquestadas para colonizar el negocio que ya se observaba en el área del ciberperiodismo: "Se trata de un terreno virgen que apenas comienza a ser explorado y por el que se avanza a palos de ciego". Una acertada visión que veremos reaparecer, en palabras de otros autores, a lo largo del presente capítulo.

<sup>30</sup> ARRANZ LAGO, David Felipe. "La blogosfera, metáfora incierta del periodismo", en *La ética y el derecho a la información en los tiempos del postperiodismo*. Valencia, Fundación COSO de la Comunidad Valencia para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad, 2007, p. 151. En opinión de Arranz Lago, experto de la Fundación Telefónica, "la ciberinformación se parece ya más a una mixtura sutil del pensamiento del blog y del antiguo periodismo que a una evolución lógica del formato en papel". A su juicio, "el periodismo tradicional es insuficiente para satisfacer este deseo de descubrir más allá de la noticia".



relaciones entre los medios de comunicación y sus audiencias<sup>31</sup>. Lo resume también con extrema rotundidad y meticulosa precisión Bill Gates, en una entrevista concedida en el año 2002 a *El País*, recogida por David Parra y José Álvarez Marcos en su libro *Ciberperiodismo*<sup>32</sup>. “El impacto generado por el mundo digital es equivalente al de la Revolución Industrial”, advierte Gates. Con una matización muy relevante: “La diferencia es que el industrialismo se desarrolló durante muchas generaciones, mientras que el cambio digital se está llevando a cabo en sólo una generación y media o dos”<sup>33</sup>. Una visión que han desarrollado distintos autores ajenos a la reflexión teórica sobre el periodismo, mediante aportaciones científicas procedentes de varias ramas del conocimiento: sirva como resumen, puesto que no se trata del objetivo central de nuestra tesis, recordar las decisivas contribuciones que sobre este particular distinguen a los autores del llamado ‘Manifiesto Cluetrain’, un documento firmado en 1999 por Frederick Levine, Christopher Locke, Doc Searls y Davie Weinberger, cuatro autores oriundos de una diversa gama de saberes, donde se detallan algunos de los cambios que la emergencia de la nueva era digital originará sobre el conjunto de la sociedad y, en concreto, sobre el acceso a la información<sup>34</sup>.

Estas exploraciones del nuevo paradigma de comunicación, al igual que las anteriormente mencionadas, deben entenderse como las confluencias de distintas líneas de investigación que nos ayudan a fijar un aspecto central de este capítulo, la génesis de la prensa digital. Los distintos tratadistas se ponen de acuerdo en situar en 1993 la aparición en la red (esto es, en el universo *world wide web*) del primer periódico *on line*: *The San José Mercury*.<sup>35</sup> En su estudio para la AEDE, los expertos Luis Jiménez Guerrero y Fernando Huerta registran sin embargo los antecedentes de ese nacimiento casi un par de décadas antes, a finales de los 70 del siglo XX, con ocasión de los

---

<sup>31</sup> MESO, K. *Introducción al ciberperiodismo*, Leioa, Universidad del País Vasco, 2006. Además de apuntalar la definición del concepto de ciberperiodismo, el autor explora algunas particularidades del nuevo canon periodístico implantado con la era digital, como esta opinión: “Los papeles de autor y lector se encuentran en entredicho”, pp. 170-186

<sup>32</sup> PARRA, D. y ÁLVAREZ MARCO, J. *Ciberperiodismo*. Madrid, Síntesis, 2004. Una decisiva contribución para nuestras propias prospecciones investigadoras para esta tesis.

<sup>33</sup> *Ibidem.*, pp. 9-23

<sup>34</sup> LEVINE, R., LOCKE, C., SEARLS, D. y WEINBERGER, D. *The Cluetrain Manifesto. The end of Business as Usual*. Nueva York, Basic Books, 2000.

<sup>35</sup> PARRA, D. y ÁLVAREZ MARCO, J. *Op. cit.*, pp. 23-39

primeros experimentos de distribución electrónica de servicios informativos<sup>36</sup>. Las experiencias también muy preliminares que protagoniza el rotativo británico *The Birmingham Post and Mail* están fechadas en 1979<sup>37</sup>; apenas un año después, el periódico norteamericano *The Columbus Dispatch* ofreció a sus lectores la posibilidad de hacerse con una de las 3.000 terminales que distribuyó para acceder a las noticias de su edición impresa: el precio, 5 dólares por hora de conexión<sup>38</sup>. Ese mismo año, en 1980, los ensayos de esta naciente tecnología llegaban ya a España: la agencia Efe puso en práctica una prueba piloto semejante durante el verano de ese año<sup>39</sup>. Tres años antes, como recuerda el profesor Díaz Noci, en Alemania se había ensayado un sistema llamado *Bildschirmzeitung*, promovido por los editores de prensa de ese país con ocasión de la Expo de Berlín de 1977: un teleperiódico que, aunque experimental, puede ser considerado como el primero de la historia de esa estirpe.

En este fundamental apartado de delimitar los orígenes del ciberperiodismo nos parece imprescindible citar una de las primeras obras que abordan esta cuestión, cuando semejante terminología todavía no se había popularizado. Los profesores de la UPV Jesús Canga, César Coca, Eloi Martínez, María José Cantalapiedra y Lucía Martínez plantean ya en 1999, en la publicación colectiva titulada ‘Diarios digitales’, algunos hallazgos de extrema importancia para nuestra tesis. Aunque, como es lógico, lo temprano de su fecha de publicación amenaza con invalidar alguna de sus conclusiones, (sobre todo, porque los avances tecnológicos han exagerado la difusión de los diarios digitales hasta límites imposibles de predecir entonces), no ocurre lo mismo con otras aportaciones de interés. Así ocurre cuando destacan una iniciativa editorial surgida en el

---

<sup>36</sup> JIMÉNEZ GUERRERO, L., HUERTA, F. *Periódicos Online*. Libro blanco de AEDE 2002. Madrid, 2002. Página 359.

<sup>37</sup> RUPÉREZ, P. ‘Reflexiones en torno a una historia del periodismo digital’, en *Aproximaciones al periodismo digital*. Madrid, Universidad Rey Juan Carlos I, 2007, pp. 40-41.

<sup>38</sup> DÍAZ NOCI, J. *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*, Leioa, Universidad del País Vasco, 2001, pp. 14-29.

<sup>39</sup> PÉREZ MARCO, S. *El concepto de hipertexto en el periodismo digital*. Tesis doctoral. Universidad Complutense, Madrid 2003, p. 44. En su tesis, la doctora Pérez Marco reflexiona sobre esta cuestión de la génesis de la prensa digital en España y concluye que resultaría preferible optar por la cautela a la hora de determinar la fecha exacta de nacimiento. “Hay que ser cautelosos a la hora de precisar la cronología de la aparición de la prensa digital(...) Probablemente no citemos anteriores experiencias por desconocimiento”. No obstante lo cual, su tesis da por válida la cronología establecida “acríticamente” por la mayoría de expertos.

ámbito del ciberperiodismo, el llamado *Diario Expo 92*<sup>40</sup>, un proyecto probeta de diario digital circunscrito a la actualidad generada alrededor de la Exposición Universal de Sevilla. Se trató en su momento de una experiencia pionera, cuyo interés actual reside precisamente en ese elemento promisorio que encerraba: la posibilidad de explorar en el ámbito digital a partir de un producto que se desmarcaba de la competencia informativa. Unos mil millones de pesetas de presupuesto y una audiencia estimada en un promedio de algo más de 8.000 lectores diarios describen la dimensión que alcanzó *Diario Expo 92*, un precoz cibermedio en cuya estela puede entenderse otro gemelo, nacido cuatro años después con ocasión de los Juegos Olímpicos de Atlanta: el quiosco virtual, una serie de aparatos cibernéticos desplegados por el recinto olímpico a imitación de la iniciativa sevillana, que distribuyó por el recinto de La Cartuja más de 200 pantallas táctiles para acceder a ese naciente y fugaz modelo de cibermedio, que debe consignarse entre las experiencias pioneras más relevantes del periodismo digital español.

El estudio de los profesores de la Universidad del País Vasco (UPV-EHU), que se apoya en otro trabajo también igual de esclarecedor para nuestra investigación: un ensayo todavía más precoz alumbrado en la misma facultad por el grupo de profesores formado por Armañanzas, Díaz Noci y Meso<sup>41</sup>, donde se analiza igualmente el estado de la cuestión en algunas cabeceras en la temprana fecha en que se desarrolló el trabajo de campo (1998 y 1999), avanza algunas teorías que el tiempo ha ido superando; por ejemplo, la conversión del ciberdiario en un producto con identidad propia décadas después: su convicción de que, con la irrupción de los medios digitales, será necesario para las empresas informativas “un cambio de estrategia como el que debieron poner en marcha los periódicos con la llegada de la radio y la televisión”. “Este será uno de los

---

<sup>40</sup> CANGA, J., COCA, C., MARTÍNEZ, E., CANTALAPIEDRA, M.J., y MARTÍNEZ, L. Op. Cit., pp.33-43.

<sup>41</sup> ARMAÑANZAS, E., DÍAZ NOCI, J., y MESO, K. *El periodismo electrónico*. Universidad del País Vasco, Leioa, 1996. En su libro, cuya nomenclatura ya permite percibir que nos hallamos ante uno de los primeros ensayos dedicados al naciente ciberperiodismo, prevalece la elogiada capacidad de sus autores para investigar en los nuevos medios cuando acaban de nacer, así como la vocación por advertir a su alrededor algunas derivas peligrosas para el ejercicio de la profesión en el ámbito digital que en esa década ya se intuían, como los riesgos para la noción de autoría. Nos parece que también resulta muy ilustrativo para confirmar lo que el resto de literatura científica dictamina en torno a la génesis de los primeros cibermedios en España, con el caso específico del semanario *El Temps* y el más curioso del BOR. Incluye unas declaraciones de su entonces directora, Beatriz Marín, que explicaba la razón de poner en la red el Boletín Oficial del Estado “por las demandas que recibíamos de personas y empresas de fuera de Madrid, que tenían dificultad para recibir nuestro periódico”. Se trata de un aspecto de nuestra tesis que más adelante desarrollaremos en profundidad.

retos más importantes para este nuevo medio en el horizonte de los primeros años del siglo XXI”, sentencian en su estudio<sup>42</sup>.

El profesor Meso aporta su propia contribución a fijar el bautizo del ciberperiodismo rastreando sus antecedentes en algunos curiosos hitos históricos muy anteriores, como la invención de un artefacto llamado periódico-teléfono nada menos que en 1913 o, con mayor vocación de continuidad y de servir como pauta para posteriores hallazgos, los ensayos de Roger Fidler en torno al dispositivo llamado *flat panel*, considerado como el remoto precedente de la tableta electrónica. Un conjunto de experiencias que merecen de Fidler la siguiente conclusión, recogida por Meso: “La prensa escrita no recuperará su posición dominante en Estados Unidos ni en ningún otro país aferrándose a sus prácticas tradicionales. Lo que los periódicos necesitan con desesperación es una nueva visión para el siglo XXI, algo que no dependa del papel impreso”. Unas palabras dotadas de cierto carácter visionario, puesto que Fidler, periodista y tecnólogo norteamericano de origen checo, las dejó escritas en muy temprana fecha, 1991.<sup>43</sup> Meso añade a estas consideraciones de índole teórica, aunque muy enlazadas con la necesidad creciente ya detectada por entonces de propinar un nuevo enfoque al periodismo que entroncara con su alma digital, algunas reflexiones que otro estudioso norteamericano, Nicholas Negroponte, aporta en su luminoso libro ‘Ser digital’, que contiene su ideario en torno al entonces emergente ciberperiodismo resumido en su propuesta para la creación de un nuevo medio, no por casualidad denominado *Daily me*. Donde interpreta el nuevo periodismo como una suerte de “mayordomo”, una atinada idea para exprimir las potencialidades del oficio en su conexión con el lector, para interactuar con él e interpretar sus necesidades más cabal y certeramente. Una pretensión que enlaza, como bien subraya el profesor Meso, con la ambición del ciberperiodismo de concretar algunas de las aspiraciones del periodismo clásico, en el entendimiento de que el avance de las nuevas tecnologías depara un escenario más apropiado para que cristalicen,<sup>44</sup> aunque anotando también alguna precisión que nos parece relevante: expertos como el profesor Díaz Noci recuerdan en su obra ‘La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el

---

<sup>42</sup> ARMAÑANZAS, E., DÍAZ NOCI, J., y MESO, K. (2001) Op. Cit., p. 77

<sup>43</sup> MESO, K. (2006), Op. Cit., p.34

<sup>44</sup> *Ibidem*, Op. Cit. p. 76

periodismo electrónico', cómo los profesores Canga, Coca, Martínez, Cantalapiedra y Martínez descartan que algunas maniobras periodísticas en los tanteos preliminares de la eclosión digital puedan equivaler directamente a ciberperiodismo. A su juicio, resulta más apropiado definir ese momento histórico bajo el término 'edición digital'.<sup>45</sup>

Una opinión que en apenas un año después queda pulverizada por el imparable avance tecnológico; en ese mismo estudio, nos encontramos con alguna novedosa contribución a incorporar modificaciones en el paradigma de los medios de comunicación. Así, el profesor Díaz Noci recomienda a los medios de comunicación que acepten "unos cambios que no todos están dispuestos a asumir", en referencia a la emergencia de ese nuevo periodismo ya decididamente "digital", un atributo mediante el cual se emancipaba de su antecesor, al que el autor denominaba simplemente "textual". Citaba el mismo autor que el ejemplo de *La Gaceta Digital*, un proyecto impulsado desde la Facultad de Periodismo de la Universidad de Santiago de Compostela, podía incluirse dentro de estas maniobras precursoras del ciberperiodismo y también advertía que, debido a la temprana fecha en que publicaba su estudio, algunas de las características propias del nuevo enfoque digital (multimedialidad, hipertextualidad e interactividad) todavía se desarrollaban en un grado muy incipiente, al menos en el caso español<sup>46</sup>.

Sirva todo este conjunto de incipientes tanteos como preámbulo para la emergencia real de los llamados cibermedios, que tardarían todavía una década en popularizarse en España, tomado ese periodo como referencia respecto a su eclosión en Estados Unidos, según un ritmo de implantación similar al que siguen los medios de comunicación de otros países del entorno occidental, de acuerdo con las fuentes de

---

<sup>45</sup> DÍAZ NOCI, J. (2001), Op. Cit., p. 81

<sup>46</sup> *Ibíd.*, Op Cit., p. 34. En su estudio, alerta de que la vertiginosa velocidad de los cambios implantados en el naciente paradigma de la información digital ("Todo va tan deprisa que apenas hay tiempo para la reflexión", confiesa) exige no obstante a los profesionales un ritmo de adaptación de similar rapidez al nuevo escenario, haciendo suya la idea lanzada por el experto norteamericano Robert Huesca, quien ya entonces animaba a diferenciar entre quienes apostaban por un modelo de ciberperiodismo dotado de un discurso propio, muy ligado por cierto a la práctica del hipertexto, de quienes se limitaban a adaptar al emergente territorio profesional rutinas ya prefijadas en el ámbito analógico: "On line journalists not only must rethink procedures and forms of reporting, they also must be more intellectually concerned with the design of their work".

autoridad consultadas<sup>47</sup>. Una cuestión sobre la que registramos un interminable debate, con algunos matices que incorporamos en este capítulo.<sup>48</sup> De hecho, hay expertos que observan un cierto retraso español respecto al resto de la prensa digital a escala planetaria, achacable al lento avance que protagonizan las nuevas tecnologías en nuestro país, si se compara con el abrumador desarrollo que caracteriza su expansión en el mundo anglosajón<sup>49</sup>, Estados Unidos señaladamente. Los estudios consultados coinciden en fechar en 1995 la aparición del primer medio digital español, en un ámbito alejado del tráfico informativo más convencional: en las dependencias del Boletín Oficial del Estado (BOE) se fraguó ese año el nacimiento de su versión digital, la primera en la vertiente hispana como señala el profesor Ramón Salaverría.<sup>50</sup> Aunque hay otros autores, anotados por el propio Salaverría, que atribuyen la primicia al semanario valenciano *El Temps*, también durante el verano de ese mismo año, no parece demasiado relevante para este trabajo entretenerse en una cuestión que tal vez jamás llegue a resolverse de modo fehaciente, de modo que estas consideraciones deben interpretarse como exploraciones todavía inconcretas sobre este particular<sup>51</sup>: lo fundamental es que las grandes cabeceras de prensa españolas desarrollarán a lo largo de 1995 sus versiones digitales: primero, los diarios catalanes, y posteriormente el resto de rotativos de vocación nacional. Un año después, *El País*, líder en difusión y audiencia de la prensa tradicional, que se había demorado en esta carrera respecto a su

---

<sup>47</sup> La definición de cibermedio admite distintas aportaciones científicas. A este respecto nos resulta especialmente pertinente la clasificación establecida por el profesor Ramón Salaverría en la obra que coordinó bajo el título '*Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*'. Sevilla, CS., Comunicación Social, 2005, p. 70, donde se agrupan en función de su taxonomía, aunque nos parece todavía más adecuada la definición que ofrece el propio Salaverría, en su '*Manual de Redacción Ciberperiodística*', del que es autor junto al también profesor Javier Díaz Noci: "Especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, la elaboración y, muy especialmente, la difusión de contenidos periodísticos". Barcelona, Planeta, 2003

<sup>48</sup> JIMÉNEZ GUERRERO, L. y HUERTA, F., Op. Cit, p 359.

<sup>49</sup> ARMENTIA, J. I., CAMINOS, J. M., ELEXAGARAY, J., MARÍN, F. y MERCHÁN, I. *El diario digital*. Barcelona, Bosch, 2000, p. 233

<sup>50</sup> SALAVERRIA, R. (Coordinador), (2003) Op. Cit. p. 70

<sup>51</sup> YUNQUERA, J. *Revistas y diarios digitales en España. Historia de una evolución*, Barcelona, UOC, 2016, p. 151. Este autor anota cómo el primer diario español que contó con su versión digital fue el rotativo asturiano *El Comercio*, donde fue posible semejante avance gracias a una suma de azares: en concreto, debido a la improvisada aportación de un estudiante de ingeniería que trabajó en prácticas en el diario asturiano durante el invierno de 1995. Un modelo muy poco consistente pero que alguna literatura científica considera, en efecto, como la experiencia pionera en España.

competencia, cuenta ya con su soporte digital y completa por lo tanto el mapa español de grandes medios en internet.<sup>52</sup>

¿De qué medios digitales hablamos? Como han señalado Jiménez y Huerta en su estudio citado, al igual que opinan otros expertos como Antonio Delgado Barrera<sup>53</sup> en su esclarecedora aportación abajo citada, en una primera fase el modelo de periodismo digital evoluciona de una manera simplista: se trata de trasladar a la red, sin interferencia o mediación alguna, aquellos contenidos que previamente se han incorporado a la versión tradicional del periódico de papel. Resulta oportuno en consecuencia incluir aquí una advertencia: puesto que nuestro estudio aborda el rol que asumen los redactores de medios de comunicación tradicionales (concretamente, los diarios del grupo editorial Vocento), el preámbulo de este trabajo se limitará a reflejar las tendencias observadas en medios semejantes. Huiremos por lo tanto de reflexionar sobre el esquema de producción de noticias de los medios que nacen ya digitales, en beneficio del análisis de aquellas maniobras propias a los periódicos de papel durante su aterrizaje en el universo *on line*. Un análisis que incluye la observación de cómo en sus albores los medios se abren a las nuevas tecnologías sin una estrategia precisa: la revolución tecnológica sorprende, como veremos, a la prensa clásica anclada en un modelo de oferta de contenidos que llevaba décadas siendo practicado en el mundo civilizado más o menos sin grandes variaciones, sin apenas cambios tampoco entre los distintos países de Occidente más allá de las peculiaridades propias de cada cultura informativa<sup>54</sup>.

El profesor Díaz Noci ha dedicado un considerable esfuerzo editorial al estudio de la génesis del ciberperiodismo en España; aunque lo hemos citado ya con anterior por sus aportaciones científicas, especialmente en su generosa y luminosa contribución

---

<sup>52</sup> DÍAZ NOCI, J. “Historia de los cibermedios en España”, en *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla, CS Comunicación Social, 2005, p. 21.

<sup>53</sup> DELGADO BARRERA, A. ‘Quince años de prensa digital en España’, en *La revolución de la prensa digital*. Madrid, Cuadernos de comunicación Evoca, 2009, p. 14

<sup>54</sup> EDO, C. ‘Las ediciones digitales de la prensa. Los columnistas y la interactividad con los lectores’, en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 2000. <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0000110063A/12911>. Consultado en mayo del 2015. La profesora Edo participa de la convicción en torno a la convivencia de medios, aunque aporta una reflexión sobre la necesidad de promover un nuevo tipo de periodismo y un nuevo tipo de periodista adaptado a las exigencias tecnológicas de internet.

a la obra colectiva sobre ‘El impacto de internet en los medios de comunicación en España’, nos parece de alto valor sintético su artículo ‘Ciberperiodismo, profesión y academia. Medios digitales españoles en internet’, publicado en el año 2009 en la revista Telos. Aunque muy vinculado a la coyuntura de ese momento, contiene reflexiones que guardan extraordinaria vigencia, como sus reflexiones, por ejemplo, en torno al entonces incipiente desarrollo de la blogosfera alojada en los medios de comunicación, donde descuella esta idea que luego los propios medios no han desplegado como debieran o como se podía esperar: si los blogs disponen en los diarios digitales de un público “fiel”, Díaz Noci se pregunta “por qué no iba a ser posible hacer negocio” con los blogs. Nos encontramos, como se deduce, ante una pregunta que todavía, mientras redactamos la presente tesis, sigue pendiente de contestarse por parte de la academia,<sup>55</sup> a pesar de la notable producción científica que iremos incluyendo en estas páginas y que tiene uno de sus precursores en el artículo<sup>56</sup> fechado ya en el año 2001 por el investigador norteamericano Jim Hall, un estudioso del impacto de internet en los medios quien ya entonces se preguntaba sobre el futuro de la comunicación en un paradigma donde vislumbraba la exigencia de replantearse las líneas fundamentales del negocio.

La vertiginosa implantación de lo digital originará, en consecuencia, una alborotada confusión entre medios y fines en las empresas de comunicación, que además contribuirá a dificultar como se puede observar el despliegue de una prensa digital con perfil propio<sup>57</sup>, con la única excepción de un enfoque singular que pronto se revela como un poderoso instrumento en ese objetivo nuclear de todo medio: la idea de que los cibermedios contribuyen a sintonizar con el público de manera más fluida y

---

<sup>55</sup> DÍAZ NOCI, J. ‘Ciberperiodismo, profesión y academia. Medios digitales españoles en internet’. *Revista TELOS*. Madrid, Fundación Telefónica, 2004. En <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=5&rev=59.htm> Consultado en marzo del 2015

<sup>56</sup> HALL, J. *Online journalism. A critical primer*. Pluto Press, 2001. El autor profetiza que “in the event, few newspapers were able to make that smooth transition to online news. In the new médium it soon bécame clear that their advertising base was not nearly as secure as it had seemed”.

<sup>57</sup> DÍAZ NOSTY, B. *Informe anual de la comunicación*. Barcelona. Grupo Zeta, 1999, p. 12. El profesor Díaz Nosty alude expresamente a internet como “una oportunidad expansiva (...) ante la cual la prensa cuenta con fortalezas indiscutibles”. A su juicio, “la mayoría de los editores empieza a sentir que más allá de amenaza para sus negocios (...) no parece ya una tentativa más de un fenómeno de futuro incierto”. Un diagnóstico cuyo máximo valor radica probablemente en la fecha en que está datado: 1999.



constante que los medios tradicionales, como alerta la mayoría de teóricos consultados para esta tesis, cuya opinión se puede resumir en esta frase del experto alemán en investigación sobre cibermedios Tanjev Schultz: “There is a connection between the state of democracy and interactive communications stimulated by media organizations. Consequently, examination and consideration of tools and techniques than may foster interactive communications appear to be highly significant”.<sup>58</sup> Una autorizada voz que se suma a otras emitidas por distintos teóricos en muy temprana hora, como si los efectos de la aparición de la blogosfera en el universo de los medios de comunicación no sólo provocara una mutación del paradigma hasta entonces existente, sino la generación de cambios en el conjunto de la sociedad. En efecto, en el seno de la opinión pública surge mediante el progresivo avance de los blogs en manos de periodistas una transformación de índole casi revolucionaria: la pretensión de dar voz a la audiencia se convierte en una posibilidad que estudiosos como los periodistas norteamericanos Kline y Burstein se apresuran a estudiar. En el año 2005 publican su esencial ensayo ‘Blog! How the newest media revolution is changing politics, business and culture’, donde ya observamos que emplean el concepto de revolución para abordar la metamorfosis operada en el conjunto de las sociedades occidentales, con considerable impacto en el ejercicio de la política, los negocios y la cultura, porque en su opinión el fenómeno de la blogosfera encauzada dentro de los medios de comunicación alcanzará ese ideal tantas veces anhelado en la historia del periodismo: devolver la voz a la audiencia<sup>59</sup>.

Debe en estas páginas preliminares de nuestra tesis advertirse de una evidencia que se irá abriendo paso a medida que avancemos en la investigación y que constituye materia para la reflexión: la conclusión de que los medios digitales que dominan el panorama informativo español son en su inmensa mayoría las versiones *on line* de las cabeceras clásicas, que superan en tráfico y relevancia por regla general a los medios nacidos expresamente para la red<sup>60</sup>. Algunos autores, como los profesores Limia, Isasi,

---

<sup>58</sup> SCHULZ, T. ‘Interactive options in online journalism: a content analysis of 100 US newspapers’, 1999. <http://www.ascusc.org/jcmc/vol5/issuel/schultz.html> Consulta en enero del 2015

<sup>59</sup> KLINE, D. y BURSTEIN, D. *Blog! How the newest media revolution is changing politics, business and cultura*. Powell’s Books. 2005

<sup>60</sup> LIMIA, M., ISASI, A., PEREIRA, J. y LÓPEZ, X. ‘Información periodística en la red. ¿Versiones digitales de los diarios impresos o cibermedios’, en MASIP, P. y ROM, J. (editores) *La utopía digital en los medios de comunicación: de los discursos a los hechos. Trípodos*, Extra 2005. Vol. 2. Facultad de Ciencias de la Comunicación Blanquerna. Barcelona, Universitat Ramon Llull. 2005, pp. 479-493

Pereiro y López, citan en este punto las aportaciones del experto escandinavo Peter Dahlgren, cuya predicción de que el ciberperiodismo contribuiría decisivamente a “alterar la definición de lo que hasta ahora se entendía por periodismo” sirve como base de su propia aportación, según la cual la conversión de las ediciones electrónicas en verdaderos cibermedios “forma parte de un proceso evolutivo”. Una teoría darwiniana de la conducta de los medios que en la fecha de su estudio, el año 2005, permitía extraer conclusiones de carácter doble: por un lado, porque se analizaba el tipo de pautas que seguían los periódicos tradicionales en su estrategia digital como una deriva todavía inacabada del modelo anterior, el que definimos como analógico; por otro lado, porque ya se empezaba a vislumbrar con claridad un nuevo escenario donde el rol del periodista clásico mutaba hacia lo que este grupo de autores denomina “una emancipación forzosa respecto al periodismo decimonónico”.

Se trata de un fenómeno que se repite en el universo de los medios a nivel global y que puede explicarse por una suma de razones. Expertos como Fernández Hermana<sup>61</sup> y Pérez Marco<sup>62</sup> coinciden en señalar cuatro factores que contribuyen a entender esta circunstancia: los periódicos tradicionales se benefician de una cabecera consolidada que ejerce como banderín de enganche; además, aprovechan por otro lado las enormes ventajas que frente a la competencia significan sus archivos de textos y fotos, en algún caso más que centenarios; por otro lado, cuentan con una redacción previamente adiestrada en la producción de contenidos y en su adecuación al formato de papel; y por último, aunque tal vez se trate del argumento definitivo, disponen a su favor de un cuarto elemento de gran y creciente importancia, la imagen de marca<sup>63</sup>, un potencial de cuya relevancia también advierten otros autores, como José Manuel Noguera: en su estudio sobre las relaciones entre blogosfera y medios de comunicación, se incluye una acertada puntualización acerca de cómo la construcción de un relevante censo de blogs en el interior de un cibermedio reclama una estrategia cercana al concepto de ‘branding’, esto es, “el proceso de creación y gestión de una marca, en este caso

---

<sup>61</sup> FERNÁNDEZ HERMANA, L. Á. ‘La batidora digital’, Enredando.com. <http://enredando.com/cas/editorial/enredando185.html>, 1999. Consultado en enero del 2015

<sup>62</sup> PÉREZ MARCO, S. op. cit. p. 35.

<sup>63</sup> NOGUERA, J. M. Blogs y medios. Las claves de una relación de interés mutuo’. Libros en la red, 2008, p.12. <http://www.bibliotecadigital.org/bitstream/001/305/9/978-1-59754-362-0.pdf>. Última consulta, diciembre del 2016.

periodística, a través de la puesta en valor de estos atributos como parte inherente de la identidad del medio”. A su entender, cuando un medio se dota de una blogosfera atractiva y consistente no sólo favorece “la entrada” de la audiencia, sino que de paso genera “un poso de confianza”, que conduce a ese anhelado grial: conquistar la “credibilidad” de la audiencia. Una idea que desarrolla en estos términos: “Viendo el tono más personal y libre utilizado en este tipo de blogs” (se refiere a los alojados en un cibermedio) “se atisba una clara intencionalidad de eliminar cualquier tipo de relación jerárquica entre medio y lector. Y en la medida que la audiencia perciba este movimiento como sincero, el medio se beneficiará de una proyección absolutamente positiva hacia su imagen como medio, su imagen de marca. Es lo que Noguera denomina con precisión “construcción compartida de la identidad del propio medio”, a través de las aportaciones de sus lectores.<sup>64</sup>

En resumen, que la alianza de distintos factores como los antes mencionados, unida a la sabia utilización de su propia cultura corporativa, sitúa a estos medios en ventaja dentro de un mercado poblado en sus primeros momentos de competidores creados ex profeso por el universo digital, que en el caso español han ido desapareciendo y naciendo progresivamente y se ven siempre amenazados por dotarse de un perfil propio, que les aleje del estatus casi residual de sus inicios, de modo que su estrategia se ha ido reconduciendo a generar más influencia que a captar audiencia<sup>65</sup>. Puede concluirse que las grandes cabeceras españolas han trasladado su competencia, en parecidos términos, desde el quiosco de papel al quiosco digital<sup>66</sup> y que se benefician de su considerable influencia ante la opinión pública como un atributo esencial para

---

<sup>64</sup> LOSADA, J. C. ‘Los medios de comunicación como generadores de imagen corporativa: los públicos internos’. *Comunicación y Sociedad*, Vol. XV, Número 2, Revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Pamplona, 2002, pp. 95-112

<sup>65</sup> SALAVERRÍA, R. <http://www.cuadernosdeperiositas.com/media/2015/01/09-22-SALAVERRIA.pdf>, consultado en enero del 2016 La imagen que ofrecen estos nuevos medios nacidos directamente para el universo digital es una foto en movimiento. Una valoración definitiva de sus estrategias y de su impacto en la opinión pública exige un periodo temporal de análisis que excede el objeto de esta tesis, como puede leerse en el informe de Salaverría para la Asociación de la Prensa, donde se alerta de una tendencia observada durante el 2014: el éxito de audiencia y los primeros pasos hacia la rentabilidad que alcanzan diarios específicamente ‘on line’ como *eldiario.es* o *El Confidencial*.

<sup>66</sup> DÍAZ NOCI, J. (2001), Op. Cit, p. 66. El autor anota esa particularidad en los primeros años de despliegue de la prensa digital: sólo “las empresas fabricantes de periódicos impresos lideran el negocio de la información en internet”. Una constante que todavía, con algún matiz, se mantiene en el momento de redactar esta tesis.

alcanzar audiencias no sólo interesantes para sus fines desde un punto de vista cuantitativo, sino también cualitativo: así lo advierten autores como David Herrera, quien subraya que la prensa llamada tradicional, a cuyo estudio en su faceta digital dedicó su tesis doctoral, recaba “históricamente los valores más intrínsecos de la labor del periodista”. A su juicio, ese modelo de periodismo se caracteriza también porque “en sus páginas no sólo se han recogido los frutos de una exigente labor de selección, jerarquización, interpretación y explicación de la realidad por parte de los profesionales que componen sus plantillas, sino que también han albergado los comentarios, opiniones y análisis de las más ilustres firmas de cualquier área de conocimiento humano”.<sup>67</sup>

De modo que la política inicial de esa prensa que podemos denominar analógica, desde la práctica clonación de los contenidos *off line* para ser puestos a disposición de las audiencias *on line*, ha ido evolucionando hacia el escenario presente, donde confluyen varias corrientes de desarrollo incierto. La principal línea de actuación entre los medios españoles, no obstante, sigue dominada por la evidencia de que han carecido históricamente de una visión propia para el desarrollo de un modelo de comunicación para internet con garantías de éxito, una situación que empieza a corregirse con el paso del tiempo. No obstante, surgen también otras variantes, como la implantación de experiencias de pago por contenidos; la más popular, la preconizada por el periódico madrileño *El Mundo* y su plataforma *Orbyt* en el año 2010, o el modelo llamado *On Plus* impulsado más recientemente por el grupo editorial Vocento en sus distintos diarios regionales, un proyecto impulsado desde el año 2015, cuando comenzó su andadura en el periódico vasco *El Correo*. En general, observamos que, gracias a la suma de este tipo de experiencias, se abre paso por esos años entre los medios de comunicación la sensación de que las opciones de interactuar con la audiencia (uno de los atributos esenciales que caracterizan a los cybermedios) encierran el primer síntoma de que sería posible diseñar un plan específico para los medios ‘on line’. Esto es, un planteamiento dirigido a extraer beneficios (en todos los sentidos, no sólo en el ámbito

---

<sup>67</sup> HERRERA, D. Op. Cit. p.172

económico) tanto para la versión digital como también para la versión tradicional en papel.<sup>68</sup>

Cuestión distinta, aunque también muy relacionada con el debate anteriormente citado, es el nuevo papel que ejercerá en el naciente panorama de los medios digitales un protagonista esencial: el público. La audiencia tradicional se ve reemplazada por un nuevo tipo de receptor, más exigente, más dinámico y dispuesto a la interacción, gracias entre otros factores a la extensión del universo tecnológico por las distintas capas de la sociedad<sup>69</sup>, como ya advierte precisamente en su investigación sobre los contenidos de la blogosfera de Vocento el profesor Koldo Meso, quien cita al experto Alberto Ortiz de Zárate, autor de un interesante estudio sobre otro tipo de blogosfera, la alojada en el mundo de la empresa, para reivindicar el carácter “bidireccional” establecido en este nuestro paradigma de la comunicación propia de los cibermedios.<sup>70</sup> Se trata de un fenómeno que exige por lo tanto un cambio de enfoque en la manera de acercarse a este nuevo público e impone una modificación de las rutinas del periodista, transformado ya por lo tanto en ciberperiodista<sup>71</sup>. El periodista como arquitecto de la

---

<sup>68</sup> LÓPEZ, G. (ed.) *El ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y público en internet*. Valencia, Universidad de Valencia, 2005, p. 23 en <http://www.vinv.ucr.ac.cr/docs/divulgacion-ciencia/libros-y-tesis/ecosistema-digital.pdf>. Consultado en enero del 2015. Sobre el nuevo rol de las audiencias se pronuncia en esta obra colectiva el propio editor, Guillermo López (“Los medios se caracterizan por integrar los distintos niveles de comunicación, potenciando la multidireccionalidad de la comunicación incluso en aquellos casos en los que parten de un referente claro en los medios convencionales”, página 10), como uno de los autores, el profesor Germán Llorca. En su artículo ‘Comunicación interpersonal y comunicación de masas en internet. Emisor y receptor en el entorno virtual’ se apoya en expertos como Lorenzo Vilches para desarrollar una teoría análoga a la apuntada por López: la transfiguración del reparto de roles entre emisor y receptor en el espacio de los cibermedios. “Internet permite el desarrollo de mecanismos de comunicación mucho más complejos, que no responden a los parámetros tradicionales del espacio y del tiempo”.

<sup>69</sup> MESO, K. (2011). Op. Cit,

<sup>70</sup> LÓPEZ, X., GAGO, M., y PEREIRA, X.. *El ciberperiodismo en España. Una visión de modelos, negocios y formatos en comunicación audiovisual en la era digital*. Universidad de Santiago de Compostela, Servizo de Publicacions e Intercambio Científico Campus Universitario Sur, 2005, p 123. Un iluminador estudio que incluye también una oportuna advertencia en torno al papel protagonista que el nuevo paradigma de la comunicación reserva al receptor: “Las posibilidades de expresividad periodística de los cibermedios está demostrada. Los usuarios están considerablemente más formados en navegación y empleo de tecnologías que hace unos años”.

<sup>71</sup> MESO, K. *Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del periodismo: el periodista digital*. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002mesojunio5103.htm> Consultado en enero del 2015. Sobre este particular, el mismo autor ha reflexionado en otros artículos como ‘Nueva profesión, periodista digital’. Revista Latinoamericana de Comunicación (Chasqui), Número 81. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, 2003.

información, según la lúcida reflexión del profesor José Luis Orihuela, y, en consecuencia, como detonante de la transformación de la propia información según un nuevo paradigma que Orihuela define con acierto mediante una metáfora que estará muy presente en el desarrollo de esta tesis: el espacio navegable.<sup>72</sup>

Una teoría que enlaza con otras aportaciones, entre las cuales resulta imprescindible citar la elevada producción científica del experto norteamericano Hugh Hewitt, a quien periódicos como *The Wall Street Journal* calificaron en su momento, dentro del conocido gusto de la prensa de ese país hacia las etiquetas, algo así como “el historiador no oficial del movimiento bloguero”. Hipérboles al margen, Hewitt ha ido orientando algunas de las pesquisas de los teóricos de la blogosfera, como el citado Orihuela y otros, a través de ensayos y artículos; entre ellos, nos parece especialmente llamativo el titulado ‘Blog. Understanding the information reformation that’s changing your world’, sobre todo porque ya en el año 2005 fue capaz de profetizar el cambio revolucionario en el paradigma informativo que se avecinaba. A su entender, algunos acontecimientos entonces recientes (como la polémica trayectoria del reportero Jayson Blair y sus reportajes para *The New York Times* que se acababan por entonces de revelar falsos<sup>73</sup>) ya anunciaban una transformación en el paisaje mediático similar a la registrada con la aparición de otros hallazgos anteriores, como la radio o la televisión. Con la particularidad, advertía Hewitt, de que su irrupción tuvo bastante de repentino y de que en muy poco tiempo el sistema de coberturas tradicionales propios de los grandes medios cedió ante el ritmo vertiginoso que caracteriza a los cybermedios. Una teoría que el autor cimienta con distintos casos prácticos, donde experimenta el potencial que encierra la blogosfera informativa para modificar el panorama de la comunicación, mediante el ejercicio del periodismo a través de nuevos atributos; entre ellos, se detiene señaladamente en un factor que aparecerá con regularidad a lo largo de esta tesis: el estilo. El lenguaje propio de la blogosfera encierra para Hewitt, con ese tono

---

<sup>72</sup> ORIHUELA, J.L. *El ciberperiodista: entre la autoridad y la interactividad*. [http://www.researchgate.net/publication/26464610\\_El\\_ciberperiodista\\_entre\\_la\\_autoridad\\_y\\_la\\_interactividad\\_2003](http://www.researchgate.net/publication/26464610_El_ciberperiodista_entre_la_autoridad_y_la_interactividad_2003). Consultado en mayo del 2016.

<sup>73</sup> BLAIR, J. ‘*My life at The New York Times*’, New Millenium Press, 2004. El propio redactor contó en este libro su controvertido caso, despido incluido, poco después de haberse convertido en protagonista de un poco ejemplar capítulo del periodismo contemporáneo.

consustancial “sin restricciones, crudo, directo y claramente opinante”, una amenaza creciente para el periodismo tradicional.<sup>74</sup>

Este frente que abre la prensa en internet encierra la semilla de una de las discusiones académicas que emergen en la época en que alcanza mayor repercusión popular, aproximadamente en torno al cambio de siglo: la aparición de las teorías establecidas alrededor del emergente universo del periodismo digital como fuente de un cierto nuevo modelo de periodismo ciudadano, algunas de las cuales nos parece preciso mencionar en este capítulo, por cuanto sirven para delimitar el marco científico de nuestra investigación<sup>75</sup>. Una reflexión que tiene que ver con las discusiones en torno a la aparición del periodismo 2.0<sup>76</sup> y, más adelante, del periodismo 3.0, que observaremos a continuación, por cuanto algunos de los autores que preconizaron de modo incipiente aquellas teorías prácticamente llegaban a vincular la supervivencia del periodismo en sí a su capacidad de adaptación a las nuevas tecnologías<sup>77</sup>. Este debate intelectual, que sólo hace unos años capitalizaba las reflexiones en torno al universo informativo digital, ha quedado apartado por el paso del tiempo y por la evolución de los propios medios en el marco de la profunda crisis económica que azota el mundo occidental desde el año 2007, aproximadamente, y que ha desvirtuado hasta cierto punto aquellas primeras reflexiones teóricas, por cuanto aquellas conquistas alcanzadas con el desarrollo tecnológico han debido matizarse en un contexto muy agresivo hacia el conjunto de las

---

<sup>74</sup> HEWITT, H. ‘*Blog. Understanding the information reformation that’s change your world*’. Nashville, Nelson Books, 2005.

<sup>75</sup> CORREIA, J.C. ‘Online journalism and civic life’, en SIAPERA E. y VEGLIS, A. (editores), *The Handbook of global online journalism*, Willey, 2012, p.101 El autor reivindica precisamente esa condición del periodismo digital por su predisposición a conectar con los intereses ciudadanos. “Blogs and others forms of intervention linked to citizen journalism often question the mainstream media, asking them about their representation of issues of collective interest. In this sense, online journalism may stand as a way of introducing elements of reflexivity to the industry”.

<sup>76</sup> CAMINOS, J.M., MARÍN, F., ARMENTIA, J.I. ‘Novedades en el diseño de la prensa digital española (2000-2008)’. *Palabra clave*, Revista de Comunicación. Universidad de La Sabana. Bogotá, 2008, p. 265. Los autores de este artículo citan como precursor de las teorías sobre el periodismo 2.0 el estudio de Dale Dougherty para O’Really Media del 2004, a quien se atribuye la paternidad de dicho concepto, nacido en el 2004 para definir “las utilidades que iban apareciendo en la red que suponían no sólo un cambio en los modelos tradicionales de negocio sino en la propio relación entre el usuario de internet”.

<sup>77</sup> GARCÍA DE MADARIAGA, J.M. “Del periodismo cívico al participativo: nuevos medios, viejas inquietudes”. En *Zer. Revista de estudios de Comunicación*, UPV, 2006, p. 205.

empresas de comunicación<sup>78</sup>. Este escenario convulso les ataca de manera especial: a la crisis sistémica añaden su propia crisis estructural y la ausencia generalizada de planes de viabilidad a medio y largo plazo, de modo que las discusiones sobre la irrupción de la prensa digital y la nueva agenda informativa/empresarial que proponían los expertos han quedado aplazadas sin haber resuelto ninguno de los grandes problemas que planteaban.

Las preguntas esenciales siguen sin responderse o, mejor dicho, las ha respondido el transcurrir de los años: el periodismo ciudadano no ha terminado de fructificar por completo, al menos en la ambiciosa idea en que nació y fue impulsado por distintos tratadistas. En resumen, el periodismo 3.0 es hoy, a la hora de redactarse esta tesis, casi una quimera, al menos a gran escala, impracticable en los grandes medios y sólo posible de implantar, aunque en grado mínimo, en aquellos medios pequeños, más flexibles y adaptables al complejo catálogo de exigencias que implica ese esfuerzo informativo. La falta de recursos financieros, las necesidades urgentes de priorizar las inversiones y contraer la política de gastos han impedido el desarrollo de las experiencias incipientes más interesantes, que exigían como es natural una financiación adecuada y una costosa reorganización de las redacciones en consonancia con ese planteamiento más ambicioso, como han destacado expertos como Nuria Almirón, autora de algún ensayo especialmente crítico con la deriva de los medios pero igualmente esclarecedor del nuevo orden informativo que surge como consecuencia de la recesión económica a escala planetaria, con notable impacto en el modelo español de medios de comunicación: a su juicio, el ecosistema resultante se caracteriza por abrir los

---

<sup>78</sup> La literatura científica ha abordado con prodigalidad dentro del ámbito de la economía la génesis y consecuencias a escala planetaria de la crisis. Para no abrumar este capítulo con aportaciones que sólo lateralmente afectan a nuestra tesis, nos resulta oportuno incluir como referencia algún estudio más reciente a propósito de tal cuestión. Por ejemplo, el del periodista y economista Joaquín Estefanía, que en los primeros meses del 2017 publicó *‘Estos años bárbaros’* (Galaxia Gutenberg, Madrid, 2017), donde detalla cómo en el verano del 2007 el mundo empezó a notar los “devastadores” efectos de un fenómeno que emparenta con sólo otros tres hitos: las dos guerras mundiales y la Gran Depresión. De modo más preciso aborda esta cuestión el servicio de estudios del Banco de España, en sus sucesivos informes. Citaremos aquí dos de ellos (los correspondientes a los años 2007 y 2008), que ayudan a entender la dimensión de la crisis <http://www.bde.es/f/webbde/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/InformesAnuales/07/Fic/inf2007.pdf> y <http://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/InformesAnuales/08/inf2008.pdf> (Consultados en marzo del 2016)



medios a las necesidades reales de sus audiencias<sup>79</sup>. Es decir, escuchar a su público y obrar por lo tanto en consecuencia. Un cambio de paradigma que formará parte de los propósitos a medio plazo: actualmente, semejante planteamiento se encuentra alejado de la actividad diaria de los medios<sup>80</sup>, aunque se hayan ido dando algunos pasos en ese sentido. El creciente impulso a la gestión más avanzada de la blogosfera periodística es, por ejemplo, uno de ellos.

A este respecto, parece pertinente observar el ambicioso paradigma que dibujaba ya en el 2006, un año antes del estallido de la crisis económica, el experto español Juan Varela, cuando publicó su estudio denominado en ‘Periodismo 3.0, la socialización de la información’ para concluir que sus profecías se han convertido casi en una utopía<sup>81</sup>. Más allá del fracaso en configurar una fisonomía propia y unos contenidos que sepan combinar las exigencias de la prensa tradicional con las posibilidades que deparan las nuevas tecnologías, como alertan algunos autores, debe reconocerse que el periodismo digital se ha ido dotando en estos años de un perfil propio que resulta justo y necesario admitir: las redacciones de los medios clásicos asumen ya el nuevo esquema de producción de noticias bajo distintas fórmulas (desde la redacción única a la redacción

---

<sup>79</sup> ALMIRÓN, N. *Los amos de la globalización. Internet y poder en la era de la información*, Barcelona, Plaza y Janés, 2002, p.46 Contiene, de acuerdo con la idea que sustentamos, una línea argumental crítica con el despliegue de los medios en la era digital: “La prensa de masas ha demostrado en más de una ocasión no darse por enterada, a pesar de las multimillonarias inversiones realizadas en nuevas redacciones digitales, de un fenómeno que le ha afectado en toda la línea de flotación (...) Hay que reconocer que el trabajo hecho por los medios de comunicación tradicionales para fomentar la sociedad de la información ha sido arduo y prolífico, pero en su mayor parte no se ha debido a una verdadera comprensión del fenómeno (...) sino mayoritariamente a la mera búsqueda de mayores audiencias. Internet estaba de moda”. De la misma autora, queremos también reseñar el siguiente artículo: ‘La verdad en internet: la contribución de los weblogs, el caso de los *warblogs* en la guerra contra Iraq’. [http://www.almiron.org/Almiron.org/Journal\\_Articles\\_files/sep%202004.pdf](http://www.almiron.org/Almiron.org/Journal_Articles_files/sep%202004.pdf) (Consultado en marzo del 2015)

<sup>80</sup> Sobre el concepto de Periodismo 3.0, véase el ilustrativo artículo de los profesores CABEZUELO LORENZO, F. y RODRÍGUEZ ESCANCIANO, I., *Del Periodismo 2.0 al 3.0. Blogs y otras nuevas formas de participación de los públicos en La ética y el derecho a la información en los tiempos del postperiodismo*. Valencia, Fundación COSO de la Comunidad Valencia para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad, 2007, pp. 187-206

<sup>81</sup> AA.VV. ‘Periodismo 3.0, la socialización de la información’. *Telos*, número 65, Fundación Telefónica, 2005. En su artículo para esta obra colectiva, Juan Varela propone un nuevo paradigma donde “los ciudadanos irrumpen en el espacio público para informar directamente o comentar informaciones”; un escenario insólito donde, según su vaticinio, “la información se convierte en conversación durante la cual cambia el mensaje”. El nuevo público se rebela “contra la autoridad profesional” y rebaja los mecanismos de intermediación “al entrar en contacto directamente con las fuentes y con los hechos a través de testimonios directos y documentos”.

combinada, pasando por otros modelos) y la interacción con la audiencia, aunque lejos del ideal que llegó a vislumbrarse años atrás, cuando pareció incluso posible cierto protagonismo del público en la fabricación de contenidos<sup>82</sup>, tiene poco que ver con el modelo anterior a la irrupción de internet. Incluso hay expertos que todavía en fecha reciente siguen invocando los valores del periodismo ciudadano como una esperanzadora contribución a la salvación de este oficio, cuya supervivencia parece en entredicho<sup>83</sup>.

Si bien estos estudiosos pecan tal vez de poco realistas o demasiado ingenuos, existe consenso entre la comunidad científica en que los medios *on line* han sabido incorporar productos de distinta índole (desde la puesta en servicio de una densa panoplia de blogs, objetivo central de nuestra tesis, hasta la oferta de videochats y otros mecanismos implantados para sondear la opinión de sus lectores, como encuestas, votaciones y distintas herramientas ideadas para el fomento de la participación) que han introducido en su esencia el principio de retroalimentación, bien que en un estado todavía primario y lejano de las posibilidades que ofrece el medio. Tal vez porque exige un cambio cultural en las rutinas de las redacciones que se plantea en términos de revolución<sup>84</sup>.

Una revolución tanto más urgente cuanto más tarde se adopten las decisiones pertinentes de adaptación al nuevo escenario informativo, como subraya atinadamente el profesor Salaverría: “Tratar de perpetuar acríticamente aquellas rutinas antiguas, sin plantearse siquiera si cabe renovarlas –lo que no implica necesariamente rechazarlas– para aprovechar las posibilidades comunicativas que descubre el ciberespacio, es una renuncia torpe y arriesgada. Y es que los medios se arriesgan nada menos que a perder definitivamente a su futuro público, formado por los jóvenes de hoy, acostumbrados al lenguaje audiovisual” y a los contenidos lúcidos e interactivos”.<sup>85</sup> Autores como Varela,

---

<sup>82</sup> DOMÍNGUEZ, E. ‘Integración o separación, dos modelos imperfectos para las divisiones *online* de los periódicos’, en *La Vanguardia Digital*. 20 de junio del 2000. (consultado en marzo del 2015).

<sup>83</sup> ESPIRITUSANTO, O. “Participación y periodismo ciudadano”, en *La revolución de la prensa digital*. Cuadernos de comunicación Evoca, Madrid 2009, pp. 41-45

<sup>84</sup> GIL, Q. ‘Diseñando al periodista digital’, en [www.saladeprensa.org](http://www.saladeprensa.org) 1999, consultado en enero del 2015

<sup>85</sup> SALAVERRÍA, R. ‘Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo’. <http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5060/1/chasqui86-ramon.pdf> 2004, consultado en enero del 2015.

en su artículo incluido en la obra colectiva antes citada, reflexionan también sobre una serie de atributos propios del periodismo tradicional, como la noción de objetividad, que a su entender empieza a difuminarse en la era tecnológica entre las preocupaciones de la audiencia. “La información se convierte en una conversación durante la cual cambia el mensaje” (...) y se genera un alto grado de comunicación interpersonal”.<sup>86</sup>

Una visión que desarrolla las aportaciones preliminares de otros estudiosos, como el profesor británico Colin Sparks, quien opinaba ya en el año 2000 que la integración de las prácticas propias del periodismo tradicional en las nuevas redacciones digitales encerraba un futuro prometedor: a su entender, en el renovado esquema de tratamiento de la información, no sólo se ahorraría en costes y se romperían las clásicas barreras geográficas, sino que las ventajas se observarían también en lo que denomina “el triunfo de la inmediatez”, una característica sanguínea del ciberperiodismo que el autor ya anticipaba en su artículo, cuando se asombraba ante un paisaje mediático formado ya entonces por más de 12.000 medios *on line* (frente a los apenas 20 registrados siete años antes), que no dejaría de crecer hasta invalidar algunas de sus reflexiones<sup>87</sup>. Porque la conclusión que alcanzan Sparks y otros estudiosos antes mencionados es evidente: la emergencia del periodismo digital acaba por afectar a todas las vertientes del trabajo profesional, como alerta por ejemplo el experto David Matheson en su estudio sobre el desempeño ciberperiodístico del prestigioso diario británico *The Guardian*<sup>88</sup>. No sólo la relación con la audiencia, planteada según un renovado contrato, de carácter tácito, que plantea el aumento del intercambio de información entre emisor y público, sino porque “las transformaciones tecnológicas afectan al contenido, a aquellos que propagan y producen el contenido, a la audiencia y

---

<sup>86</sup> VARELA, J. Op. cit. El autor subraya cómo en el mutante paradigma comunicacional que plantea el desarrollo tecnológico se pervierten antiguas conclusiones. El patrón undireccional de los mensajes, alerta, se sustituye por uno nuevo “de muchos a muchos, interactivo y en movimiento”.

<sup>87</sup> SPARKS, C. ‘La influencia de internet en los medios de comunicación tradicionales’, en BENEYTO V. (ed), *La ventana global*, Madrid, Taurus, 2002, p. 77

<sup>88</sup> MATHESON, D. ‘Weblogs and epistemology of the news: some trends in online journalism’, *New Media & Society*. <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/146144804044329> 2004. Consultado en junio del 2015. Se trata de un estudio sobre las aportaciones que su colección de blogs concede al diario *The Guardian*. No discrimina entre aquellos cuyos autores son miembros del propio periódico o los publicados por aficionados, aunque extrae conclusiones en la línea de otros expertos sobre las posibilidades que la blogosfera abre para el periodismo. Incluso preconiza la idea de que los redactores del diario militen también como blogueros para romper las limitaciones del periodismo tradicional.

a los usuarios de dicho contenido”. La idea, lanzada expresamente por el experto Jerome Aumente, la recoge Díaz Noci en su estudio ‘La escritura digital’, donde invita a establecer su propias aportaciones: por un lado, el autor anota que “el carácter del hipertexto periodístico”, ese atributo de cuya importancia creciente alertan éste y otros tratadistas, “contribuye a remover algunos conceptos muy arraigados en la profesión”. Y, por otra parte, expresando su convicción de que “la verdad deja de ser un concepto monolítico para constituir un concepto igualmente diverso que puede ser construido (o reconstruido) según los intereses del usuario”.<sup>89</sup>

Es decir, de nuevo aparece el debate sobre el concepto de objetividad que citaba Varela. Y de nuevo, la evidencia de que el ecosistema informativo se ve abocado a un cambio en su concepción, como exploran con lucidez otros autores como Elena Real Rodríguez<sup>90</sup>. En su artículo ‘La condición del periodista en la red’, esta experta proclama la pertinencia del ejercicio del periodismo a partir de los valores canónicos, esto es, desde la necesaria presencia de “alguien encargado de señalar lo que verdaderamente es importante y cierto”. “Sin una valoración ponderada, completa, seria y veraz de lo que se quiere transmitir puede existir pasatiempo, entretenimiento, pero no información en el sentido estricto”, concluye en su alegato contra el periodista aficionado que surge en el ciberespacio a menudo mediante el recurso al blog. La autora defiende por el contrario la exigencia de una conducta típicamente profesionalizada en los cibermedios a partir del mismo rigor que obliga a quien trabaja en un medio tradicional.

Una visión que se compagina en el mismo volumen colectivo con el enfoque aportado por el articulista Jaime Alonso, quien plantea un punto de vista singular en su artículo ‘Nuevas tecnologías y periodismo: repercusiones (realistas) en la producción informativa’. Alonso apunta hacia las crecientes necesidades en materia de formación y señala hacia qué horizonte le parece aconsejable avanzar en la construcción del nuevo modelo de periodista: un escenario donde maneje con soltura los atributos propios de

---

<sup>89</sup> DÍAZ NOCI, J. (2001), Op. Cit., p. 67.

<sup>90</sup> REAL RODRÍGUEZ, E. ‘La condición del periodista en la red’, 2005. En [https://www.researchgate.net/publication/268396267\\_La\\_condicion\\_de\\_periodista\\_en\\_la\\_red](https://www.researchgate.net/publication/268396267_La_condicion_de_periodista_en_la_red). Consultado en noviembre del 2015

los cibermedios, como hipertextualidad, multimedialidad e interactividad<sup>91</sup>. Debemos tener en cuenta, en el presente capítulo de esta tesis, que el desarrollo del periodismo digital y el despliegue de la blogosfera alojada en el seno de los medios de comunicación, discurre en un escenario de evidentes y profundas convulsiones, que a menudo desembocan en abiertas contradicciones con postulados que parecían de elevada solidez y que caen derribados por la velocidad de los cambios. Porque ocurre este fenómeno, un auténtico cambio de paradigma en la comunicación, coincidiendo con una época durante la cual las empresas informativas viven su propia crisis dentro de una todavía mayor, de índole financiera, de modo que una multiplica los efectos de la otra, al menos en España. De momento, siguen intentando perfeccionar la digestión de sus versiones digitales. Salvo contadas excepciones, carecen en su mayoría, a nivel planetario, de un modelo de negocio claro que permita atisbar un escenario más halagüeño para el que debería ser su objetivo central, la formación de una opinión pública seria, rigurosa, informada y responsable. Juan Varela, el experto antes citado, traza en su informe sobre el futuro de los medios de comunicación una radiografía del sector con un horizonte de implantación impreciso. En su opinión, sólo los medios “pegajosos”, es decir, que promuevan una identificación intensa con los intereses de su público sobrevivirán en el nuevo escenario. La finalidad última del ciberperiodismo debería ser “no sólo producir buenos contenidos, sino conseguir que los usuarios los conviertan en parte de su identidad digital para que se hagan imprescindibles”.<sup>92</sup> Una idea semejante a la expresada por la profesora Estrella Alonso: “Cuando un medio de comunicación dispone de un canal propio en una web 2.0 (...) se convierte en un ciudadano más que no ofrece su información, sino que la comparte. El medio, en este caso, experimenta un proceso inverso al del periodismo 3.0, en el que el ciudadano aporta su colaboración a un medio”.<sup>93</sup>

---

<sup>91</sup> ALONSO, J. ‘Nuevas tecnologías y periodismo: repercusiones (realistas) en la producción informativa’, 2005. En [https://www.researchgate.net/publication/237639225\\_Nuevas\\_tecnologias\\_y\\_periodismo\\_repercusiones\\_realistas\\_en\\_la\\_produccion\\_informativa](https://www.researchgate.net/publication/237639225_Nuevas_tecnologias_y_periodismo_repercusiones_realistas_en_la_produccion_informativa), Consultado en octubre del 2016

<sup>92</sup> VARELA, J. ‘Redes, plataformas y algoritmos’, en *La revolución de la prensa digital*. Cuadernos de comunicación Evoca, Madrid 2009, pp. 23-28.

<sup>93</sup> ALONSO DEL BARRIO, E. ‘Los ciberperiódicos en España: periodismo digital vs. Periodismo 3.0’, en *Actas del II Congreso Internacional de Comunicación 3.0*, Salamanca 2010, en <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/046.pdf>. Consultado en febrero del 2015

Los medios de comunicación y su audiencia protagonizan como vemos una revolución que modifica el acuerdo tácito sellado entre ambos desde la configuración de la moderna opinión pública; un acuerdo que cuenta con un actor principal: el emisor. Esto es, los emisores: los miles de periodistas que en cada redacción contribuyen a provocar, ralentizar o agilizar este cambio en el modelo comunicativo. En el caso español, los periodistas se han embarcado en su mayoría en esta aventura de conquistar el ciberespacio con mayor voluntad que medios, más entusiasmo que planificación en el mejor de los casos, como consigna Bella Palomo en su informe para la Asociación de la Prensa de Madrid del 2005<sup>94</sup>; en sus páginas, tituladas ‘Periodistas en la red’, se concluye que este nuevo periodista, el ciberperiodista que suele saltar al ámbito digital a través muy a menudo de la herramienta llamada blog, lanza sin embargo un mensaje optimista: ocho de cada diez encuestados opina que la experiencia de desarrollar su trabajo en internet le ha ayudado a perfeccionarse como profesional. El informe coordinado por Palomo, por su carácter polifónico, admite una lectura diversa, que oscila entre las opiniones de aquellos autores que simpatizan con las posibilidades que ya entonces atisban en el ciberperiodismo (en concreto, con ese vehículo para la expresión del nuevo modelo de la comunicación llamado blog) y quienes ofrecen una visión más escéptica o contenida; entre estos últimos podría figurar la reflexión aportada por Jesús Benítez<sup>95</sup>, citado por la propia profesora Paloma: para Benítez, el avance de la blogosfera vinculada a los medios informativos tendrá que ver más con la pasión depositada en ella por sus autores que por la implantación de semejante hábito entre las rutinas propias de la profesión. Con todo, su análisis admite un enfoque de cierto talante optimista: “Para un periodista con una perspectiva intelectual más allá de su trabajo, una web personal le supone un mayor acercamiento a la realidad, al suelo, a la calle, a la gente, incluso a ésa que nunca conocerá”.

Un punto de vista compatible con el sostenido por quienes, como Ramón Salaverría, se muestran más decididamente partidarios de incorporar los blogs a las rutinas periodísticas, convencido como otros autores de que cuando se aloja una blogosfera en el corazón de un medio de comunicación actúa como catalizador de los cambios e incorpora un ritmo más elevado en las prácticas profesionales adaptadas al

---

<sup>94</sup> PALOMO, M.B. *Periodistas en la red*, en Informe de la Asociación de la Prensa de Madrid 2005. Madrid, 2005, pp. 307-319

<sup>95</sup> *Ibidem*, p. 78

ciberperiodismo. Añadiendo de paso otras características positivas: a la rapidez en instaurar un ecosistema más anclado en las exigencias de las nuevas tecnologías, debe agregarse también el diálogo activo que se emprende con la audiencia, un elemento que a su vez encierra la promesa de ejercer un periodismo más independiente. Es una actividad, a juicio de los articulistas coordinador por Bella Palomo para su informe de la APM, más comprometida con el ciudadano, que propicia un desempeño profesional donde brilla un estilo más íntimo, libre y espontáneo. Un periodismo donde se abandona en cierto sentido la figura del intermediario, porque se rompe con el modelo unidireccional y se exige al profesional que se someta al escrutinio de los lectores. Como advierte Salaverría, “esto supone una carga que muchos periodistas no se atreven a asumir”.<sup>96</sup> Unas reflexiones que ya apuntan a la columna vertebral de nuestra tesis, porque evidencian cómo, en efecto, la pista de despegue hacia el ciberperiodismo desde donde migran los miembros de las redacciones se llama blogosfera, un camino de ida y vuelta muy enriquecedor aunque cargado también de amenazas. “La experiencia de tener una ventana autónoma por la que asomarse a la red empieza a despertar en España la curiosidad en el seno de la profesión, interesada en descubrir y explotar nuevas vías de expresión”, subraya Salaverría.<sup>97</sup>

---

<sup>96</sup> Ibidem, p. 81.

<sup>97</sup> PALOMO. M. B. Op. Cit. Una de las conclusiones que alcanza su informe arroja una luz decisiva para iluminar futuros capítulos de nuestra tesis, como las aportaciones que cita del estudio elaborado por la Universidad de Columbia en Estados Unidos entre periodistas que estrenaron sus pesquisas en la blogosfera ejerciendo sencillamente de lectores: lectores de blogs donde más del 50% de los encuestados admitía en que encontraba con regularidad la fuente de inspiración para su trabajo. Un alto porcentaje de los periodistas consultados aceptaba también que acudía a los blogs para investigar y obtener testimonios, localizar fuentes ... También había quien respondía que gracias a la blogosfera aprovechaba para hacerse eco de noticias de última hora o de escándalos.





## **6. EL MUNDO DE LOS BLOGS. UN ITINERARIO DESDE EL YO AL NOSOTROS.**

En el capítulo anterior hemos fijado el escenario y trayectoria de la prensa digital, desde su nacimiento a escala mundial hasta su implantación en España, un fenómeno dominado, entre otros factores, como advierten los distintos expertos antes citados por la aspiración que los nuevos medios enarbolan de servir a los fines fundacionales del oficio: un periodismo más ágil, participativo y profundo. Un periodismo puesto al servicio del ciudadano, que en consecuencia exigiría un cambio radical de hábitos y rutinas, de mejora en la formación en sus profesionales, de adaptación conjunta al reto de ser fieles a su profesión siguiendo el nuevo compás que dibujan los avances tecnológicos<sup>98</sup>. Una auténtica revolución que demanda tal vez no tanto nuevos periodistas más adaptados a las emergentes tecnologías como periodistas dispuestos a contar por otros mecanismos aquello que ha sido en origen el sustrato de su profesión: el ciberperiodista como garante por lo tanto del compromiso con el público.

---

<sup>98</sup> O'REILLY, T. 'Inventing the future', <http://archive.oreilly.com/pub/a/network/2002/04/09/future.html>, 2002. Consultado en marzo del 2014. Pionero de la implantación de la tecnología a través de su impulso a los movimientos del software libre y código abierto, O'Reilly plantea en este artículo una apasionada defensa de los beneficios que detecta en el desarrollo de la blogosfera. Al respecto de los blogs, escribe textualmente: "These daily diaries of links and reflections on links are the new medium of communication for the technical elite. Replacing the high-cost, high-octane, venture-funded Web site with one that is intensely personal and built around the connectivity between people and ideas, they are creating a new set of synapses for the global brain. It's no accident that weblogs are increasingly turning up as the top hits on search engines, since they trade in the same currency as the best search engines--human intelligence, as reflected in who's already paying attention to what. Weblogs aren't just the next generation of personal home pages, representing a return to text over design and, lightweight content management". Es decir, el blog entendido no sólo como heraldo del nuevo periodismo sino como una plataforma para la experimentación tecnológica.

El ciberperiodista, en fin, como camino de regreso a la esencia de la profesión<sup>99</sup>, una posibilidad que comparten muchos teóricos y que resume a la perfección el experto norteamericano Michael Stephens, profesor de la Universidad de Nueva York, en su libro ‘Beyond the news. The future of journalism’: “La red permite que nuestros mejores periodistas vuelvan a una visión más madura de su vocación: no tanto como reporteros de lo que pasa sino como personas capaces de dar un punto de vista más sabio de lo que pasa”.

Como han concluido los autores de ‘Blogs, la conversación en internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos’, el blog puede interpretarse como uno de los síntomas más evidentes de la revolución tecnológica protagonizada por la actual generación que ha tenido acceso a esos avances de modo natural, los llamados nativos digitales, porque en su universo la blogosfera se entiende como “una nueva forma de comunicación, que nace al hilo de la revolución tecnológica, inspirada en el movimiento *open source*, pero con raíces antiguas y bien asentadas”.<sup>100</sup> Un dictamen proveniente del análisis del que es autor Dan Gillmor, a quien volvemos a mencionar en este párrafo porque sus opiniones conectan con la espina dorsal de este capítulo: “Las noticias están siendo producidas por gente normal que tiene algo que decir y mostrar. Ya no son sólo difundidas por los medios nacionales que han decidido tradicionalmente cómo es el primer esbozo de la historia”<sup>101</sup>. El tipo de conclusión que también se desprende de la obra de otros autores, como el profesor español Koldo Meso, quien reclama para el ciberperiodismo ese rasgo fundamental: convertir a “columnistas y periodistas en blogueros de éxito”,<sup>102</sup> o de García de Torres y Pou, quienes aportan en ‘Manual de redacción ciberperiodística’, la monumental obra coordinadora por el profesor Salaverría, su propia visión del trabajo del periodista en la era digital: “El periodista compite en la red con las fuentes y con la audiencia por el control de la información

---

<sup>99</sup> STEPHENS, M. *Beyond the news. The future of journalism*. Columbia Journalism Review Books. USA, 2014. Su obra plantea un retrato demoledor del momento actual que atraviesa el periodismo, muy crítico con su desarrollo en los siglos XIX y XX. Una visión desmitificadora que sólo deja entrever cierto asomo de optimismo para el oficio en el adecuado aprovechamiento de los nuevos medios tecnológicos.

<sup>100</sup> ROJAS, O., ALONSO, J., ANTÚNEZ, J.L., ORIHUELA, J.L. y VARELA, J. *Blogs, la conversación en internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*. Madrid, ESIC, 2006, p. 18

<sup>101</sup> *Ibidem*, p. 20

<sup>102</sup> MESO, K. (2006), *Op. Cit.*, p. 33

(...) Internet ha puesto de manifiesto la autonomía de la audiencia para desarrollar su propio temario, sin la ayuda del periodista, en los weblogs”.

La blogosfera informativa, entendida por lo tanto como un promisorio universo para el despliegue de los profesionales de la comunicación pero también como un escenario de riesgos e incertidumbres. Dos valores, por otro lado, consustanciales al periodismo<sup>103</sup>. Sobre este particular del regreso del oficio a sus raíces, en medio de la revolución tecnológica que ha obligado a mutar su fisonomía, gira buena parte de la literatura científica que aportamos como guía para esa trayectoria que pretendemos dibujar: el viaje hacia el ciberperiodismo que protagoniza una generación de profesionales no nativos, sino adaptados hacia el nuevo medio digital, tiene un poderoso vínculo con la reivindicación de los valores fundacionales de su profesión y emplea como vehículo la blogosfera. Bill Kovach y Tom Rosenstiel plasman esta idea con meridiana claridad en su imprescindible obra ‘Los elementos del periodismo’, una aportación al debate sobre el futuro de la profesión publicada a finales de los años 90, cuando el advenimiento de la nueva cultura tecnológica sólo se intuía<sup>104</sup>. Sin embargo, con extremada clarividencia ya en esa época tan precoz también recuerdan ambos autores que factores como la interacción entre el redactor y su público, tan caros al modelo digital, devuelven en realidad la práctica periodística a la etapa de los pioneros, al llamado “periodismo de conversación”, esto es, “el primer periodismo que hace 400 años nacía en cafés y *publick houses*”. Los periodistas que entonces se alojaban en esos establecimientos para iniciarse en la profesión recién aterrizada en aquella época forjaban ese tipo de relación con sus potenciales lectores que comparte cierta semejanza con la clase de conversación establecida ahora en los medios digitales; en consecuencia, apostillan Kovach y Rosenstiel, “la era digital no provoca ningún cambio fundamental en la función del periodismo. Es posible que las técnicas hayan variado, pero los

---

<sup>103</sup> GARCÍA DE TORRES, E. y POU, M.J. ‘Características de la comunicación digital’, en DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA, R. (coord.) *Manual de Redacción ciberperiodística*, Barcelona, Planeta, 2003, pp. 49-76

<sup>104</sup> KOVACH, B. y ROSENSTIEL, T. *Los elementos del periodismo*. Madrid, Aguilar, 2012. En su libro, ambos autores se decantan por subrayar la contribución del periodismo a la formación de una opinión pública responsable, un extremo que abanderan también para el ciberperiodismo: “El auge de internet no significa, como algunos han sugerido, que la idea de aplicar criterios críticos a las noticias haya quedado obsoleta. Al contrario, parece más necesaria que nunca”.

principios subyacentes son los mismos”. “Cada generación crea su propio periodismo”, concluyen.

Una línea de pensamiento seguida por otros autores, como el también norteamericano Bill Mitchell, un periodista cuya opinión resulta especialmente interesante por cuanto trabajó durante largo tiempo en un medio pionero en el ciberperiodismo, el ya citado *The San Jose Mercury*, donde ejerció como director del área digital. Mitchell, en un ensayo esclarecedor alrededor de las posibilidades que encierran las nuevas tecnologías para que el periodismo recupere parte de sus esencias (titulado significativamente ‘Weblogs: a road back to basics’), concluye alertando sobre la conveniencia de incorporar los blogs de cada redacción al tráfico de noticias que deben jerarquizar los responsables editoriales, a quienes invita a participar en la construcción de la blogosfera de su medio de comunicación.<sup>105</sup>

Debe advertirse, no obstante, que más o menos sobre esa fecha también se detectan ya algunas alertas en torno a la conveniencia de delimitar las fronteras entre periodistas y blogueros en un sentido inverso: es decir, mediante la advertencia de que así como un profesional puede ejercer en la blogosfera sin renunciar a los atributos o las exigencias de su oficio, un bloguero amateur, ese tipo de figura asociada al parque de blogs de un diario que suele aparecer en los primeros momentos de eclosión de la blogosfera periodística, no se convierte sin más en profesional por más que trafique con noticias o sepa manipular informaciones con cierto estilo, como recuerdan algunos autores consultados<sup>106</sup>. Porque, en resumen, ser periodista, cabalmente, reclama desarrollar otros valores más allá de la pura traslación a internet de acontecimientos de los que ha podido ser testigo quien los vierte en un blog sin mayores habilidades

---

<sup>105</sup> MITCHELL, B. ‘Weblogs: a road back to basics’, en <http://niemanreports.org/articles/weblogs-a-road-back-to-basics/>. The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University, 2003.

<sup>106</sup> LÓPEZ, X. ‘Retórica del hipertexto periodístico’, en LÓPEZ, X y PEREIRA, X.P. Op. Cit. Capítulo 9. Su artículo encierra una reivindicación de la nueva identidad que debe distinguir al periodista en la era digital, como profesional “necesario para asegurar la información de calidad”. En opinión de López, “en los cibermedios se han roto muchas de las tradicionales barreras entre el periodista y el usuario de la información gracias a la posibilidad de comunicarse directamente (...) Es una opción interesante pero que no anula el papel de mediación profesional, de interpretación de lo que ocurre en la sociedad, más necesario en un escenario de sobreabundancia de mensajes, de ruido y de desinformación”.

profesionales, en opinión de otros expertos del ciberperiodismo en el mundo anglosajón<sup>107</sup>.

Una mirada más equilibrada entre quienes sostienen, desde muy temprana fecha, que la blogosfera casi equivale a periodismo y los autores para quienes debe acotarse con mayor precisión ambos espacios se encierra en las páginas de ‘Fear of links’, un seminal artículo del experto norteamericano Scott Rosenberg, fundador de Mediabugs.org, web destinada a denunciar los errores detectados en la práctica del ciberperiodismo. En su ensayo, Rosenberg explora la problemática convivencia entre ambos mundos, el periodismo y la blogosfera, y propone un punto de encuentro a partir de algunas conclusiones que pueden ser compartidas entre los defensores de las teorías arriba citadas. En sus palabras, oscila entre dos líneas argumentales: la primera, que “nadie sugiere que los weblogs son cualquier tipo de sustitución de las antiguas virtudes del buen periodismo”. La segunda, su temor a lo que denomina “hostilidad defensiva de algunos periodistas” arrumbe las posibilidades que el ciberespacio engendra a su juicio para un ejercicio más “feliz” de la profesión<sup>108</sup>. Para otros autores, como Olga Guedes y Francisco Paulo Jamil, que dedican una sobresaliente atención al estudio de la blogosfera en un ámbito geográfico limitado (Brasil) en un artículo titulado ‘New blogs and mainstream news organizations’ y recogido en el volumen ‘The handbook of global online journalism’, debe prevalecer por el contrario un atributo cuando menos complementario, o radicalmente contrario, cuando se observa la conducta del periodista que se convierte en bloguero. A su juicio, resalta como factor relevante en ese nuevo rol la “autonomía” de que este emergente profesional goza en el ecosistema informativo. “The credibility and enormous audience these blogs”, en alusión a los blogs tutelados por periodistas, “have somehow become a type of capital for journalists to negotiate the best deal when moving to a mainstream new portal”. De donde nace la siguiente

---

<sup>107</sup> REGAN, T. ‘Weblogs threaten and inform traditional journalism’, un artículo donde su autor reflexiona críticamente en torno a las prácticas ejercidas por aficionados que en esa hora temprana del desarrollo de la blogosfera tendieron a ser consideradas, sin más, como una muestra de periodismo ciudadano. “Blogs are quickly becoming a very influential media tool, one that can challenge conventional notions of who is a journalist and what journalism is. But if bloggers are to continue to help shape the political, cultural and media arenas, they will need to adopt some of journalism’s practices that they now eschew, often because of laziness”. En <http://niemanreports.org/articles/weblogs-threaten-and-inform-traditional-journalism/> Nieman Reports. *Weblogs and journalism*. Vol. 57. Número 3. The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University. 2003.

<sup>108</sup> ROSENBERG, S. ‘Fear of links’, en <http://www.salon.com/1999/05/28/weblogs/>, 1999. Consultado en marzo del 2014.

conclusion: “This indicate perhaps a qualitative change in the way news conglomerates are reorganizing themselves”.<sup>109</sup>

La pregunta que surge de modo natural, por lo tanto, no es el qué, sino el cómo. Esto es, cómo se despoja un periodista de sus rutinas más acendradas, de las pautas construidas para su acceso al oficio del modo en que lo ha practicado durante toda su carrera. Cómo, en definitiva, ingresa en el mundo digital<sup>110</sup>. La idea que sostenemos, y que cristalizará cuando abordemos el capítulo de nuestra tesis estrictamente dedicado a resolver tal hipótesis, es que una de las primeras vías de ingreso en el ciberperiodismo se canalizó a través de los llamados blogs<sup>111</sup>, una herramienta hoy muy popularizada, de la que obviamente se pueden servir otros colectivos profesionales: es habitual por ejemplo su empleo en educación<sup>112</sup>, de donde se extraen también usos benéficos ampliables al emergente mundo de la sociedad de la información, como advierte la especialista Tíscar Lara<sup>113</sup>, o también suelen asociarse como vehículo puesto al servicio del mundo tecnológico<sup>114</sup>, puesto que en la blogosfera encuentran sus protagonistas un

---

<sup>109</sup> GUEDES, O. y JAMIL, F.P. ‘Brazilian news blogs and mainstream news organizations’, en SIAPERA E. y VEGLIS, A. (editores), Op. Cit., Willey, 2012, p. 111

<sup>110</sup> RANDALL, D., *El periodista universal*. Madrid, Siglo XX Editores (segunda edición, 2008), p. 22. El conjunto del libro de Randall debe entenderse como una reivindicación del periodismo clásico, que no pierde su sustancia cuando se adapta al escenario de renovación tecnológica; más bien al contrario, como subraya en su prólogo el periodista Joaquín Estefanía: “En nuestros días, en un mundo en el que no dejan de crecer los medios de masas y el volumen de información con que nos bombardean, cualquiera que aspire a ser un buen periodista necesita adquirir una serie de nuevas habilidades. (...) Comprender el funcionamiento de los medios *on line*, saber cómo investigar en internet (...) y generar un periodismo más informativo, fresco y fiable. (...) Suena como una tarea difícil, porque lo es”.

<sup>111</sup> RODZVILLA, J. (ed.), *We’ve got blog. How weblogs are changing our culture*. Cambridge, Perseus Publishing, 2002. En esta obra recopilatoria, donde se incluyen artículos de Blood, Barret y otros autores cuyas opiniones hemos ido incorporando en este capítulo, ya observamos que prende la idea de conectar las prácticas en la blogosfera con las características propias del periodismo, un particular sobre el que se pronuncian articulistas como Brad L. Graham o Julian Dibbell, quien en su ensayo ‘Portrait of the blogger as a young man’, ya alerta en una fecha tan precoz de que el fenómeno del blog debe entenderse como “una rama” del futuro de los medios de comunicación.

<sup>112</sup> LANDA, P. ‘Los blogs. Estado de la cuestión’. *Per Abbat*. Boletín de actualización académica y didáctica. Nº 8 (2009). P. 145-152.

<sup>113</sup> CABEZUELO LORENZO, F. y RODRÍGUEZ ESCANCIANO, I. Op. Cit., pp-187-206

<sup>114</sup> CHROMATIC, B. y KRIEGER, D. *Running weblogs with slash*. O’Reilly and Associates, 2002. Nos ha parecido pertinente emplear este estudio como fuente de autoridad porque, en efecto, asocia el ejercicio en la blogosfera a otras ocupaciones no necesariamente periodísticas y, sobre todo, por la temprana fecha de publicación, cuando el desarrollo posterior de la blogosfera ni siquiera se intuía.

eficaz canal para popularizar sus logros o compartir sus reflexiones. Algunos autores han recogido asimismo en sus pesquisas, desde temprana hora, la idea muy extendida sobre los beneficios que la práctica de este tipo de experiencias genera, por ejemplo, en la gestión de bibliotecas<sup>115</sup>, un fenómeno que en su parte de archivo y documentación guarda alguna vinculación con el ámbito informativo, pero nuestra tesis pretende fijarse esencialmente en su conexión con el ejercicio del periodismo, de acuerdo con las aportaciones científicas de autores como los ya citados o de otros cuyas contribuciones iluminan las conexiones entre ambos territorios.

Por ejemplo, Rodzvilla recuerda en su publicación antes mencionada las ideas sostenidas por estudiosos como su compatriota Doc Searls, uno de los célebres autores del *Manifiesto Cluetrain*, quien desarrolla una ambiciosa obra teórica que desde el conjunto del ciber mundo desemboca en las disquisiciones en torno a las posibilidades que encierra la blogosfera. Para Searls, en efecto, el blog es una forma de periodismo, idea que defenderán otros tratadistas cuya producción científica iremos analizando a continuación<sup>116</sup> y que despliega igualmente, en ese mismo libro de Rodzvilla, uno de los pioneros de este nuevo universo tecnológico: David Winer, el creador de *Robot Wisdom*, experiencia fundacional en la blogosfera, defiende la pertinencia de que ambos fenómenos, ciberperiodismo y blogosfera, se contaminen mutuamente. Una idea que nos resulta especialmente atractiva porque la firma un teórico que, procedente del ámbito tecnológico, acabó por encaminar sus pasos hacia el periodismo y que alcanza la siguiente conclusión: “I’ve finally resolved in my mind that I am a journalist. It’s not how I earn my living, but I’d argue there’s no less quality and integrity in being an amateur journalist. Maybe there’s more integrity because my writing doesn’t depend on a paycheck”. A lo cual otro experto a quien citaremos con profusión, su compatriota J.D. Lasica, añade con pertinencia su propia reflexión, recogida por Rodzvilla: “Winer says journalists are ignoring the serious work being done on weblogs, and online

---

<sup>115</sup> CLYDE, L. *Weblogs and libraries*. Oxford Chandos Publishing, 2004.

<sup>116</sup> RODZVILLA, J. (2002), Op. Cit. Searls anota textualmente, según recoge Rodzvilla: “For real journalists who aren’t used to writing without a net, weblogs have a self-informalism and self-correcting system built into it”. Y añade: “Journalism is going to have to get used to making room for lots of other people who are not journalists by training but who just moved by whatever their nature happens to be”.

publishers should embrace the form. ‘They won’t have to worry about dumbing it down, and multiple points of view will be able to get through’.<sup>117</sup>

Aunque, en realidad, el blog representa también un instrumento que se ofrece al servicio de las necesidades de comunicación de cualquier ciudadano particular o de colectivos de distinto signo, tanto para sus actividades personales como profesionales<sup>118</sup>, en estas páginas no nos detendremos en esa vertiente de la blogosfera, puesto que recalcamos que no es el propósito de este estudio, en detallar las peculiaridades del concepto de blogosfera o del periodismo en general en manos ajenas a los profesionales que lo han ejercido tradicionalmente<sup>119</sup>. Sí que, no obstante, resulta obligado recorrer su historia para comprender que, a partir del ámbito limitado a las experiencias y aplicaciones puramente personales, iremos observando cómo la blogosfera en su conjunto acabó trasladándose de un modo natural, aunque no sin complicaciones, al universo periodístico, puesto que ambos mundos comparten numerosas características comunes, como señalan autores como Víctor Sampedro en una aportación que nos parece de notable interés para nuestro estudio<sup>120</sup>. Como alerta el tecnólogo argentino

---

<sup>117</sup> *Ibíd.*, p. 171

<sup>118</sup> La literatura científica en torno a los blogs nacidos al margen del periodismo es muy extensa en la bibliografía española. Como no se trata del objetivo central de esta tesis, nos limitaremos a citar aquí algunos de los trabajos consultados, como GUALLAR, J, ‘Blogs en publicaciones periódicas y científicas en España: dos situaciones divergentes. ‘El caso del blog de EPI’, en *Anuario ThinkEPI, 2009*. o JOU, B. ‘Blogs, ¿para qué?’, en *ELE, M.: Revista de didáctica*, 2009. Otra aportación más vinculada al mundo del marketing, con alguna concomitancia con el universo periodístico, puede encontrarse en la obra de PISTONE, J.. ‘Los blogs, una nueva herramienta’. *MK: Marketing + Ventas*, 2010

<sup>119</sup> MESTRE, R. “Coordenadas para una cartografía de las bitácoras electrónicas: ocho rasgos de los weblogs escritos como diarios íntimos”, en LÓPEZ, G. (ed). *El ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y público en internet*. Valencia, Universidad de Valencia, 2005, p. 113. En su artículo, Mestre propone una definición de blog que nos puede valer para el objetivo de estudio por su concisión y sencillez, despojada de otros atributos: “Un weblog es un lugar de internet creado y mantenido por un programa o motor que permite publicar de manera extremadamente sencilla artículos (entradas o posts) que quedan clasificados por un criterio cronológico inverso (...) Suele incluir un blogroll o lista de enlaces a otros weblogs que el autor recomienda, un archivo de entradas previas y la posibilidad de que los lectores añadan sus propios comentarios”.

<sup>120</sup> SAMPEDRO, V. *El cuarto poder en red. Por un periodismo (de código) libre*. Barcelona, Icaria, 2014. En sus páginas observará el lector una atinada reflexión sobre el futuro del periodismo, a partir de las maniobras de la estirpe de ‘hackers’ que lo ejercen de modo asilvestrado o marginal, que vale también para el profesional que ha hecho de esta actividad su oficio: “El viaje que proponen los ‘hacktivistas’ es de ida y vuelta: el periodismo que viene es el que vuelve a sus orígenes. Hay que refundar los medios para que recobren sus fines. Porque se trata de eso: que retomen los objetivos que dieron legitimidad democrática a esta profesión”.



Mariano Amartino, su idoneidad para adaptarse al universo periodístico nace de un modo natural: como primera evidencia, porque un redactor encuentra en el blog un sistema pautado y organizado para canalizar su “afán por publicar noticias y compartirlas”. De ahí que progresivamente se implantara la blogosfera en los medios de comunicación, mediante un precedente que sirve para entender su fulgurante desarrollo: en una primera fase, los periodistas crearon aquellas propias listas de destinatarios, un elemento que guarda algún parentesco con sus exploraciones de la blogosfera, “que hacían circular para socializar y para que cada persona opinara y ampliara lo que leía”. No podemos hablar de blogs todavía, pero en efecto Amartino acierta en describir la esencia de este fenómeno porque apela a una vertiente fundamental: la vocación del ciberperiodismo por auscultar el corazón de sus audiencias.<sup>121</sup> Una aportación científica que se completa con otras de elevado interés para nuestra tesis, como la planteada por la profesora Rosana Mestre en su artículo para la obra anteriormente citada, ‘El ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y público en internet’. Se trata de una monumental obra publicada por la Universidad de Valencia donde distintos autores como la reseñada experta teorizan con el nuevo modelo comunicación; en el caso de Mestre, mediante una significativa contribución a fijar la historia y desarrollo inicial de la blogosfera, a partir del estudio de ocho rasgos de los weblogs que, en su opinión, caracterizan su condición de “diarios íntimos”.<sup>122</sup>

Previamente, parece obligado explicar qué entendemos por blog. Porque un blog (voz que en nuestra tesis empleamos preferentemente, aunque simultaneándola con otras dos acepciones semejantes, weblog y bitácora, para no incurrir en redundancias durante la redacción), admite distintas definiciones según cada tratadista, aunque también anotamos las aportaciones de quienes, como la experta Rebeca Blood, sí que encuentran ciertas diferencias entre blog y weblog, un matiz que sin embargo no parece a nuestro juicio que afecte a lo esencial de su significado<sup>123</sup>. Para nuestro trabajo, nos valdremos de varias definiciones, atribuidas a otros tantos autores. Por ejemplo,

---

<sup>121</sup> AMARTINO, M. ‘Breve historia de los weblogs, la ola que le cambió la cara a la red’, en [https://www.clarin.com/ediciones-antiores/breve-historia-weblogs-ola-cambio-cara-red\\_0\\_Hy4xQtGg0Kg.html](https://www.clarin.com/ediciones-antiores/breve-historia-weblogs-ola-cambio-cara-red_0_Hy4xQtGg0Kg.html), 2003, Consultado en febrero del 2015.

<sup>122</sup> MESTRE, R. Op. Cit. pp. 109-149.

<sup>123</sup> BLOOD, R. ‘Weblogs: a history and perspective’, en [http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html), 2000, consultado en mayo del 2014

encontramos muy sugerente, aunque no demasiado científica, la que propone Hernán Casciari, escritor y estudioso del fenómeno de la blogosfera, para quien un blog “es un formato de publicación que facilita la gestión de tus ideas, que te pone fácil la comunicación con tus lectores y que te permite no depender de nadie”<sup>124</sup>. Un blog, concluye mediante una poderosa imagen, “es un bolígrafo eficaz”. Casciari elabora esta definición adaptada a su universo, el del escritor y ensayista. Si la hemos utilizado aquí es porque pensamos que encierra una fórmula que vale igualmente para el periodismo. Con un factor adicional, que ya insinúa Casciari y que conecta también a la perfección con las exigencias de los nuevos medios digitales: su instantaneidad. Otros elementos nucleares del blog lo sitúan, no obstante, lejos de cualquier encasillamiento, como si su nacimiento generase un paradigma distinto en la relación convencional entre emisor y receptor. Lo explica con estas palabras el periodista y bloguero Arcadi Espada, quien recopiló sus escritos en el blog que inauguró en el año 2004 en el libro ‘Diarios’<sup>125</sup>, en cuyo prólogo afirma: “No es fácil definir qué es un blog. Desde luego, es un diario desde muchos puntos de vista; se escribe cada día con regularidad ferroviaria (al menos en mi caso) y suele tratar de los asuntos cotidianos”. Aunque, a continuación, puntualiza: “Pero un diario que se da a conocer de inmediato resiste mal las convenciones vertebrales del género”.

Tanto la opinión de Casciari como las observaciones de Espada tienen sin embargo una validez antes empírica que científica. Nacen ambas definiciones de reflexiones más o menos compartidas por quienes disponen para su trabajo diario de un blog, analizan su conducta (la propia y la derivada de la interacción con el público) y ponen por escrito sus impresiones. Son por lo tanto definiciones que nos sitúan sobre la pista del fenómeno que pretendemos estudiar pero que sólo lo insinúan, sin atrapar toda su sustancia, sin aspirar a reflejar su trascendencia para el mundo mediático<sup>126</sup>. De modo que para nuestro trabajo de investigación preferimos decantarnos por otras que se ajustan mejor a la naturaleza de esta tesis. Las recoge el experto José Manuel Noguera

---

<sup>124</sup> GIL, Alex. ‘Blogs: letras en la red’. Revista *Qué leer*, nº 34. MC Ediciones, Febrero 2006 p. 34-37

<sup>125</sup> ESPADA, Arcadi. *Diarios 2004*. Madrid, Espasa, 2005, p 37.

<sup>126</sup> CANDEIRA, J. ‘La web como memoria organizada: el hipocampo de la red’ en *Para poder pensar*, número publicado en la *Revista de Occidente*. Madrid, marzo del 2001. El periodista y experto en internet Javier Candeira propone una ingeniosa descripción de un weblog. “Los weblogs no pretenden ser directorios sistemáticos: se parecen más a un rastro de miguitas de pan dejado por una hormiga con suerte”.

en su obra ‘Una mirada atrás: rasgos y reflexiones para decidir qué es un weblog’<sup>127</sup>; una de ellas, cuyo autor es Diego Martín Lafuente, bloguero, tecnólogo y diseñador, dice así: “Un blog es un sitio web que posee una serie de artículos en un orden cronológico (...) diseñado para que cada artículo tenga fecha de publicación, de tal forma que el escritor y los lectores puedan seguir un camino de todo lo publicado y archivado”. Es una teoría que podría suscribir también Mestre en su artículo citado antes en torno al weblog entendido como diario crítico y que también puede hacer suyo el segundo autor mencionado por Noguera, el influyente teórico norteamericano Cameron Barret, otro de los considerados como pioneros de la blogosfera. A su juicio, así se debe definir un weblog: “Pequeño sitio web, normalmente mantenido por una persona, que es actualizado regularmente y con una alta concentración de visitantes que vuelven. Los weblogs a menudo se centran en un objeto concreto, un tema subyacente o un concepto unificado”.

Más breve, pero tal vez más efectiva, es la definición que propone José Cervera, quien apunta hacia el espíritu faustiano que encierra el blog (“Menos estética y nula flexibilidad, a cambio de una gran sencillez de uso”), para describirlo en estos escuetos términos: “Un blog es un modelo simplificado de página web caracterizado por la sencillez de actualización”.<sup>128</sup> Se trata de una definición muy similar a la que manejan otros teóricos norteamericanos como Ekdale, Namkoong, Fung y Perlmutter, quienes analizan no sólo el propio fenómeno blog sino que abordan en su estudio ‘Why blog (then and now): exploring the motivations for blogging by popular American political bloggers’ este universo tan complejo desde la perspectiva del bloguero y lo hacen tomando para su estudio la doctrina al respecto fijada por expertos como Baumer y Boyd: un blog, concluyen, es un artefacto concebido como una página web consistente en una serie de entradas que se agrupan en orden inversamente cronológico<sup>129</sup>. Como se ve, una orientación semejante a la arriba citada que debemos a Cervera y que estos autores inscriben en una línea investigadora propia de otros estudiosos como Herring o

---

<sup>127</sup> NOGUERA, J. M. ‘Una mirada atrás: rasgos y reflexiones para decidir qué es un weblog’, en <http://www.monografias.com/trabajos902/mirada-rasgos-eflexiones/mirada-rasgos-eflexiones2.shtml>, 2004. Consultado en mayo del 2014

<sup>128</sup> CERVERA, J. ‘Una teoría general del blog’, en CERESO, J.M. (director), Op. Cit., pp 10-19

<sup>129</sup> EKDALE, B., NAMKOONG K., y FUNG, T.K.F. y PERLMUTTER, D.D. ‘Why blog? (then and now): exploring the motivations for blogging by popular American political bloggers’. New Media Society, 2010

Nardi<sup>130</sup>. En su obra ‘Ciberperiodismo’, los autores citados en el capítulo anterior con profusión, David Parra y José Álvarez Marco recogen otra definición, atribuida al profesor Koldo Meso, que nos parece igualmente valiosa y que recogemos a continuación: “Un weblog es una reinención de página personal donde se combinan reflexiones, confidencias propias de un diario íntimo y enlaces a nuevas páginas o artículos de interés para su creador”.<sup>131</sup>

El propio Meso insiste en esta misma idea en su obra ‘Introducción al ciberperiodismo’, donde desarrolla su invitación a concebir el blog atendiendo a su condición de diario moderno, en un doble sentido: por el tono personal de la escritura y por la clase de información que se difunde<sup>132</sup>. A este respecto nos parece significativo incorporar la reflexión debida a Jonah Peretti, uno de los fundadores del popular cibermedio *The Huffington Post*, para quien los weblogs deben entenderse como un subconjunto dentro de una organización superior, que denomina “micromedios”, donde incluye todas las tecnologías de comunicación personal como correo electrónico, telefonía o las páginas webs personales<sup>133</sup>. Su opinión queda recogida por Bella Paloma en su imprescindible estudio ‘El periodista *on line*: de la revolución a la evolución’, donde cita experiencias muy preliminares en el ámbito de la blogosfera adaptada a las exigencias periodísticas hasta desembocar en su perfil más o menos estable: esa práctica

---

<sup>130</sup> *Ibidem*.

<sup>131</sup> PARRA, D. y ÁLVAREZ MARCOS, J. Op. cit., pp. 187-198 Sobre este particular se pronuncian igualmente los autores del estudio, quienes advierten de una vertiente profesional en el caso de los blogs atendidos por periodistas que ocupará una parte central de posteriores capítulos de nuestra tesis: la idea muy extendida de que la blogosfera periodística se caracteriza por un profundo rasgo de autonomía profesional, hasta el punto de que, a su juicio, “puede entenderse como un reforzamiento del periodismo independiente”.

<sup>132</sup> MESO, K. (2006). Op. cit. Es interesante subrayar cómo en su estudio el profesor Meso recoge una definición de otro experto, Raúl Morales, que transcribimos a continuación: en su opinión, se debe entender por blog “la web de una página en la que el internauta vuelca sus inquietudes, opiniones o comentarios sobre un determinado tema a modo de diario y, por supuesto, los enlaces que va recorriendo mientras navega. Un diario personal, nada sistemático, abierto a todo el mundo y en el que cada uno escribe y oculta lo que quiere, sin coacciones de ningún tipo”. Como se observa, se trata de una definición que conecta con algunas de las expresiones fundamentales en la obra de Meso: su insistencia en reclamar para interpretar cabalmente el ejercicio de la blogosfera el manejo de enlaces y, por supuesto, el alma personal de un blog, su espíritu de diario contemporáneo.

<sup>133</sup> PERETTI, N. ‘My Nike Media Adventure?’, 2001, en <https://www.thenation.com/article/my-nike-media-adventure/>. Consultado en junio del 2016.

denominada en el periodismo anglosajón como *j-blogs* (j de *journalism*), que es precisamente el ámbito de investigación de nuestra tesis.

Palomo detalla alguna de las iniciativas más exitosas situadas en esa línea, de las que ofrece un juicio ambivalente: por un lado, se alinea con otros autores que destacan los benéficos efectos de esta actividad sobre el conjunto de la profesión (y señala el nuevo estatus que distingue a los periodistas que son también blogueros en un renovado ecosistema informativo donde lo importante deja de ser el mensaje para centrarse en la personalidad de quien lo emite), mientras que no deja de alertar de los riesgos resultantes de compaginar ambas actividades. “Estos intentos por expresar sus opiniones libremente pueden dañar su objetividad como periodista al desvelar sus tendencias ideológicas, su credibilidad y la del propio medio en que trabajan”, subraya.<sup>134</sup> En parecidos términos se sitúan otras opiniones de autores como la que recogemos aquí, debida al experto brasileño Julio D. Borges, quien en un artículo provocadora y elocuentemente titulado ‘Por qué os blogs de periodistas nao funcionan’, publicado en el 2015, disecciona las debilidades que en su opinión atenazan a esta corriente del *j-blogger*. Para el periodista veterano, alerta Borges, la blogosfera ejerce más bien como una suerte de “piedra en el zapato”: no se trata por lo tanto de ofrecer una visión crítica del desempeño como blogueros de los profesionales del periodismo adiestrados en la era analógica, sino de reprender a los medios de comunicación porque su colonización de la blogosfera se haya implantado irreflexivamente<sup>135</sup>.

En cualquier caso, volviendo a nuestra revisión de qué entendemos exactamente por blog, nos ha parecido pertinente recurrir al ‘Diccionario de la Real Academia Española’<sup>136</sup>, que desde el año 2014 recoge la entrada blog, definida como voz procedente del inglés en estos términos: “Sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor o sus autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentados por sus lectores”. Igualmente, la docta casa admite el uso de la voz bloguero, tanto como adjetivo (relativo al blog), como en su condición de

---

<sup>134</sup> PALOMO, B. ‘El periodista on line: de la revolución a la evolución’. *Comunicación Social, Colección Periodística número 10*. Sevilla/Zamora, 2009, p.73

<sup>135</sup> Borges, J.D.

[http://www.digestivocultural.com/columnistas/coluna.asp?codigo=2062&titulo=Por\\_que\\_os\\_blogs\\_de\\_journalistas\\_nao\\_funcionam](http://www.digestivocultural.com/columnistas/coluna.asp?codigo=2062&titulo=Por_que_os_blogs_de_journalistas_nao_funcionam) 2006, Consultado en enero del 2016.

<sup>136</sup> Real Academia Española, <http://dle.rae.es/?id=5hLUKIO> Consultado en enero del 2014

sustantivo: esto es, el autor de un blog. Por el contrario, la RAE excluye el uso de la voz bitácora como sinónimo de blog (prohibición que en este estudio, como se advertía antes, pretendemos soslayar para alcanzar una redacción más dinámica) y tampoco admite el término entrada, que en español se emplea como sinónimo del inglés ‘post’: es decir, cada artículo que el autor o los autores de un blog publican. Sí que puede aceptarse que en la definición de entrada que incluye el Diccionario de la Real Academia figura una acepción asimilable a la utilizada en el mundo de los blogs: esto es, ‘entrada’ como sinónimo de asiento contable. “Anotación en una cuenta” es una concepción que guarda parentesco con la relación establecida por un bloguero con su blog. Cada entrada (cada post) representa, en efecto, una anotación.

El punto de la vista que se deduce de las aportaciones de la Real Academia Española, añadido a las opiniones anteriormente recabadas de distintos autores provenientes de ámbitos profesionales (es decir, que no proceden exclusivamente del mundo de la investigación sobre periodismo) y académicos tan enriquecedores como dispares<sup>137</sup>, permite fijar las coordenadas más básicas del escenario por donde se moverá este estudio pero resulta insuficiente. A nuestro juicio, la literatura científica anglosajona, especialmente la de origen norteamericano, analiza con una dimensión muy precisa y en consecuencia más acertada el mundo del blog, puesto que propone un enfoque de carácter pedagógico que puede ayudarnos a entender mejor este concepto relativamente reciente. En el año 2002, esto es, prácticamente en los albores del movimiento bloguero, el experto estadounidense Chris Pirillo ya se anticipó al análisis del fenómeno blog cuando publicó en su propia página web el denominado ‘The blogger’s Manifesto’<sup>138</sup>, cuya traducción al español es sencilla: ‘Manifiesto de los blogueros’. En aquel artículo que el paso del tiempo podía haber amenazado con dejar anacrónico, Pirillo recogía con bastante sentido común, fina ironía y espíritu crítico (un espíritu crítico sobre la blogosfera que nacía por lo tanto casi al mismo tiempo que ella

---

<sup>137</sup> DOVIGI, M. *Weblog, personal publishing*, Apogeo, 2003. El autor italiano define el blog en términos muy estrictos (‘Blog è una pagina web nella quale vengono pubblicati in ordine cronológico testi, piuttosto che immagini, suoni, filmati e link’), pero además aporta una visión que enlaza pertinentemente con las pesquisas que centrarán posteriormente nuestra tesis a partir de la conexión entre blogosfera y periodismo: “Quando gli old media hanno cominciato a interessarsi e scrivere sul fenomeno dei blog, i primi commenti non sono stati esattamente favorevoli. Del blog non piaceva l’aspetto conflittuale con il giornalismo tradizionale, mentre si guardava con interesse alle prospettive di complementarità offerte dallo stesso”.

<sup>138</sup> <http://chris.pirillo.com/2002/02/10/the-bloggers-manifesto/> Consultado en abril del 2014.

y que veremos que también distingue a otros autores, como una suerte de desacralización del mundo digital respecto a las convenciones más ‘adultas’ propia de la era analógica), una serie de pautas que debían observar los blogueros si querían alcanzar los propósitos fundamentales que inspiraban su actividad.

Debe advertirse que Pirillo no es un estudioso del periodismo ni proviene del mundo de los medios. Su formación académica y profesional se vincula a la enseñanza y la reflexión teórica sobre las nuevas tecnologías, de modo que su manifiesto no puede ser asumido desde el ámbito periodístico sin otras aportaciones específicas: sencillamente, se plantea como una propuesta de estilo para los ciberdiarios. Pero incluso observadas con la perspectiva de más de una década, pensamos que sus directrices continúan manteniendo su vigencia y que por esa razón parece oportuno recordarlas. Son los siguientes 26 puntos, que hemos preferido introducir respetando su redacción en inglés (la traducción al español es nuestra).

1. Life is uncensored.
2. My blog does not capture the full me. #
3. Judge my thoughts, but not me. #
4. If you don't like what you see, look elsewhere.
5. I love talking about my life.
6. I love writing about other people's lives.
7. I will post whenever I feel like posting.
8. I don't have to blog every meme.
9. You don't have to agree with everything I say.
10. I egosurf Daypop, Google, and Blogdex nightly.
11. I share what I want to share.
12. I like linking to Dave, Doc, Evan, and Cam.
13. Blogging is theraputic.
14. Pictures of myself are not obligatory.
15. I visit every site in my blogroller regularly.
16. I won't post for the sake of posting.
17. I have a life outside of blogging.
18. I have registered my blogging tool(s).
19. I may criticize other bloggers, not harass them.
20. I have the right to revise a post.
21. When blogging becomes a chore, I'll quit doing it.
22. I've given something back to the blogging community.
23. If I want to complain about something, I will.
24. If I want to praise something, I will.
25. I am not the best blogger on the planet.
26. I don't have to explain myself to you.

Cuya traducción al español sería ésta:

1. La vida no se puede censurar.
2. Mi blog no refleja todo lo que soy.
3. Juzga mis pensamientos, pero no me juzgues a mí.
4. Si no te gusta lo que ves, mira hacia otro lado.
5. Me encanta hablar de mi vida.
6. Me encanta escribir sobre la vida de otras personas.
7. Publicaré entradas en mi blog cuando me apetezca.
8. No tengo por qué publicar en mi blog cualquier meme<sup>139</sup>.
9. No tienes por qué estar de acuerdo con todo lo que diga.
10. Busco todas las noches mi propio nombre (egosurf) en Daypop, Google y Blogdex<sup>140</sup>.
11. Comparto lo que quiero compartir.
12. Me gusta incluir enlaces a blogueros destacados como Dave (Winer), Doc (Seals), Evan (Williams) y Cam (Barrett).
13. Bloguear es terapéutico.
14. No es obligatorio que incluya fotos de mí mismo.
15. Visito todos los enlaces de mi *blogroller* de forma regular.
16. No publicaré entradas simplemente por el hecho de publicar algo.
17. Tengo una vida fuera de los blogs.
18. He registrado la herramienta que utilice para mi blog
19. Puede que critique a otros blogueros pero no los atacaré de forma constante.
20. Tengo derecho a editar mis entradas.
21. Cuando el blog se convierta en una tarea, lo dejaré.
22. Le he devuelto algo a la comunidad bloguera.
23. Si quiero quejarme de algo, lo haré.
24. Si quiero alabar algo, lo haré.
25. No soy el mejor bloguero del mundo.
26. No tengo por qué darte explicaciones.

Este listado, cuyo carácter más provocador que científico se debe tener en cuenta, fue publicado apenas unos meses después de que en diciembre del año 2001 viera la luz otro documento histórico para la génesis del fenómeno blog: el nacimiento de la

---

<sup>139</sup> Meme: El término meme de Internet se usa para describir una idea, concepto, situación, expresión y/o pensamiento manifestado en cualquier tipo de medio virtual, cómic, vídeo, textos, imágenes y todo tipo de construcción multimedia y colectiva que se populariza a través de Internet. Puede ser a través de un hipervínculo, foros, imageboard, sitios web y cualquier otro difusor masivo como lo son hoy en día las redes sociales (Wikipedia, consultada en septiembre del 2014). Para el experto Luis Castro, citado en ese mismo enlace, “meme viene de la palabra griega ‘mimema’, que significa "algo imitado", y representa una forma de propagación cultural, un medio para que la gente transmita memorias sociales e ideas culturales entre sí”.

<sup>140</sup> Tanto Blogdex como Daypop son buscadores cuya vigencia resulta actualmente cuestionable pero que eran muy populares cuando Pirillo redactó su manifiesto. Daypop, en concreto, es un buscador especializado en blogs; blogdex, por su parte, de hecho desapareció en el año 2006. También estaba especializado en rastrear la blogosfera.



blogosfera<sup>141</sup>. O, más exactamente, la fecha de su bautizo<sup>142</sup>. Se trata del momento en que el estudioso William Quick registra en la web ‘Daily Pundit’ su propuesta de denominación para el conjunto de movimientos de carácter solista que hasta entonces se ejecutaban en la red pero que carecían de un nombre apropiado y, por lo tanto, de una interpretación global. Aquel artículo, ‘I propose a name for’ (“Yo propongo un nombre para”), registrado en la Nochevieja del 2001 (aunque alguna bibliografía lo data unas horas después, el 1 de enero del 2002: dos fechas, en cualquier caso, de poderoso linaje simbólico que además sirven de pista para reflejar el carácter líquido de los nuevos medios digitales al menos en cuanto a su datación), se inspiraba en algunas ideas propias de la filosofía presocrática para llamar blogosfera “al espacio intelectual que ocupamos los blogueros”.<sup>143</sup> La aportación de Quick permite determinar el universo de exploración investigadora que se abre por entonces tímidamente para la comunidad de expertos, pero su fuerza principal estriba en que fija el concepto esencial de blogosfera y permite en consecuencia que cada maniobra posterior se pueda ejecutar pensando que el bloguero como francotirador es una especie que, sin embargo, comparte su hábitat con otros tantos autores que se comportan como él: por decirlo con una imagen muy gráfica, el bloguero no es un cazador solitario.

De modo que la reivindicación del yo, germen del nacimiento del blog, ya inicia por entonces, en fecha tan temprana, su largo itinerario hacia el nosotros, un viaje que desemboca de manera natural en el objetivo de esta tesis: el periodismo. De hecho, autores como Ekdale *et al.* mantienen que resulta imposible fijar la evolución de la blogosfera sin atender a dos principios concurrentes en su creación y desarrollo: la idea de que cualquier movimiento registrado en ese espacio se atiene a la doble condición del

---

<sup>141</sup> AA.VV, *Historia de los weblogs*. [http://tintachina.com/archivo/historia\\_de\\_los\\_weblogs](http://tintachina.com/archivo/historia_de_los_weblogs). Se trata de una recopilación en formato wiki emprendida por Gemma Ferreras, donde se registran los distintos hitos en la trayectoria de la blogosfera. (última consulta, enero del 2017)

<sup>142</sup> WINER, D. The history of weblogs. <http://oldweblogscomblog.scripting.com/historyOfWeblogs.2002> Consultado en mayo del 2014

<sup>143</sup> QUICK, W. [http://www.iw3p.com/DailyPundit/2001\\_12\\_30\\_dailypundit\\_archive.php#8315120](http://www.iw3p.com/DailyPundit/2001_12_30_dailypundit_archive.php#8315120) 2001, Consultado en mayo del año 2014. En su artículo, Bill Quick, un especialista en nuevas tecnologías que se define como “libertario”, escribía lo siguiente: “I propose a name for the intellectual cyberspace we bloggers occupy: the Blogosphere. Simple enough; the root word is logos, from the Greek meaning, variously: In pre-Socratic philosophy, the principle governing the cosmos, the source of this principle, or human reasoning about the cosmos; Among the Sophists, the topics of rational argument or the arguments themselves”.

bloguero que ejecuta sus maniobras como un individuo que utiliza este novedoso mecanismo para expresar sus propios sentimientos en un marco que, sin embargo, siempre será colectivo. Ese es el segundo principio que opera según estos autores: el blog debe entenderse siempre a partir de un sentido exterior al propio yo del bloguero, es decir, a partir del impulso de quien aspira a conectar con otros, a crear comunidad y percibir en consecuencia una gratificación<sup>144</sup>.

Una opinión compartida por otros tratadistas, que precisamente fijan en este atributo esencial del blog, su contribución a forjar una alianza de intereses entre el emisor y su audiencia dentro de un nuevo modelo de comunicación propio de los avances tecnológicos, una de las características distintivas de la blogosfera como espacio distinto al anterior paradigma analógico. Un territorio apenas explorado por los medios de comunicación a lo largo de su historia hasta la irrupción de los cibermedios. Rebeca MacKinnon, autora de ‘The world wide conversation: online participatory media and international news’,<sup>145</sup> sostiene que esa tendencia de los periodistas cuando también ejercen como blogueros a desplegar su oficio mediante el mecanismo (más o menos insólito en su práctica habitual) de citar sus fuentes, incluyendo los enlaces de donde provienen, representa una singularidad capital: construye una comunidad “de intercambio de información”, esto es, un nuevo ecosistema más participativo e interactivo. Frente al modelo unidireccional propio de la prensa analógica, el paradigma que imponen los cibermedios se nutre de las aportaciones de la audiencia como un rasgo fundamental, no sólo porque ayuda a cimentar esa idea de intereses comunes, sino porque además rinde frutos informativos.

MacKinnon, periodista de larga trayectoria en Estados Unidos y también bloguera, además de fundadora de la organización ‘Global Voices Online’, entidad nacida para preservar algunas de las conquistas del nuevo paradigma ciberperiodístico, menciona en su estudio cómo algunos periodistas aceptan que gracias a los comentarios publicados por sus lectores han podido profundizar en sus noticias o incluso abrir nuevas vías de investigación. Porque el bloguero mantiene, como es lógico, su condición única e

---

<sup>144</sup> EKDALE et al. Op.cit. Consultado en enero del 2015

<sup>145</sup> MACKINNON, R. ‘The world wide conversation. Online participatory media and international news’. The Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy. Harvard University, 2004. [https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2012/03/2004\\_02\\_mackinnon.pdf](https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2012/03/2004_02_mackinnon.pdf). Consultado en marzo del 2015

individualizada, incluso en los casos de blogs colectivos donde el yo es más bien un yo múltiple pero no un nosotros, aunque sabiendo, desde el momento en que se considera constituida la blogosfera, que ya no está solo en el ciberespacio. Que comparte rasgos de su fisonomía con otros autores que se reclaman miembros de esa misma estirpe. Por expresarlo con las esclarecedoras palabras que emplean Antonio García Jiménez y Paloma Rupérez Rubio en su libro ‘Aproximaciones al periodismo digital’: “Un programa de uso individual como los blogs pensado inicialmente para una comunicación personal ha provocado por sí mismo un fenómeno de expresión y comunicación (...) capaz de difundir con enorme potencia información en la red”.<sup>146</sup>

Una reflexión sobre la que ahondan otros expertos, como Arranz Lago en su artículo para ‘La ética y el derecho a la información en los tiempos del postperiodismo’, donde anota los peligros que subyacen en la blogosfera entendida como una pura sucesión de egos, esto es, como “metáfora incierta del ciberperiodismo”. En su texto, Arranz critica que el concepto personalista del blog y del bloguero conduzca inevitablemente hacia la “banalidad del mundo”, subraya la condición propia de la blogosfera como “tierra de nadie” y sentencia: “La weblog debe ser verdaderamente una web solidaria y no un escaparate de exhibicionismo retórico”<sup>147</sup>. Para Arranz, en definitiva, el blog se enfrenta a la amenaza de “una pluralidad de subjetividades, a veces desconectadas”, de donde se deduce el riesgo principal que atenaza a los blogueros: que acaben “perdiéndose”. Un enfoque similar al que proponen otros expertos; es el caso del profesor Pere Masip, que coordina la obra colectiva ‘La utopía digital en los medios de comunicación’, donde expone abiertamente alguno de los riesgos que ya en el año 2005 se vislumbraban a medida que avanzaba el ciberperiodismo, un fenómeno que juzgaba entonces con el calificativo de “evanescente”.<sup>148</sup>

Un análisis que completó, en la misma publicación, el artículo firmado por la pareja de estudiosas formada por María Teresa Sandoval y Bárbara Yuste, quienes se decantan

---

<sup>146</sup> GARCÍA JIMÉNEZ, A. y RUPÉREZ RUBIO, P. (editores). Op. Cit., p. 53.

<sup>147</sup> ARRANZ LAGO, D. F. Op. Cit., pp. 145-160.

<sup>148</sup> MASIP, P. ‘Rutinas periodísticas e internet en la información diaria’, en Op. Cit., pp. 561-576. A este particular aluden otros expertos en el mismo volumen, como los profesores griegos Giannakoulopoulos y Kodellas o la experta española Amaia Arribas, quienes coinciden en destacar que el nuevo marco digital obliga a los profesionales a ejercer sus rutinas desde un enfoque más flexible a las exigencias tecnológicas.

en su estudio por plantear un nuevo enfoque del estado de la cuestión a este respecto, esto es, en torno al cambiante rol del periodista en el nuevo marco digital. En su propuesta, las autoras aluden a dos cuestiones que carecen, sin embargo y tal vez sorprendentemente a nuestro juicio, de gran producción científica: nos referimos a cómo el ciberperiodismo (también) exige reformular conceptos como los derechos de autor o el escenario jurídico donde se pasa a desarrollar el trabajo periodístico respecto al orden analógico. En esta línea de reivindicación del trabajo profesional ejercido mediante mecanismos ajenos a la tradición, nos parece significativo recordar cómo Sandoval y Yuste incluyen en su artículo un detallado examen de las renovadas exigencias que la blogosfera introduce en las rutinas profesionales del periodista adiestrado en un universo de signo muy diferente,<sup>149</sup> es decir, en función de aspectos que no siempre se tienen en cuenta a pesar de su importancia nuclear en la construcción del nuevo modelo de periodista y que, como advertíamos anteriormente, no han generado una elevada reflexión teórica.

Otros autores que incluyen sus aportaciones sobre este mismo debate en la citada publicación apuntan igualmente hacia los riesgos que entraña el nuevo horizonte profesional para apuntalar el perfil del periodista del siglo XXI, cuyo desempeño deberá adaptarse a las conquistas de la nueva economía y de la sociedad del conocimiento: un emergente territorio, casi desconocido, como alertan expertos como Miguel Vicente Mariño<sup>150</sup> o también los profesores Hipólito Vivar, Alberto García, Jorge Clemente y

---

<sup>149</sup> SANDOVAL, M.T. y YUSTE, B. ‘Periodistas en la encrucijada de la red’, en Ídem. Op. Cit. pp. 589-600. Su artículo aborda con particular atención cómo los medios de comunicación han acabado por incorporar a su oferta informativa los blogs de sus redactores, en una estrategia que juzgan más bien defensiva, al menos en la fecha de su estudio, el año 2005, cuando ese tipo de cometidos periodísticos adoptaba un enfoque coyuntural: los blogs se creaban para situaciones concretas, por ejemplo, coberturas de países en guerra. De esta manera, los medios aspiraban a conectar con esa parte de la audiencia que reclama nuevos códigos para enterarse de cuanto sucede a su alrededor, interactuar con el emisor, crear la malla propia de la blogosfera a través de enlaces que, a su vez, enlazan con otros blogs. Según las autoras, dos periódicos descuellan en esta práctica en la fecha en que firman su estudio: el británico *The Guardian* (<http://www.theguardian.com/uk>) y el argentino *Clarín* (<http://www.clarin.com/>). Su oferta de blogs, lo que Sandoval y Yuste denominan con acierto “nuevo género de información interactivo”, se debate entre las dos vertientes donde, a su juicio, se desarrolla esta nueva estrategia de comunicación alejada del canon: por un lado, alertan de que los blogs ejecutados por periodistas implican “pérdida de libertad” para sus autores, una opinión cuyo razonamiento, muy alejado de lo que sostienen otros autores, no se molestan en explicar. Por otro lado, sin embargo, asumen que el periodista que también es bloguero “aporta credibilidad a lo que narra”. No sólo eso: a su entender, también contribuye a mejorar la fidelización del lector respecto al medio mediante las consabidas fórmulas de participación.

<sup>150</sup> VICENTE MARIÑO, M. ‘Las nuevas formas de organización del trabajo en los medios de comunicación: utopía o realidad’, en Ídem. Op. Cit., pp. 611-622

Ramón Galiano<sup>151</sup> en sus respectivos artículos recogidos en el número extra 2005 de la revista *Trípodos*; de sus aportaciones se concluye que, en efecto, la irrupción de los nuevos medios altera el paisaje de la comunicación y, por lo tanto, modifica las condiciones de trabajo, afecta al desarrollo de la carrera profesional y depara incluso consecuencias de orden jurídico-laboral, de las que alertan autores como Soriano y Cantón en un artículo que nos parece clave para entender las complicaciones derivadas del aterrizaje del ciberperiodismo en las redacciones, aunque la fecha precoz en que fue publicado amputa algunas de sus conclusiones o las desvirtúa al menos<sup>152</sup>. Porque, en resumen, el ciberperiodismo reclama, por decirlo en palabras de los mencionados Vivar, García, Clemente y Galiano en su artículo sobre los efectos de la integración tecnológica en los medios, el nacimiento un nuevo paisaje profesional, a partir de la emergencia de la figura del periodista que podríamos denominar, como plantean estos autores, “híbrido”. Un periodista que deberá estar especialmente atento a los rasgos que dibujarán su nuevo horizonte laboral: aprendizaje continuo, capacidad de adaptación a un mercado de trabajo más flexible, acceso a las conquistas de la nueva economía y la sociedad del conocimiento. Un nuevo universo profesional se alza ante el periodista del siglo XXI<sup>153</sup>.

Muy vinculado a estas reflexiones, nos parece oportuno citar al respecto el punto de vista que aportan las propuestas de otros especialistas que abordan el estudio de la

---

<sup>151</sup> VIVAR, H., GARCÍA, A., CLEMENTE, J., y GALIANO, R. ‘Efectos de la integración de las tecnologías digitales en la formación de los nuevos comunicadores’, en Ídem. Op. Cit. pp. 623-636

<sup>152</sup> SORIANO, J. y CANTÓN, M.J. ‘La mala prensa d’internet entre els periodistas’, en Ídem. Op.cit. pp. 601-610. Su artículo reitera algunas de las opiniones emitidas por otros investigadores. Una aportación especialmente relevante puesto que ambos son a su vez autores del Libro Blanco del Periodismo en Cataluña, donde se reflejan algunas de las observaciones contenidas en esta otra: detectan por ejemplo entre los periodistas una ambivalente disposición de ánimo respecto a las posibilidades de la tecnología que dispone de su propia vertiente profesional. Por un lado, el periodista no deja de observar todas las ventajas que el universo digital trae consigo para el desarrollo de la profesión, pero late todavía con más fuerza una feroz desconfianza por los aspectos negativos que intuye. Entre ellos, la imposibilidad de desarrollar una carrera profesional según el patrón clásico o la sensación de que los valores fundacionales del oficio quedan lesionados por su exposición al ciberperiodismo. Subyace en esta mejorable disposición de ánimo una certeza casi supersticiosa: internet, visto como el símbolo de la decadencia de los medios de comunicación.

<sup>153</sup> FARRÉ, J. ‘La irrupció d’Internet: mites e (in)certeses. Ídem. Op. cit. Pp. 865-872. Las aportaciones del conjunto de articulistas contenidas en la mencionada obra encuentran un adecuado resumen en estas palabras del profesor Farré: “Internet has often been presented as a watershed in the field of political communication and the higher levels of democracy. With the networks of networks we are entering into a new developments without looking back to see the past”.

implantación de las nuevas tecnologías desde un enfoque entroncado en el ámbito antropológico antes que en la teoría puramente informativa. Aunque se desvíen sus opiniones del relato central de esta tesis, pensamos que sirven como un complemento revelador del carácter social que plantea el desarrollo de la blogosfera y contribuyen a situar el debate en los términos empleados en el título de este capítulo, ese viaje desde el yo al nosotros que permitirá avanzar en el estudio de la conducta de blogs y bloggers, adaptada al ámbito de los medios de comunicación. El antropólogo Adolfo Estalella es una de las voces que ha investigado desde ese ámbito académico en el campo de la adaptación social de los cibermedios; en concreto, su artículo ‘Tras los ‘trackbacks’, en busca del asentamiento virtual de los blogs’<sup>154</sup> propone un escenario muy interesante a partir del poder socializador de la blogosfera y cita las aportaciones de distintos teóricos como Enrique Dans o James Torio en torno a las infinitas posibilidades abiertas para la interacción con el público. Es una visión bipolar: para Estalella, la capacidad de un bloguero de entablar conversación con sus lectores queda mediatizada por las servidumbres derivadas del modo en que tal conversación se establece, en el marco de las exigencias propias de la tecnología aplicada a dicho efecto, hasta el punto de que algunos otros expertos como Susan Herring y el resto de autores del ensayo titulado ‘Conversations in the blogosphere: an analysis from the bottom up’<sup>155</sup> mantienen que en realidad no existe ese diálogo que algunos bloggers pretenden.

En difícil equilibrio entre las opiniones que recopila en su artículo y otras como la expresada por el profesor Cebrián Herreros<sup>156</sup>, Estalella acaba encontrando una especie de tercera vía: la conversación en la blogosfera no sólo es posible sino deseable, pero sólo existirá en aquellos casos en que los bloggers empleen racional, adecuada y sistemáticamente la panoplia de enlaces que es consustancial a las entradas en sus blogs, haciendo especial hincapié en el recurso al uso de *trackbacks*: esto es, ese tipo de

---

<sup>154</sup> ESTALELLA, A. *Tras los trackbacks, en busca del asentamiento virtual del blog*. <http://estalella.wordpress.com/2006/03/31/tras-los-trackbacks-en-busca-del-asentamiento-virtual-de-los-blog/> 2006 Consultado en mayo del 2014.

<sup>155</sup> HERRING, S. KOUPER, I., PAOLILLO, J. C., SCHEIDT, L.A., TYWORTH, M., WELSCH, P., WRIGHT, E. y YU, N. ‘Conversations in the blogosphere: an analysis from the bottom up’. [http://pdf.aminer.org/000/245/349/conversations\\_in\\_the\\_blogosphere\\_an\\_analysis\\_from\\_the\\_bottom\\_up.pdf](http://pdf.aminer.org/000/245/349/conversations_in_the_blogosphere_an_analysis_from_the_bottom_up.pdf). 2005, Consultado en junio del 2014.

<sup>156</sup> CEBRIÁN, M. ‘Comunicación interactiva en los cibermedios’. *Comunicar*, Revista Científica de Educomunicación, n. 33. 2009.

enlace inverso que permite conocer qué enlaces apuntan hacia un determinado artículo; de ese modo, se avisa a otro blog de que se está citando uno de sus artículos. Para Estalella, la conversación auténtica entre blogueros y público así establecida, con la adecuada dosis de enlaces convencionales y enlaces inversos, le parece especialmente democrática, una idea muy recurrente en los escritos de este autor cuyas aportaciones, aunque provenientes como hemos advertido de un ámbito distinto a la investigación sobre periodismo nos parece que puede contribuir a fijar el territorio donde ingresa el profesional que desdobra su desempeño en la blogosfera<sup>157</sup>. De hecho, se trata de una idea recurrente en Estalella, quien nos parece no de los teóricos que más atinadamente han reflexionado sobre el cosmos tan particular, un mundo colectivo creado sin embargo a partir de aportaciones en principio de orden individual: la galaxia blogs, entendida gracias a esa sutil imagen que proporciona Estalella<sup>158</sup>, como la propia del “esqueleto”, es decir, las conexiones, las interacciones que son inherentes a ese modelo de diálogo que se ejerce en la blogosfera. Una reflexión sobre la que regresaremos posteriormente, cuando pongamos el foco principal de nuestro trabajo sobre la figura del periodista y bloguero. Esa especie dual que añade a su exploración tradicional del mundo analógico, la maniobra por lo tanto característica de su cometido esencial, un nuevo propósito: la búsqueda de todas las potencialidades abiertas por el universo digital, adaptadas en su caso a expresar su conexión con el periodismo<sup>159</sup>, bajo la percepción de que los cambios en el paradigma de comunicación proponen un cambio igualmente renovado en la trayectoria de los medios de comunicación de masas que reclama un rol asimismo nuevo a sus actores principales.

---

<sup>157</sup> MOOR, A. y EFIMOVA, L. An argumentation analysis of weblogs conversations. <http://blog.mathemagenic.com/2004/05/13/de-moor-a-efimova-l-2004-an-argumentation-analysis-of-weblog-conversations/>. Consultado en junio del 2014. Unas aportaciones que completan las ideas lanzadas por Estalella, puesto que reclaman la importancia transcendental que conceden al concepto de conversación en el universo de los blogs. Como otros autores, también Moor y Efimova reivindican el carácter colectivo de la blogosfera, por mucho que en sus albores naciera a partir de un impulso individual.

<sup>158</sup> ESTALELLA, A. ‘La construcción de la blogosfera: yo soy mi blog (y sus conexiones)’, en CEREZO, J.M (director). op. cit, pp. 20-37.

<sup>159</sup> FIDLER, R. *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*. Buenos Aires, Granica, 1998. Una obra oportuna para diseccionar precisamente cómo la tecnología modifica los sistemas de comunicación humana y propone un renovado acercamiento a los medios de comunicación de masas.

Estas aportaciones de Estalella se emparentan con otros hallazgos teóricos como los sostenidos por autores como Fiedler ya en una lejana fecha, el año 1998, antes por lo tanto de que eclosionara el modelo informativo de la blogosfera con su identidad actual, sobre el que se apoyan otros trabajos igualmente ilustrativos: por ejemplo, nos parece relevante reseñar cómo los profesores Flores y Miguel se apoyan en aquellas ideas de Fiedler para, indagando en el atractivo campo del concepto denominado *mediamorfosis*, plantear sus propias contribuciones a ese renovado sistema de comunicación. A su juicio, como consecuencia de la implantación de los atributos propios del ciberperiodismo, no sólo aparecen nuevos conceptos ajenos al vocabulario tradicional de la profesión, sino también ocupaciones emergentes o dotadas de una ambición distinta (ambos autores exploran con particular énfasis la de documentalista, un perfil profesional poco visible en los blogueros de Vocento como advertiremos en capítulos posteriores) y, por supuesto, nuevos enfoques en la comunicación: concluyen ambos expertos que la sociedad reclama, en esta hora de la transformación digital, un periodismo distinto, “más profesional y mejor cualificado”, que exprima las posibilidades abiertas en la sociedad de la información (un término muy de actualidad en la fecha de su estudio, el año 2001).<sup>160</sup>

La peligrosa deriva sobre la que alertan expertos como Arranz y las posibilidades de desarrollo que anotan autores como Estalella nos hablan, cada cual a su modo y por distintos caminos, de la extraordinaria acogida que ha ido desplegando la blogosfera en apenas unos años de actividad, generada a partir de los atributos que la distinguen intrínsecamente pero conectados siempre con un factor nuclear: la conversación que se genera con la audiencia, de donde nace ese efecto multiplicador de sus consecuencias que inunda las reflexiones de algunos autores como el estadounidense Torio, a quien debemos una atinada propuesta contenida en su tesis doctoral: publicada en el año 2005, en ‘Blogs. A global conversation’, ya alerta sobre el impacto generado por la construcción de aquella blogosfera inicial, que todavía no ha alcanzado su más fecundo desarrollo, pero donde observa ya la promesa de alcanzar con sus efectos a un público cada vez más masivo<sup>161</sup>. Un año después, el profesor Koldo Meso publica un manual

---

<sup>160</sup> FLORES, J. y MIGUEL, A. *Ciberperiodismo. Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*. Madrid, Ediciones 2010, 2001, p.19

<sup>161</sup> TORIO, J. ‘*Blogs. A global conversation*’. Tesis doctoral de la Syracuse University. (<http://www.everyhuman.com/work/theses8.12.low.pdf>), 2005, consultada en marzo del 2014.



esencial para nuestra tesis, ‘Introducción al ciberperiodismo’, en donde comparte algunas de estas ideas y se fija en una serie de atributos que, en su opinión, van a determinar la conquista de un nuevo territorio para los profesionales de la era digital: las derivadas del empleo del hipertexto, por ejemplo, o ese “concepto clave” que representa la interactividad propia del periodismo cibernético. El cumplimiento del viejo anhelo de comunicarse con la audiencia de manera más fluida y productiva representa para Meso “la conversión del público en un elemento activo”.<sup>162</sup>

Todos estos planteamientos teóricos nacen del llamativo escenario generado a partir de la evolución vertiginosa de la blogosfera a escala mundial, imposible de predecir sólo unos años antes, cuando se gestó el que puede considerarse como blog fundacional. La mayor parte de expertos consultados coinciden en datar ese momento histórico en enero de 1992<sup>163</sup>. Es decir, bastante tiempo antes de que los blogs se consoliden y de que su implantación empiece a interesar a la comunidad científica y al conjunto del público lector. Semejante logro se atribuye al norteamericano Tim Berners Lee<sup>164</sup>, quien en enero de ese año alumbró su proyecto *What’s new in 92’s*, más bien una página web creada para divulgar los avances en el mundo de la llamada triple w: *world wide web*. En realidad, no nos encontramos ante un blog propiamente dicho, con la identidad que hoy reconocemos como tal<sup>165</sup>, pero la criatura de Berners Lee nacía dotada sin embargo de un elemento entonces tan novedoso como los enlaces, pieza angular con el tiempo de la cultura de la blogosfera y elemento central del trabajo en red<sup>166</sup>.

---

<sup>162</sup> MESO, K. (2006) Op. Cit. p..

<sup>163</sup> MESTRE, R. op. cit. p. 115. En este artículo se incluye una acertada visión panorámica de la génesis de la blogosfera y los primeros años de actividad, que resume muy bien las propuestas de los pioneros.

<sup>164</sup> ROJAS, O., ALONSO, J. ANTÚNEZ, J.L., ORIHUELA, J. L. y VARELA, J. Op. Cit. p.17

<sup>165</sup> DÍAZ NOCI, J. (2001). Op. cit, p. 38. El autor recuerda que el propio Berners-Lee enfatizaba el carácter “más social” que técnico de la red, entendida como un cambio cultural que, desde el punto de vista del periodismo, impondrá un nuevo tipo de lector y, en consecuencia, un nuevo tipo de periodista.

<sup>166</sup> HERRING, S. C., SCHEIDT, L. A., BONUS, S. y WRIGHT, E.. *Bridging the gap: a genre analysis of weblogs*. School of Library and Information Science Indiana University, Bloomington, 2003. También este trabajo reclama para Berners Lee la autoría del momento fundacional de los blogs y sitúa sólo dos años después, en 1999, un momento de extraordinaria actividad en la naciente blogosfera, cuando detectan un aumento “exponencial” que justifica la aparición del primer software libre para blogueros, el sistema denominado Pitas.

Aquel trabajo pionero, cuyos antecedentes se deben buscar entre los denominados ‘diarios en línea’ que habían surgido en Estados Unidos por esa misma época <sup>167</sup> y que disponen de sus propios “ancestros”, como advierte un estudio del especialista Laurel A. Clyde <sup>168</sup>, añadía al concepto de página web el concepto de *log* (registro) <sup>169</sup>. Gracias a la fusión de ambas voces en inglés, había nacido la weblog, término cuya acuñación tardaría algo más de tiempo todavía en fijarse y que con el paso del tiempo se popularizaría en su versión resumida: blog. De nuevo anotaremos en nuestro estudio que detectamos cierta falta de acuerdo entre los historiadores de este fenómeno en la atribución del primer blog, unas divergencias que a nuestro juicio nacen del carácter fluido de la propia red: su condición líquida <sup>170</sup>. De hecho, para una gran parte de los autores antes citados (Rojas, Alonso, Antúnez, Orihuela y Varela, en su texto ‘Blogs, la conversación en Internet...’) y para otros expertos como Antonio Fumero <sup>171</sup>, corresponde ese mérito a quien en realidad puede considerarse como autor ‘consciente’ del primer blog, el también estadounidense Jorn Barger. En efecto, a Barger debemos el nacimiento en 1997 de *Robot Wisdom* <sup>172</sup>, bitácora que todavía permanece abierta; pero a Barger debemos, sobre todo, una reflexión más detenida sobre las perspectivas que se vislumbraban para la comunicación mediante el uso del blog, a través de la

---

<sup>167</sup> *Ibidem*, . Op. cit.

<sup>168</sup> CLYDE, L. A. Op. Cit. En su estudio, alejado del ciberperiodismo y que hemos mencionado en el capítulo anterior, Clyde aporta la definición de blog ideada por el experto canadiense Peter Scott, muy próxima a las manejadas para este capítulo y con cierto carácter precursor, puesto que está datada en el año 2011: “Un weblog es una página web que contiene artículos ordenados cronológicamente según criterios de información”.

<sup>169</sup> BLOOD, R. *The weblog handbook: practical advice on creating and maintaining your blog*. Cambridge, MA: Perseus Publishing. 2002 También Blood se alista entre quienes vinculan el nacimiento de los primeros blogs en la línea de continuidad que ya avanzaban los diarios en línea.

<sup>170</sup> MOONEY, Ch. ‘How blogging changed journalism-almost’, en *Pittsburgh Post-Gazette*, El artículo contiene un interesante apunte en torno a la génesis de los blogs, mediante la reivindicación del papel central que en su nacimiento jugó el proyecto llamado ‘San Francisco’s Pyra Lab’, 1999. <http://www.post-gazette.com/forum/comm/20030202edmoon02p1.asp> 2003. Consultado en febrero del 2016

<sup>171</sup> FUMERO, A. ‘El abecé del universo del blog’, *Telos* 65 Octubre/Diciembre 2005

<sup>172</sup> BARGER, J. <http://robotwisdom2.blogspot.com.es/> consultado en marzo del 2014

multiplicación en la blogosfera de este tipo de medios cuya personalidad no ha variado demasiado con el paso del tiempo<sup>173</sup>.

De modo que para describir a su criatura, ese blog llamado *Robot Wisdom*, sirve todavía, a pesar del paso del tiempo, la definición de blog genérica establecida por el profesor José Luis Orihuela: “Es un medio inicialmente personal, que funciona sin editores y sin plazos (...) y que se escribe, en general, por el placer de compartir información o como vehículo de expresión”<sup>174</sup>. Una descripción que vale también para los blogs que se fueron creando posteriormente, a partir de la conquista de nuevos avances tecnológicos y científicos,<sup>175</sup> y que funciona igualmente para sancionar el trabajo de otro bloguero a quien autores como Rebeca Blood<sup>176</sup> o como J.D. Lasica, el maestro estadounidense en la teorización sobre la blogosfera antes mencionado, sitúan como el auténtico pionero del blog. Porque, en su opinión, ese verdadero autor fundacional del concepto de blog tal y como lo conocemos en la actualidad sería en realidad David Winer, quien en el mismo año de 1997 elegido por Barger para crear su *Robot Wisdom* (1997) puede presumir de haber inaugurado esta nueva conquista del ciberespacio. Su blog, nacido unos meses antes del alumbrado por Barger, se llamaba hasta que lo abandonó en el año 2006 ‘Scripting news’, aunque parece de justicia reconocer que el propio Winer ha apuntado, al igual que hemos visto aquí que hacen otros teóricos del medio, hacia Berners Lee como el auténtico primer bloguero.<sup>177</sup>

---

<sup>173</sup> BARGER, J. ‘FAQ: Weblog resources’, en <http://robotwisdom2.blogspot.com.es/>, 1999. No contiene más información de interés para nuestra tesis, pero nos parece relevante destacar su trascendente aportación para entender, casi como pura arqueología, la construcción de la blogosfera en sus balbucesos. También nos parece también pertinente porque ya cita a BARRETT, C., una fuente de autoridad a la que recurriremos en nuestra tesis.

<sup>174</sup> ROJAS, O., ALONSO, J. ANTÚNEZ, J.L., ORIHUELA, J. L. y VARELA, J. Op. Cit. p.24

<sup>175</sup> BARRETT, C. ‘Anatomy of a weblog’. <http://camworld.org/journal/rants/99/01/26.html>. 1999. Consultado en marzo del 2014. El interés de este artículo es más bien residual porque está datado en 1999, cuando el fenómeno de los blogs, aún incipiente, no permitía vislumbrar el desarrollo que aguardaba. Las aportaciones de Barrett son de tipo casi arqueológico, vistas con la perspectiva actual, y ayudan a interpretar el asombro que entre los primeros estudiosos causaba el nacimiento de la blogosfera.

<sup>176</sup> BLOOD, R. ‘Weblogs: a history and perspective’ [http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html). 2000. Consultado en abril del 2014.

<sup>177</sup> ORIHUELA, J.L. [http://elpais.com/diario/2007/01/18/ciberpais/1169089343\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2007/01/18/ciberpais/1169089343_850215.html) Consultado en mayo del 2014. En este artículo del 2007, el profesor Orihuela, además de revisar y sintetizar la historia de los primeros blogs, se detiene especialmente en el nacimiento del blogroll y reivindica la autoría de Cameron Barrett.

Debe no obstante introducirse otra precisión, como bien subraya Meso en ‘Introducción al ciberperiodismo’: que todas estas maniobras preliminares deben gran parte de sus contribuciones a las experiencias pioneras que desarrolló en la blogosfera el activista norteamericano Justin Mayo, autor de la decisiva obra ‘Links for underground’. Un precedente teórico, clave para la puesta en marcha del fenómeno blog, que no siempre tienen en cuenta algunos autores como los antes citados. Porque más allá del inacabable debate sobre la autoría primigenia de la blogosfera<sup>178</sup>, la coincidencia entre los diferentes tratadistas estudiados para esta tesis es sin embargo total en dos aspectos: por un lado, que en apenas unos años el blog desarrolla una proteica vitalidad y se convierte en un elemento clave para entender el despegue del conjunto del ciberespacio<sup>179</sup>; por otro lado, que el empujón definitivo se anota en 1998, cuando el periodista Matt Drudge publica en su página personal (es decir, todavía no un blog al uso según nuestra mentalidad actual, pero desde luego un artefacto informativo muy similar) el anticipo de la historia entre el presidente norteamericano Bill Clinton y la becaria de la Casa Blanca Monica Lewinsky, momento trascendental para el ciberperiodismo: se trata de la primera gran noticia de alcance mundial cuyo desarrollo inicial se canaliza en la blogosfera, un caso muy analizado por la literatura científica cuando indaga entre las relaciones de la blogosfera con el periodismo. Un acontecimiento abordado a nuestro juicio ejemplarmente por la doctora brasileña Claudia Quadros en su artículo para la Revista Latina de Comunicación Social titulado precisamente ‘El escándalo que comenzó en la red’<sup>180</sup>.

El ‘caso Lewinsky’ influirá de manera decisiva en la trayectoria del universo de los weblogs, porque contribuirá a que ese mundo de repente se haga visible y alcance al

---

<sup>178</sup> CERVERA, J. op. cit. p. 14. El autor incluye en su estudio todos los pioneros arriba citados por otros teóricos de la blogosfera, pero reivindica también la aportación de otros dos señalados blogueros: Peter Merholtz, a quien se atribuye la creación del verbo bloguear, a partir de su célebre ‘We blog’ (un hallazgo datado en 1999), y Justin Hall, un diarista que desarrolló esta tarea entre 1994 y 2005, considerado por Cervera como un antecedente de la figura del bloguero.

<sup>179</sup> FUMERO, A. ‘Anatomía y fisiología de un blog’ en CEREZO, J.M., op. cit. pp 189-203 El éxito del blog, su extraordinaria rapidez en expandirse, se debe a una suma de razones de orden coyuntural, pero también intrínsecas: entre ellas, el profesor Fumero resalta que el blog “presenta una anatomía estructuralmente robusta y funcionalmente operativa. Haciendo uso de elementos muy primitivos ha conseguido adaptarse y sobrevivir, desarrollando unos procesos muy básicos”. En su opinión, el impacto mayúsculo de la blogosfera, su capacidad para expandirse, tiene que ver de modo directo con su adaptación al mundo de la viralidad, “la maraña de de conversaciones hipertextuales”.

<sup>180</sup> QUADROS, C. op.cit.

gran público, y acabará siendo igualmente nuclear en la evolución de los medios digitales, que por esa época conquistan nuevos territorios informativos hasta entonces alejados de los usos tradicionales del periodismo ejercido según el modelo que hemos denominado analógico<sup>181</sup>. Se trata de un momento clave para el desarrollo de la vertiente periodística de la blogosfera, como alertan algunos expertos que datan poco después de ese momento, coincidiendo con la guerra de Iraq durante el año 2003, una especie de epifanía para las contribuciones de la blogosfera en el debate sobre medios de comunicación a escala global. Jaime Alonso y Lourdes Martínez, que firman un interesante artículo en la obra colectiva ‘Manual de redacción ciberperiodística’, analizan en sus páginas las enseñanzas extraídas desde el punto de vista informativo de ese acontecimiento bélico, donde despliegan su labor periodistas de trayectoria tan reputada como Kevin Stiles o Christopher Allbritton, cuyas aportaciones, sumadas a la potente y hasta entonces insólita cobertura desplegada sobre el terreno por el influyente diario británico *The Guardian* a partir de su blogosfera, configuran un nuevo territorio. Un espacio informativo donde por primera vez blog y periodismo se permean mutuamente. Nos encontramos, alertan ambos estudiosos, ante esa clase de hitos históricos donde puede datarse la existencia casi simultánea de un antes y un después<sup>182</sup>, aunque con la precisión de que se trata de un escenario muy singular: como todo cuanto atañe al propio del universo digital, será un escenario esencialmente “líquido”, difícil por lo tanto de atacar para los teóricos de la información. Lo cual no resta trascendencia a sus conclusiones, resumidas en estos términos: “El blog pasa de ser una herramienta de comunicación apropiada para cualquier usuario amateur a convertirse en una manera igualmente apropiada para canalizar el trabajo de un periodista profesional”<sup>183</sup>.

Una opinión que encaja con el recurso a emplear la blogosfera en coyunturas muy concretas: para coberturas de conflictos bélicos, por ejemplo, como ya hemos

---

<sup>181</sup> La literatura científica suele citar también como ejemplo del impacto que genera la blogosfera en sus inicios el caso del llamado ‘internauta de Bagdad’. Un bloguero anónimo que durante la guerra de Irak, en el año 2003, se dedicó a publicar sus impresiones sobre el conflicto y sus consecuencias, desde el anonimato. Su peripecia está bien documentada en PAX, S. *El internauta de Bagdad*. Barcelona, Mondadori, 2003.

<sup>182</sup> HALL, J. Op. Cit. Para este autor, no obstante, debe advertirse que el precedente de la irrupción del periodismo digital en la cobertura de grandes temas se fija en fechas algo anteriores: con ocasión de la guerra de Kosovo, en 1999.

<sup>183</sup> ALONSO, J. y MARTÍNEZ, L. ‘Medios interactivos: caracterización y contenidos’. En DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA, R. (editores). Op. cit. cap. 6.

observado, o en momentos de alta densidad informativa: a este respecto nos parece significativo recordar el caso del 11M, la cadena de atentados cometidos por el terrorismo yihadista en España en marzo del 2004, cuyo impacto informativo incluyó su propio eco en la blogosfera hispana.<sup>184</sup> Otros autores, como J. B. Singer<sup>185</sup>, sugieren en este mismo ámbito temático la creciente importancia del recurso a la blogosfera para la cobertura de campañas electorales, señaladamente las presidenciales en Estados Unidos, un desafío profesional que este autor recomienda en especial para que los veteranos profesionales adiestrados en la prensa analógica se conviertan en blogueros y arrastren tras de sí en esta nueva faceta el prestigio y las herramientas que hayan acumulado durante toda su trayectoria: “Journalists are molding this distinctive online format to fit and in some ways augment traditional professional norms and practices”. (...) “Blogs, in other words, are being ‘normalized’ by journalists much as other aspects of the Internet have been”. Las aportaciones de Singer, profesora de Innovación Periodística en la Universidad de Londres, no se detienen en estas reflexiones más o menos de carácter teórico: también cita en su artículo cómo el despliegue tecnológico somete al periodista en su praxis habitual a un cambio tan profundo como el observado en su relación con la audiencia, una reflexión coincidente con la de otros autores que hemos ido citando.

Esta cita que recoge Singer en su estudio refleja muy cabalmente cómo el escenario tradicional de la relación entre el periodista y su audiencia se empieza a modificar sustancialmente: “The venerable profession of journalism finds itself at a rare moment in history where, for the first time, its hegemony as gatekeeper of the news is threatened by not just new technology and competitors but, potentially, the audience it serves. Armed with easy-to-use Web publishing tools, always-on connections and increasingly powerful mobile devices, the online audience has the means to become an active participant in the creation and dissemination of news and information”. Es decir, la reivindicación del cambiante escenario que propone internet cuando el periodista se convierte en bloguero y por lo tanto la capacidad tradicional para filtrar noticias queda

---

<sup>184</sup> LÓPEZ, G. ‘El 11-M y el proceso de formación de la opinión pública en situaciones de crisis’. En <http://www.monografias.com/trabajos903/proceso-formacion-opinion/proceso-formacion-opinion2.shtml> 2004, consultado en julio del 2016.

<sup>185</sup> SINGER, J. B. ‘The political j-blogger. Normalizing a new media form to fit old norms and practices’, en <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884905051009>, 2005. Consultado en agosto del 2015.

lesionada, igual que queda en entredicho el concepto de objetividad o el de ecuanimidad, aspectos sobre los que incorporamos ya en nuestro anterior capítulo algunas reflexiones teóricas en torno a la misma idea. “The Internet has challenged virtually all aspects of this journalistic gatekeeping”, anota Singer. Vemos, a su entender, cómo disminuye en la misma medida la autoridad del medio de comunicación, entendido como el garante de esa ecuanimidad. También en esa nueva realidad cabe detectar un cambio en el paradigma clásico; el consumo de noticias en dos realidades paralelas, la analógica y la digital, provoca una reasignación del papel que los medios informativos tienen en la mentalidad de su público.

Nos detendremos unos párrafos en el análisis de las jugosas aportaciones de Singer al propósito de nuestra tesis, por cuanto encontramos que su diagnóstico nos sirve de gran ayuda en la imprescindible radiografía del rol que se reclama para el ciberperiodista en la era de la revolución tecnológica. A su juicio, el periodismo digital debería ser entendido por lo tanto como una deserción de la condición opaca que ha caracterizado históricamente a los medios. (“Traditionally, journalism has been among the most opaque of industries; professionals fiercely oppose any hint of oversight that might abridge their autonomy or First Amendment protections, and the question of who can or should define media responsibility remains volatile”), de donde nace una reflexión también igualmente oportuna para esta tesis: el blog, plantea la autora, planteado como una reactivación de los motores centrales del ejercicio del periodismo, sobre todo, por su capacidad para ofrecer al público una conducta más transparente, que aspira a un idea de objetividad siempre ansiada, casi nunca alcanzada: “For professional proponents, the blog ideally suits this twin normative goal of accountability and transparency”. De ahí que proponga una completa revisión de los métodos de acercamiento de un medio a su audiencia, que incluye novedades tan revolucionarias como el recurso al blog para desnudarse ante los lectores, según la experiencia puesta en marcha por el periódico *The Dallas Morning News*, protagonista de una experiencia que permitió a su audiencia, por ejemplo, ver cómo funciona la sala de redacción, conocer la justificación de ciertas decisiones editoriales y, en definitiva, cierta desmitificación del oficio de periodista. Incluyendo otra posibilidad igual de transgresora: la posibilidad concedida a la audiencia de matizar o corregir aquellas incorrecciones que detecten en su periódico. En resumen, sentencia Singer, “the traditional role as a non-partisan gatekeeper of information, already undermined in the new media environment, is further

challenged by the participatory blog format”. En su artículo, se basa para sus conclusiones en la lectura de los resultados de una encuesta entre periodistas de diez medios nacionales y otros diez regionales, a quienes se lanzó una serie de tres preguntas, a cuyas respuestas aplicó el autor la técnica del análisis de contenido, que nos han servido posteriormente de orientación para nuestra propia consulta a los profesionales de Vocento<sup>186</sup>.

Porque la autora también ofrece sus propias conclusiones al escrutinio de las respuestas recogidas. En primer lugar, que los periodistas-blogueros (*j-bloggers* en su argot, propio de otros articulistas que han indagado en la misma materia, según hemos recogido anteriormente) mantienen el control sobre sus fuentes mientras normalizan su nuevo estatus, pese a que este rol que han adquirido fomenta la participación del público; sí que cambia, advierte Singer, su condición neutral: el estudio concluye que los periodistas blogueros se acercan más a la condición propia de un columnista, una apuesta de enorme potencia a favor de la mayor transparencia, a través del uso de hiperenlaces, puesto que su nuevo papel fomenta una relación más horizontal con la audiencia. El periodista, opina la autora, se convierte en uno más de los participantes en la conversación que emplea el blog como canal. Y anota otra conclusión, más genérica: la necesidad, detectada ya incluso en la temprana fecha en que este artículo fue concebido (en el año 2005), de dotar de normas y pautas al funcionamiento hasta entonces bastante asilvestrado de ese nuevo periodista convertido en bloguero.

La labor investigadora de Singer, a nuestro juicio de enorme relevancia por sus conquistas en ese marco teórico que define la ambivalente condición del periodista que decide ejercer en la blogosfera, se nutre de otro interesante frente sobre esta misma línea argumental abierto en su artículo ‘The socially responsible existentialist’, donde indaga de nuevo en las posibilidades que abre la blogosfera para el trabajo periodístico. Su estudio se centra esta vez en la exploración del sentido del deber de los profesionales: esto es, de cómo su presencia como blogueros reactiva los mecanismos de libertad con

---

<sup>186</sup> SINGER, J.B. ‘The political j-blogger. Normalizing a new media form to fit old norms and practices’ en <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884905051009>, 2005. Consultado en abril del 2015. Recogemos aquí esas preguntas mencionadas. La primera sería “Do political j-bloggers express personal opinions, deviating from their role as nonpartisan information providers, through their blog postings?”; la segunda, “Do political j-bloggers share their gatekeeping role by including postings from users in their blogs?”; y, por último, una tercera: “Do political j-bloggers use hyperlinks as a partial means of providing accountability and transparency for their postings? If so, what is the nature of this linked material?”



que afrontan su oficio, una singularidad que la autora aprecia en una serie de referencias bibliográficas recopiladas en su estudio, cuyo resumen puede muy bien condensarse en esta frase de Markos Moulitsas, periodista y bloguero del *Daily Kos*, un cibermedio creado por él mismo en el año 2004: “I can write about whatever I want without somebody telling me I can’t”. Como subraya Singer, nos encontramos ante un auténtico himno a la independencia profesional. Su estudio, sin embargo, es crítico con la deriva irresponsable que en muchos casos acreditan los periodistas militantes en la blogosfera; la autora lamenta, por ejemplo, que el ejercicio de la profesión abandone las rutinas imprescindibles de comprobación de datos y también reprocha cierta tendencia a convertir el trabajo periodístico en una prescindible toma de partido. “But the bloggers are only one visible component of the ongoing trend toward overtly partisan media”, advierte Singer. “La objetividad”, a su parecer, se encuentra lisa y llanamente “prohibida”. En esa línea de reclamar una conducta deontológica al servicio de los principios básicos del periodismo, llega a proclamar que en ese aspecto reside precisamente la diferencia fundamental entre un periodista profesional convertido también en bloguero y un aficionado que opera en la blogosfera. “A notion of journalism as an embodiment of existential social responsibility becomes not merely descriptive but definitive”, concluye<sup>187</sup>.

Sin embargo, más allá del debate epistemológico, tanto o más relevante nos parece en esta fase de nuestra investigación señalar cómo el conjunto de los blogs cruza a velocidad supersónica los plazos más racionales para su desarrollo y en un solo lustro alcanza unas cifras abrumadoras<sup>188</sup>, teniendo en cuenta algunos datos de partida del auge del ciberperiodismo que contribuyen a fijar su fisonomía en aquel momento: en el 2002, por ejemplo, el número de medios de comunicación de masas supera los 12.000 casos, de los cuales según los datos recabados por el profesor Meso aproximadamente un tercio eran periódicos. Para hacernos una idea bastante aproximada, aconsejamos repasar los datos extraídos del portal ‘Technorati’, un buscador digno de toda confianza por parte de la comunidad científica consultada, que en el 2007, esto es, apenas una década después de la consagración del movimiento bloguero con un cierto carácter masivo a nivel global, ya registraba en todo el mundo nada menos que 90,7 millones de

---

<sup>187</sup> SINGER, J.B. ‘The socially responsible existentialist: a normative emphasis for journalists in a new media environment’. *Journalism Studies* 7 (1). 2007.

<sup>188</sup> MESO, K. (2006). Op. Cit. p. 201

blogs<sup>189</sup>. Un admirable avance si tenemos en cuenta que sólo un año antes ese número ni siquiera llegaba a la mitad<sup>190</sup>. Unas cifras cuya auténtica dimensión deben también calibrarse en función de la creciente masa de seguidores que la comunidad bloguera va recogiendo: ese mismo año, un informe fechado en julio del Pew Internet Report calculaba que de los 147 millones de adultos con acceso a Internet en Estados Unidos, 57 millones leían blogs y 12 millones mantenían su propio weblog.<sup>191</sup> La evolución de la blogosfera no ha dejado de crecer aunque debe advertirse que su cuantificación ha ido perdiendo sentido con el paso del tiempo, según el recuento aportado por Technorati, la criatura alumbrada precisamente por Dave Sifry, quien en el 2010 dejó de registrar los datos, advirtiéndole ya entonces del abrumador impacto que la tecnología fomentaba en la blogosfera a consecuencia de la popularización de los dispositivos móviles (teléfonos inteligentes y tabletas). Como se refleja en la cita aportada anteriormente, Sifry tuvo la amabilidad de contestar a un correo del autor de esta tesis a propósito de esta cuestión, donde alertaba de que su web trabajaba en la eliminación de todos aquellos blogs que habían dejado de actualizarse<sup>192</sup>. Una labor de limpieza donde sobresalía también la retirada de los blogs considerados por el propio Sifry como *spam*.<sup>193</sup>

---

<sup>189</sup> CABEZUELO LORENZO, F. y RODRÍGUEZ ESCANCIANO, I. op. cit. p. 199

<sup>190</sup> En el momento de culminar esta investigación, el propio Dave Sifry reconoció al autor de esta tesis por correo electrónico que resultaba complicado fijar una cifra exacta por cuanto sus últimos recuentos se detenían en el año 2010. <http://technorati.com/state-of-the-blogosphere-2010/>. Su portal, creado en el año 2002, lanzó en el año 2006 su versión en español. Un espacio donde se consideraba incapaz, según admitía en el mismo correo, de fijar siquiera una cifra aproximada habida cuenta de que su web recoge todas aquellas experiencias escritas en español, es decir, que no se limita al ámbito geográfico de España sino que se extiende por el impreciso espacio de la blogosfera escrita en español.

<sup>191</sup> ORIHUELA, J.L. [http://elpais.com/diario/2007/01/18/ciberpais/1169089343\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2007/01/18/ciberpais/1169089343_850215.html) Consultado en mayo del 2014. Curiosamente, el profesor Orihuela sitúa precisamente en el año 2007 el momento de desaceleración de la blogosfera, diez años después de su lanzamiento. Se trata de un problema de crecimiento, de madurez: una expansión tan mayúscula, tan desbordante de picos, necesita también de algún periodo de transición, a juicio del autor. En ese año mencionado, por ejemplo, Orihuela registraba que la blogosfera había pasado a duplicarse sólo tras cada 230 días, un ritmo sensiblemente menor que el protagonizado en los años precedentes.

<sup>192</sup> ESTALELLA, A. Op. Cit., p. 28. Menciona a este respecto un dato proporcionado por la estudiosa Susan C. Herring, quien había analizado la conducta de 203 blogs para llegar a la conclusión de que su frecuencia de actualización tenía un promedio de una entrada cada 2,2 días.

<sup>193</sup> <http://technorati.com/state-of-the-blogosphere-2010/> Consultado en marzo del 2017. En su correo, mencionado con anterioridad, Sifry alega que no puede aportar datos sobre el desarrollo de la blogosfera en España porque sus actores emplean el idioma compartido con otros autores hispanoamericanos.

Una advertencia que en cualquier caso sirve para ponernos sobre la pista de algunas particularidades propias de un sector protagonista de un auge casi sin precedentes<sup>194</sup>. Lejos quedaba ya la época de los pioneros. Desde aquel año de 1999, cuando sólo se anotaba la magra cifra de 23 blogs en todo el mundo<sup>195</sup>, la blogosfera había crecido a un ritmo tan elevado como se desprende del siguiente dato: hacia el año 2010, cada segundo nacía o se creaba un nuevo blog<sup>196</sup> en el planeta. En esa época, no sólo crecía exponencialmente la masa de blogueros, sino que en proporción semejante aumentaba también la dimensión de la comunidad lectora: Ekdale, Namkoong, Fung y Perlmutter citan un estudio de Lenhart y Fox datado en el año 2006 para alertar de que en Estados Unidos se contaba ya por entonces con 57 millones de lectores entre la población adulta<sup>197</sup> en la blogosfera, una cifra que disparaba exponencialmente cualquier previsión; de hecho, en el 2004, Bonnie Burton y Alan Graham habían calculado que a finales de ese año se podía cifrar en 10 millones de blogs, el doble que un año antes<sup>198</sup>. Pero nos encontramos ante un pronóstico conservador. Porque de hecho otros autores como el profesor español Koldo Meso cifraba ese total, ese mismo año, en un millón más de blogs<sup>199</sup>, previsión que pronto quedó superada por la lógica de los tiempos y la

---

<sup>194</sup> El debate cuantitativo sobre el tamaño de la blogosfera nos parece que, puesto que se trata de una imagen en movimiento, desvirtúa cualquier conclusión condenada a quedar desfasada en el mismo instante en que se enuncia. Para conocer la dimensión de la blogosfera en los años inmediatamente anteriores a nuestra tesis, recurrimos a una publicación ya mencionada: 'Blogs, la conversación en internet...', de ROJAS, O., ALONSO, J. ANTÚNEZ, J.L., ORIHUELA, J. L. y VARELA, J. Op. Cit, p. 78. Donde se contienen datos que permiten establecer aproximadamente el estado de la cuestión en las fechas (2005) en que fue publicada dicha obra.

<sup>195</sup> *Ibidem*, pp.18-20.

<sup>196</sup> FLORES VIVAR, J.M. 'Periodismo blog, evolución de la información alternativa y participativa', en MARTÍNEZ, S y SOLANO, E. (editores), en 'Blogs, bloggers, blogosfera', 2010, p. 193

<sup>197</sup> EKDALE, B., et al. Op cit. Consultado en enero del 2015.

<sup>198</sup> BURTON, B. y GRAHAM, A. (editores). *Never threaten to eat your coworkers: best of blogs*. Springer, 2004.

<sup>199</sup> MESO, K. Op. Cit, (2006). p. 66. En su obra, más allá del interminable debate cuantitativo, Meso plantea con insistencia su opinión de que la blogosfera construye una comunidad de lectores más participativa, una idea que encierra el germen del avance en la democratización de los contenidos que describe en estos términos: "Los weblogs han posibilitado informar y opinar en un formato que desmonta gradualmente los muros que cercan la participación en los medios".

ebullición del fenómeno blogosfera<sup>200</sup>. Aunque también debe incluirse alguna advertencia en este efervescente panorama, como alertan los propios Ekdale *et al*: el furor por la creación de blogs empezó muy poco después a corresponderse con cierto abandono en sus prácticas, especialmente en la necesaria actualización, un elemento que de hecho encierra la clave que nos permite llamar blog a un blog: un blog, según esta teoría que nos parece muy pertinente y que luego veremos cómo genera su propio impacto en el ejercicio del periodismo desde la blogosfera, será aquel que se encuentra en uso con una determinada frecuencia.

Es decir, de acuerdo con esta idea, no podemos considerar en realidad como blogs a todos aquellos que han ido dejando de estar operativos, una tendencia que hacia ese mismo año 2010 ya empezaba percibirse: por entonces, la consultora Perseus calculaba que el 66% de los blogs de todo el mundo habían ido desapareciendo por la mencionada falta de actualización durante los últimos dos meses. En total, nos hallaríamos en cifras aproximadas ante un conjunto formado por unos tres millones de sitios que sólo muy caritativamente se pueden considerar como auténticos weblogs.<sup>201</sup> Un universo en movimiento que ayuda a configurar la siguiente las conclusiones que alcanzaremos en los siguientes capítulos de nuestra tesis: su desarrollo en el caso concreto de España y su impacto en el ejercicio del periodismo.

---

<sup>200</sup> OSTLEITNER, A. y SCHUSTER, M. (editors), *Readme. Txt Weblogs. Twoday.net 2003-2004*. BoD GmbH, 2004. En esta fecha se publica ya un pormenorizado estudio sobre la extraordinaria expansión de la blogosfera, que en el caso de Alemania se traduce en el éxito de la plataforma Twoday, un contenedor de blogs nacido en el año 2002. La literatura científica añade muy variadas aportaciones sobre este particular de la expansión de la blogosfera: a este respecto nos parece relevante reseñar el estudio sobre su propagación en el caso concreto de Italia, titulado ‘La notte dei blogger’ (AAVV), publicado por Einaudi en el año 2004, donde se recoge la creciente conquista de la blogosfera en ese país a un ritmo de mil blogs nuevos cada mes que los autores registran ese año.

<sup>201</sup> CARRASCO POLAINA, R. *Influencia de la blogosfera en el sector informativo y la ciudadanía. Situación en España* en MARTÍNEZ, S. y SOLANO, E. (editores) *Op. cit.* pp. 172-178

## 7. LA BLOGOSFERA ESPAÑOLA.

Del universo global, al caso local. De la abrumadora dimensión que alcanza la blogosfera a escala mundial, incluyendo ese momento de relativa ralentización de su expansión cuando concluye la primera década del siglo XXI, pasaremos a analizar cómo se desarrolla en España<sup>202</sup>. Para nuestro estudio, resulta imprescindible apoyarnos en el primer trabajo de gran envergadura que acometen en el año 2005 Gemma Ferreras y Fernando Garrido. Su obra en torno al perfil del bloguero español, incluida en ‘La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital’, obra dirigida por José M. Cerezo, parte de la encuesta elaborada por Ferreres en colaboración con otro autor, el experto Antonio Cambroner. Una tarea investigadora que sirvió para fijar en una fecha bastante temprana el estado de la cuestión en España: quiénes formaban parte de la blogosfera, qué fisonomía caracterizaba al bloguero español, cuál era su aportación nuclear al panorama de los cibermedios; en definitiva, su estudio permitió alcanzar una serie de resultados que sirvieran “como contrapunto empírico”<sup>203</sup> a las visiones de tipo teórico que ya entonces empezaban a menudear. El libro contiene algunos principios teóricos de especial vigencia, como las ya mencionadas reflexiones del profesor Estalella, quien, desde una escuela teórica ajena a los medios de comunicación, plantea

---

<sup>202</sup> Como hemos advertido, las cifras sobre esta cuestión evolucionan con la rapidez propia de las nuevas tecnologías, de modo que nos resulta en cierto sentido acientífico fijar con exactitud el parque de blogs alojado actualmente en el ciberespacio español. Sí que nos parece, no obstante, necesario aportar algún dato que ayude a configurar ese universo: entre los más verosímiles citaremos aquí el aportado desde un curioso ámbito, el territorio profesional de las artes gráficas, alejado de la comunidad académica que sin embargo se dota de elevada verosimilitud puesto que se inspira en una serie de informes (como ‘Bitácoras 21’) que nos merecen crédito. Y aunque sus cifras se datan en el año 2011, nos parecen las más fiables para definir exactamente los límites de este territorio en el ciberespacio. Hecho este inciso aclaratorio, España era hacia ese año un país con un millón de blogueros y unos 1.400.000 blogs, como se observa en <https://laprestampa.wordpress.com/2016/05/07/la-blogosfera-hispanica/> Consultado en marzo del 2017.

<sup>203</sup> FERRERAS, G. y GARRIDO F., en CERESO, J.M. (director), Op. Cit., pp. 52-69.

sugerentes posibilidades de estudio a propósito de la dualidad que distingue el trabajo del periodista que se convierte en bloguero: ese doble yo que el autor presenta como un enfoque muy adecuado para explorar una realidad también duplicada, entre la propia de una sociedad analógica y la inherente al universo digital<sup>204</sup>.

También nos ha resultado de extraordinaria utilidad el conjunto de aportaciones incluidas por Rojas, Alonso, Antúnez, Orihuela, y Varela en su obra tantas veces mencionada en otros capítulos. En ella se incluye una advertencia que nos parece central para nuestra tesis: los blogs hispanos se caracterizan por nanoaudiencias más que por audiencias masivas. Lo cual no les resta poder de influencia, porque, como señalan los autores antes mencionados, se trata de públicos muy conectados entre sí, que generan por lo tanto su propia malla de interacción y configuran un territorio de elevadas posibilidades para la conquista de nuevos espacios públicos de discusión, materia prima en consecuencia de alto interés para un medio de comunicación. Nos encontramos, según su teoría, ante esa novedosa figura llamada “superusuario”. Un perfil de comunicador muy activo, que tiende a ejercer un trascendente papel en el seno de la sociedad donde desarrolla su labor, hasta acabar convertido en guía y prescriptor de la opinión pública de dicho territorio.<sup>205</sup> Un estatus que observaremos cristalizar cuando abordemos el análisis de contenidos de la blogosfera de Vocento, cuyos miembros tienden a establecer esa condición ante su público.

Por el tiempo transcurrido, y los avances registrados desde entonces, no insistiremos demasiado para nuestra tesis en las conclusiones alcanzadas por los autores de los diversos estudios mencionados, que se han visto comprensiblemente superadas por el paso de los años y el desarrollo tecnológico y cuyo valor fundamental reside en haber fijado con elogiada antelación el marco científico imprescindible para futuros hallazgos; sí que nos parece pertinente advertir ciertos datos genéricos que pueden ayudar a cimentar posteriores argumentaciones y resaltar alguna de las llamativas grandes cifras que manejan los autores del estudio: por ejemplo, cuando resolvieron a partir de sus encuestas que el bloguero español es eminentemente hombre (72%) y más

---

<sup>204</sup> ESTALELLA, A. ‘La construcción de la blogosfera: yo soy mi blog (y sus conexiones)’, en CERREZO, J.M. (director), Op. Cit., pp. 20-37

<sup>205</sup> ROJAS, O., ALONSO, J. ANTÚNEZ, J.L., ORIHUELA, J. L. y VARELA, J. Op. Cit, p. 109

joven que el usuario tipo de internet. Que posee un alto equipamiento tecnológico<sup>206</sup> y, como ya se puede deducir de alguna de estas pautas, está acostumbrado a saltar a uno y otro lado de la red: es decir, que el bloguero español es al mismo tiempo un voraz consumidor de los blogs de otros autores. Miembro por lo tanto de una estirpe que forma parte de un planeta hasta cierto punto endogámico, donde se percibe una especie de comportamiento pautado, como si los blogueros españoles pertenecieran a la misma tribu<sup>207</sup>, observaran códigos semejantes y se guiaran a partir de los mismos preceptos. Como si se vigilaran los unos a los otros gracias a los millones de ojos desplegados por el éter, unas características que se observan también en la mencionada obra colectiva ‘Blogs, la conversación en internet...’, donde se traza una radiografía del sector en la fecha en que se editó, en el 2005, lógicamente superada por el discurrir de los años.

Sí que conserva su relevancia a nuestro entender una conclusión que los autores del libro obtienen a partir del análisis cuantitativo de la blogosfera española, fruto de las aportaciones recogidas a su vez en las encuestas del Observatorio de la Cibersociedad: que el nuevo espacio emergido a consecuencia de la suma de las distintas experiencias de miles y miles de blogueras se ha convertido ya entonces en algo diferente, más complejo, del proyecto inicial. De aquel territorio para la experimentación entre fanáticos de las nuevas tecnologías, la blogosfera ha pasado a transformarse en un nuevo canal para la libre expresión.<sup>208</sup> Sobre este particular se orientan también las pesquisas del experto José Cervera, cuando contribuye a ‘La blogosfera hispana...’ con un artículo que nos sirve para establecer el momento fundacional del blog y aporta sus propias consideraciones sobre la construcción de la blogosfera informativa como una vertiente novedosa de las atribuciones consustanciales al cuarto poder.: “La situación actual”, escribe en el año 2006, cuando se publica su artículo, “puede resumirse en que

---

<sup>206</sup> MORAL, DEL J. A. ‘Visibilidad de la blogosfera’, en CEREZO, J.M. (director), Op. Cit., pp. 70-81. Del Moral cita un estudio de Alianzo para fijar el perfil del bloguero español como eminentemente urbano, en la línea de las conclusiones aportadas por Ferreras y Garrido. Según sus datos, fruto del análisis del top250 de ese buscador, Madrid y Barcelona ocupan las primeras posiciones, aunque detecta alguna singularidad: Aragón ocupa un puesto relevante, mientras que regiones como Castilla-La Mancha y Extremadura se sitúan al fondo de la clasificación: dos comunidades de acusado carácter rural.

<sup>207</sup> ROJAS, O., ALONSO, J. ANTÚNEZ, J.L., ORIHUELA, J. L. y VARELA, J. o.cit. p. 27. El mundo de la blogosfera en español se adapta perfectamente a la descripción que ofrecen estos autores: “Cada bloguero se inserta dentro de una comunidad o vecindario conformado por esos vínculos comunes (se refiere a los enlaces e hipervínculos) y por la familiaridad que adquiere con su grupo de referencia”.

<sup>208</sup> *Ibidem*, p.30.

los blogs se han ganado un hueco en el panorama de los medios de comunicación e intervienen, por tanto, en los equilibrios de poder de las democracias”. Y añade Cervera:”Si bien buena parte de su influencia es en grupo e indirecta (por la modificación que son capaces de producir en los medios clásicos), su peso está claro. Además de controlar y criticar a la prensa, el conjunto de la blogosfera es capaz de movilizar, de sacar temas, de discutir programas e incluso de hacer retroceder a grandes grupos”. “Aunque aún muy lejos de ser decisivos (los blogs) en el panorama político y mediático, nadie niega ya su influencia. Ni que ésta crece”.<sup>209</sup>

Una idea que se sitúa en la línea ya analizada en el apartado anterior y que refleja que también la blogosfera hispana protagoniza ese mismo viaje desde el yo al nosotros, un concepto muy bien resumido en una acertada (y temprana) frase de la pareja de investigadores formada por Ferreras y Garrido: “La blogosfera ya es una red social”.<sup>210</sup> En este punto, resulta muy relevante que adoptemos la clasificación que establecen los autores en su estudio, tomando del teórico G.A. Moore<sup>211</sup> su categorización de la blogosfera en función de la identidad de los bloggers: su clasificación entre innovadores, ‘early adopters’, pragmatistas, conservadores y escépticos. Una división que nos permitirá extraer nuestras conclusiones en los capítulos que dedicaremos a elaborar una encuesta propia, a partir de la confrontación de resultados, teniendo en cuenta que la principal consecuencia que atribuyen los autores a sus propias investigaciones radica en la hegemonía en la blogosfera española de un perfil que oscila entre el llamado ‘early adopter’ (una especie de cazador de tecnología, que se apropia de ella para alcanzar un estatus privilegiado en la nueva sociedad) y el considerado pragmatista, esto es, quien se conforma con integrarse dentro de una mayoría de usuarios tecnológicos, carentes de la ambición un punto visionaria de los anteriores.

---

<sup>209</sup> CERVERA, J. en CEREZO, J.M. (director), Op. Cit., pp. 10-19

<sup>210</sup> FERRERAS, G. y GARRIDO F., en CEREZO, J.M. (director), Op. Cit., p. 66. Volveremos sobre esta encuesta de bloggers más adelante, cuando nuestra tesis aborde su propia consulta y sus resultados permitan alguna comparación con las conclusiones extraídas por ambos autores en su trabajo del año 2005.

<sup>211</sup> MOORE, G. A. *Crossing the chasm*. Harper&Collins, 2002. En su obra, considera una especie de biblia para el mundo del marketing ‘high tech’, Geoffrey A. Moore traslada sus recomendaciones desde el mundo de la mercadotecnia al conjunto de actividades en el ciberespacio, con observaciones como la mencionada categorización que ayudan a entender el perfil del bloggero: también en la blogosfera hay un abismo que salvar a partir de las distintas experiencias de los usuarios.



Lo cual no evita una visión ciertamente desmotivadora que se contiene en el artículo firmado por Enrique Dans en la citada obra colectiva ‘La blogosfera hispana...’, donde se percibe que al entusiasmo que se genera entre los miembros de esta nueva modalidad de información se opone cierta frialdad, cuando no indiferencia, entre su público potencial. Dans recurre al adjetivo “desolador” para describir un panorama dominado por esas dos vertientes: un considerable auge, reflejado en datos como los 30 millones de blogs creados en el año 2006, a un ritmo de un blog alumbrado cada segundo, que se corresponde con la evidencia de que “el nivel de cultura media en las empresas está próximo al cero absoluto”.<sup>212</sup>

Pero la construcción de la identidad del bloguero español que se deduce del estudio citado quedaría incompleta si no añadiéramos otros datos, una macroestadística del sector que nos permita hacernos mejor la idea de cómo evoluciona con vertiginosa y parecida velocidad a la propia de su evolución en el resto del mundo. Resulta imprescindible en este contexto recurrir a la investigación emprendida por los profesores Tricas, Merelo-Guervós y Ruiz, creadores del llamado ‘Blogómetro’<sup>213</sup>. Una herramienta nacida en el año 2003; sólo tres años después, cuando arrecia el fenómeno blog y, de acuerdo con su propia expresión, se alcanza lo que estos autores denominan “explosión de las bitácoras” en el área hispana, ven llegada la hora de publicar el resultado de sus indagaciones. Con un par de advertencias previas que conviene que también nosotros tengamos en cuenta a la hora de desarrollar nuestra tesis; en primer lugar, que los sistemas de medición que se ven obligados a utilizar no son completamente fiables, como nos alertan en su estudio: “Se hace complicado seguir el desarrollo de la blogosfera si hemos de contar con herramientas casi manuales”. Su trabajo inicial, destinado a elaborar su propio modelo de recuento, apoyándose en una suma de fuentes de carácter técnico (a partir de los datos facilitados por las empresas proveedoras) y empírico (las propias aportaciones de los blogueros analizados, por ejemplo), se dirige a establecer una pauta similar a la implantada por otros buscadores semejantes (‘Technorati’, ‘Feedste’ o ‘Blogsearch’), pero tropieza con el segundo contratiempo al que antes hacíamos alusión: medir la blogosfera es una tarea compleja,

---

<sup>212</sup> DANS, E. ‘Blogs y empresa: de la oscuridad a la luz, pasando por las tinieblas’, en CEREZO, J.M. (director), Op. Cit., pp. 158-169.

<sup>213</sup> TRICAS, F. MERELO-GUERVÓS, V. y RUIZ, J.J. ‘El tamaño de la blogosfera: medidas y herramientas’, en Op. Cit, pp. 38-51

en efecto, pero también lo es definir qué es la blogosfera ‘española’, porque requiere un cierto equilibrio previo por la confluencia de cuatro idiomas oficiales en el mismo país y por la condición asimilada de la blogosfera entendida ‘en español’, esto es, la impulsada también en América Latina, un elemento distorsionador del que nos alertaba ya Dave Sifry en el capítulo anterior. La necesidad de establecer unas directrices tan sutiles acaba conduciendo a los investigadores a analizar en su estudio todas aquellas bitácoras elaboradas en España, al margen del idioma que empleen sus autores.

Sus resultados, por lo tanto, teniendo en cuenta las dos objeciones citadas, distan mucho de ofrecer una fotografía real del sector, pero sí que proponen un dibujo bastante aproximado. De donde se deduce que en el anteriormente mencionado año 2005, fecha central para su estudio por cuanto se trata del año que “será recordado por la explosión de las bitácoras”<sup>214</sup>, la blogosfera hispana evoluciona desde la cifra estimada de 40.000 bitácoras a la de 160.000: más o menos, cuadruplica su número. Un avance que coincide con el experimentado a escala global y que expertos como Orihuela atribuyen a una razón fundamental: la extensión de los primeros servicios de edición y publicación de blogs, como ‘Pitas’ y ‘Blogger’, nacidos en el verano de 1999<sup>215</sup>. Una teoría que sin embargo no sirve por sí sola para explicar que sea seis años más tarde cuando se registra esa “explosión”, siguiendo siempre con la terminología de Tricas, Merelo-Guervós y Ruiz, puesto que se trata de un avance con carácter casi exponencial y recorre todo el año 2005<sup>216</sup>, confirmando los datos que el propio Tricas, en unión de los profesores Merelo, Orihuela y Ruiz, aportaron en un estudio presentado en Viena justo un año antes, con ocasión de la reunión anual de la llamada ‘BlogTalk 2.0’, la conferencia europea de blogs.<sup>217</sup> Allí presentaron una comunicación<sup>218</sup> que nos parece especialmente pertinente para este capítulo, puesto que en ella advertían del carácter todavía precoz de sus indagaciones en torno a la blogosfera española, pero ya aludían a su emergente proceso de expansión: de un máximo de 4.000 bitácoras que la componían en el 2003,

---

<sup>214</sup> *Ibídem*

<sup>215</sup> ROJAS, O., ALONSO, J. ANTÚNEZ, J.L., ORIHUELA, J. L. y VARELA, J. Op. Cit. pp. 30 y 31.

<sup>216</sup> TRICAS, F. MERELO-GUERVÓS, V. y RUIZ, J.J., en Op. Cit., pp. 38-51

<sup>217</sup> BURG, T. (ed). *Blogtalks: First European Conference on Weblogs. Zentrum für Wissenschaftliche Forschung und dienstleistung*. Viena, 2004.

<sup>218</sup> MERELO-GUERVÓS V., J.J., ORIHUELA, J.L., RUIZ, JJ y TRICAS, F. *Revisiting the spanish blogosphaera, en BlogTalk 2.0: The European Conference on Weblogs*. Viena, 2004

se había pasado en sólo un año a más de 20.000. En resumen, siempre teniendo en cuenta las advertencias sobre la imposibilidad de fijar un número exacto que delimitara el alcance de la blogosfera en España: se pasó de esas cuatro mil bitácoras del 2003 a cinco veces más un año después; y de las 40.000 del 2005, a las 160.000 del 2006. En cuatro años, su número se multiplicó por la asombrosa cifra de 40 dígitos.

Un año antes a publicar su estudio en Viena, los mismos autores habían comparecido en ese mismo congreso (que se celebraba entonces por primera vez, lo cual da una idea de lo incipiente que era aún este movimiento teórico) con otra comunicación, ‘Do we live in a small world? (‘¿Vivimos en un mundo pequeño?’)<sup>219</sup>, donde, aunque anotaban que la blogosfera española adolecía de cierta “inmadurez”, también se consignaba que su desarrollo presentaba un insoslayable potencial del crecimiento “muy rápido”. Sólo un año después, en su revisión de ese mismo universo, este cuarteto de expertos confirmaba aquella impresión inicial sobre el vertiginoso avance de la blogosfera española y anotaba una serie de factores que fomentaban ese desarrollo, no sin una advertencia previa: se trata de un cosmos que carecía aún de absoluta madurez.<sup>220</sup> Lo cual no impedía, como se observa, que aprovecharan para alertar de que la blogosfera española disponía de un prometedor horizonte de desarrollo a muy corto plazo, gracias a ese conjunto de elementos que conspiraba a su favor: desde su extensión al universo de los medios de comunicación, a su ingreso en el ámbito investigador y docente (“The increasing of weblogs in the broad of Media and Journalism Studies is shown by the number of references in academic publications”<sup>221</sup>), pasando por un concepto también clave, que entonces empezaba a emerger: nos referimos al sentido de comunidad que empezaba a arraigar en el seno de los bloggers que desplegaban ese ejercicio en el ámbito español. Una idea muy visible, en función de las nuevas herramientas puestas a su disposición y también por la aparición de nuevos agregadores de blogs.

No son los únicos factores que manejan estos y otros expertos para ofrecer una justificación plausible que explique el trepidante desarrollo de la blogosfera hispana,

---

<sup>219</sup> TRICAS, F. MERELO-GUERVÓS, V. y RUIZ, J.J., ‘Do we live in a small world?’, en <http://www.blogalia.com/pdf/20030506blogtalk.pdf>, consulta mayo 2014.

<sup>220</sup> MERELO-GUERVÓS V., J.J., ORIHUELA, J.L., RUIZ, J.J. y TRICAS, F. Op. Cit. pp. 77-78

<sup>221</sup> *Ibidem*

que se beneficiaría también de la irrupción, en los años inmediatamente anteriores, de los portales más populares en este ámbito: en primer lugar surgiría *Bitacoras.net* y posteriormente, entre finales del 2002 y comienzos del 2003, *Bitácoras.com*. En esa misma época también están datados otros proyectos semejantes, como *Blogalia*, *Blogdir*, *Bloxus* o *Blogia*. La aportación conjunta de todos ellos, animada por el proceso de emergente tecnologización que protagoniza el país en medio de una cierta ebullición económica, reflejada por ejemplo en el auge de la adquisición de bienes de consumo y de equipamiento tecnológico de los hogares<sup>222</sup>, contribuye a disparar el ritmo de evolución de la blogosfera en español: según Tricas, Merelo-Guervós y Ruiz, su tamaño se duplica por esa época cada cinco meses<sup>223</sup>. Unas cifras que no deben ocultar que la expansión de la blogosfera en España alcanza sin embargo niveles algo alejados de su expansión a nivel mundial: esto es, se trata de un desarrollo mucho más modesto. El profesor Carrasco Polaina así lo advierte en su mencionado artículo para ‘Blogs, bloggers, blogosfera’ cuando señala dos factores que contribuyen al unísono a explicar semejante déficit: por un lado, que el bloguero español, aunque crecientemente tecnologizado, lo está en comparación bastante menos que sus homólogos del resto del globo, señaladamente los del mundo anglosajón<sup>224</sup>.

---

<sup>222</sup> Según el Banco de España, el ritmo de adquisición de este tipo de bienes creció a un ritmo considerable (fijado en el 4,4% anual) en los años anteriores a la crisis económica, precisamente el marco temporal fijado en los estudios citados aquí sobre el propio crecimiento de la blogosfera española. Ver <http://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/BoletinEconomico/15/Sep/Fich/be1509-art4.pdf> Consultado en febrero del 2016. Sobre este particular recomendamos observar la tendencia triunfante de extensión de la tecnología reflejada en los sucesivos estudios anuales publicados por Telefónica España, genéricamente denominados ‘La Sociedad de la Información en España’ y citados en el capítulo de bibliografía; el publicado con los datos relativos al año 2015, por ejemplo, recogía cómo el total de hogares españoles que disponían de cobertura tecnológica había alcanzado el 76%; un año antes, se situaba en el 48% (p. 3)

<sup>223</sup> Los más recientes estudios, aportados también por ‘Bitácoras 21’, reflejan que el perfil del *blogger* hispano actual; según ‘Bitácoras.com’ (con datos del 2011), se trata en su gran mayoría de un hombre de entre 25 y 34 años, que suele utilizar Facebook y Twitter para complementar su actividad bloguera diaria. Son aportaciones que emplea en su trabajo de fin de grado ante la Universidad de Valladolid la doctoranda Rayanne Arantes. [https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/5754/1/TFG\\_F\\_2014\\_10.pdf](https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/5754/1/TFG_F_2014_10.pdf) Consultado en marzo del 2017.

<sup>224</sup> GARCÍA DE MADARIAGA, J. M., Op. cit, pp. 172-178. En su contribución a GARCÍA, A. y RUPÉREZ, P. (editores), *Aproximaciones al periodismo digital*, el autor incluye en el artículo titulado ‘Nuevos soportes y formatos para un periodismo cívico’ una relevante recopilación de datos en torno al grado de tecnologización de la sociedad española, que sin embargo han quedado desactualizados con el paso del tiempo.

Por otro, señala también que el español es un idioma sin la adaptabilidad del inglés para las nuevas tecnologías. Dos factores que ayudan a entender el diferente avance de la blogosfera a nivel mundial y a nivel nacional, una visión sólo cuantitativa del panorama tecnológico que en cualquier caso no invalida algunas de las aportaciones contenidas en la obra antes mencionada: para uno de sus autores, Jorge Badillo, “los blogs todavía pueden dar mucho más. Probablemente, se requiere de un blogger más consciente de su propia responsabilidad”<sup>225</sup>.

Una deriva que el paso del tiempo acabaría por imponer, puesto que se desprende del avance no sólo de su particular experiencia sino del despliegue que caracteriza al conjunto de la blogosfera en español y su anexión del territorio informativo. Noguera señala en su tesis sobre este particular algunos hitos en esa imparable colonización y cita en concreto el año 2005, al igual que nos advertían otros autores, como el momento trascendental para este fenómeno de colonización de los medios: el diario gratuito *Qué* lanza su versión digital, “caracterizada por una fuerte apuesta por los blogs”, según una secuencia de movimientos editoriales a la que se irán sumando rotativos como *El Diario Vasco* y *El Correo*, dentro de Vocento. El grupo editorial Prisa, por su parte, alumbró también en ese año su primer blog, ‘La batidora’, en una maniobra simultánea a la protagonizada por la plataforma Terra, que como señala Noguera, dispuso de su propio servicio de blogs hacia el otoño de ese mismo año.<sup>226</sup> También David Herrera (cuya tesis, junto con la de Noguera, ha resultado trascendentales para orientarlos en nuestro propio periplo investigador<sup>227</sup>) alude a ese año, el 2005, como la fecha canónica para construir los primeros mapas de cómo la blogosfera española conquista los medios de comunicación; aunque nos ocuparemos de semejante cuestión en torno a las dependencias mutuas entre ambos universos en el capítulo siguiente, nos parece oportuno subrayar, como el propio Herrera señala, que el informe de María Bella Palomo para la Asociación de la Prensa publicado ese año<sup>228</sup>, que ya hemos comentado en otras páginas, incluye las primeras percepciones que de su

---

<sup>225</sup> BADILLO, J. ‘Los blogs como herramienta para configurar la información colectiva’, en MARTÍNEZ, S y SOLANO, E. (editores), en *Blogs, bloggers, blogosfera*, pp. 152-159

<sup>226</sup> NOGUERA, J. M. Op. cit., p. 62

<sup>227</sup> HERRERA, D. Op. cit., p. 461

<sup>228</sup> PALOMO, M. B. Op. Cit., pp. 309-320

incursión como blogueros ofrecen los periodistas que se estrenan en ese ámbito. Porque además de anotar el “vértigo” que alguno de ellos confiesa en este ejercicio iniciático, el libro ya plantea una cuestión que aparecerá en sucesivos capítulos de nuestra tesis: que las exploraciones de la blogosfera, por cuanto se sitúan en los márgenes del quehacer diario y no se incardinan por lo tanto en las rutinas propias de cada medio, exigen de sus autores un esfuerzo intelectual que a muchos de ellos asusta, a otros desanima y a muy pocos incentiva. Hasta el punto de que observaremos en las respuestas a nuestra encuesta que más de una década después de publicarse el informe de Palomo semejante conclusión, esa noción del trabajo en la blogosfera ejercido como una ocupación adicional a la auténticamente relevante (esto es, su desempeño habitual en la redacción) sigue constituyendo el principal impedimento que los periodistas identifican para justificar que no termine de producirse un desarrollo más fecundo de su vertiente como blogueros, según reconocerán los periodistas consultados que integran la blogosfera de Vocento.

Aunque algunas cuestiones hayan podido quedar desfasadas dado el tiempo transcurrido, también detectamos una serie de similitudes entre aquel estudio pionero y las conclusiones que iremos recogiendo en nuestra tesis y que poblarán los capítulos siguientes. Baste citar algunas de las que menciona Herrera, quien recoge a su vez las opiniones recabadas por el estudioso Juan Varela en el informe coordinado por Palomo y que también aportan claridad en el universo de la blogosfera española, no sólo la vinculada específicamente al periodismo, sobre cómo se desempeñaron en este nuevo contexto los profesionales de cada redacción, pioneros del ingreso en la blogosfera periodística. A saber:

- 1.- Muchos no utilizaban a fondo el hipertexto. La presión por mantener al lector dentro del propio medio resultaba muy fuerte.
2. No solían oír el resto de la conversación en la blogosfera, mientras en Estados Unidos ya referenciaban a los blogs que hablaban de los mismos temas.
3. Tan solo algunas cabeceras de referencia empleaban los blogs como formato de cobertura.

4.- Pocos tenían una bitácora para comunicarse de una forma directa con el lector sobre las cuestiones editoriales del medio. Ninguno de los defensores de los lectores españoles empleaba todavía esta herramienta y solo un director de diario lo hacía (Arsenio Escolar, en *20minutos.es*).

5. Existía un grado mayor de libertad creativa que en la información tradicional. En parte por el propio formato pero también por los cambios acontecidos en el marketing periodístico tradicional.

6. Algunos medios habían contratado blogueros expertos y otros habían convertido a sus propios periodistas en blogueros.

7. Muchos blogs nacidos fuera de los medios estaban concibiendo su actividad como un negocio, aproximando así su modo de funcionamiento con el de los medios tradicionales.

Puesto que nos parece que las observaciones recogidas por Herrera<sup>229</sup> siguen teniendo alguna vigencia, hemos querido incorporar a nuestro estudio, aunque sea brevemente, las particularidades anotadas al respecto del objeto de nuestra tesis, la blogosfera de Vocento, porque nos parece que sus observaciones completan las aportaciones que nosotros podamos plantear. Y porque en ellas se prefigura una cuestión de fondo que guarda extrema relevancia para el propósito de esta tesis, como es comprobar qué impulso reciben los profesionales de los distintos diarios analizados que deciden ingresar en la blogosfera. Ya Herrera recordaba que, según el estudio de Palomo y Meso que hemos mencionado en la introducción a estas páginas, el 89,4% de los periodistas encuestados trabajaba como articulistas, redactores o fotógrafos en el medio, tanto de la versión impresa como de la digital, demostrándose así cómo la

---

<sup>229</sup> HERRERA, D. Op. Cit, p. 205. No es nuestra intención clonar aquí los hallazgos teóricos anotados por el autor en su tesis, pero sí que parecía relevante registrar aquellas aportaciones que mantienen su sentido pese al tiempo transcurrido. También nos resultaba oportuno incluir algunas de las apreciaciones que los diferentes estudios sobre la cuestión sigue coordinado la profesora Bella Palomo y que Herrera menciona, para detallar la evolución de la blogosfera española en los primeros años del nuevo milenio. Así, recuerda el autor que en el año 2007, de un total de 323 bitácoras localizadas en España, 144 estaban publicadas dentro de cibermedios, no solo de ediciones *on line* de cabeceras tradicionales de ámbito nacional, sino también de diarios gratuitos, regionales o medios nativos de la red. Esta lista aumentó hasta los 162 en una actualización que la propia Palomo publicó un año después (2008), lo que representa una cifra casi siete veces superior respecto al estudio de 2005, en el que tan solo contabilizó 26 bitácoras de medios. A juzgar por estos datos, la implantación de los blogs como parte de la oferta informativa de los ciberdiarios había crecido de forma muy considerable.

estrategia del grupo pasaba por la adaptación de los periodistas de sus propias plantillas dentro del nuevo entorno. “De hecho”, añade Herrera citando a Palomo y Meso, “según los datos de este mismo estudio, el 49,5% de los blogueros aseguraba que su trabajo respondía a una petición expresa por parte de la empresa”<sup>230</sup>.

---

<sup>230</sup> HERRERA, D.Op. Cit., p. 209. Herrera también recuerda que la experiencia pionera en España en la construcción de una blogosfera propia, alimentada por su redacción, se registró en el diario barcelonés *La Vanguardia*. En su mayoría, mediante la implicación de periodistas procedentes de la edición impresa. En su tesis sobre los blogs alojados en los ciberdiarios españoles, reseña el caso específico del periódico *Público* “y su director/bloguero” y señala cómo esta doble militancia, entre el periodismo y la blogosfera, resulta especialmente acusada en el ámbito de la prensa deportiva.



## 8. BLOGS Y PERIODISMO. DIVERGENCIAS Y

### CONVERGENCIAS

“El caos fue un punto de partida para impulsar el *blogging* en el mundo (...) Me acordé de ese viejo cliché de que los periodistas escriben el primer borrador de la historia. Bueno, ahora los bloggers estaban escribiendo el primer borrador”<sup>231</sup>. Esta frase de Dan Gillmor permite recrear el escenario donde la blogosfera entra en contacto con el periodismo, con los efectos que iremos trazando a continuación<sup>232</sup>. Nos ayuda a observar el principio que opera en las relaciones entre ambos mundos: de repente, el periodismo tropieza con un fenómeno nuevo, que desconoce y que amenaza con invadir sus competencias, como observa el propio Gillmor en un artículo fechado en el 2006, de notable precocidad: “Los bloggers marcan nueva tendencia en las comunicaciones” se titulaba aquel ensayo, recogido por José Manuel Noguera en su propia publicación<sup>233</sup>, ya mencionada con frecuencia en nuestra tesis. Un fenómeno de expansión hacia las nuevas fronteras de la profesión articulado en torno al blog, un emergente instrumento que, como hemos visto en capítulos anteriores, no se procesa tan sólo en el universo informativo, sino que ejerce una notable influencia en otros campos, a menudo eclipsada por el impacto que genera entre los medios de comunicación. Un eco tan mayúsculo que tiende a ocupar todo el espacio de la blogosfera, en un proceso que

---

<sup>231</sup> ESPIRITUSANTO, O. Y GONZALO RODRÍGUEZ, P. (coordinadores y autores) *Periodismo ciudadano*. Madrid, Ariel y Fundación Telefónica, 2011, p. 7.

<sup>232</sup> GILLMOR, D. ‘We the media. Grassroots Journalism by the people’. O’Reilly, 2004. Gillmor es una presencia pertinaz en la documentación teórica aportada para nuestra tesis. Citado de manera constante por buena parte de los autores cuya obra hemos ido recopilando, en este ensayo plantea el paradigma del nuevo modelo de comunicación basado en la exploración de la blogosfera mediante una mentalidad que, como alerta desde el mismo título de su obra, tenga en cuenta los intereses de la audiencia como norma principal.

<sup>233</sup> NOGUERA, J.M. Op. Cit., p. 83

admite también una lectura inversa: como si sólo se pudiera ejercer cabalmente el oficio en el ámbito del ciberperiodismo quien siendo periodista también operase como bloguero<sup>234</sup>.

Se trata de una idea expresada a nuestro juicio con extrema clarividencia por Vicent Fournier, cuando desarrolla el principio que concede a los blogueros el carácter de heraldos del nuevo periodismo. “Los weblogers”, escribe, “harían así realidad los vaticinios de algunos visionarios de la web, que prometían la venida de un nuevo tipo de periodistas ocupados en desentrañar los secretos del mundo virtual en lugar de batirse en duelo con el mundo real”. Fournier explora este dictamen a partir de sus propias conclusiones, pero teniendo además presente las reflexiones del citado Gillmor, para quien la blogosfera dispone entre sus atributos de un elemento esencial que ya hemos citado, su capacidad para generar respuesta al otro lado de la pantalla. Una interacción donde nuestro autor sólo encuentra efectos positivos. “Los periodistas necesitan recibir una reacción, un parecer exterior sobre el modo en que reproducen la realidad”<sup>235</sup>.

Una opinión semejante a la sostenida por otros expertos, como el tantas veces citado J. D. Lasica, uno de los autores que con mayor precisión han cartografiado el estado de la cuestión, al menos en sus albores: “Tengo la corazonada de que el mundo de los blogs representa la zona cero de la revolución de la web”, escribe a propósito de la conexión entre blogosfera y periodismo<sup>236</sup>, cuando incluye cuatro elementos propios del blog que contribuyen a enriquecer la experiencia de navegación: libertad creativa, instantaneidad, interactividad y ausencia de limitaciones de comercialización. O como en el caso del autor español José Cervera, quien anota lo siguiente: “Desde que los periodistas descubrimos los blogs hemos practicado nuestro deporte favorito, el hablar

---

<sup>234</sup> ROJAS, O., ALONSO, J. ANTÚNEZ, J.L., ORIHUELA, J. L. Y VARELA, J. Op. Cit., p.164. Según su teoría, el año 2005, fecha precisamente de publicación de su estudio, debe ser considerado como el momento fundacional de la mutua contaminación entre periodismo y blogosfera. Cuando los medios de comunicación descubren las posibilidades que encierra asumir como propias unas prácticas hasta entonces no sistematizadas, que formaban parte de las exploraciones a título particular de los miembros de su redacción o se habían dejado en manos de los integrantes amateurs de la blogosfera.

<sup>235</sup> FOURNIER, V. ‘Weblogs: otro útil de trabajo en el abanico de los medios electrónicos’. [file:///C:/Documents%20and%20Settings/Jorge/Mis%20documentos/Downloads/S\\_46-49%20\(2\).pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/Jorge/Mis%20documentos/Downloads/S_46-49%20(2).pdf). 2004. Consultado en septiembre del 2015.

<sup>236</sup> LASICA, J.D. ‘Blogging as a form of journalism’, <http://www.jdlasica.com/2001/05/24/blogging-as-a-form-of-journalism/> 2001, consultado en enero del 2016.

de nosotros mismos y lamentar el futuro. La crisis real de los diarios tradicionales ha llevado a pensar a muchos que los blogs son los matadores de los periódicos. Pero no es tan sencillo. Datos del Pew Internet and American Life Project demuestran que al menos en Estados Unidos la mayoría de los blogueros (el 37%) no escriben sobre las noticias del día, sino sobre su vida personal: sólo el 5% dice que la actualidad es su tema principal, y un 11%, la política. El 65% no cree hacer periodismo, y el 33% dice usar métodos similares. La absurda discusión sobre si los blogs son o no periodismo queda así anulada: ni lo son ni lo pretenden ser. Ahora bien, la existencia de los blogs sí que está obligando a los medios a cambiar su forma de trabajar. Los blogs son mucho más que periodismo, y los medios que no sepan adaptarse verán empeorar su enfermedad”<sup>237</sup>.

Un dictamen que podemos completar recurriendo al punto de vista que destila el profesor Koldo Meso, quien en el conjunto de su obra donde analiza el despliegue de la blogosfera, uno de los elementos desencadenantes de la presente tesis, ya recuerda que algunas de las virtudes atribuidas por Ortiz de Zárate al blog (su potencial como medio bidireccional, por ejemplo, o la facilidad para organizar redes con otros blogs y otros medios de comunicación<sup>238</sup>) simpatizan en realidad con buena parte de los propósitos genéricos del periodismo: “Los cibermedios han optado por incrementar la transparencia de la estructura periodística mediante blogs que hacen posible un trabajo compartido, en algunos casos, entre periodistas profesionales y usuarios, fórmula mixta de periodismo profesional y periodismo participativo”, advierte Meso, quien también subraya lo que denomina “reivindicación de un periodismo independiente” como causa detonante de la aparición del blog de autor entre un elevado grupo de profesionales de los medios de comunicación.<sup>239</sup>

Nos hallamos ante una idea expresada asimismo, en parecidos términos, por un grupo de autores citados por Lasica en su mencionado artículo ‘Blogging as a form of

---

<sup>237</sup> CERVERA, P. ‘Mucho más que periodismo’. Retiario,. [http://cdn.20m.es/edicionimpresa/bilbao/06/07/BILB\\_25\\_07\\_06.pdf.2006](http://cdn.20m.es/edicionimpresa/bilbao/06/07/BILB_25_07_06.pdf.2006), Consultado en enero del 2015.

<sup>238</sup> ORTIZ DE ZÁRATE, *Manual del uso del blog en la empresa*, Barcelona, Edicions Cantalaia, 2008.

<sup>239</sup> MESO, K. (2006), Op. Cit. p. 112.

journalism<sup>240</sup> y que igualmente hace suya el profesor Flores Vivar, en su contribución a la obra colectiva ‘Blogs, bloggers, blogosfera’, que ya hemos mencionado con anterioridad. En su opinión, la emergente potencia de este fenómeno cuando se asocia a los medios de comunicación depara un escenario insólito: es lo que este experto denomina “la verdadera convergencia multimedia”, es decir, la capacidad del blog para asegurar “la producción en un mismo formato de texto, imágenes, audio y video”; con otra virtud añadida: la blogosfera como garante del “concepto de interactividad”, puesto que a su juicio “los blogs son los verdaderos generadores de interacción, y llegan a formar verdaderas comunidades virtuales (redes sociales), donde la figura del periodista adquiere mayor relevancia”. Un enunciado de donde concluye: “Estamos asistiendo, pues, a una nueva concepción del periodismo que difiere del modo tradicional. Con los blogs se produce el verdadero *feed back* de la comunicación, transformando el periodismo en un concepto más interactivo. Se rompe el modelo unidireccional (uno a muchos), atraviesa un modelo bidireccional (uno a uno) para acabar en un modelo multidireccional (muchos a muchos)”, una opinión que ya hemos encontrado en las aportaciones de otros estudiosos, pero que Flores Vivar desarrolla con más ambición teórica, según la misma intuición que ya recogía en el citado artículo: “Asistimos a la verdadera convergencia multimedia, donde en un solo formato (la Red) se crean texto e imágenes fijas (característica de la prensa escrita), audio (característica propia de la radio) y vídeo o imágenes en movimiento (característica de la televisión)”. Ya entonces, en el año 2010, la ahora lejana fecha en que se publicó la obra donde el profesor Flores registró sus hallazgos, advertía cómo “el periodismo de blogs se ha convertido en tema central de análisis por parte de investigadores, docentes y expertos profesionales del llamado ciberperiodismo”<sup>241</sup>.

En la misma obra colectiva donde incluye estas reflexiones Flores Vivar, otro experto, el también mencionado profesor Carrasco Polaina, ofrece un punto de vista coincidente: “Los medios tradicionales impresos deben sufrir una revolución si quieren perdurar. Deben dejar de ser vendedores de papel para pasar a ser vendedores de

---

<sup>240</sup> LASICA, J. D. Op. Cit. En su artículo, el autor recuerda las opiniones del periodista Glen Fleishman, para quien “el blog da una pátina de credibilidad y autoridad que no puede hallarse en otros rincones de la web”.

<sup>241</sup> FLORES VIVAR, J. M. ‘Periodismo blog. Evolución de la información alternativa y participativa y la eclosión del quinto poder’, en Op. Cit., pp. 187-200

información, y una información que no pretenda ser de actualidad, pues la información de actualidad ya es ofrecida por los medios digitales, integrando además audio y video. Estos medios deben encauzarse hacia contenidos de reflexión completos y de calidad, lo que hace necesaria una reconversión de las políticas de financiamiento, invirtiendo más en el factor humano”.<sup>242</sup> Ideas que enlazan con algunas reflexiones también recogidas por Flores Vivar en su mencionado artículo, donde se apoya en las aportaciones de otro estudioso a quien hemos citado ya en nuestra tesis pero que nos parece oportuno que tomen de nuevo la palabra. Nos referimos al antes mencionado Dan Gillmor, experto estadounidense que suele ofrecer en sus escritos un contrapunto muy ecuánime a las distintas escuelas de pensamiento que sobre este particular hemos encontrado, como se refleja en la siguiente frase: “Nadie sugiere que las consultas a blogs puedan reemplazar las virtudes del periodismo tradicional: la investigación, el reportaje sobre el terreno, la escrupulosa comprobación de los datos y las fuentes. Los dos argumentos no son incompatibles, sino complementarios”. Y agrega Gillmor una opinión que completa esta línea argumental: “En contra de mis colegas, que se muestran condescendientes con lo que consideran un trabajo de segunda categoría, yo creo que esta labor de selección de los vínculos es una oferta importante que debe ofrecerse a los lectores y que está a medio camino entre explicarle el camino a un extraño y compartir con un amigo un hallazgo estupendo”.<sup>243</sup>

Nos interesa especialmente para este capítulo seguir la teoría que traza Gillmor en sus opiniones, recogidas en ‘Blogs, la conversación en internet’, una publicación que hemos citado con anterioridad y que resulta también oportuno mencionar ahora, porque precisamente uno de sus capítulos se dedica a recoger una reflexión sobre blogosfera y periodismo. Son esas páginas donde se incorporan las opiniones del mencionado autor, que arrojan luz sobre este debate: en su entender, “los medios han operado como si las noticias fuesen una conferencia” en su desempeño tradicional. Una fórmula que deja de valer en el nuevo paradigma de la comunicación, que el autor norteamericano describe en estos términos: “El futuro es más una conversación entre los periodistas y su público”.<sup>244</sup> Así que parecería, según se deduce de toda esta producción científica, que

---

<sup>242</sup> CARRASCO POLAINA, R. en Op. Cit., pp. 172-178

<sup>243</sup> FLORES VIVAR, J.M. Op Cit. pp. 187-200

<sup>244</sup> ROJAS, O., ALONSO, J. ANTÚNEZ, J.L., ORIHUELA, J. L. y VARELA, J. Op. Cit., p. 97

el bloguero sólo pudiera ser periodista en el triunfante modelo de los cibermedios, aunque se detectan también otras visiones alternativas: el bloguero como periodista, en efecto, pero ejerciendo su quehacer por otros medios, o bien el bloguero observado en realidad como rival del periodista tradicional, según especifican ciertos autores ya citados en los capítulos preliminares. Es el caso de Rebeca Blood, quien ofrece una visión de este particular, la conexión entre blogosfera y periodismo, que nos parece interesante aportar. Porque la autora sostiene que, en principio, un periodista no está especialmente cualificado para ese doble ejercicio, o al menos no lo está en condiciones superiores a los de otros profesionales: a su juicio, el elemento central que permite convertir la experiencia del blog en una variación novedosa del periodismo tiene que ver con la práctica de tal ejercicio.<sup>245</sup> En su estudio, la experta norteamericana ya advierte, no obstante, de que las concomitancias entre ambos mundos son tan profundas que construyen un cauce natural para la libre expresión de ambas facetas, de modo que concluye, citando a Paul Andrews, reputado tecnólogo y periodista también estadounidense, que en efecto el germen de un nuevo periodismo se encierra en las precoces exploraciones de la blogosfera: debe tenerse en cuenta que su estudio está datado en los primeros años de este siglo, de modo que contiene cierta vertiente anticipatoria.<sup>246</sup> “I believe that blogs, in tándem with anothers much-underestimated medium, the e-mail list, are transforming the ways in which journalim is practiced today”, advierte Andrews ya en el año 2003.

Sobre este particular hemos encontrado un estudio que contiene evidentes semejanzas con nuestra tesis, cuyas páginas nos han resultado de gran utilidad. Se trata de un trabajo de máster presentado ante la Universidad de Sao Paulo por el estudioso brasileño Artur Vasconcellos Araujo, quien dedicó un considerable esfuerzo a cartografiar las fronteras entre periodismo y blogosfera, citando como punto de apoyo algunas de las aportaciones que también nosotros hemos incorporado. Su trabajo, publicado en el año 2006 y titulado ‘Weblogs o jornalismo: os casos de NoMínimo

---

<sup>245</sup> BLOOD, R. ‘Weblogs and journalism. Do they connect?’, Nieman Reports. Weblogs and journalism. Vol. 57. Número 3. Nieman Found for Journalism at Harvard Univesity, [http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs\\_journalism.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs_journalism.html) 2003, Consultado en marzo del 2015

<sup>246</sup> ANDREWS, P. ‘Is blogging journalism?’, en Op. Cit.

Weblog e Observatorio da Imprensa (Bloi)<sup>247</sup>, se edifica en este apartado de delimitación entre ambas esferas a partir de las teorías de quienes disocian radicalmente los dos universos y los autores que, por el contrario, los encuentran relacionados. Vasconcellos parece decantarse por una visión intermedia, aunque también transige aceptando como formas novedosas del periodismo aquellos blogs que, aunque tutelados por aficionados, se ejecuten conforme a las pautas propias del oficio: autenticidad, verificación, rigor... Así lo registra expresamente en el apartado dedicado a extraer sus conclusiones del análisis de la blogosfera de ambos medios de comunicación brasileños, que toma como muestra para su investigación. El autor asume la condición periodística de los blogs alojados en dichos medios, a partir del cumplimiento no sólo de los requisitos arriba citados, sino de la constatación científica de una evidencia palpable: que los periodistas de ambas redacciones consideran que su trabajo también es periodístico cuando bloguean. Una noción alumbrada porque reina en el ejercicio de esas tareas una evidencia nuclear: que estos profesionales se dejan guiar en este nuevo desempeño de sus tareas por los principios propios de su oficio, que no abandonan cuando las practican desde la blogosfera. Y en su examen de esos dos medios detecta Vasconcellos además algunos rasgos inherentes al concepto de periodista que cita textualmente: los blogs analizados son, a su juicio, ejemplos de cómo situar el periodismo “en el foco narrativo” de sus respectivos relatos y además sirven como modelos de “compromiso con la verdad”, una característica muy cara al periodismo clásico.

Como vamos observando a partir de las aportaciones de los distintos teóricos consultados, la blogosfera parece un apéndice relevante para el ciberperiodismo y merece un análisis detallado y profundo, puesto que además constituye el espinazo de nuestra tesis. Desde su génesis, hasta las teorías sobre el blog como género periodístico intrínseco, pasando por la doble militancia del periodista y bloguero, un aspecto que algunos autores matizan en el sentido de considerar al periodista que también ejerce en la blogosfera como una suerte de alternativa al modelo tradicional<sup>248</sup>. El periodista

---

<sup>247</sup> VASCONCELLOS ARAUJO, A. Weblogs o jornalismo. Os Casos de NoMínimo Weblog e Observatorio da Imprensa (Bloi), [file:///C:/Documents%20and%20Settings/Jorge/Mis%20documentos/Downloads/weblog\\_e\\_jornalismo.pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/Jorge/Mis%20documentos/Downloads/weblog_e_jornalismo.pdf) Universidad de Sao Paulo (Brasil), 2006, consultado en mayo del 2016.

<sup>248</sup> DESAVOYE, B. et al. ‘Les blogs’, M2 Editions, 2005. En sus páginas, encontramos una fuente de autoridad relevante para nuestras propias indagaciones.

como bloguero, en consecuencia, generaría para algunos autores un territorio distinto, donde el oficio periodístico lindaría casi con el espacio propio de la literatura: su libertad de estilo, según la autora italiana Eloisa Di Rocco, conduce inevitablemente sus pasos hacia el ámbito literario precisamente cuando el periodista vuelca en sus artículos aquella parte más personal de su trayectoria. Como señala Di Rocco, “no se puede ser sincero mientras se escribe su propio diario: la verdad cede ante la ficción, ante la versión idealizada de uno mismo<sup>249</sup>. Una opinión matizada por otros autores, que alertan de la existencia de al menos otras dos vertientes dentro del trabajo periodístico ejercido en la blogosfera: para Jim Shang y Hao Zhang, quienes se ocupan en el manual ‘The handbook of global online journalism’ de analizar la conducta de profesionales de medios chinos en ese ámbito de la blogosfera periodística, debe imponerse como norma el criterio de diferenciar entre quienes ejercen como blogueros prácticamente de acuerdo con el estatus de comentaristas o articulistas, mediante prácticas informativas lindantes con el género de opinión, y quienes sí que aprovechan su incursión en este nuevo espacio del cibepperiodismo para profundizar en el relato de nuevas historias y ensanchar en consecuencias los rígidos límites de su ocupación habitual.

Para Shang y Zhang, debe considerarse al antes mencionado periodista norteamericano Paul Andrews como pionero de esta escuela de pensamiento, puesto que recuerdan que fue quien propuso en el año 2001, cuando trabajaba en el diario *Seattle Times*, una especie de carta fundacional del periodismo en la blogosfera mediante su artículo seminal titulado ‘Who are you gatekeeper’, publicado con motivo de la guerra de Irak. Aquella pieza contribuyó a forjar el itinerario que, dos años después, dio carta de naturaleza al periodista bloguero: don el paso del tiempo, el acceso del periodismo al mundo del blog acabó por decantarse hacia un proceso de normalización, como subrayan en su artículo ambos autores, quienes resaltan cómo por esa época incluso un periódico tan conservador (en el doble sentido de la palabra, ideológico y cultural) como el parisino *Le Figaro* sancionaba que la blogosfera encerraba un territorio digno de ser explorado por sus redactores, puesto que su aportación como blogueros “mejora” el producto final, sobre todo por su capacidad para interactuar con la audiencia. Observamos en consecuencia cómo el *j-blogging* va evolucionando hacia nuevos ámbitos, por ejemplo, mediante el nacimiento de tipologías como el videoblog, que

---

<sup>249</sup> DI ROCCO, E. ‘Mondo blog. Storie vere di gente in rete’. Milan, Editore Techniche Nuove , 2003, p. 57



dispuso de un considerable peso en la oferta informativa de la CNN y por lo tanto impuso esta tendencia entre los demás medios de comunicación de todo el mundo, mientras que otros periódicos también de escala planetaria ya empiezan a darse cuenta de la importancia de la blogosfera para servir al propósito central del periodismo. Los casos analizados de *Los Angeles Times* y de otros medios a nivel mundial permiten a los autores de este artículo exhibirse en torno los beneficios detectados en aquellas corporaciones de comunicación que abren tanto su mentalidad como su organización de trabajo a las aportaciones de sus periodistas blogueros. Una corriente que alcanza un insospechado auge con motivo de las elecciones presidenciales norteamericanas del año 2004: momento de sobresaliente florecimiento del *j-blogging*, con datos tan elocuentes como la constatación de que el 70% de los reporteros que se ocuparon de la cobertura de aquellos comicios dedicaron al menos una hora de trabajo al día para actualizar sus respectivos blogs en torno a la campaña<sup>250</sup>.

También reseñan estos autores cómo a su juicio el mencionado fenómeno del *j-blogging* se aprovecha de una de las esencias de la blogosfera: la conversión en actividad grupal de un fenómeno que en origen tiene un impulso individual. Se trata, como sostienen ambos autores, de aprovechar las posibilidades que plantean los atributos del blog para ejercer el periodismo de un modo más dinámico, rompiendo algunas barreras hasta entonces establecidas hasta alcanzar un estatus definido muy explícitamente por el concepto de soberanía. Y concluyen con una visión halagüeña de este ejercicio profesional por su aportación a la mejora del conjunto del periodismo, que en su opinión se beneficia de la actividad como blogueros de los miembros de la redacción puesto que quienes lo practican en cada redacción aseguran un acceso renovado a fuentes alejadas de las élites tradicionales; además, observan ambos autores otras ventajas adicionales, como una producción de noticias no demasiado cara en términos de recursos humanos y materiales, así como el potencial enriquecimiento profesional que encierra la capacidad de enlazar según las normas inherentes a la blogosfera que animan el debate de la hipertextualidad, puesto que garantiza por otro lado la diseminación del mensaje periodístico en la línea de lo que el público espera de unos medios de comunicación de masas.

---

<sup>250</sup> SHANG, J. y ZHANG, H. 'J-blogging in China', en SIAPERA E. y VEGGLIS, A. (editores), *The Handbook of global online journalism*, Willey, 2012, pp. 478-493.

De ahí que Shang y Zhang se animen incluso a aconsejar a los medios tradicionales variar las praxis profesionales de sus redactores; entre otros factores, porque a su juicio así se contribuye a perfeccionar la exactitud de la información con mayor habilidad de la que exhiben los blogueros no profesionales, fruto de su más hábil manejo en la consulta de fuentes. No obstante, también señalan en su artículo algunos riesgos detectados cuando un medio decide avanzar en este tipo de nuevas prácticas: los autores aluden a la excesiva facilidad con que el periodista bloguero pasa de una historia a otra, con demasiada superficialidad. Y de ahí también su recomendación de monitorizar desde la jerarquía de cada medio con intensidad y frecuencia la vertiente bloguera de sus redactores.

Blogosfera y periodismo, por lo tanto, entendidos como dos caminos con trayectorias divergentes en ocasiones, convergentes en otras, que se retroalimentan mutuamente en un bucle casi infinito cuyo resultado final debería desembocar en un enriquecimiento igualmente mutuo<sup>251</sup>, como destacan algunos expertos cuyas opiniones contribuyen a iluminar el preámbulo de este capítulo<sup>252</sup>: el periodista e investigador norteamericano J.D. Lasica, por ejemplo, sostiene que la compatibilización de ambas tareas “proporciona mayor libertad a los periodistas, permitiéndoles omitir opiniones, seleccionar temas o decidir sobre la frecuencia de publicación. (...) Se escribe sin censura ni presión”.<sup>253</sup> Nos encontramos por lo tanto ante un elemento central en esta experiencia que ha convertido a los periodistas en blogueros y que suele encontrarse

---

<sup>251</sup> ESTALELLA, A. Op. cit., pp. 35-40 En su particular visión sobre la blogosfera, el autor se detiene en analizar un apartado que nos parece singular en el ejercicio de cada periodista transformado en bloguero: que desempeña ese estatus a partir de su condición de lector de otros blogs. “La práctica comunicativa del blogger no se limita a la actividad dentro del espacio personal que constituye su blog. Los mecanismos que sirven al blog para ponerse en contacto con sus lectores, con otros blogs, etc. transforman la práctica de la escritura del blog en una práctica de lectura también. Estos mecanismos orientan al *blogger* autor a ser lector de otros blogs. Las fuentes de sindicación de artículos, por ejemplo, están creadas para facilitar la lectura de los blogs. Esta práctica, que lleva al *blogger* más allá de su blog, permite la experiencia de un espacio de comunicación compartida, que no se limita al espacio personal de cada autor, sino que se extiende más allá, a ese espacio común llamado blogosfera”.

<sup>252</sup> HARLOW, S. y SALAVERRÍA, R. ‘Regenerating journalism’, en <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2015.1135752?scroll=top&needAccess=true>, 2015. Consultado en diciembre del 2016. Una visión complementaria, de elevado interés, acerca de las posibilidades de explorar en la blogosfera una alternativa al periodismo tradicional.

<sup>253</sup> LASICA, J. D., Op. Cit.

asociado en la literatura científica que hemos empleado para nuestra investigación a otro factor fundamental: el fomento del carácter participativo del periodismo en la era digital, es decir, la exploración de un nuevo universo constituido no sólo por las aportaciones del autor de las informaciones sino por la retroalimentación que genera en su audiencia<sup>254</sup>.

Un particular donde nos parece esclarecedora la opinión de expertos como los norteamericanos Shayne Bowman y Chris Willis, quienes sostienen, todavía en una fecha muy temprana para el posterior desarrollo de la blogosfera periodística, que los profesionales de los medios de comunicación que compaginen ambas tareas no sólo estarán fomentando un “saludable” ejercicio disruptivo, siempre necesario para su oficio, sino que generarán un gratificante cambio de roles entre emisor y receptor. Un nuevo modelo de relación que por supuesto implica algunas incomodidades, pero que ofrece resultados halagüeños para un periodista: sobre todo, porque profundizará en el establecimiento de un espacio más amplio donde alimente la confianza con sus lectores<sup>255</sup>, uno de los elementos claves a lo largo de la historia de su profesión. Con una particularidad, de la que avisa el experto Juan Varela en su condición de editor del mencionado volumen ‘Blogs, la conversación en internet...’: que la blogosfera ocupada por periodistas sirve para combatir de paso ese sucedáneo de periodismo propio de la constelación formada por los blogueros amateurs”.<sup>256</sup>

De hecho, otros autores como David Herrera ya advierten de que la blogosfera tiende de modo casi inevitable a ocupar el ámbito del periodismo<sup>257</sup>, por cuanto esta

---

<sup>254</sup> SCHULTZ, T. ‘Interactive opinions in online journalism: a content analysis of 100 US newspapers’, en *Journal of computer mediated communication*. Vol. 5 Issue 1. 1999, en <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1999.tb00331.x/full>. Aunque su temprana fecha de publicación puede convertir algunas de sus conclusiones en anacrónicas, nos parece pertinente mencionar este artículo porque sus pesquisas en torno a la idea clásica de fomentar la interactividad entre periodista y público resultan todavía vigentes. “This approach assumes that there is a connection between the state of the democracy and interactive communications stimulated by media organizations. Consequently, examination and consideration of tools and techniques that may foster interactive communications appear to be highly significant”.

<sup>255</sup> BOWMAN, S. y WILLIS, C. ‘We media. How audiences are shaping the future of the news and information’. The MediaCenter. American Press Institut. Arlington (Virginia), Estados Unidos. [http://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf). 2004. Consultado en marzo del 2015.

<sup>256</sup> VARELA, J. Op. Cit., p. 174

<sup>257</sup> HERRERA, D. Op. Cit., p. 190.

última actividad se caracteriza por una serie de particularidades muy permeables a su colonización por las maniobras propias del mundo digital: entre otros factores, cita la relevancia que obtiene un bloguero aficionado cuando inserta su bitácora en un medio de comunicación de masas, pero puesto que no se trata del objetivo de nuestra tesis (centrada en analizar el desempeño profesional de un redactor en la blogosfera), nos ha parecido especialmente pertinente recordar en este punto las aportaciones de la experta norteamericana Keven Ann Willey, a quien cita precisamente Herrera en su obra antes mencionada. Willey, periodista norteamericana de prestigiosa reputación, opina que una de las consecuencias más valiosas que contiene el ejercicio como bloguero para la actividad periodística tiene que ver con la ruptura de los viejos mecanismos de confort fijados en el quehacer habitual de un profesional: ingresando en la blogosfera, añadirá cierta capacidad para interactuar con el lector que se perdería si se mantuviera anclado a los antiguos usos.<sup>258</sup> A lo cual añade Herrera otras enriquecedoras experiencias que se desprenden de la compaginación de ambos ejercicios: por ejemplo, que la blogosfera de un periódico digital encierra un elevado potencial de impacto sobre las fuentes de negocio de su medio mediante fórmulas de patrocinio que, en su opinión, convendría explorar a las empresas informativas. No es la única ventaja que expone en su tesis, que encontramos especialmente relevante por cuanto el autor detalla el enorme margen de aprovechamiento que se oculta en la blogosfera periodística y que todavía sigue (o al menos seguía en la fecha en que publicó su estudio) sin explorarse de modo metódico y concienzudo desde los cibermedios: la opción de diversificar audiencias (una idea especialmente sensible en la línea antes mencionada de perfeccionar las líneas de negocio generando recursos atípicos), la posibilidad de experimentar con nuevos formatos periodísticos, la capacidad de los medios digitales para fomentar lo que Herrera denomina “abrir las rígidas agendas”<sup>259</sup> propias de su actividad tradicional o su contribución a mejorar la posición corporativa de las empresas de comunicación.

Una serie de ventajas a las que el autor agrega otras dos adicionales: según su teoría, por un lado la blogosfera de un cibermedio se antoja como un territorio idóneo

---

<sup>258</sup> WILLEY, K. A. ‘Readers glimpse an editorial board’s thinking’, en Nieman Reports, vol. 57, N° 3. Cambridge: The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University. Disponible en: <http://www.nieman.harvard.edu/assets/pdf/Nieman%20Reports/backissues/03fall.pdf>. 2003, consultado en diciembre del 2013.

<sup>259</sup> HERRERA, D. Op. Cit., p. 160

para alojar firmas de prestigio y, por otro, puede ejercer además como tribuna para proyectarse ante la opinión pública de cada territorio. Nos hallamos, como veremos a continuación, ante una teoría (es decir, la tesis fomentada según la cual crecería la cifra de negocio de los medios de comunicación que asociasen su desempeño a la constitución de una potente blogosfera), sobre la que se han pronunciado distintos autores<sup>260</sup>; se trata de un planteamiento que es sobre todo consustancial a cierta literatura científica procedente de Estados Unidos,<sup>261</sup> pero que también encuentra valedores en España, donde hemos detectado alguna bibliografía que explora, bien que tímidamente, semejante posibilidad.<sup>262</sup> En general, las fuentes de autoridad que abordan este particular sostienen en general la opinión de que la génesis de líneas de negocio adicionales al corazón de la actividad propia de los medios se engendra en la posibilidad inherente al ciberperiodismo de establecer una conversación con la audiencia que ayude a interpretar sus inquietudes y necesidades, con los beneficios que encierra semejante práctica. Así lo expresan Robert Scoble y Shel Israel, en una obra publicada en el 2006, cuando esa posibilidad empezaba a abrirse paso, incluyendo en su estudio las opiniones de poderosos líderes empresariales sobre cómo la blogosfera genera un creciente impacto económico que no sólo mejora las vías de comunicación con el público, sino que contribuye a perfeccionar los niveles de competencia entre las empresas<sup>263</sup>. Dos años antes está fechada otra publicación que indaga en ese mismo terreno de aprovechar

---

<sup>260</sup> BARBOSA, E. y GRANADO, A. *Weblogs: Diario de Bordo*. Oporto, Porto Editora, 2004. El estudio de estos dos profesores apenas agrega información genuina sobre el panorama de la blogosfera, pero contiene precisamente alguna reflexión en torno a ese mismo frente que detecta Noguera: el potencial valor del blog como materia para la mejora del negocio en los medios de comunicación.

<sup>261</sup> BAUSCH, P., HAUGHEY, M., y HOURIHAN, M. *We blog. Publishing on line with weblogs*. New Jersey, Willey Publishing, 2002. Sus aportaciones a este debate teórico sobre la emergencia de la blogosfera periodística contribuyen a reforzar nuestra propia investigación en este capítulo.

<sup>262</sup> LÓPEZ LITA, R., FERNÁNDEZ BELTRÁN, F. y DURÁN MAÑES, A. (editores). 'Buscar conversaciones en internet: quién dice qué sobre nuestra empresa y dónde', en *La comunicación corporativa en el ámbito local*. Publicacions de la Universitat Jaume I, Castellón, Actas del V Congreso de Comunicación Local, 2005. Una atinada reflexión en torno a las posibilidades de la blogosfera periodística en la creación de valor añadido para un ciberdiario.

<sup>263</sup> SCOBLE, R. e ISRAEL, S. *Naked conversations. How blogs are changing the way businesses talk with customers*. New Jersey, John Willey and Sons. 2006 A este objetivo de iluminar las conexiones entre consumidores y blogosfera alude un estudio todavía muy preliminar, cuyo valor fundamental es precisamente su temprana fecha de publicación (2002), que nos parece adecuado citar aquí por su carácter en cierto sentido visionario. STAUFFER, T. *Blog on. The essential guide to building dynamic weblogs*. Berkeley, McGraw&Hill, 2002. Y también otro estudio similar, del mismo año, que adapta sus conclusiones al campo del marketing de contenidos: STONE, B. *Blogging. Genius strategies for instant web content*. Indianapolis, New Riders Publishing, 2002.

las conquistas de la blogosfera para mejorar la cuenta de resultados de las empresas de comunicación y cualesquiera otras industrias que exploten uno de sus atributos esenciales: esa pretensión, cada día más cercana, de fijar un diálogo con el consumidor que permita conocer sus anhelos y calibrar hasta dónde está dispuesto a satisfacerlos en el mercado.

Se trata del estudio debido a Biz Stone, un precursor de la literatura destinada a propagar los beneficios de la blogosfera, quien en colaboración con Will Stone preconiza ya entonces (año 2004) la idea de exprimir las ventajas económicas que observa en ella: el aumento de tráfico, alertan ambos autores de un modo tal vez crudo pero esclarecedor, genera dinero<sup>264</sup>.

Sobre las concomitancias entre el desempeño del periodismo y su deriva hacia la blogosfera se centra más específicamente el interesante estudio de las profesoras María Victoria Carrillo Durán y Ana Castillo Díaz, quienes en su obra ‘Los blogs en la prensa regional *on line*’<sup>265</sup>, de relevante importancia para nuestra tesis, desarrollan la idea ya mencionada por otros autores, según la cual “es evidente que los blogs aprovechan las ventajas de la red para la comunicación periodística”, una opinión que apoyan en las aportaciones de diferentes estudiosos también recogidas en nuestra tesis, como la reflexión del profesor José Luis Orihuela: “A los medios, la blogosfera les sirve como un sistema de alerta temprana, fuente de temas, expertos y críticas; mientras que los propios weblogs, en cuanto formato, pueden utilizarse para acercar el medio a los lectores, desarrollar coberturas de continuidad sobre catástrofes, eventos deportivos y procesos políticos, incluso para hacer público el proceso de toma de decisiones editoriales”. Para las dos autoras mencionadas, de las aportaciones recogidas en la bibliografía consultada para su investigación se desprende una idea dominante: que “las bitácoras comenzaron a ganar relevancia al ser empleadas por los periodistas como

---

<sup>264</sup> WHEATON, W. y STONE, B. *Who let the blogs out? A hyperconnected peek at the world of weblogs? Rebound by Sagebrush*. St. Martin Press, 2004. Nos ha parecido que aportan menos materiales significativos en esta línea de investigación dos obras que sin embargo creemos que deben también tenerse en cuenta: el libro ‘Blowguild! A guide for small business blogging’, de WIBBELS, A. Penguin Group, 2006; y otro volumen que conecta más directamente el ámbito de la blogosfera con los principios del marketing: ‘Blog Marketing: The revolutionary new way of increase sales, build your brand and get excepcionals results’, obra de WRIGHT, J. McGraw&Hill, 2006.

<sup>265</sup> CARRILLO DURÁN, M.V. y CASTILLO DÍAZ, A. ‘Los blogs en la prensa regional on line’, *Global Media Journal*, Vol. VI. Número 12. Universidad Texas A&M International University e Instituto Tecnológico de Monterrey, 2009, p. 23.

páginas de carácter más personal, donde podían exponer sus mensajes algo menos constreñidos a los condicionantes mediáticos”.

Representa la blogosfera, por otro lado, un mundo con una serie de reglas que sistematizadas remiten al puro ejercicio del periodismo tal y como se ha entendido casi desde su fecha fundacional: no por casualidad menciona la profesora Beatriz Correjero, otra experta que ha contribuido con sus reflexiones a iluminar este ámbito investigador, a Alain de Tocqueville, una cita de su fundamental obra ‘La democracia en América’ que sirve igualmente para arrojar luz sobre las exploraciones del periodismo en la era digital: “Cabe al periodista asumir el papel que el enciclopedista trazara para sí mismo en los albores de la Modernidad; más que el desarrollo de las ciencias se trata de la selección, organización y transmisión de una información más o menos general accesible para todos y a todos dirigida”. Una definición del ejercicio del periodismo que, con matices, puede adaptarse también a la blogosfera.<sup>266</sup>

La suma de todas estas aportaciones científicas contribuye a fijar un nuevo paisaje mediático, donde encontramos argumento teórico para sostener que la frenética evolución de la blogosfera justifica que el ecosistema periodístico convencional haya visto mudar su fisonomía. Como advertían ya en el año 2005 Drezner y Farrell<sup>267</sup>, cada segundo nace o se crea un blog. Una avalancha imposible de digerir racionalmente por los medios de comunicación, por mucho que como ya hemos señalado ése no fuera el único depositario de las inquietudes y preocupaciones de los blogueros. Se trata, sin embargo, de un destino natural: como señala Flores Vivar en el artículo arriba citado, los blogs contienen dos características esenciales que propician su aterrizaje sin grandes turbulencias en el periodismo. Por un lado, su condición multimedia, muy acorde con las exigencias de los nuevos medios cibernéticos; por otro lado, el elemento de interactividad que les distingue, un factor consustancial al renovado paisaje

---

<sup>266</sup> CORREYERO, B. ‘La figura del comunicador digital en la era de la sociedad de la información’. II Congreso Ibérico, Covilha (Portugal), 2004, pp. 21-33.

<sup>267</sup> MARTÍNEZ, S. y SOLANO, E. (editores) Op cit. p. 193. Un artículo del profesor José Miguel Flores Vivar, director del Observatorio de Periodismo en Internet (titulado ‘Los blogs en la reinención del periodismo y los medios’ <http://eprints.ucm.es/9377/1/76JesusFlores-DialogosFELAFACS-2008.pdf>, y consultado en enero del 2014), ya observaba la vertiginosa propagación de la blogosfera mediática y apuntaba la creación en Estados Unidos de un sitio web llamado ‘The State of the News Media’, concebido para radiografiar ese fenómeno, que incluía un apartado específico denominado ‘Un día en el mundo de los blogs’: una herramienta concebida para analizar por separado el entorno de los blogs “como una temática independiente de la comunicación *on line*”.

mediático<sup>268</sup>. Una certeza que vemos reflejada en el hallazgo que citamos a continuación: en el 2006, el influyente sitio web ‘El estado de los medios’ (‘The State of News Media’) que promueve la alianza formada por dos prestigiosas instituciones norteamericanas, la Columbia University y el Pew Charitable Trusts, ya consideró imprescindible crear en su seno un apartado específico dedicado a reflexionar sobre la blogosfera como una apéndice autónomo del ciberperiodismo<sup>269</sup>. Ese mismo año nacía en España la primera Asociación de Periodistas Bloggers<sup>270</sup>: como se deduce, el debate sobre el impacto que genera la blogosfera en el ámbito de la profesión periodística tiene carácter global y ramificaciones de todo tipo, incluidas las extraperiodísticas.

En efecto, a este respecto es pertinente reseñar cómo la discusión ha tendido progresivamente a exceder el ámbito puramente académico para trasladarse a otro universo con elevadas vinculaciones al territorio de los medios de comunicación: el judicial. Ocurrió casi en paralelo al despegue de la blogosfera periodística, a raíz de las demandas interpuestas tras la irrupción del universo blog por quienes se sentían calumniados o difamados por publicaciones recogidas en las bitácoras de distintos periodistas. Se trata de un fenómeno especialmente observable en Estados Unidos, donde las controversias en torno a la libertad de información forman habitualmente parte del corpus jurídico derivado de la inclusión en la Primera Enmienda de la Constitución norteamericana (la llamada Carta de Derechos, redactada en 1787 por los padres de la nación) del derecho a la libertad de expresión. En ese contexto deben entenderse las reclamaciones vistas con regularidad en los tribunales de ese país para dilucidar si también los blogueros están amparados por la mencionada enmienda. Una cuestión que visita periódicamente los juzgados, donde por regla general se considera

---

<sup>268</sup> MESO, K. Op. Cit., p 112.

<sup>269</sup> AA VV., ‘The State of the News Media 2005’. *Project for excellence in Journalism*. Columbia University Graduate School of Journalism’. (consultado en [https://www.fpjq.org/fileadmin/FPJQ/pdf/06-02\\_state-of-media.pdf](https://www.fpjq.org/fileadmin/FPJQ/pdf/06-02_state-of-media.pdf)). Esta obra colectiva plantea un punto de vista que relativiza el impacto que generan los blogs y ofrecen más bien una visión que enmascara sus consecuencias, aunque también puede admitirse que cuestiona las reglas deontológicas más básicas de manera peligrosa: publica lo que sea en la blogosfera, vienen a concluir, que la propia blogosfera lo corregirá después. “The blogosphere, while adding the richness of citizen voices, expands this culture of assertion exponentially, and brings to it an affirmative philosophy: publish anything, especially point of view, and the reporting and verification will occur afterward in the response of fellow bloggers”.

<sup>270</sup> GARCÍA-ALONSO, P. ‘Asociación de periodistas bloggers’, en MARTÍNEZ, S. y SOLANO, E. (editores) Op cit. p 211-221.



que, en efecto, las informaciones publicadas en un blog cuentan con el mismo nivel de protección que si hubieran visto la luz en un medio de comunicación tradicional. Es el caso, reciente cuando se escriben estas líneas, de la bloguera Crystal Cox, absuelta (“aunque no fuera una periodista tradicional”<sup>271</sup>) por un tribunal de San Francisco de la demanda que pesaba contra ella tras haber sido denunciada por un particular a quien había acusado de distintos delitos; uno de los jueces firmantes de la sentencia fue concluyente cuando afirmó que la absolución se limitaba a seguir la jurisprudencia sentada por el Tribunal Supremo de Estados Unidos, máxima instancia judicial de la nación, cuando proclamó que “es inviable una distinción de la Primera Enmienda entre la prensa institucional y otros oradores”.

Una sentencia que debe entenderse en función de la línea de protección de derechos al conjunto del ciberperiodismo, acordada ya en 1997 por parte del mismo tribunal, en una decisión que uno de sus miembros, el juez John Paul Stevens, justificó en estos términos: “El interés de fomentar la libertad de expresión en una sociedad democrática supera cualquier beneficio teórico de la censura”.<sup>272</sup>. Sobre este particular, aunque desde una pista más estrictamente periodística, se ha pronunciado también el experto norteamericano J.D. Lasica, quien recordaba en un artículo publicado ya en el 2003 que las prácticas profesionales de un periodista en la blogosfera se sustentan de acuerdo con parámetros similares a los propios de la prensa tradicional: una línea de pensamiento que hizo pública a partir de la controversia suscitada en una publicación de Estados Unidos, cuyo editor retiró el blog de uno de sus periodistas porque le desagradaba su línea informativa. Un caso que ilustra a nuestro entender el peso jerárquico que los periodistas y blogueros ejercen ya desde tan temprana fecha en el universo mediático norteamericano, por más que a Lasica le sirva en realidad como argumento para edificar una acerada crítica al sistema de trabajo propio de los grandes medios, donde observa una burocracia tan excesiva que tiende a arrojar fuera del sistema a periodistas talentosos; de donde nace, en su opinión, uno de los factores que

---

<sup>271</sup> <http://www.periodismociudadano.com/2014/01/22/bloggers-y-periodistas-cuentan-con-la-misma-proteccion-legal-segun-un-tribunal-de-ee-uu/>. 2014, consultado en julio del 2015.

<sup>272</sup> <http://iipdigital.usembassy.gov/st/spanish/publication/2011/02/20110209164308x9.123957e-02.html#axzz38qjUfhV5>. 2011, consultado en septiembre del 2014.

explican la crisis de confianza que atenaza al periodismo. Una sentida reivindicación del carácter rebelde de la blogosfera<sup>273</sup>, ejercida desde el ámbito periodístico.

Para este propósito de indagar sobre cómo las trayectorias profesionales de los llamados *j-bloggers* impactan en el corazón de las prácticas de un medio de comunicación nos ha parecido muy oportuna la visión que aporta Alfredo Hermida, profesor de la Columbia University. Porque el autor, que analiza el panorama del periodismo digital desde la perspectiva global del fenómeno que denomina “social media”, anota en su artículo para ‘The handbook of global online journalism’ cómo se altera el ecosistema informativo con la emergencia del periodista que a la vez ejerce de bloguero y alerta de que incluso conceptos tan canónicos como el de objetividad merecen, tal y como ya nos han advertido con anterioridad otros tratadistas, una consideración diferente a la tradicional en función de la creciente conexión entre el informador y su audiencia: “In the early 2000s, the tensión between objectivity and opinión was being played out in blogs, as media outlets integrated blogging into news practices”<sup>274</sup>. Las aportaciones de Hermida que nos parecen, no obstante, más pertinentes para nuestra tesis se contienen en su estudio sobre la blogosfera de un medio tan emblemático como la corporación británica BBC, ejemplar también como veremos a continuación en su vocación por beneficiarse de los avances tecnológicos y ponerlos al servicio de su proyecto informativo. En efecto, en su labor investigadora a propósito de tan gigantesco medio de comunicación Hermida describe la difícil convivencia entre el trabajo periodístico clásico y los nuevos formatos. También alerta sobre el cambio de mentalidad que exigen los cibermedios a los profesionales que los integran y cita a expertos como Matheson para subrayar su idea central: “Some professional journalists have found blogs offer a format for expressing experiences that do not conform to the conventions of traditional reporting”. En general, todo su ensayo se dirige a reflejar las contradicciones entre el modelo antiguo de comunicación y el nuevo, incluyendo las conquistas que la blogosfera acredita en el campo estrictamente informativo: desde primicias como la atribuida a Robert Preston, jefe de Economía de la BBC, cuando en un post desvela ciertas maniobras de los grandes bancos británicos en octubre del 2008, hasta la capacidad reconocida a los periodistas convertidos en blogueros para adecuar su

---

<sup>273</sup> LASICA, J. D. ‘Let journalist’s blog!, *Cyberjournalist.net*. 2003.

<sup>274</sup> HERMIDA, A. en Op. Cit., pp 1-14.

quehacer a las inquietudes de la audiencia e interactuar con ella, aunque con los riesgos consabidos: cierta propensión a modificar la escala de normas y valores propia del periodismo, que se pone en riesgo igual que pelagra con ese desempeño irreflexivo de su trabajo el concepto mismo de subjetividad.

Como línea principal, domina el artículo de Hermida una reflexión elaborada por su autor a partir de las aportaciones de otros estudiosos: su pretensión de concebir la irrupción en la blogosfera por parte de periodistas nacidos en la era analógica como una contribución a realzar los atributos propios del oficio y mejorar incluso la reputación de quienes ejercen así su profesión. Además, plantea una interesante reflexión sobre cómo la decisión de BBC de ofrecer una amplia panoplia de blogs obedece no sólo a criterios de aumentar su audiencia, sino a su vocación de servicio, propia de los propósitos fundacionales de la corporación. Igualmente apropiado para el objetivo de nuestra tesis nos parece otro elemento de valor detectado entre sus aportaciones a este universo teórico: su reivindicación del concepto, que toma prestado de Domingo y Heinonen, cuando prefiere referirse a ‘media blogs’ para distinguir los blogs de profesionales del periodismo de las aportaciones de amateurs. En general, para Hermida cobra peso la idea también extendida entre los periodistas de la BBC de que su ocupación como blogueros no presenta grandes diferencias respecto a los atributos propios de su oficio, como así se les exige desde la dirección de la emisora. La diferencia fundamental reside a menudo en un encaje más formal que de fondo: cuando bloguean, los periodistas se comportan de una manera más informal, con un estilo más cercano a la audiencia, que cuando acometen su rutina habitual. El requisito fundamental que reclaman sus jefes es que mantengan la misma voz propia de la BBC cuando escriben en su blog. De donde Hermida extrae una serie de conclusiones: por un lado, que el desempeño modélico de la corporación británica respecto a su blogosfera se relaciona de manera nuclear con la tutela que ejerce sobre ella. Y, por otra parte, que los propios profesionales consultados aceptan que ese ejercicio doble, ser a la vez periodista y bloguero, representa las dos caras de una misma vertiente, una observación que también detectaremos cuando nos ocupemos de escrutar las respuestas de los redactores de Vocento que respondieron a una pregunta en el mismo sentido contenida en nuestra encuesta<sup>275</sup>.

---

<sup>275</sup> HERMIDA, A. [https://www.researchgate.net/publication/233228924\\_The\\_blogging\\_BBC](https://www.researchgate.net/publication/233228924_The_blogging_BBC). Consultado en agosto del 2016. En su artículo, el autor ofrece también un detallado análisis del peso cuantitativo de la blogosfera en el periodismo hacia el año 2009, fecha de su publicación.

Hermida citaba anteriormente para su artículo a David Domingo y Ari Heinonen como fuente de autoridad, una pista que hemos procurado seguir a través de las páginas que ambos expertos firman al unísono en su artículo ‘Weblogs and journalism’, puesto que aborda cuestiones esenciales para este capítulo de nuestra tesis. En su obra, ambos autores sostienen, al igual que otros expertos aquí mencionados, la opinión de que el desarrollo de los blogs en el seno del periodismo ha fomentado, antes que una manera distinta de abordar las noticias, un género en sí mismo. Una nueva categoría informativa.<sup>276</sup> De ahí su invitación a expresar todas las potencialidades que contiene esta nueva frontera del periodismo, llena a su juicio de oportunidades porque representa un salto cualitativo en un propósito siempre presente en la historia de la profesión: la ambición de democratizar la información, a través de un formato que en su opinión encierra la más acabada versión de todos los artefactos de comunicación nacidos en el seno de ‘la triple w’ para ponerlos al servicio de la comunicación. Una opinión que esta pareja de profesores (el español Domingo ejerce la docencia en la Universidad Rovira y Virgili y el finlandés Heinonen, en la Universidad de Tampere) apoyan en el relato de algunas fuentes de autoridad (como las aportaciones ya mencionadas de Lasica y Matheson, entre otros estudiosos) y que trasladan a una serie de observaciones muy pertinentes: por ejemplo, la necesaria distinción, como advierten otros tratadistas, entre las prácticas profesionales de los periodistas en la blogosfera y las maniobras de índole amateur que, sin embargo, pueden ser alojadas en la blogosfera de ciertos medios de comunicación a cargo de colaboradores ajenos a las redacciones de los medios y la pertinencia, igualmente atinada a nuestro juicio, de perseverar desde el periodismo en una práctica que ofrece un promisorio porvenir.

Un horizonte donde el bloguero, gracias a un estilo diferente al canon habitual y a través del manejo de ciertas habilidades propias del universo digital, consiga la hazaña de ser percibido por su audiencia como parte de ella, puesto que forman emisor y público una misma comunidad de “valores, ritos y lenguaje”, según la descripción que aportan ambos estudiosos. Porque, para Domingo y Heinonen, la decisión de algunos medios de información de abrir su vertiente digital a la comunicación con la audiencia a través de la blogosfera conduce necesariamente a la forja de un nuevo espacio, ese emergente género periodístico al que ambos estudiosos aluden cuando, mediado su

---

<sup>276</sup> DOMINGO, D. y HEINONE, A. ‘Weblogs and journalism’, *Nordicom Review*, número 29. Universidad de Goteborg, 2008.

artículo, dividen este ejercicio teórico entre tres apartados ('Special Events', 'Opinion Columns' y 'New Commentary'), cuya conclusión más notoria se resume en la siguiente frase: "Weblogs can be understood as a symbol or a sign of a general cultural trend that is turning the audience into an active producer of all sorts of content, from fan replicas of movie narrative to consumer reviews". En resumen, observamos que tiende a prevalecer entre los expertos citados hasta ahora en este capítulo de nuestra tesis una revelación dominante: la evidencia de que en el nuevo paradigma que caracteriza a la popularización de la tecnología blogueros y periodistas se retroalimentan mutuamente. Un fenómeno que, en su opinión, se caracteriza por una intensidad parecida a la que distingue el vínculo forjado entre la blogosfera y el conjunto del sistema de medios de comunicación,<sup>277</sup> que otros autores, como el estudioso norteamericano Wilson Lowrey, profesor de la Universidad de Alabama, sugieren que se basen en un sistema de "cooptación". "The journalism community may try to redefine blogging as a journalistic tool, and bloggers as amateur journalists or journalism wannabes (rather than as a unique occupation). Journalists also publicly emphasize practices that play to the strengths of organizationally based journalism, such as newsgathering and fact checking (...) Journalists might react to the blogging challenge by changing professional practice so that, for example, substantially more non-elite sources are used, or so that more partisan coverage is provided", señala Lowrey.

También el experto J.D. Lasica, a quien ya hemos citado con frecuencia a lo largo de este capítulo y precedentes, firmó en el año 2003 un artículo para la revista de la Nieman Foundation donde desarrolla una serie de opiniones bajo esa misma línea argumental, como advierte desde el mismo título: 'Blogs and journalism need each other'. En efecto, ambas manifestaciones de la cultura informativa contemporánea se necesitan mutuamente, porque el autor propone entender el ejercicio de la profesión en

---

<sup>277</sup> LOWREY, W. 'Mapping the journalism-blogging relationship', *Journalism* 7 (4). Un artículo situado en la conocida senda sobre las posibilidades que encierra para el futuro del periodismo su desarrollo a partir de las aportaciones del profesional convertido en bloguero. Según su punto de vista, el pretendido conflicto entre blogueros y periodistas no sólo es falso: también es reductor. A su juicio, ambos ámbitos comparten esferas de actuación y se complementan, aunque el autor no oculta que esa fricción genera conflictos. De hecho, el objetivo del estudio, basado en las maniobras de blogueros aficionados, radica en observar qué tipo de relación se establece entre unos y otros y, sobre todo, qué soluciones pueden ofrecerse desde el mundo académico para solucionar sus debilidades y expresar sus fortalezas. <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884906068363>. 2006, consultado en mayo del 2015.

la blogosfera como “una nueva forma de periodismo, abierta a cualquiera”<sup>278</sup>. Un dictamen que comparte con otros periodistas norteamericanos: menciona entre ellos a Walter Mosberg, reputado articulista sobre tecnología en *The Wall Street Journal*, para quien en efecto los blogs introducen en el debate ciudadano propio de los medios “una voz fresca” que ayuda a construir una opinión pública donde no oculta que se encierran también ciertas trabas para el ejercicio del periodismo. Con una particularidad: que ya no debe entenderse el periodismo en su acepción tradicional, sino como un fenómeno inmerso en una renovada corriente que amplía sus valores y tradiciones históricas; un periodismo, en definitiva, donde triunfan los atributos que aporta la blogosfera, entre los cuales Lasica incluye expresamente los siguientes: fomenta desde luego el sentido de comunicado como advertía Mosberg, pero además contribuye a personalizar el ejercicio de la profesión, dotando de una identidad más personal al periodista, que exprime en consecuencia los límites de su oficio. Un periodismo cuya característica esencial, como tantas veces vamos observando, fija su interés primordial en la audiencia y se resume en esta frase de Lasica: “Enhancing the reader trust”. Traducido al español, este renovado estilo en ejercer su profesión “realza la confianza del lector”,<sup>279</sup> a pesar de que, como anota el propio Outing en su artículo y recogemos en la cita anotada a pie de página, se ve a menudo acompañado de alguna debilidad: por ejemplo, la carencia de una doctrina común entre las corporaciones de medios para integrar de manera cabal y metódica la blogosfera en su oferta informativa. Una apreciación que el autor alcanza a partir de las opiniones recogidas en ‘When journalists blogs...’ y que resume en esta frase: “Plenty of news organizations have not yet devised policies regarding personal blogs”.

Otros expertos cuya opinión recoge el propio Outing hacen igualmente suya esta teoría: es el caso de Andrew Nachison, director del Media Center del American Press

---

<sup>278</sup> LASICA, J. ‘A new source of news’, <http://www.jdlasica.com/2001/05/31/weblogs-a-new-source-of-news/>, un artículo del 2001 (consultado en abril del 2015) donde explora su idea central: que la blogosfera complementa, “no suplanta”, el ejercicio tradicional del periodismo. Sobre este particular se pronuncia también en parecidos términos otro estudioso norteamericano del fenómeno de la blogosfera, Steve Outing (ver ‘When journalists blogs, editors get nervous’, un artículo publicado en el 2004 y consultado en abril del 2015, donde repasa las opiniones de un grupo de escogidos periodistas y blogueros y concluye a partir de sus manifestaciones la inexistencia de una estrategia alojada en el seno de cada medio para aprovechar todas las potencialidades que encierra ese doble ejercicio profesional). <http://www.editorandpublisher.com/news/when-journalists-blog-editors-get-nervous/>

<sup>279</sup> LASICA, J. D. ‘Blogs and journalism need each other’, en *Harvard Nieman Report Weblogs and Journalism*. Vol. 57. Número 3. The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University, 2003. Consultado en enero del 2016.

Institute, cuya voz es probablemente la más radicalmente favorable a la convivencia entre blogueros y periodistas en el nuevo ecosistema de la comunicación que ya existía en el año 2004, fecha de la publicación del artículo. Para Nachison, que juzga demasiado “draconianas” las limitaciones impuestas por los medios a los redactores que ingresan en su blogosfera, los riesgos de semejante estrategia informativa tan conservadora pueden acabar conduciendo a esos profesionales a dirigir su carrera hacia empresas más respetuosas con la nueva dirección que toma el trabajo periodístico.<sup>280</sup>

Las aportaciones de Lasica, Outing y resto de expertos norteamericanos recién mencionados en este debate nos interesan especialmente porque sus artículos se suelen caracterizar por recopilar las opiniones de otros estudiosos, procedentes de mundos dispares: del académico por supuesto, pero también a partir de la observación empírica de quien ejerce a la vez como periodista y bloguero. Por ejemplo, en el artículo antes citado, Lasica incluye<sup>281</sup> tanto a reporteros como Gillmor (“This is another kind of journalism”, subraya a propósito de la blogosfera) o Searls (“Blogs are personal journalism”, asegura) que hemos incorporado ya en nuestra tesis, como a pioneros de la blogosfera del estilo de Dave Winer, cuyas palabras, de vocación ciertamente iconoclasta, recoge Lasica para dibujar con precisión extrema las fronteras del nuevo espacio que conquistan los medios de comunicación: “Weblogs are the antinewspapers in some ways (...) –Tend to be impressionistic, telegraphic, raw, honest, individualistic, highly opinionated and passionate, often striking an emotional chord”. Una defensa de la idoneidad de los blogueros para ingresar en los medios, emboscada tras una larga retahíla de observaciones que sólo sirven para añadir pertinencia a la exploración de la blogosfera a cargo de profesionales con profunda trayectoria en la era analógica del periodismo.

Nos encontramos de hecho ante parecidos argumentos a los sostenidos por otros autores cuyas opiniones se sitúan en esa misma línea teórica y que nos parece atinado incorporar aquí: Donald Matheson, periodista y bloguero con una fecunda carrera investigadora, indaga en su artículo ‘Negotiating claims to journalism’ en la exploración de cómo la irrupción de los blogs modifica normas, valores y rutinas del

---

<sup>280</sup> OUTING, S. ‘When journalist blog, editor get nervous’, en <http://www.editorandpublisher.com/news/when-journalists-blog-editors-get-nervous/> 2004. Consultado en enero del 2015.

<sup>281</sup> LASICA, J.D. Op. Cit.

periodismo. Su enfoque, centrado en las maniobras emprendidas desde el exterior de la profesión, se basa en una encuesta a cinco bloggers, de los cuales sólo uno de ellos ejerce como periodista: Chris Alden, editor del diario británico *The Guardian*, de donde nace una interesante observación en torno a la posibilidad de entender las maniobras de la blogosfera en el periodismo como una especie de “metaperiodismo”. Una idea que subyace también en las aportaciones de otra experta, Deborah Branscum, a quien Matheson cita como bloguera y periodista *freelance*. Sus reflexiones desde luego pueden ser compartidas no sólo por Matheson, sino por el propio Lasica, como su opinión de que su ejercicio como bloguera representa una apuesta por la libertad creativa que no encuentra en la misma medida cuando actúa como periodista convencional.

En apoyo de las tesis de Matheson, el propio Alden acepta que su trabajo como bloguero “indudablemente” es periodismo en su versión “más cruda” y lo argumenta de esta manera: “I actually have expressed the view before that blogging is journalism, full stop, even if the subject matter is yourself because there’s always the opportunity to be journalistic, and your next entry might be, ‘Oh I went to Starbucks the other day and saw a man getting his head beaten in’...It’s a much more raw form of journalism, there’s no news agenda there other than ‘what I did’—it’s a quite subjective view—but again we have opinion pages in newspapers and no one says that’s not journalism”.<sup>282</sup> Un punto de vista compatible en todo caso con el aportado por otros estudiosos: nos parece en este punto muy relevante recordar las precisiones contenidas en ‘Blogs, la conversación en internet...’, una obra colectiva que hemos mencionado con anterioridad, cuyos autores alertan de que la consideración de periodista no es un atributo que se adquiera sin más, al menos en España, y citan en defensa de su tesis una abundante aparato legal, empezando por el estatuto profesional donde esa labor se incardina textualmente en la organización propia de los medios de comunicación.<sup>283</sup> Se trata de un dictamen que desarrolla otros parecidos, como los que despliegan Merelo, Orihuela, Ruiz y Tricas en su artículo ‘Revisiting the spanish blogosphere’, que hemos mencionado en otras páginas pero que nos parece especialmente adecuado recoger en

---

<sup>282</sup> MATHESON, D. ‘Negotiating claims to journalism: bloggers’ orientation to news genres’. En [http://www.academia.edu/331681/Negotiating\\_Claims\\_to\\_Journalism\\_Bloggers\\_Orientation\\_to\\_News\\_Genres\\_2004](http://www.academia.edu/331681/Negotiating_Claims_to_Journalism_Bloggers_Orientation_to_News_Genres_2004), consultado en mayo del 2016.

<sup>283</sup> ROJAS, O., ALONSO, J. ANTÚNEZ, J.L., ORIHUELA, J. L. y VARELA, J. Op. cit., pp 126-127.



este capítulo porque sirven para describir el promisorio ámbito de exploración profesional que la blogosfera encierra para un periodista. “Cuando un medio de comunicación dispone de un canal propio en una web 2.0 o red social, o cuando un periodista dispone de un medio propio, se convierte en un ‘ciudadano’ más que no ofrece su información, sino que la comparte. El medio, en este caso, experimenta un proceso inverso al del periodismo 3.0, en el que el ciudadano aporta su colaboración a un medio”.<sup>284</sup>

Una visión que, en realidad, ya proponían los teóricos de la blogosfera prácticamente desde su irrupción: como recuerda José Manuel Noguera, un enfoque coincidente puede rastrearse en las opiniones vertidas por Rebeca Blood cuando aludía casi en los albores del universo blog a la conveniencia de observar en las bitácoras un elemento que discutía el discurso oficial imperante propio de los grandes medios de comunicación. Un punto de vista al cual el autor de ‘Blogs y medios...’ al que tantas veces hemos recurrido agrega otras fuentes de autoridad para completar las distintas aportaciones teóricas y ofrecer una cartografía más o menos definitiva de la cuestión: cuando, por ejemplo, recurre al profesor Orihuela en defensa de su idea según la cual la blogosfera permite dotar al periodismo de atributos adicionales más atractivos, inherentes a la nueva fase abierta por el avance de los medios tecnológicos. Un periodismo, en resumen, entendido “como una conversación”; donde el profesional sea capaz de “dar un toque personal a las noticias” y aumente la variedad de fuentes. Un nuevo territorio, concluye Orihuela, donde las bitácoras ya se muestran capaces, mejor que otros productos informativos, de ofrecer respuesta a las crecientes demandas de la audiencia y proponen un ejercicio de la profesión periodística que sabe incorporar a la rutina profesional “nuevos temas y formatos”, además de cumplir con la expectativa de informar “casi en tiempo real”. De paso, también ayuda a los profesionales a mejorar en la gestión de sus errores, una de las debilidades observadas en el desempeño de la prensa tradicional.<sup>285</sup> que pueden corregirse dentro de las características distintivas de la blogosfera mediante el recurso a la figura llamada *watchdog*, una especie de vigilante de

---

<sup>284</sup> MERELO-GUERVÓS, J.J., ORIHUELA, J.L., RUIZ, J.J. y TRICAS, F. Op. cit. p. 61.

<sup>285</sup> NOGUERA, J.M. Op.cit., p. 166.

los fallos cometidos por malas praxis profesionales, cuya emergencia también detalla el propio Noguera en su tesis<sup>286</sup>.

Para los citados Rojas, Alonso, Antúnez, Orihuela y Varela, la carrera profesional del periodista de acuerdo con el canon tradicional puede en cualquier caso ser compatible con la evidencia de que la revolución tecnológica ha variado el antiguo modelo de comunicación y concede una voz relevante a la hasta entonces más o menos muda audiencia. “No hace falta ser profesional para ser periodista”, alertan, en una sentida defensa del periodismo ciudadano que inunda los medios de comunicación con la implantación de diferentes avances tecnológicos, al menos en la hora temprana de despliegue de la blogosfera. Y añaden estos autores una suerte de decálogo en su publicación que oscila entre las dos corrientes de opinión tantas veces recogidas en este capítulo y que podemos resumir en una serie de principios, puesto que nos parece equilibrado y ecuánime<sup>287</sup>:

1. Hay bitácoras que hacen periodismo y otras no.
2. El periodismo no define a los blogs.
3. Sólo hay dos clases de periodismo: el bueno y el malo. Lo mismo se puede aplicar a los blogs.
4. El buen periodismo necesita contenido propio; la mayoría de las bitácoras, no.
5. La globalización empuja a los medios a ser más rigurosos y transparentes.
6. Publicar con más facilidad y menos coste es bueno para todos.
7. Cuanta más facilidad de publicación, más libertad.
8. Los bloggers no deben creerse medios de referencia ni los medios de referencia deben ensoberbecerse.
9. No existe lucha entre medios y bloggers en España, al menos en la fecha de publicación del libro (año 2005)..
10. Un axioma de la blogosfera cada vez más incumplido: que cada cual haga lo que le plazca.

---

<sup>286</sup> *Ibíd.* En concreto, el autor detalla las aportaciones de estudiosos como Hewitt cuando identifican los casos en que esta novedosa práctica surte efectos beneficiosos para el ejercicio del periodismo, que por entonces incorporaba cuatro ejemplos de elevada vigencia: la dimisión del político Trent Lott, las mentiras de su colega de profesión John Kerry, la jubilación anticipada del periodista Dan Rather o el caso del periodista del Times Jayson Blair, que ya hemos comentado en otro capítulo de nuestra tesis.

<sup>287</sup> ROJAS, O., ALONSO, J., ANTÚNEZ, J.L., ORIHUELA, J. L. y VARELA, J. *Op. cit.*, p. 138

Son preceptos que se pueden compartir a la vista del desarrollo de nuestra tesis que observaremos en capítulos posteriores, donde daremos cuenta de la percepción que de su propio trabajo como periodistas y blogueros distingue a los profesionales de las distintas redacciones de Vocento consultados en nuestra encuesta. Pero sí que nos parece pertinente resumir este apartado dedicado a examinar las relaciones entre blogosfera y medios de comunicación incorporando una advertencia que debemos a los autores de 'Blogs, la conversación en internet...' por cuanto ha iluminado algunas de nuestras indagaciones: su reflexión en torno al elevado grado de exigencia que en su desempeño como bloguero debe distinguir a un periodista. La publicación trata con cierta indulgencia, aunque no exime de responsabilidad, a ese perfil de bloguero amateur que se lanza a la conquista de la información en el ciberespacio, pero no absuelve por el contrario a los profesionales del periodismo que ejecutan su exploración de la blogosfera de manera irreflexiva cuando recuerda que sus prácticas deben estar guiadas por los mismos principios de verificación y autenticidad que exigen a quienes compiten en ese mismo espacio de la blogosfera desde un carácter más bien aficionado. Y citan en su obra colectiva, en defensa de semejante tesis, a Walter Lippmann, el gran teórico del periodismo clásico, cuando reclaman una conducta propia del canon del oficio al periodismo que ingresa profesionalmente en la blogosfera: la objetividad, decía Lippmann, no es el fin sino el método.

Un dictamen que conduce a Rojas, Alonso, Antúnez, Orihuela y Varela a descartar como periodistas a una gran parte de quienes operan desde la blogosfera amateur, por supuesto, pero que también les invita a incluir la siguiente alarma: la mayoría de medios tradicionales tampoco superaría esa prueba. Que es donde reside, en nuestra opinión, la clave del debate entre periodismo y blogosfera: entender este último espacio, como proponen algunos autores, no como un propósito en sí mismo sino como un territorio para explorar las posibilidades de una nueva concepción del oficio. Un espacio donde los medios de comunicación pueden encontrar satisfecha su antigua pretensión de establecer un diálogo regular y fecundo con su audiencia, el escenario que surge naturalmente cuando las redacciones se dedican a bloguear y triunfan algunas de las características que distinguen a la blogosfera, de especial interés para el trabajo periodístico: ese momento, hacia el año 2005, en que blogosfera y medios de comunicación plantean un diálogo mutuo, donde estos últimos empiezan a expresar algunas de las evidentes ventajas que acompañan al nuevo paradigma informativo.

Porque, siguiendo las pautas contenidas en ‘Blogs, la conversación...’ que son igualmente compartidas por otros autores (como los reclutados por el profesor José M. Cerezo para el libro ‘La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital’, que hemos mencionado anteriormente con profusión), de repente se observan los beneficios de la desaparición de la intermediación tradicional entre emisor y receptor, la potencialidad que encierran renovados conceptos como la cita y el enlace al servicio de un discurso hipertextual que multiplica en número y calidad las audiencias de cada medio. El subjetivismo, en consecuencia, entendido no tanto como una noción directamente descartable de las maniobras periodísticas sino como un posible aliado que tiende a generar confianza en el lector.

Estos autores alertan también de otra fuentes de aprovechamiento para los medios que ingresen en la blogosfera, como la emergente defensa del conocimiento en red frente al tótem clásico de periodista omnisciente<sup>288</sup>, aunque no dejan de aconsejar también cierta prudencia en la velocidad de implantación en ese nuevo espacio: por ejemplo, subrayando que las necesarias fronteras entre información y opinión tienden a difuminarse en el territorio donde los periodistas se transforman en blogueros. Hasta el punto de que la discusión en torno a los límites y contaminación mutua entre periodismo y blogosfera amenaza con quedar superada por el paso del tiempo, cuando los bordes entre uno y otro mundo se difuminan por verse embarcados ambos universos en ese proceso de objetivos y medios compartidos del que alertamos en este capítulo. Se trata de un punto de vista que otra especialista, Nuria Almirón, despliega con lucidez en su artículo ‘La verdad en internet’.

En esta obra, escrita a propósito de la efervescente aparición de los llamados ‘warblogs’ en la guerra de Iraq, acontecimiento que incluye en el subtítulo de su obra, Almirón desarrolla ya en el lejano el año 2004 una interesante teoría sobre cómo “la respuesta a la pregunta de si los weblogs son una nueva fórmula periodística ha quedado respondida en función de unos parámetros que, en caso de cumplirse, suponen la posibilidad de considerar este nuevo formato como verdaderos ejercicios de periodismo, un nuevo género para algunos”. La autora confirma, como resultado de su experiencia en el análisis de esas bitácoras creadas para una cobertura coyuntural propia de un

---

<sup>288</sup> ROJAS, O., ALONSO, J. ANTÚNEZ, J.L., ORIHUELA, J. L. y VARELA, J. Op. Cit., pp. 156-158. Los autores citan expresamente en este capítulo los hallazgos de teóricos como Lasica y Outing, que ya hemos analizado en nuestra tesis.

conflicto bélico, “el rápido interés que los medios tradicionales han tenido por integrar” los blogs en sus agendas. El dictamen de Almirón sirve para confirmar una predicción que desarrolla en ese mismo artículo, según la cual, en efecto, cuando la blogosfera irrumpió en el ecosistema informativo lo hizo para quedarse, una opinión que el paso del tiempo ha contribuido a corroborar<sup>289</sup>. En efecto, anota cómo la BBC, la corporación británica que en el conjunto del paisaje mediático más rápidamente se distinguió por incluir la blogosfera dentro de su oferta informativa, llegó a regular su estrategia por escrito, como recuerda Noguera en su estudio antes mencionado con reiteración sobre blogs y medios, donde desvela que nos encontramos ante un procedimiento compartido entre editores y redactores, sustanciado además en la creación de una wiki interna donde unos y otros intercambiaron pareceres e implantaron una nueva rutina profesional. Una práctica aplicada simultáneamente por otros grandes medios de comunicación, venciendo así unas cuantas reticencias: por ejemplo, la extendida impresión de que la misma noción de regulación debería ser ajena a los rasgos de toda blogosfera.<sup>290</sup>

Delimitados en definitiva los confines de ese escenario de intereses compartidos, resuena entre la mayoría de fuentes de autoridad consultada la voz de quienes observan más ventajas que inconvenientes en la alianza entre blogosfera y medios de comunicación, más o menos alejadas aquellas prácticas iniciales durante las cuales los medios de comunicación interpretaron la aparición de la blogosfera como una invitación a la pura canibalización de contenidos.<sup>291</sup> En realidad, las posibilidades de desarrollo

---

<sup>289</sup> ALMIRÓN, N. ‘La verdad en internet: la contribución de los weblogs. El caso de los warblogs en la guerra de Iraq’. *Estudios de Periodística XI. El periodismo, motor de cultura y de paz*, Barcelona: SEP, 2006., p. 128. En este artículo, que habíamos citado ya a propósito de otra aportación bibliográfica de la misma autora, incluye una frase recogida por Steve Outing, pronunciada por Len Apcar a este propósito de incorporar la blogosfera a la oferta informativa de un medio. Apcar, redactor jefe del New York Times, opinaba lo siguiente: “Blogs are a fine médium (...) and hints that more experimets are to come. But in terms of a staff member writing a personal blog: forget it, for the most part”. Un pesimista dictamen que, hay que insistir, obedece con cierta seguridad a la temprana fecha en que Almirón publicó su ensayo y que el paso del tiempo ha servido para desmentir, al menos en buena parte, según nuestro propio análisis de la blogosfera de Vocento.

<sup>290</sup> NOGUERA, J.M., Op. cit., p. 180. Cita otros casos donde la práctica regulatoria no conoció el mismo éxito, como la CBS, cadena norteamericana de televisión que optó por un modelo regulador más laxo.

<sup>291</sup> ROJAS, O., ALONSO, J. ANTÚNEZ, J.L., ORIHUELA, J. L. Y VARELA, J. Op. Cit., p.161. A este respecto incluimos la teoría de profesor Orihuela, quien detalla en tres clases de fenómenos las consecuencias de esa admitida idea de canibalización: por un lado, cuando un medio convierte en columnista a un bloguero; por otro, cuando se decide bautizar sin más como blogs lo que hasta entonces eran columnas propias de la oferta informativa del medio. Y, por último, cuando ficha a un bloguero de otro medio para incorporar su bitácora a la mencionada oferta.

que ofrece esa sociedad de auxilios mutuos para el ejercicio del periodismo retrotrae sus prácticas a las invocaciones de los maestros fundadores del oficio. No por casualidad, el capítulo dedicado a este particular en el libro ‘Blogs, la conversación en internet...’ se cierra con una cita del periodista César González Ruano, leyenda de la prensa del siglo XX español, quien dejó escrito lo siguiente: “Lo personal, lo íntimo, es lo más universal. Y lo que mejor comprende la gente”. Una opinión incluida en su ‘Arenga de la crónica’, que los autores del mencionado estudio ponen al servicio de su idea central: la reivindicación de la pertinencia de incorporar algunos de los atributos que caracterizan al bloguero a las rutinas profesionales. De manera que proponen que a los hábitos propios del periodista, elementos como el relato y lo factual, se agreguen otros rasgos distintivos: por ejemplo, el género dialógico tan inherente a la blogosfera o el gusto por la visión personal del mundo que vertebra las exploraciones de tantos periodistas en sus bitácoras, como podremos acreditar en los capítulos de la tesis que ahora reclaman nuestra atención. Donde observaremos si se cumple la visión, a nuestro juicio muy estimulante, de José Manuel Noguera, cuando defiende la siguiente opinión: “El blog se presenta como uno de esos espacios donde el periodista puede asumir nuevos retos: encontrarse con los usuarios, construir diferentes relatos multimedia y abrirlos a la participación de los lectores, aceptando que éstos se incorporan como un actor más al proceso de verificación de una noticia”. En resumen, “un profundo cambio de actitud en la profesión periodística”.<sup>292</sup>

Un punto de vista coincidente con el expresado por David Herrera en las conclusiones de su propia tesis sobre la blogosfera en los ciberdiarios españoles; aunque se trata de un prolijo relato con casi una veintena de reflexiones, nos parece oportuno subrayar alguna de las contenidas en ese capítulo. Por ejemplo, su certeza de que “los blogs de los ciberdiarios de referencia se constituyen ya como un marco para la reinención de todos los géneros periodísticos de la prensa escrita”. A juicio de Herrera, “los blogs se han consolidado como una parte más dentro de las respectivas estrategias de contenidos de las ediciones en línea de la prensa de referencia”<sup>293</sup> Además, concluye que debe aceptarse que “los blogs se han erigido en un marco propicio para la potenciación de las diferentes áreas del periodismo especializado”, según una teoría que

---

<sup>292</sup> NOGUERA, J.M., Op. cit., p. 166. Una teoría que Noguera argumenta basándose en las aportaciones de otra autora, Correyero, a quien ya hemos mencionado en estas páginas,

<sup>293</sup> HERRERA, D. Op. cit., p. 469.

incorpora a continuación una advertencia de gran utilidad para afrontar los capítulos que se avecinan, aunque su enunciado pueda sorprender en un primer momento: su certeza de que “los periodistas veteranos son los que mejor aprovechan la fractura temporal del ciberperiodismo”.





## 9. LA BLOGOSFERA DE VOCENTO

### 9.1. Introducción.

El presente capítulo examina con detalle la experiencia de los centenares de periodistas de los diarios regionales de Vocento que alguna vez se animaron a convertirse en miembros de la blogosfera. Se trata de un análisis que combina la prospección cuantitativa con la cualitativa: es decir, no sólo nos ocuparemos en este apartado de identificar quiénes son esos blogueros o qué responsabilidades ejercen en cada medio donde desarrollan su tarea, sino que también nos interesará saber qué temáticas abordan en sus incursiones en el mundo digital o bajo qué género bloguean<sup>294</sup>, así como qué estilo les caracteriza. Igualmente indagaremos sobre el ejercicio de sus labores en el ciberespacio de acuerdo con la pericia observada en el recurso a hiperenlaces, multimedialidad, interactividad o a cualquier otro atributo propio del periodismo digital,<sup>295</sup> puesto que ya hemos observado en páginas anteriores que para un elevado número de miembros de la comunidad científica este tipo de prácticas, (como el fomento pertinaz de la hipertextualidad, entendida como un rasgo singular del ciberperiodismo), garantiza de hecho una exploración más cabal de la blogosfera. Al

---

<sup>294</sup> HERRERA, D. Op. cit, p. 471. Para la categorización del desempeño de los blogueros analizados nos ha parecido de interés recordar algunas consideraciones extraídas de su tesis en torno a la blogosfera en los ciberdiarios españoles, ya analizada en anteriores capítulos, por cuanto algunas de sus conclusiones tienen que ver con el objetivo de este capítulo. Según Herrera, la columna de opinión es “el género periodístico por excelencia”. Aunque también acepta que “la concepción de los blogs como herramienta generadora de opinión varía en función del ciberdiario”, sostiene igualmente que “los blogs de ciberdiarios han propiciado la reinención de ciertos géneros periodísticos hacia nuevos modelos con espíritu bloguero”. Con una reflexión adicional: su percepción sobre la “limitada” evolución de los géneros hacia un modelo ciberperiodístico

<sup>295</sup> PÉREZ MARCO, S. Op. Cit, p. 44

mismo tiempo, también contribuye a alimentar su propia identidad digital<sup>296</sup>, por cuanto estos teóricos mencionados (algunos de los cuales volverán a aparecer en este capítulo) tienden a sospechar de todo ciberperiodista cuyas prácticas se limitan a gestionar su blog mediante una mentalidad propia de lo que tendemos a denominar como era analógica<sup>297</sup>: como si esa debilidad en su exploración de la blogosfera invalidara de hecho sus conquistas en el emergente periodismo digital.

Nos encontramos ante un paso previo, por lo tanto, al análisis más minucioso de las aportaciones recogidas entre el censo de periodistas/blogueros de Vocento, que se materializará en el siguiente capítulo a partir de sus respuestas a la encuesta que les remitimos y que fueron contestando en un elevadísimo porcentaje. Las páginas que siguen, por lo tanto, deben interpretarse como una cartografía. Gracias a las contribuciones generosas de los diferentes responsables de la versión web de cada medio, hemos podido elaborar este censo que ofrece una fotografía bastante real del estado de la cuestión. Dispone además de las ventajas y desventajas de las fotografías cuando adquieren movimiento: por un lado, permiten observar la evolución de este núcleo irradiador de ciberperiodismo, pero también es cierto que su vertiginosa evolución complica la gestión de los datos puesto que, como es norma por otro lado en el ejercicio del periodismo, se observan en las propuestas editoriales titubeos, oscilaciones, cambios de orientación... El signo evidente de que, también en la blogosfera, los diarios se adaptan a su propósito fundacional: el retrato de la realidad circundante, siempre móvil. La prueba, en consecuencia, de que estas todavía precoces

---

<sup>296</sup> HERRERA, Op. Cit, p. 475 También aborda este autor las consideraciones en torno a la adquisición entre los blogueros españoles, señaladamente quienes ejercen esa labor en el marco de la blogosfera alojada en un diario, de herramientas acordes con ese desempeño digital. En sus conclusiones, observa cómo en los ciberdiarios que analiza para su tesis “más de la mitad de los posts carece de enlaces” y se lamenta por la “pobre integración de los recursos multimedia”, aunque superior a la de la hipertextualidad”. De donde resalta que en los casos estudiados “la integración multimedia se efectúa solo mediante imágenes y vídeos”.

<sup>297</sup> Aunque indagar en torno a la cuestión ontológica sobre el concepto de hipertexto no figura entre los objetivos fundamentales de esta tesis, nos parece oportuno citar de nuevo las aportaciones de autores como la propia Pérez Marco, por mencionar algunas de las investigaciones que plantean la conexión evidente entre este concepto y la noción de ciberperiodismo y desarrollan ámbitos de estudio comunes. Es el caso del estudio de la profesora LARRONDO, A., en ‘La investigación sobre hipertexto: fundamentación teórica del ciberperiodismo y caminos de la docencia’, en *Revista Anàlis. Quaderns de comunicació y cultura*. Número 36. Universidad Autónoma de Barcelona, 2008. La propia Larrondo menciona como fuente de autoridad la trayectoria investigadora del experto noruego Martin Engebretsen. Algunas de cuyas aportaciones recogen los científicos también escandinavos Grodal, T., Larsen, B. y Laursen, I. T. en la obra *Visual Authorship*, editada por la Universidad de Copenhague en el año 2004.

exploraciones en la blogosfera se dibujan sobre un mapa informativo en permanente búsqueda de su propia personalidad.

La primera conclusión que puede extraerse de este mapa guarda en consecuencia relación directa con la autonomía de que gozan los diarios regionales de Vocento para tejer sus propias estrategias editoriales. Se observará en cada uno de los doce casos (*El Correo, El Diario Vasco, El Diario Montañés, La Verdad, Ideal, Hoy, Sur, Diario LA RIOJA, El Norte de Castilla, El Comercio, Las Provincias* y *La Voz de Cádiz*) una uniformidad bastante acabada en los apartados de diseño y puesta en página, tipografía y otros detalles formales, que sin embargo se corresponde con una no menos cierta heterogeneidad de la política de creación e impulso de los blogs. Cada periódico interpretó a su manera el ingreso en la blogosfera, lo cual depara sorpresas y diversidad en el examen concreto de la panoplia de blogs que cada cual gestiona, aunque también una estrategia ciertamente coincidente en sus líneas básicas. **Fernando Belzunce**, director de innovación editorial de Vocento, recuerda que su grupo “tiene una red de periódicos regionales que comparten una visión común tanto en sus ediciones impresas como digitales”. Detalla a este respecto que esa integración “permite un considerable ahorro de costes -desde la compra conjunta de papel, licencias de *software* o equipos pasando por el mantenimiento técnico o la contratación incluso de servicios- y aporta una serie de inversiones que para una cabecera independiente no serían viables, como la existencia de una potente red de corresponsales en el extranjero o de una redacción central en Madrid que provee de todos los contenidos de interés común”. Y añade Belzunce: “También los periódicos comparten diseño, apuesta gráfica, etc...”.

Un planteamiento que, como advierte, se extiende a los diarios de Vocento también en el universo digital: “Aparte de los contenidos comunes y el planteamiento gráfico, el grupo gestiona la publicidad nacional y provee de un marco tecnológico común a todos los portales, así como de una misma estrategia de producto”. De modo que podemos extraer una primera conclusión muy evidente, central para el objetivo de nuestra indagación: “Los productos digitales de las caberas regionales parten de un planteamiento compartido. Tanto la web como las aplicaciones ofrecen el mismo diseño y la misma experiencia a los usuarios”. “Digamos que el continente es común y que lo que cambia es (en la parte local) el contenido”, prosigue Belzunce. “Cada medio tiene, por supuesto, autonomía editorial y autonomía también para llevar a cabo otras acciones relacionadas con la web, como pueden ser la creación de determinados canales. En ese

sentido”, continúa, “hay una larga experiencia de confianza. El grupo orienta, supervisa, marca la estrategia editorial, tanto en la creación de contenidos (tipologías, vídeos...), en su publicación y su compartición, como en la gestión de los mismos a través de las redes sociales o el posicionamiento en buscadores”. “Hay un control de calidad, por supuesto, pero suave y siempre desde el punto de vista de garantizar un estándar en los contenidos o el mantenimiento de los objetivos trazados en el ejercicio”, resume.

## 9. 2. Algunas consideraciones preliminares.

Previamente a acometer el análisis de la blogosfera de Vocento, nos ha parecido oportuno precisar dos detalles nucleares para la elaboración de este capítulo. Como ya hemos advertido en el capítulo inicial de nuestra tesis, decidimos extraer del análisis de contenido de los blogs alojados en la web de *Diario LA RIOJA*, sobre la que ejerce sus responsabilidades el autor de la tesis, puesto que pensamos que esa excesiva proximidad podía enturbiar los resultados de la investigación. Por el contrario, sí que se incluirá en el siguiente capítulo la suma de aportaciones obtenidas por los periodistas y blogueros que ejercen en ese mismo diario por cuanto se trata de una aproximación estadística que no exige una valoración subjetiva y por lo tanto sus respuestas ayudan a configurar el estado de la cuestión.

También se ha evitado comentar, cuando analizamos la blogosfera del periódico *El Correo*, el blog que tutela en ese diario el director de esta tesis, el doctor **César Coca**, por motivos obvios. Tampoco forma parte del conjunto de periodistas encuestados, por las mismas razones.

Igualmente, debemos anotar otra precisión preliminar: que el estudio de la blogosfera de *La Voz de Cádiz* se limitará al análisis sucinto de dos de sus blogs, los únicos custodiados en la fecha de elaboración de esta tesis por profesionales de la redacción. Los vaivenes editoriales que han afectado a este periódico impedían, como advierten sus responsables de redacción, la constitución de un parque homogéneo y musculado de blogs, de modo que su aportación era escasa para el conjunto de la tesis y si incluíamos a los periodistas de este periódico entre los receptores de la encuesta cuyo análisis engrosa el siguiente capítulo sus respuestas, se corría el riesgo de distorsionar

nuestras conclusiones; entre otros factores, porque uno de ellos ni siquiera lo tiene alojado ya en su propia web. Se trata del blog ‘El Obélix de San Félix’, una singular y atractiva experiencia que corrió a cargo del periodista **José Landi**. Un blog gastronómico cuyo autor decidió que emigrara a otra plataforma web, donde ahora se puede consultar bajo una denominación igualmente distinta, que conserva algo del título original: ‘L’obeli’.

Otro miembro de la actual redacción del diario digital gaditano que mantuvo durante un tiempo un blog es **María Almagro**, autora de ‘Por el amor de Dior’, una experiencia que mantiene abandonada pero que representó mientras lo mantuvo actualizado un saludable ejercicio periodístico que ayudaba, como otros blogs destinados a la información sobre moda, a completar la oferta informativa de su diario prestando atención a un frente noticioso que sufre a menudo problemas para aparecer en la agenda diaria. ‘Por el amor de Dior’, modélicamente ejecutado mediante la sabia utilización de recursos visuales y empleo de hiperenlaces, se caracterizaba por un esmerado diseño que incorporaba numerosas categorías temáticas para facilitar la experiencia lectora y estaba escrito en una prosa ágil y desenfadada que encajaba bien con el universo temático elegido por Almagro. Actualizado con desigual frecuencia, dejó de aparecer en marzo del 2015, coincidiendo con otras exigencias profesionales de su autora que le impedían la atención mínima imprescindible para mantener con vida su blog.

### **9. 3. El caso específico de la blogosfera de ‘Diario LA RIOJA’**

Aunque ya hemos advertido que, por las razones arriba mencionadas, descartamos el análisis detallado de los contenidos de la blogosfera de *Diario LA RIOJA*, sí que nos ha parecido relevante, no obstante, contar con el punto de vista del jefe de actualidad de la web del periódico riojano, **Pablo Álvarez**, quien resume en estas líneas la estrategia seguida por su periódico en la construcción de su blogosfera a partir de las aportaciones de la redacción. A su juicio, debería advertirse como primer acercamiento a la blogosfera del diario la siguiente cuestión: la necesaria distinción entre la estrategia puramente empresarial, “es decir, del conjunto del estamento

editorial”, y la seguida “dentro del departamento de internet concretamente”. De ahí nace su primera conclusión: “En el primer caso, habría que decir que no ha habido una estrategia como tal. *Diario LA RIOJA*, como institución, nunca ha animado a sus periodistas a tener un blog y siempre se ha tenido como un esfuerzo más bien personal de un redactor particularmente sensible”. “De hecho”, asegura Álvarez, “durante muchos años la resistencia a que los redactores emitieran opiniones propias en las redes sociales o blogs propios sirvió como freno a la creación de bitácoras personales”.

Segunda conclusión, que se deduce de la anterior: que la presencia de blogs dentro de la redacción “ha sido más limitada a priori de lo deseable”. “Y su frecuencia de actualización tampoco es la mejor”, afirma. Y añade: “Algunos de ellos sirven simplemente como traslación de lo publicado por el redactor unos días antes, sin contenido original”. Una observación que luego matiza: “Aún así, en una redacción limitada de tamaño como es la de *Diario LA RIOJA*, hay al menos media docena de blogs con contenido original y actualización frecuente, pero son fruto de un esfuerzo e interés personal más que de una estrategia consciente”. Según esta visión que enuncia Álvarez, debe advertirse que, sin embargo, dentro de la propia estrategia de la sección digital del diario “sí que se ha intentado dar a los blogs propios una presencia generosa, buscando que los redactores que hacían ese esfuerzo adicional se sintieran de algún modo recompensados”. ¿Cómo? Álvarez cita un punto de inflexión ocurrido en el año 2014, cuando la plataforma de blogs de *Diario LA RIOJA* dejó de estar abierta. Una medida que pretendía “resaltar el trabajo de los blogs llamados de autor”, de manera que se distinguieran de lo que denomina “un marasmo de blogs, en muchos sin calidad y en otros directamente fruto del *spam*”. Una decisión que no tuvo mucho éxito, reconoce, de modo que “los pocos blogs que surgieron no tuvieron mucha continuidad”. Por el contrario, sí que ha conocido cierto éxito una serie de medidas implantadas desde la dirección de la web, dirigidas a premiar a los periodistas blogueros mediante la promoción de sus artículos, favoreciendo la visibilidad en portada “por encima de lo que dictaría el estricto interés informativo”, para estimular el esfuerzo del redactor. En resumen: “Los blogs tienen además presencia tanto en el menú de primer nivel de portada como en módulos y posiciones intermedias en prácticamente todas las portadas de la web y tendemos a favorecerles en redes sociales”.

Su punto de vista (fortalecido por cierto por su propio desempeño como bloguero, en algún caso con carácter pionero dentro de su diario y también dentro de

Vocento) nos parece que queda mejor completado con las aportaciones que los miembros de esa redacción incorporan en la encuesta cuyo contenido se desgana en el capítulo siguiente. Puesto que, como ya acabamos de advertir, hemos renunciado al análisis de contenidos de ese parque de blogs por las mencionadas razones de excesiva proximidad profesional al redactor de la tesis, resultaba interesante a nuestro juicio no sólo incluir a los blogueros/periodistas de *Diario LA RIOJA* entre el total de quienes contestan a nuestra encuesta, y permitir por lo tanto que sus respuestas contribuyeran a construir el estado de la cuestión del conjunto de la blogosfera de Vocento: también parecía pertinente destacar aquellos aspectos que los propios consultados señalaran como distintivos de su doble quehacer, como periodistas y como blogueros. Sobre todo, para evitar en lo posible que las opiniones que sirvieran para enriquecer nuestra visión del universo de esta tesis pudieran quedar marginadas.

No hemos, por lo tanto, abundado en aquellas respuestas que encajan con el tono de contestaciones global al conjunto de la encuesta. Sólo nos hemos decantado por desarrollar en este apartado, aunque fuera a título de inventario, algunas reflexiones que sí identificaban a sus autores con una mentalidad más particular y enriquecedora de nuestra investigación. Por ejemplo, nos ha llamado la atención que alguno de los consultados, como **Pío García Tricio**, admita que durante su desempeño como bloguero ha comprobado que puede llegar a lectores “que han abandonado ya el papel”. O que otra autora, **África Azcona**, entienda que su quehacer como bloguera le permite “poner de relieve asuntos que de otra manera hubieran pasado desapercibidos”. Por otro lado, hay quien aprovecha para agradecer el impulso que recibió de sus responsables jerárquicos para animarse en esta experiencia, luego de otros proyectos fallidos en la blogosfera, y también se felicita (en las antípodas de otros blogueros de su mismo grupo, como más tarde advertiremos) de la política de mayor control de los comentarios implantada por Vocento para permitir una conversión más limpia con el público.

Ese es, por ejemplo, el caso de **Belén Martínez Zaporta**, quien incluye en su encuesta la siguiente opinión: “El periodismo es periodismo siempre, sólo cambia el medio de expresión”. Y añade: “Nuestra profesión es personal, cómo olvidarnos de que somos periodistas. Quien es periodista, lo es las 24 horas”. “Por supuesto, el blog me reporta una gran satisfacción personal”, concluye.

## 9. 4. La blogosfera de *'Ideal'*

El diario granadino puede servir a nuestra tesis como un concentrado de gran parte de las peculiaridades que encontraremos en el estudio del resto de cabeceras de Vocento. La primera característica llamativa tiene que ver con su director: **Eduardo Peralta** es uno de los raros máximos responsables de un periódico de este grupo editorial que gestiona su propio blog. Se titula 'Carta del director' y, en efecto, se trata exactamente de eso que enuncia: el artículo semanal que cada domingo, en el formato de carta, el director del periódico publica como una pieza típica del género de opinión. ¿Por qué entonces el resto de sus colegas de Vocento no imita esta táctica? Sería tan sencillo como verter en digital lo ya publicado en analógico, una práctica que no requiere de excesivos conocimientos tecnológicos y que observa otras ventajas. Por ejemplo, que además de servir como repositorio para dichos artículos, una especie de archivo digital de extraordinarias posibilidades, dicho blog contribuiría, como sucede en el caso de Peralta, para que un profesional destacado del periodismo tradicional pudiera traspasar al lado digital, examinar sus características, intuir otras exploraciones más ambiciosas... De paso, el blog permite a sus gestores ganar en relevancia ante la opinión pública de su territorio, cuestión especialmente garantizada para quienes escriben desde esa posición de autoridad propia del director de un medio líder en su ámbito geográfico. Lo cierto es que por causas diversas, que analizaremos más adelante, la idea de que la 'Carta del director' de cada domingo se transforme en blog cuenta entre los directores de los regionales de Vocento con pocos seguidores.

La segunda nota significativa de la oferta informativa del diario *Ideal* en la blogosfera es su homogeneidad. Su carácter compacto, su elevada coherencia. En cantidad (dispone de dieciocho, una cifra bastante cabal teniendo en cuenta el conjunto de recursos humanos con que cuenta la redacción) y en calidad: observa un ajustado equilibrio en áreas temáticas (desde el citado artículo de opinión del director hasta ámbitos informativos propios de la prensa tradicional como el deporte, las noticias de tribunales o el fotoperiodismo) y también apuesta por implicar en su creación y gestión



a diferentes miembros de la redacción, incluyendo a quienes ocupan la cúspide de la pirámide jerárquica. **José Enrique Cabrero**, responsable digital del diario, subraya a este respecto que “los blogs han sido desde el principio una herramienta libre” para *Ideal*. “No ha habido una dirección desde el periódico sobre cuánta periodicidad debían tener. Ni sobre su contenido, su forma o estilo”, añade. Y recuerda que “la mayoría de los blogs nacieron publicando un par de post a la semana y algunos, uno cada día. Curiosamente”, prosigue, “los que apostaron por una actualización diaria o casi diaria son los que hoy siguen vivos”, como es el caso de los gestionados por Quico Chirino y Carlos Morán en alianza con el juez Emilio Calatayud, un curioso ejemplo que analizaremos a continuación. Cabrero, quien opina que “el blog ha caído en desuso, ahora se prefiere el artículo de opinión”, reconoce que la estrategia de su diario sobre la blogosfera se caracteriza por una extrema independencia: los propios redactores ejercen como editores “y ellos mismos deciden cuándo publicar”.

El blog de Eduardo Peralta puede ilustrar además las vicisitudes propias que encontraremos más adelante en otros casos propios de plantillas de redactores con una edad media más bien madura: la migración hacia el ciberperiodismo de un profesional ya veterano, que detecta en estas maniobras una adecuada pista de aterrizaje para explorar las particularidades propias del periodismo digital. Peralta se limita, como él mismo explica en la encuesta cuyo contenido analizaremos en el siguiente capítulo, a verter en su blog el artículo de opinión dominical, aunque no lo hace de manera sistemática: del análisis de su trayectoria digital se deduce que hay semanas en que descarta clonar los contenidos analógicos en el éter. Porque de eso en realidad trata su blog: de trascender al universo digital a partir de la misma pieza que con anterioridad ha publicado en el papel. Por lo tanto, nos encontramos ante un artículo típico del género de opinión, donde triunfan con frecuencia las temáticas de orden político. El blog oscila entre un doble enfoque: dominan entre sus artículos aquellos alumbrados a la luz de las polémicas de la política nacional, sujeto su autor a las variaciones que registra la vida pública, pero no rechaza situar el foco en el ámbito más cercano como por otro lado corresponde a un periodista que ejerce su influencia sobre un territorio preciso y delimitado: Granada, por supuesto, pero también Andalucía.

De hecho, prácticamente todas las entradas que Peralta dedica a su blog durante el año 2016, tienen que ver con la controvertida política nacional. Ese mismo año

anotamos sin embargo algunos casos del otro péndulo hacia el que gravita su ejercicio como bloguero, como cuando se pronuncia en torno a los avatares de relevantes dirigentes socialistas andaluces implicados en casos de corrupción o cuando encara la actualidad más local a propósito de las peripecias también judiciales/políticas del alcalde de Granada: así sucede en la entrada que publica en mayo de ese mismo año. Un caso por lo tanto austero de utilización de la blogosfera, que dispone no obstante de un atributo adicional de elevado interés para la construcción de una conexión más directa con la opinión pública hacia donde se dirige, como el propio autor explica: su desempeño como bloguero también le sirve “para ampliar audiencia”.

El caso de Peralta guarda alguna semejanza con el de su compañero **Juan Jesús Hernández**, jefe de información de *Ideal* y, por lo tanto, personalidad de extraordinario peso en la redacción. Su blog, titulado ‘Ya no hay temor de Dios’, representa un ejercicio del periodismo clásico desarrollado por otras vías. Más carga opinativa, mayores licencias de estilo y una ambiciosa voluntad de absorber el conjunto del panorama informativo local, que le lleva a reflejar en sus distintas entradas la riqueza propia de semejante empeño: de lo microlocal a lo nacional, de la política a pequeña escala a la reflexión en torno a los distintos afluentes informativos que tributan al río madre de la noticia, sus incursiones son escasas en frecuencia pero de gran riqueza editorial. Estupendamente dotado para la escritura, Hernández picotea en la escena informativa para extraer de ella un enfoque singular. Sus artículos se acercan por lo tanto a los rigores propios del género de opinión, pero con un toque costumbrista en numerosos de ellos que los emparentan con ese tipo de periodismo que en España hizo fortuna en ciertos momentos históricos. Sus antecedentes pueden encontrarse en ese célebre periodismo de café, tan propio de los maestros de comienzos del siglo XX (Camba, Plá, Gaziol), que luego se refrescó a finales de la misma centuria, cuando se consolidó la prensa en democracia y fue por lo tanto habitual este tipo de reporteros que mezclan en sus piezas una opinión documentada sobre el tema que aborden con la anécdota o el enfoque que nace de su observación de la realidad más cercana.

Así ocurre con algunas piezas que Hernández incorpora a su blog: ‘A-7, del arroz caldoso de El Cateto a Rajoy’, entrada publicada en octubre del 2015, se ofrece como un acabado ejemplo de esta maestría con que su autor disecciona la realidad política pero puesta al servicio de una mirada próxima a las inquietudes del lector que no disponga de tanta información. Son entradas teñidas de un fino sentido del humor, de

gusto por el detalle, que permiten concluir que Hernández expresa sobre todo un don primordial: su experiencia. Escribe con conocimiento de causa y aborda, fruto de ese exagerado conocimiento de cuanto le rodea, las cuestiones más diversas; en ocasiones, con un marcado acento reivindicativo a favor de Granada, de modo que llega incluso a regañar a los dirigentes políticos de la provincia y la región que se alejan del sentir ciudadano: ‘¿Qué será de Jaén o Almería? ¿Y de Huelva y Cádiz?’, una entrada de noviembre del 2015, sirve como ejemplo de esta tendencia detectada en otros artículos perfumados por ese mismo tono combativo. Un blog que encaja bien con la tipología que ya hemos analizado en los capítulos anteriores: en la línea del periodismo más comprometido con la defensa de los valores ciudadanos y de la contribución a formar una opinión pública más libre y responsable. La esencia de los valores fundacionales del periodismo que emergen puestos al servicio de su vertiente digital.

En sentido descendente en la escala jerárquica del periódico, el siguiente bloguero cuya trayectoria analizamos es su jefe de Local: **Quico Chirino** es autor del blog ‘Rumore, rumore’. En él, bajo la apariencia tradicional de las piezas del periodismo de opinión, Chirino vierte su conocimiento de primera mano sobre los vericuetos de la política granadina. Nos encontramos en consecuencia ante un blog situado en la línea de los dos analizados previamente: como también es visible en los casos de Peralta y Hernández, Chirino aprovecha su experiencia como periodista en un territorio muy concreto para manejar con sutileza los enredos de la vida pública granadina y servir a la audiencia unos artículos de notable libertad estilista. Es un bloguero fértil, que puede publicar hasta tres artículos por semana (como ocurre durante el mes de septiembre del 2016), dotado de un ágil y contagioso ritmo narrativo, dominado por un sentido del humor suavemente irónico que emplea para retratar la vida granadina con precisión y entusiasmo, así como con ecuanimidad. Chirino se sitúa también en este caso en la línea que ya observamos estudiando las aportaciones de su compañero de redacción Juan Jesús Hernández: ese periodista ciudadano que mira a su alrededor para a continuación trazar líneas informativas entre los distintos frentes abiertos por la noticia, ubicarlas en su contexto adecuado y acabar relacionando la actualidad más palpitante con los ecos de otros hechos ocurridos en el pasado que ayudan a comprender el presente. Aunque donde su ingenio se manifiesta en su expresión más ambiciosa probablemente sea cuando recurre a anécdotas propias de su vida particular, de la que extrae enseñanzas y hasta moralejas de utilidad general. Por

ejemplo, en su brillante entrada titulada ‘No aparcar. Gitano malo’, que se inscribe en la línea del articulista vigente incluso desde Larra, por buscar un precedente lejano, pero que encuentra también referencias en otros casos más cercanos: recuerda en su tono a los diarios que llevó durante largo tiempo en los periódicos El País y El Mundo el escritor y periodista Paco Umbral. Desenfadado sentido del humor, gran libertad de estilo y esa capacidad propia de los buenos articulistas para explorar el mundo común a sus lectores colocando en primer plano una experiencia personal: los rasgos de un buen reportero, trasladados al ciberespacio.

Nada tienen que ver estos tres blogs citados con el cuarto que analizaremos a continuación. Se titula ‘Blog del juez Calatayud’ y su autor principal, aunque parezca contradictorio con la declaración de principios que encierra esa nomenclatura, es **Carlos Morán**, periodista especializado en tribunales, cuyo estilo huye por lo general de las piezas de estilo opinativo y prefiere abrazar el informativo. No la pura información, sino artículos más elaborados donde vierte su profundo conocimiento de la realidad judicial de Granada. Ese carácter radicalmente distinto se observa desde los cimientos: sus titulares se alejan de la norma habitual que apuesta por el juego de palabras o por encabezamientos cuyo atributo principal es llamar la atención y optan por la precisión. ‘Condenan a dos adolescentes por inventarse que habían sido violadas’ titula una entrada de noviembre del 2016; otra de septiembre de ese mismo año lleva por título ‘Condenan a cinco menores a ayudar a minusválidos por robarle la moto adaptada a un discapacitado’. Obsérvese que la palabra ‘Condenan’ lleva comillas simples, para remarcar el carácter irónico de tal sentencia. El cuerpo central de sus artículos adopta el mismo enfoque. Aunque no se trata de entradas directamente redactadas como noticias puras, puesto que enlaza la información con un enfoque más profesoral, propio de quien se está pronunciando sobre cuestiones ya más o menos conocidas por sus lectores, Morán afila la ecuanimidad de modo que sus enfoques desbordan objetividad. La redacción es pulcra, sin concesiones para la frivolidad desde luego, pero ni siquiera para detenerse en la anécdota propia de otras firmas como hemos visto en el repaso de la blogosfera del diario *Ideal*. Se trata, como puede deducirse, de un estilo impuesto en cierto sentido por la materia informativa que aborda el autor: el periodismo judicial exige ante todo rigor, habida cuenta los trascendentes hechos de que se ocupa, lo cual es también una garantía de contar con el respeto de las fuentes que aparecen con frecuencia en sus artículos. Son, por otro lado, entradas de elevada frecuencia, aunque irregular.

Puede pasar de cuatro artículos en septiembre del 2016 (tres de ellos casi consecutivos) a ninguno en octubre y nada menos que ocho (una media de dos semanales) en noviembre.

Mención aparte merece una particularidad del blog que gestiona Carlos Morán: que, como se deduce del nombre de tal blog, en muchas de las entradas comparte protagonismo con el célebre juez **Emilio Calatayud**, especialista reputado a nivel nacional en tribunales de menores, a quien sirve como una suerte de escribano para firmar piezas que se ocupan en exclusiva de esa temática. Son los artículos donde Morán, curiosamente, se toma más libertades estilísticas, lo cual pudiera parecer contradictorio visto el aire casi forense de la prosa que emplea para el resto de las entradas: que cuando escribe al alimón se conceda mayores licencias. No hay que buscar, sin embargo, una explicación superficial a esta observación: Morán recurre entonces a dosis más elevadas de humor, a enfoques más originales o titulares más pegadizos porque aborda algo así como la cara oculta de la justicia. Qué se esconde detrás de sentencias que no llevan aparejadas penas de prisión, sino que se imparten en el terreno de los menores de edad. Donde se busca tal vez más pedagogía que justicia, de acuerdo con el mismo talante didáctico que ha dado fama al juez Calatayud: a su heterodoxia como magistrado corresponde Morán con piezas también menos formales, pero igual de rigurosas. Se trata de entradas como la titulada ‘La familia que cultiva marihuana unida permanece unida’, publicada en junio del 2016, o como otra de noviembre del 2015: ‘Vengo a descambiar una castaña asada porque está pocha’.

Por lo particular de su universo como bloguero, nos ha parecido pertinente incorporar en este punto la opinión del propio Morán, al margen de que como el resto de encuestados responda también al cuestionario que se les remite y que se incorporará en el siguiente capítulo. Esto cuenta sobre la particular génesis de este blog construido a dos manos entre un periodista y un juez: “Cuando el blog echó a andar, el juez ya era muy conocido en toda España, muchas personas grababan sus conferencias y las colgaban en Internet”. Y añade esta curiosidad, que parece relevante para explicar que el blog cuente con dos autores, aunque su tutela recaiga en manos periodísticas: “Era tan conocido Calatayud que al juzgado llegaban cartas en las que sólo decía: ‘Juez Calatayud, Granada’. En su relato, Morán agrega que la idea de ingresar en la blogosfera nació precisamente de la observación de la creciente fama que distinguía al juez: “Era una popularidad ganada charla a charla, cara a cara con los padres y las

familias, despacio... No como la popularidad que da la tele, que hoy estás y no estás”. Una posición de partida muy apropiada para el universo digital, donde existe una mayor vocación de permanencia a través de la recopilación documental que garantiza un blog. De ahí que, como recuerda Carlos Morán, en su periódico se alumbrara esta experiencia del blog a dos manos, que se gestiona a partir de una rutina fijada desde su creación, que se mantiene más o menos inalterada desde entonces. “Prácticamente todos los días conversamos y de ahí salen los comentarios, que luego redacto yo, pero siempre intentando respetar su forma de hablar, que es muy característica. De hecho”, prosigue, “suelo grabarle”. “Y si no sale nada de esos diálogos o él está liado, pues igual escribo algo de mi propia cosecha o repaso los medios para ver si hay algo relacionado con la justicia de menores”. Porque en esta faceta de desdoblamiento autoral reside una de las características singulares del blog que invita al lector a detenerse en él con mayor atención: que en ocasiones redacta el propio periodista sus entradas, sin intervención del juez. Son piezas desprovistas por lo tanto del aparato legal que proporciona el propio Calatayud, lo cual tal vez les resta expresividad, pero no rigor. Morán es un profesional exhaustivo, que aborda de manera pedagógica y didáctica el delicado material que tiene en sus manos, de modo que no es sencillo apreciar a simple vista cuándo escribe al unísono con su socio de blog y cuándo redacta en solitario. De hecho, la pista más firme suele venir dada por la evidencia de que a medida que se avanza en su lectura observamos que no hay citas de Calatayud. “Lo normal”, recalca, “es que los comentarios sean suyos”. Y concluye con una broma: “Él dice que soy su negro –hemos hecho dos libros juntos- y para mí es un honor”.

La pauta que hemos visto hasta ahora en la serie de blogs del diario granadino, muy vinculados a la coyuntura informativa (política, judicial) desaparece con el estudio de la siguiente propuesta, titulada ‘Salto de eje’. Su autor es **José Enrique Cabrero**, cuyas reflexiones anotamos anteriormente cuando abordamos la estrategia conjunta del diario donde ejerce como responsable del área digital del periódico. Lo cual significa que sus habilidades y herramientas no son tan directamente deudoras del ejercicio tradicional del oficio. Del ejercicio analógico, término al que seguiremos recurriendo para diferenciarlo del digital, aunque posteriormente veremos también que no son términos tan antónimos como pudiera pensarse de salida: el periodista/bloguero tiende a convertirse en ciberperiodista sea cual sea su trayectoria. Y observaremos igualmente

que en algunos casos los conceptos analógico y digital, más que oponerse, se complementan.

Cabrero es uno de tantos periodistas que ejercen como blogueros al margen de su trabajo diario, es decir, uno de esos casos en que su actividad en la blogosfera se deriva más bien de sus pasiones particulares, puesto que aprovecha estas incursiones para escribir sobre cine y televisión. Un bloguero de gran regularidad temporal, que aprovecha prácticamente cualquier excusa temática para publicar sus entradas: más o menos cinco cada mes, es decir, una media superior a un artículo por semana. Dotadas además de un denominador común muy evidente: gran libertad estilística, uno de elementos centrales que observaremos en otros autores y que quedarán confirmados en el siguiente capítulo, donde incluiremos las respuestas que ofrecen a la pregunta de si desempeñan esta faceta como blogueros con mayor desenfado que su quehacer habitual.

Veamos por ejemplo el brillante comienzo de uno de sus mejores artículos, titulado ‘De picnic por el cine’: “Primera parte. Un señor que anda como un compás y, de tener punta de acero, rodaría como una peonza, dirige la expedición. Es una máquina imparable. Sus hijos, dos niños de unos diez años y una niña de algo menos, y su mujer, una señora de pelo rubio a lo Marge Simpson, rodean la zona”. Imposible para el lector no sentir curiosidad por cuanto sigue a continuación. Así ocurre con otras entradas, dotadas del mismo sentido del ritmo narrativo, sobre todo aquellas donde el autor se dedica a compartir su visión de los más recientes estrenos en las diferentes pantallas. Son una mayoría de los artículos, pero no todos: otro de los aciertos del blog reside en que sabe variar su temática de manera que el lector no se sitúa ante el típico blog de crítico de cine. ‘Salto de eje’ es más bien una revista panorámica por el universo de las pantallas, donde se mezclan (en efecto) sus críticas cinematográficas con otros artículos de índole más bien puramente informativa: es el caso de otra entrada del 2013, titulada ‘Disney lleva a la televisión a Daredevil y a los Defenders’, que desde el mismo título ya anuncia ese carácter alejado del periodismo de opinión que coloniza la mayor parte de sus piezas. En sentido estricto, ni siquiera puede hablarse de que sus entradas dedicadas a comentar una película o una serie de televisión pueden denominarse críticas en pureza. Se trata más bien de un formato híbrido, emparentado con la crónica en su acepción deportiva o política: una especie de periodista omnisciente que aprovecha la excusa de cualquier estreno para compartir con su grupo de seguidores una visión más o menos semejante del mundo. Del mundo cinematográfico o televisión. Veamos por

ejemplo una entrada que se ubica en esta línea, de nuevo con ese poderoso arranque que parece marca de la casa: “Existe una fina línea entre el vídeo-arte y la pampolina. Es como cuando Piero Manzoni, un artista conceptual italiano, relleno noventa latas de su propia mierda”, Cabrero disecciona la película así titulada, ‘Sólo Dios perdona’, aunque desde un punto de vista exterior. No se trata por lo tanto de la mirada propia del crítico, una mirada interior que habla al lector desde el corazón de la obra de arte que se pretende explicar, sino como alguien que se expresa con un mayor grado de espontaneidad. De naturalidad. Como si el crítico de cine de la era analógica desertara del canon y traspasara sus artículos de una informalidad que le termina de distinguir con ese aire más propio del periodismo digital, que procura como activo principal fomentar la conversación con el lector. Porque eso simulan estas entradas: un diálogo entre su autor y sus seguidores. Como si la experiencia narrativa quedara incompleta sin las aportaciones de los hipotéticos lectores.

También **Diego Quero**, el siguiente bloguero de *Ideal* cuyo desempeño analizaremos a continuación, ejerce labores de editor digital. A diferencia de Cabrero, su cometido en la blogosfera es de índole estrictamente informativa: son piezas asépticas que, bajo la denominación de ‘El garaje *ideal*’, abordan el universo temático de la información sobre el mundo del motor. Con una periodicidad bastante aleatoria (puede pasarse meses sin añadir post alguno a su blog), Quero sin embargo hace suyos algunos de los atributos propios de otros autores. Empezando por los títulos, donde recurre al guiño en forma de interrogante o al manejo de listas que tan efectistas resultan para enganchar al lector, su labor como bloguero escapa del estrecho ámbito del periodista de motor, condición que le queda muy pequeña: Quero prefiere abrazar la condición de prescriptor, tan cara a los nuevos medios digitales. No pretende únicamente informar: también quiere influir. Artículos de índole pedagógica (como ‘Si no quieres atascos, deja el coche en casa’ de octubre del 2015) o ‘Qué coches son los menos fiables’, publicado dos meses después, se sitúan en esa línea de buscar una complicidad con los lectores más allá de los viejos usos analógicos: ese formato de pregunta de sus titulares procura de la audiencia una respuesta inmediata. Se trata, en consecuencia, de entablar un diálogo. Una auténtica conversación, como el propio autor señala: casi siempre suele recibir respuestas a sus artículos, explica en la encuesta remitida cuyos contenidos se desarrollan en profundidad en el siguiente capítulo, y



también admite que en alguna ocasión le han permitido tales comentarios de sus lectores extraer información básica para redactar otras noticias.

Otras entradas de su blog se ubican en esa misma línea argumental: servir de guía al lector. Artículos sobre la importancia de los neumáticos, sobre los cambios legales en materia de seguridad vial o sobre las novedades del sector automovilístico, redactados siempre con esa voluntad de incorporar al público al debate público. El bloguero por lo tanto no ejerce como un predicador en este caso o en otros blogs semejantes: se decanta por jugar un papel como dinamizador informativo porque aspira a crear algo más importante que una audiencia. Prefiere construir una comunidad. Que por otro lado se convierte en un aceptable sustituto de ‘Por supuesto’, el blog de Diego Quero incorpora material propio del ámbito del periodismo de motor, como el análisis concienzudo de los nuevos lanzamientos al mercado (como en ‘Llega la deportividad híbrida, llega la revolución’, de agosto del 2014 en relación al nuevo modelo Golf de la casa Volkswagen, o ‘Mazda MX.5 significa diversión’, publicado en septiembre de ese mismo año’), pero la línea dominante pasa por los argumentos anteriormente mencionados, contruidos siempre a partir de titulares ingeniosos o, por emplear un adjetivo propio del ciberperiodismo en la era de la redes sociales, viral: ‘Diez actividades (curiosas) que acarrearán una multa’, de octubre del 2014 con el guiño ortográfico dispuesto esta vez con una palabra entre paréntesis. O bien ‘¿Es la gasolina más barata perjudicial para tu coche’, de diciembre del 2014, uno de tantos artículos con formato de interrogante; y un tercero: ‘Si conduces a más velocidad de la cuenta, hoy te pueden coger’, una entrada de abril del 2015 que sirve como condensado de las virtudes propias del autor. Un titular que impele directamente al lector (al que trata de tú), que adopta la forma de aviso (un método inigualable para atrapar la atención del público) y que convierte una anodina (por lo frecuente) noticia sobre una campaña de control de velocidad en una pieza de autor, gracias a la aportación de elementos singulares: una imagen de un coche captada por un radar, donde se percibe que está circulando por encima de la velocidad reglamentada, enlaces al listado de radares de Granada y provincias limítrofes (un ejemplo de muy correcto uso de los valores propios del periodismo de servicio) e incorporación de frases textuales para añadir la opinión de un experto. El estilo del periodista, en este caso concreto como en el resto del blog, prácticamente desaparece. Es casi invisible: Quero adapta su sentido narrativo al fin último de resultar útil a su público y de ahí que no se conceda grandes libertades

formales. Son piezas cortas, directas, que buscan atraer la atención desde el titular y alcanzar su sentido sin perderse en caminos paralelos ni extravagancias estilísticas.

Un tercer caso de periodista del periódico granadino que ingresa en la blogosfera procedente del ciberperiodismo es la editora digital **Rocío R. Gavira**, autora del blog ‘Alza la pata’. Nos encontramos ante un blog cuyo ámbito es el pujante mundo informativo de las mascotas, un territorio que la periodista explora con una frecuencia irregular: hay meses donde registra hasta cinco entradas, como agosto del 2016, para fijar poco después una periodicidad más escasa, con una media de un artículo mensual como ocurre en octubre y noviembre del mismo mes. Como observaremos en otros blogs de esta misma índole, muy anclados en las exigencias de su universo temático, ‘Alza la pata’ es ante todo un producto informativo, que además contiene elevadas dosis de pedagogía. Puesto que se dirige a un público potencial ya predispuesto a compartir las inquietudes de su autora, también en este caso, como ocurría en el blog de Diego Quero, se trata de crear entre bloguera y lectores una comunidad de intereses. ¿Cómo? Pues mezclando distintos enfoques informativos, que construyen una polifonía informativa al servicio de un afán divulgador. Gavira ofrece novedades en el cuidado de las mascotas, como en ‘La sonrisa por contacto’, de octubre del 2016, destinado a anunciar una nueva terapia para animales; se hace eco de campañas de defensa animales (como en julio del 2016, en su artículo ‘Yuki tiene cáncer en la sangre y necesita un hogar estable’, dedicado a promover la adopción de una mascota enferma entre sus lectores) o incluye piezas de estilo menos puramente informativo, lindantes con el gran reportaje. Así sucede con ocasión de una historia que acoge en su blog, donde con extrema delicadeza y olfato periodístico pone al público en el carril central de su proyecto: fomentar desde la blogosfera una mayor atención al mundo animal. En ‘El último pasodoble para Jacob’, fechado en diciembre del 2015, la autora se apoya en la historia protagonizada por un joven andaluz cuya mascota acaba de fallecer para trazar un artículo de largo aliento que sirve para edificar una sentida semblanza del animal, bajo la cual late el propósito general de todos sus artículos: ese elemento central de aprovechar el blog para tejer una red en el ciberespacio con sus lectores. Es una entrada modélica, por el recurrente empleo de imágenes (fotos y vídeos), por su estilizada escritura y por una condición propia del buen periodismo: el sentido de la oportunidad. El talento para captar dónde se encuentra una buena historia y ponerla a disposición de los lectores, una pretensión que se observaba ya en la primera entrada de su blog. Ahí,

Gavira ofrece una serie de esclarecedoras pistas sobre el tipo de enfoque que va a caracterizar su desempeño en esta esfera y sobre la intención primordial que vertebra su quehacer informativo: situarse en el punto de vista del lector y plantear este blog como una especie de diálogo permanente con la hipotética audiencia.

Que, por otro lado, Gavira extiende en su segunda aventura en la blogosfera a través de un atractivo blog, el segundo que creó en *Ideal*. Se llama ‘Punto g’ y aborda, desde la óptica propia de una profesional del periodismo, un ámbito informativo que rara vez aparece en la agenda de los medios y desde luego nunca en la blogosfera gestionada por profesionales de Vocento: el territorio de la sexualidad. Se trata de una bitácora de atractivo diseño, donde la redactora del diario granadino vuelca sus inquietudes profesionales mediante la siguiente declaración de intenciones: “Sensualidad, erotismo, fantasía y, sobre todo, sexo con sentidos”. Así anuncia Gavira los principios que regirán esta actividad como bloguera, que dispone también de una vertiente muy vinculada a otras bitácoras que hemos visto y a otras que iremos analizando a continuación: un sentido de servicio. Una vocación de ofrecer no sólo información, como es costumbre en el canon del oficio, sino también pautas, indicios, orientación: de manera que los potenciales lectores de ‘Punto g’ no sólo encuentren la manera de satisfacer su curiosidad por las derivadas de este territorio noticioso, sino una guía que les ayude a crear un vínculo más personal con la autora del blog y una manera de resolver dudas o compartirlas. “Queremos que te diviertas, que descubras nuevos retos en tu vida sexual y tengas una vida plena de emociones fascinantes”, añade Gavira en la presentación de su blog. Un propósito que se encarga de cumplir mediante un acusado sentido del periodismo: como es norma en otros blogueros de Vocento, aprovecha su incursión en la blogosfera para imprimir un sello de variedad a sus artículos, de modo que crea una adictiva sensación de dinamismo. Las piezas que publica oscilan entre muy variadas vertientes (noticias sobre la actualidad de ese ámbito informativo, como la última publicada en torno a un festival de cine erótico, relatos de esa misma temática que Gavira incluye en su blog, entrevistas a expertas en la materia, consejos de especialistas) y además la autora aprovecha la convergencia de sus objetivos con la agenda noticiosa para incorporar entradas que se inspiran en la actualidad más inmediata, una reacción inherente a todo periodista que en su caso se acredita, por ejemplo, en la publicación casi automática de una pieza a raíz de la publicación de un estudio sobre la sexualidad de España durante la transición. O en el

caso de su rápida reacción ante otro ensayo en torno al pene, publicado en Brasil, que Gavira rápidamente lleva hasta su blog. Una experiencia exitosa, como se desprende del impacto que genera entre su audiencia y se observa en los comentarios que recibe, y en apuntes laterales como su inclusión en un reportaje de un medio de comunicación nacional en torno al auge que han cobrado en toda la prensa de España este tipo de blogs. Gavira, que escribe con estilo desenfadado pero siempre riguroso, aprovecha además su experiencia como periodista en el ámbito digital para dotar a su blog de una sencilla y atractiva navegación, facilitada por un inteligente uso de las imágenes y un etiquetado por categorías que contribuye a configurar un blog modélico que dejó de actualizar en noviembre del 2016 con la idea, según subraya la propia autora en la encuesta cuyos resultados detallaremos en el siguiente capítulo, de retomarlo durante el presente año del 2017.

Esta variedad de géneros, que hemos detectado ya en otros compañeros de Gavira en la blogosfera de su diario, dota de notable atractivo su ejercicio como bloguera. Consciente de que elaborar piezas exageradamente uniformes o demasiado proclives a la información pura y aséptica no genera la misma corriente de simpatía que sí procuran artículos de fondo, de indudable interés humano que pueden incluso atraer a quienes en principio no están demasiado predispuestos a informarse sobre el mundo de las mascotas o del sexo, la autora intercala en sus blogs piezas de distinta índole para avanzar en su itinerario hasta alcanzar una condición que excede el estricto espacio periodístico: también se convierte en prescriptora. Su capacidad para influenciar a sus lectores se evidencia en el acusado impacto que su blog sobre mascotas garantiza en las redes sociales, hasta el punto de que en junio del 2016 ‘Alza la pata’ anuncia su conversión en página de Facebook. Pocos elementos ofrecen una idea más cabal del impacto que un blog alcanza entre el público al que se dirige.

‘Tiro al pato’ es otro blog de la comunidad del periódico de Granada. Su autor, **Antonio Sánchez**, pertenece a su redacción en redactor y editor web del diario, aunque en este espacio del universo digital prefiere explorar ámbitos temáticos ajenos a su ejercicio del periodismo. Porque su blog es un blog de juegos. De ciberjuegos, en concreto. Donde despliega un elevado caudal de conocimientos, a partir de una amplia paleta de entradas: desde las destinadas a presentar ante su público algunas novedades (como ‘Randal’s Money’, una entrada publicada en enero del 2015, o ‘Dixit’, de junio del 2014), a las elaboradas en función del contexto informativo. En este último terreno

debe reconocerse a Sánchez gran intuición. Porque pone su blog al servicio de acontecimientos para los incondicionales de este entretenimiento, como lo demuestran las entradas elaboradas coincidiendo con el espectáculo ‘Granada Gaming’ (y así publica ‘League of Legendes en Granada Gaming’ en noviembre del 2014, en vísperas de que se evento se celebre) o con la actualidad informativa: en este último aspecto destacan su olfato y su ingenio, bagajes propios del buen periodista, cuando aprovecha la noticia de que la vicepresidenta del Congreso ha sido sorprendida dedicándose a este pasatiempo mientras, en teoría, debía estar atenta a ejercer su responsabilidad en la Cámara Baja. ‘Villalobos, la *gamer* del Congreso’ recoge con sentido de la oportunidad periodística la polémica desatada en el plano político para llevarse la controversia a su terreno y aprovechar ese material informativo para una entrada dedicada a reflexionar sobre cómo van cambiando a lo largo del tiempo los perfiles de quienes practican esta disciplina. Su entrada no se detiene ahí: también se sirve del caso de Villalobos como apoyo para una reflexión más amplia en defensa de su tesis según la cual los videojuegos son más que eso. Más que juegos. Una teoría que defiende con argumentos cabales al servicio de un estilo libre y desenvuelto, en la línea de otros blogs analizados anteriormente, que incluyen incluso algún guiño a su potencial audiencia: incluida la propia diputada, a quien acaba retando a jugar al final del artículo.

Porque ahí radica otra de las clases de la identidad propia que alcanza este blog: la capacidad de su autor de intercalar piezas de distintos estilos como base de la creación de una personalidad intransferible. De modo que ‘Tiro al pato’ no se limita a ser un catálogo de novedades o a aprovechar la coyuntura informativa para extender su red de influencias, sino que también construye una malla alrededor de la comunidad de lectores a partir de piezas que les interpelan directamente. Lo cual es consustancial al trabajo de todo buen bloguero que pone su talento al servicio de un universo periodístico: su pieza ‘Qué consola regalo en Navidad’, un artículo de diciembre del 2015, es un ejemplo de cómo la blogosfera puede ejercer como una extensión de periodismo. Piezas didácticas, en la línea de periodismo de servicio tan extendido desde la irrupción de la escala digital, al igual que otra brillante entrada de sugerente título: ‘16 conferencias para aprender de videojuegos en un fin de semana’, un artículo publicado en ese mismo mes donde Sánchez despliega alguna de las constantes de su estilo. Erudición nada altanera, sentido del periodismo para acercar ese universo de los juegos a lectores menos iniciados, recurso a titulares con gancho (incorporando también

ese guiño tan atractivo de las listas)... Una manera distinta de conducir a su potencial público hacia las jornadas ‘Granada Gaming’ cuando están a punto de celebrarse: o cómo interpretar una aséptica programación de actividades que en su mano se transforma en una ingeniosa manera de interactuar con su audiencia.

La periodista **Amanda Martínez**, responsable de documentación del diario *Ideal*, es autora del blog ‘Te recuerdo’. Doble juego de palabras desde el título, que bromea con su nombre a propósito de la conocida canción de Víctor Jara, mientras que a la vez apela al ejercicio del periodismo que Martínez ejerce desde la faceta de documentalista. Una veta, por cierto, apenas explorada en los diarios regionales de Vocento como iremos comprobando: de hecho, es prácticamente el único caso donde se despliega esta interesante faceta informativa, con algún matiz que luego comentaremos. Se trata, como puede por lo tanto deducirse, de un blog atado a la memoria. Piezas periodísticas donde predomina el inteligente uso del archivo y las posibilidades que concede a los profesionales de la redacción granadina ejercer su oficio en un diario de larga trayectoria, que no sólo favorece el anclaje con la opinión pública, sino que destila un poderoso enganche con esa sociedad a través del ejercicio sistemático de la memoria. Una memoria que, con Martínez como bloguera, se practica a través de un revisionismo actualizado: es decir, que sus artículos, aunque contruidos todos a partir de la exploración sagaz de la hemeroteca, tienden a proyectarse sobre la actualidad informativa. Como si su autora quisiera plantear su propia visión al debate presente a través del rastreo de noticias antiguas que guardan alguna equivalencia con las actuales o están emparentadas en cierta forma: así ocurre, por ejemplo, con su entrada titulada ‘La vieja Facultad de Medicina’, publicada en octubre del 2105, que revisa los avatares del singular edificio granadino y la suerte de sus ocupantes desde un punto de vista histórico, aunque su arranque tiene que ver con la inminencia de su desaparición. Un enfoque astuto, que Martínez factura con un estilo sólido, sin concesiones: el rigor del periodismo ejercido en común alianza de intereses con la historia. Un enfoque que se pone de manifiesto en la adscripción de las citas a los autores granadinos que han investigado en esta materia y que se materializa con una acusada riqueza documental, recurriendo al propio archivo del periódico (y rescatando de él antiguas imágenes) o a fotografías de la Granada de ayer que contribuyen en efecto a enriquecer la pieza.

Esta entrada puede por lo tanto entenderse como un compendio de las virtudes que iremos viendo en el análisis de la experiencia de Amanda Martínez como bloguera.

Estilo pulcro, casi propio de la prosa forense, el más pertinente en consecuencia para informar sobre cuestiones adornadas ya con el manto de la historia, condición que exige a quienes practican este ejercicio estimular su rigor documental. Y un muy buen ojo, propio del profesional adiestrado en el periodismo con mayor capacidad para trascender ante la comunidad de lectores, para la selección de temas. Que Martínez mezcla también con sabiduría: sabe saltar de lo micro a lo macro, no permite que la vieja Granada colonice en exclusiva su blog e introduce temas de carácter universal (como los aniversarios de la muerte de Carlos Gardel o de la bomba de Hiroshima) combinados con otros de enfoque estrictamente local, dotados de alto sentido de la oportunidad: como una avezada cazadora de noticias, aprovecha como hemos analizado anteriormente que la coyuntura de la actualidad se pose sobre determinadas informaciones para revisar el estado de la situación y proponer una visión alternativa y complementaria. Es una bloguera fértil por lo demás, muy prolífica, capaz de publicar entradas en varios días consecutivos sin que decaiga la calidad de sus artículos. Cumpliendo fielmente con su propósito anunciado en su primera incursión como bloguera: “compartir” con sus lectores la apabullante experiencia que significa para Granada los 80 años de informaciones y fotografías que reúne *Ideal*. Una estupenda manera de convertir al lector en otra cosa, algo más elevado: miembro de una comunidad de intereses.

Que por cierto es también el territorio donde opera otro bloguero de ese mismo periódico, **Rafael Lamelas**. Quien merece un apunte previo: su blog, titulado ‘Gracias, Arrigo’, donde se ocupa del deporte, la literatura y el periodismo según su propia declaración de intenciones, le lleva en realidad casi siempre a informar de las vicisitudes del Granada FC, icono del fútbol granadino, desde una doble perspectiva profesional. Esto es, como miembro de la redacción de deportes de *Ideal* y también integrado, como le ocurrió poco después de abrir su blog, en la redacción digital. Una particularidad que dota de interés adicional a sus exploraciones en la blogosfera, puesto que, como se observa, le han llevado a mantener semejante ocupación al margen de sus propios avatares profesionales. Como si su condición de bloguero ejerciera como una especie de sello de acreditación que le obliga a preservarlo sean cuales sean sus ocupaciones en la jerarquía del diario granadino. Ese carácter singular de ‘Gracias Arrigo’ se observa desde la propia visualización. El diseño se aleja del propio de otros miembros de la comunidad de blogueros de *Ideal*, con una identidad propia que tiene bastante que ver

con la idea de que pocos blogs fomentan tanto la interacción con el público lector como los nacidos en el área deportiva. Y si se trata, como en el presente caso, de un blog en torno al universo del equipo local de fútbol se entenderá cabalmente que ‘Gracias Arrigo’ posea una acusada personalidad que le lleva a destacar respecto al resto de blogs del periódico. También se distingue por un aspecto capital: su enorme fecundidad. En resumen, Lamelas se sirve de su condición de bloguero para mantener una tribuna permanente en torno a la actualidad del Granada FC.

Se trata, por lo tanto, de un blog en la línea de otros analizados anteriormente: el blog como artículo de opinión. Aunque en sus entradas pueden aparecer algunas piezas de información, nunca son noticias puras: siempre llevan adosadas unas líneas que ponen en contexto la noticia y la elevan hacia otro estatus. Sucede por supuesto en las crónicas de los partidos que Lamelas va registrando en su blog, donde prevalece ese género informativo que contiene históricamente elevadas dosis de opinión. Pero también ocurre en otros artículos donde el autor aprovecha para compartir con sus lectores los acontecimientos propios de la actualidad del club (como la destitución de un entrenador), pero sometida al examen riguroso (bien que subjetivo, lo cual no debe entenderse como contradictorio) de quien posee un profundo conocimiento de causa y puede por lo tanto ir más lejos: conquistar otro ámbito informativo, desde luego más expuesto, pero también más cercano al corazón de su público. En su entrada de septiembre del 2016 ‘El KO de Paco’, Lamelas no se limita en consecuencia a informar sobre la caída en desgracia del entrenador del equipo granadino: examina los precedentes, los relaciona con episodios vividos anteriormente, avanza una posible nueva línea deportiva en el club... Un ejemplo de maestría informativa puesta al servicio de un estilo que, siendo desenfadado, mantiene la seriedad que cabe esperar de un profesional del periodismo. Que no por ejercerlo en el ámbito de la información deportiva pierde rigor ni se abandona al sensacionalismo. Lamelas, fecundísimo bloguero, conocedor de que en la frecuencia de visitar la blogosfera se esconde uno de los atributos más pertinentes para crear una conexión especial con el público, es también un periodista valiente: expone sus juicios de valor sin desmesuras, pero con rotundidad. Un elemento también muy enriquecedor a la hora de forjar una alianza duradera con los lectores, incluso con quienes discrepan de sus opiniones: puesto que las expresa razonadamente, sin caer en tremendismos ni en ocurrencias tan propias de la prensa



deportiva practicada en otros medios, construye el diálogo que entabla con su audiencia sobre una mutua lealtad.

Una categoría donde milita igualmente el siguiente periodista de la redacción de *Ideal* cuyo blog analizamos a continuación: **Javier F. Barrera** es autor de ‘Cableados’, que anuncia desde su frontispicio su intención de dedicar esta incursión en la blogosfera desde una óptica de información ciudadana. En efecto, es un blog, en cierto sentido, callejero. Lo es desde esa declaración de intenciones, donde apela expresamente a los barrios de Granada “y sus circunstancias” como el territorio elegido por Barrera para sus labores informativas en el ciberespacio; y lo demuestra un sencillo repaso a gran parte de las entradas que dedica; de nuevo, como parece norma en el conjunto de blogs del diario granadino, con un notable esfuerzo editorial: por citar un ejemplo, sólo en noviembre del 2016 Barrera publica nada menos que ocho entradas. Algunas son sucintas, ciertamente; pero la gran mayoría son todo lo contrario: laboriosas, muy trabajadas, largas en extensión y modélicas en cuanto a un aspecto que otros colegas no cuidan tanto como él. Nos referimos a la feliz costumbre que algunos periodistas, como encontramos en Barrera, tienen de recurrir a hiperenlaces<sup>298</sup>; práctica no tan habitual pero que resulta ser una cuestión decisiva para configurar la identidad propia de un blog, como alertaban algunos especialistas que ya citamos en el capítulo de nuestra tesis destinado a fijar el marco teórico de la blogosfera<sup>299</sup>. Se trata de una opinión puesta de relieve igualmente con insistencia por otros expertos, como la profesora María José Cantalapiedra, que ha dedicado a este particular una pródiga producción científica, tanto en solitario como en enrolada en distintos grupos de investigación, abordada desde el punto de vista del periodismo.

---

<sup>298</sup> SALAVERRÍA, R. Op. Cit. Concluye que la práctica de enlazar contenidos en el blog que distingue a los diez periodistas examinados tiene como referencia más acusada la de apuntar hacia contenidos propios del periodismo. Para David Herrera, cuando cita esta investigación de de Salaverría en su tesis doctoral, el alto porcentaje de referencias a cibermedios en esa práctica de enlaces revela que los nuevos medios que operan en la blogosfera permanecían atados a una “fuente primordial de noticias”: la prensa tradicional.

<sup>299</sup> HERRERA, D. Op. cit., p. 482. Para este autor, el modelo periodístico adentrado en la blogosfera posee tres atributos decisivos para romper con el modelo tradicional: hipertextualidad, multimedialidad y la posibilización de actualización continua de los contenidos. De ahí que se pregunte retóricamente si los periodistas que ejercen como blogueros exprimen al máximo las posibilidades que conceden esas tres características o se limitan a “un modelo de escritura tradicional en el que la única novedad ha sido el cambio de soporte”.

Entre los estudios de esta autora que hemos consultado para este capítulo de nuestra tesis, nos parece de especial relevancia mencionar el titulado, precisamente, ‘Enlazar información’<sup>300</sup>, una denominación muy exacta para describir los cambios operados en el modelo de comunicación con la irrupción de los nuevos medios digitales. La autora recuerda el papel central que el paradigma clásico ha jugado el receptor de la información, de donde reclama que el ciberperiodismo, mediante la práctica del hiperenlace, contribuya a modelar una nueva relación con el emisor: así se comporta, en efecto, el autor de ‘Cableados’, enlazando obsesivamente con las fuentes de la noticia, como en su artículo de ese mismo mes en torno al botellón, que vincula por supuesto con redes sociales, cuyas imágenes aparecen incrustadas en la entrada: véase el caso de ‘A propósito del Nevada: en las tiendas del Realejo te llama por tu nombre (Y tú les llamas por el suyo)’. Una pieza que sirve a la perfección para ilustrar esta ejemplar costumbre de aportar fotos y vídeos para enriquecer una entrada en el blog.

Ese feliz hábito, unido a su condición de periodista, como se ha dicho, básicamente callejero convierten a Barrera desde luego en un avezado bloguero, que emplea inteligentemente las posibilidades que concede el ciberespacio para fortalecer dos clases de vínculos: por un lado, su conexión con los lectores, a quienes involucra en sus reportajes para que exista la necesaria y tan perseguida interacción. Es el caso de su historia en torno al mal estado que presentan las calles de granadinas, que llevan al bloguero a publicar una entrada titulada ‘Aprovecha Black Friday y apadrina un bache en condiciones’ para fomentar la comunicación con el público, creando a partir de esa idea una comunidad donde el mapa de desperfectos del asfalto de Granada se va nutriendo de las aportaciones de los seguidores de Barrera. De nuevo, con un alarde de

---

<sup>300</sup> CANTALAPIEDRA, M. J. ‘Enlazar información’, en *Hipertext.net, Anuario Académico sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva*. Universidad Pompeu Fabra, 2003 en [http://ddd.uab.cat/pub/artpub/2011/88754/hipertext\\_a2011n9a2/enlazar.html](http://ddd.uab.cat/pub/artpub/2011/88754/hipertext_a2011n9a2/enlazar.html). En su artículo, la profesora Cantalapedra plantea una surgente clasificación de enlaces en el modelo ciberperiodístico y anota esta opinión: “El lenguaje periodístico hipertextual, al menos en lo que a los géneros informativos se refiere, debe procurar ser lo más denotativo posible. Es decir, si denotar es significar una palabra o expresión una realidad en la que coincide toda la comunidad lingüística”, el significante/enlace periodístico debe remitir a un contenido que, en la medida de lo posible, prevean todos los posibles destinatarios”. De la misma autora, nos ha parecido igualmente pertinente para nuestra tesis su ponencia para el Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital (Santiago de Compostela, 2004), coordinado por Manuel Gago Mariño, Moisés Limia Fernández, María Luisa Otero, Xosé López García y Xosé Pereira Fariña y titulado ‘Teoría de los géneros periodísticos hipertextuales’, pp. 28-46.

enlaces que incluye la creación de un mapa de baches donde se van visualizando la participación del público: una imaginativa idea que goza del favor de su audiencia.

La otra cuestión central que debe advertirse en torno a la trayectoria de Barrera como bloguero es su condición de especialista en combinar sus prácticas en el periodismo digital con su traslación al periodismo analógico. Este ejemplo de la campaña a favor del arreglo del deficiente estado de las calles de Granada sirve para ilustrar cómo, gracias a la pericia del periodista, las dos almas de su oficio se favorecen mutuamente puesto que se complementan. No es tan usual un ejercicio periodístico de estas características y por eso resulta preciso destacarlo: nos encontramos ante un profesional que sí piensa de modo bimedia; Barrera lo hace con naturalidad, según un principio reflejado en sus reportajes en el periódico de papel y en su trayectoria en la blogosfera: la noticia que es interesante y cuenta con un enfoque cabal y atractivo despierta la atención de la audiencia así en el quiosco como en el ciberespacio. Una y otra se retroalimentan: el blog, porque incorpora elementos adicionales imposibles de incluirse en el periodismo impreso; y la noticia en papel se beneficia del impacto que genera su versión digital. El estilo que adopta Barrera es similar en ambos casos: libre, desenfadado aunque siempre riguroso, atento a los detalles y, sobre todo, muy sensible para incorporar las voces de los protagonistas (las voces de la calle: recuérdese su promesa de ser el altavoz de los barrios de Granada) a sus reportajes más profundos, los más ambiciosos. En todos ellos predomina esa idea: que sean piezas polifónicas.

Mención aparte merece un capítulo que forma parte de la esencia de ‘Cableados’: que el blog no se alimenta sólo de esa clase de material informativo que milita en el ámbito del periodismo llamado ciudadano. Puesto que en su condición de bloguero Javier F. Barrera ha ejercido una potente labor divulgativa sobre las ventajas y posibilidades de la tecnología aplicada al periodismo, suele reservar algún espacio en su bitácora para artículos que enlazan con esta preocupación particular. Por ejemplo, ‘JoomlaDay en Granada: internet, futuro y software libre’, una pieza de noviembre del 2016, refleja esta inquietud personal. Se trata de piezas que, frente a la tendencia dominante en el blog, suelen ser más concisas. Puras entradas informativas, aunque

tampoco en ellas deja de incluir referencias a enlaces ajenos (como la dirección de la web de la organización para que sus lectores sigan el desarrollo de las jornadas).<sup>301</sup>

No menos interesante en esta línea de investigación para analizar los vínculos entre las dos almas del periodismo resulta el blog ‘La batidora’, cuyo autor es el *webmaster* del diario, **Fran Hidalgo**. Se trata de uno de los perfiles propios del ciberperiodismo: *webmaster*, en la jerga digital, acepta diversas acepciones pero todas coinciden en atribuirle un papel decisivo en la construcción de la web, en su arquitectura y diseño. Una especie de coordinador digital, responsable del mantenimiento y organización del sitio; una ocupación ajena al periodismo tradicional que, sin embargo, exige buena parte de los atributos intrínsecos del oficio para desarrollar cabalmente su responsabilidad. Que es también de signo indudablemente periodístico, más allá de las habilidades tecnológicas que necesite para cumplir con su tarea. De hecho, su blog es el propio de un periodista. De un periodista de actualidad. Como ocurre con otros blogueros de su diario, Hidalgo se decanta por un ejercicio de contenido esencialmente propio del periodismo de opinión, que nace del estudio detallado de la coyuntura informativa. A partir de las noticias que más le inquietan, la mayoría de ellas de índole económica o social, ‘La batidora’ se convierte en eso: en una máquina de exprimir la información, pasada por el filtro del análisis. Columnas de opinión más o menos libre, que se disparan a partir de un suelto del periódico (como en ‘¿Se está recuperando el sector inmobiliario?’, publicada en septiembre del 2016) o del escrutinio de la realidad que le rodea, que suele ser su aliado natural: de ahí, de ese análisis concienzudo de la agenda informativa, alumbra Hidalgo alguna de sus piezas más interesantes. ‘Abogados a la renta básica’, de noviembre del 2016, o ‘No lo piense más, abra un plan de pensiones’, de octubre del 2016, sirven como modelo de la entrada tipo del blog: buenas fuentes de información, admirable tendencia a enlazar con otras webs y habilidosa capacidad para publicar sus artículos en función del contexto informativo, que suele dictar los temas abordados por el autor con un estilo preciso, concreto. Hidalgo no se pierde en circunloquios. Sus artículos enfocan la cuestión que tratan desde el primer párrafo (desde el título, en gran parte de los casos) y ofrecen una

---

<sup>301</sup> Javier F. Barrera dispone de otro blog en otro diario de Vocento, *El Diario Vasco*, editado en San Sebastián, ciudad donde nació el periodista, aunque ha desarrollado la mayor parte de su quehacer profesional en Granada. Ese segundo proyecto, ‘Donostistorias’, se distingue por una escasa actualización, de modo que nos ha parecido poco relevante para los objetivos de esta tesis pero nos parece pertinente mencionarlo porque contribuye a reconocer el compromiso de su autor con la blogosfera.

visión muy bien documentada, nada profesoral sin embargo, de la actualidad socioeconómica. Lo hace con una regularidad más bien escasa, al ritmo de una entrada o dos cada mes, y un tono didáctico, propio del periodismo analógico ejercido con el pensamiento puesto siempre en el lector: en ocasiones, como en la entrada titulada ‘¿Es delito destruir billetes de curso legal?’, Hidalgo recuerda a los autores de aquellos consultorios económicos que fueron tan frecuentes en la prensa tradicional durante años. Que exhibían, como nuestro autor, sus conocimientos sin alardes, al servicio de un interés pedagógico: ser de utilidad al público; en el presente caso, lo hace además con esa misma destreza detectada anteriormente para, a partir de una noticia casi anecdótica (un billete de 500 euros encontrado en la calle por un peatón), ofrecer una visión muy amplia de la cuestión. Es decir, de lo muy local, a lo global. Un enfoque que encontramos en otros artículos y que contribuyen, por otro lado, a completar una paleta panorámica del conjunto de blogs de su periódico.

En una casilla similar debe incluirse el siguiente blog analizado, porque también nace a partir del análisis exhaustivo de la realidad circundante al periodismo, de donde se deriva igualmente la ambición de ofrecer al lector algo más que la pura noticia. La información envuelta en su contexto, sometida al estudio comparativo con el entorno que la rodea, puesta además en relación con una determinada trayectoria: los atributos propios del periodismo de siempre ejercido desde una óptica local o regional distinguen la trayectoria como bloguero de **José Liébana**, redactor de la edición de Jaén de *Ideal* y autor de ‘Jaén, puerto de mar’, un atractivo blog emparentado con otros de esta misma panoplia de la blogosfera del diario granadino. Porque Liébana aprovecha su exhaustivo conocimiento de la realidad política y social donde se mueve como periodista para trazar en su blog un detallado estudio de la actualidad que le rodea. Lo hace con un estilo que recuerda al articulista de la prensa de antaño: afilado sentido del humor, buen ojo para trazar la silueta de los personajes que menciona, capacidad para extraer jugo de la anécdota y dotar a un comentario casual de otra categoría, superior. Utiliza todo este arsenal de recursos de manera inteligente, al servicio de una pluma prolífica que deja huella de su talento para la escritura a un promedio de casi una entrada a la semana: culto, ingenioso, chispeante. Y muy atento a bucear en los entresijos de la realidad, hasta el punto de inspirarse en algún artículo en la información internacional para ofrecer una lectura desde una óptica jienense: así sucede con su artículo ‘Un pantano lleno de tontos’, de noviembre del 2016, donde aprovecha el impacto de las elecciones

norteamericanas para reflexionar en torno a un asunto de carácter local. Liébana, que apenas utiliza enlaces a otras webs, sí que se sirve de fotos para ilustrar sus artículos. Y lo hace mediante el mismo singular olfato que emplea para construir su blog, aprovechando imágenes de alta capacidad simbólica que contribuyen a completar un adictivo itinerario por la actualidad de Jaén y Andalucía, proyectando, a partir de un valiente ejercicio del periodismo, una notable capacidad para influir sobre esa misma realidad que le sirve de inspiración.

Adscrito igualmente a la edición de Jaén de *Ideal*, el periodista **Juan Esteban Póveda** es el autor del blog ‘A bocajarro’, que comparte otras similitudes con el de Liébana anteriormente analizado. En efecto, como en el caso precedente, se trata de una incursión en la blogosfera según el canon clásico del periodismo, basado en la adaptación al universo digital de piezas encuadradas en el género de la crónica o del artículo de opinión, de linaje analógico. Nada nuevo en la historia de la profesión: sólo cabe reseñar que este tipo de piezas, que han contado desde antiguo con el favor del público lector, funcionan también muy bien en el ciberespacio porque se adaptan a la perfección al tipo de vínculo que se forja cuando, además de contar con el potencial favor de sus lectores, los periodistas aspiran a formar comunidad con ellos. Póveda es un acabado ejemplo actual de esa estirpe de profesionales: redacción clara, sin más concesiones al estilo que ese templado sentido del humor que a menudo atraviesa sus artículos; gusto por los detalles, apreciable en una profunda dosis de documentación; y, sobre todo, extrema capacidad para ese tipo de periodismo que nace del seguimiento tenaz y constante de la actualidad informativa, que le permite contextualizar sus entradas y dotarlas de un sentido más trascendente que la noticia desnuda. Póveda maneja sus fuentes con solvencia y exhibe una destacable pericia en un territorio también muy propio de la blogosfera: el aprovechamiento inteligente de la coyuntura informativa. Es decir, exprime las posibilidades que concede el contexto, como en su perfil ‘Póveda, el de la gorra’, un artículo antiguo que recupera como entrada en marzo del 2016 aprovechando que su protagonista vuelve a generar polémica, o en otra entrada de octubre de ese mismo año, cuando se apoya en la noticia de la concesión del premio Nobel a Bob Dylan para recordar un antiguo concierto del cantante americano en Jaén: ‘Dylan en Jaén: 3.000 entradas vendidas y 1.500 gorriones’, donde su gusto por la ironía se apodera del conjunto de la pieza, modélica en su habilidad para sintonizar con el

alma de la audiencia a partir de hechos que ya habían sido contados pero convertidos en algo distinto gracias a la perspectiva que ofrece el paso del tiempo.

Póveda es un ejemplo de periodista clásico que traspasa la frontera de lo digital sin alterar las normas seculares del oficio. Apenas recurre a enlaces; por el contrario, sí que aprovecha cada recoveco de la agenda noticiosa para explorar ese territorio del periodismo local donde la audiencia espera encontrar respuesta a sus inquietudes. Ese atributo esencial, la cercanía a sus lectores, acompaña cada entrada de su blog, donde penetra el alma de Jaén prácticamente en cada entrada. Desde los avatares del campo olivarero a la resurrección de la cerveza regional pasando por el drama de la violencia machista: todo exige una óptica cercana en los quehaceres profesionales del autor que convierte su peripecia en la blogosfera en una experiencia inigualable por personal. Como si Póveda, al igual que muchos de sus compañeros en la blogosfera del diario, lanzara a sus potenciales seguidores la idea cabal de que sólo ellos, los periodistas de cercanía, pueden ofrecer ese tipo de productos informativos. Como reza la declaración de principios firmada en el frontispicio de su blog: se llama ‘A bocajarro’ porque esa es “la distancia justa donde salpican las tripas de la noticia cuando estalla”.

**Jorge Pastor** es el tercer caso de bloguero miembro de la redacción jienense de *Ideal*, cuyo blog se llama ‘Patadón y tentetieso’. Un título que puede despistar en primera instancia: parecería que aborda la temática deportiva (futbolera, en concreto) pero en realidad es una manera de acotar el terreno de sus maniobras en la blogosfera. Un territorio cuya frontera la marca la cita de Gabriel García Márquez que le sirve también como declaración de principios: “El día en que la mierda valga algo, los pobres nacerán sin culo”. Lo cual es un aviso de que este blog surge para mantener un diálogo con la audiencia sin grandes filtros: Pastor emplea sus artículos para establecer ese tipo de conversación que sólo garantiza la blogosfera, empezando por su tendencia a hablar directamente a los potenciales lectores (“Les confieso que hoy no tengo el cuerpo para demasiadas monsergas”, escribe en una entrada de junio del 2015) y por desnudar sus impresiones más allá del ejercicio convencional del periodismo. Se trata por lo tanto de otro caso de bloguero que utiliza este espacio para ampliar su paleta de colores: abomina de la noticia estricta para convertir sus entradas en piezas de opinión, reportajes de color o crónicas, donde exprime su experiencia en el periodismo ciudadano para ponerla al servicio de la opinión pública de Jaén. Lo hace mediante un estilo sin concesiones, con extrema capacidad para aprovechar el detallado

conocimiento que parece tener de la realidad jienense y del que participa a sus lectores: “García Anguita, con el que yo he mantenido conversaciones cargadas de sentido común”, advierte a propósito de unas polémicas declaraciones de ese dirigente político. El periodista convertido como vemos en voz de la calle, en contrapoder. Pero no se trata de una decisión frívola o poco meditada. Por el contrario, los artículos de Pastor rezuman compromiso con su audiencia: como si fuera el guía que viaja por delante de su público, pero siempre en su compañía. Un rol que el modelo de periodista local ha jugado durante décadas, ejercido en ‘Patadón y tentetieso’ como ha sido norma en la profesión, sólo que al servicio de la generación de un vínculo con el público que sólo puede asegurar la conversación que tiende a desarrollarse en la blogosfera. Cuando, en una entrada de marzo del 2016 aprovecha para comunicar un nuevo destino que le llevará lejos de Jaén, se percibe en los comentarios a la noticia la fortaleza de esa relación que ha establecido con sus lectores, luego de catorce años de dedicación a esta clase de periodismo tan militante: “Ejemplo de periodista riguroso, honesto y comprometido con su profesión y la sociedad”, escribe uno de esos lectores. Un perfecto resumen de su quehacer como bloguero.

Otro caso de bloguero y periodista que ejerce su cometido fuera de la redacción central de *Ideal* radica esta vez en Almería, en cuya edición desempeña sus labores **Miguel Cárceles**, autor del blog ‘Chérigan de atún’. Un título que debe explicarse: se trata de un bocado que ostenta la condición de tapa emblemática de Almería. Es decir, que desde su encabezamiento el lector ya sabe qué se va a encontrar: un blog vinculado a la esencia almeriense. Una condición reforzada en el párrafo de presentación, donde el propio Cárceles advierte lo siguiente: “La actualidad es lo que le interesa a la gente. Lo que comenta en un ascensor, lo que se cuenta de paseo, lo que se comenta en la esquina y, sobre todo, lo que se critica en torno a una cerveza o a un buen chérigan de atún”. Se trata por lo tanto de un ejercicio del periodismo enraizado en las necesidades del público lector, que el blog aborda con resolución, al servicio de un estilo directo y sin concesiones al lirismo. Pura prosa informativa: cada entrada en el blog, que su autor denomina ‘chérigan’, encierra una acometida contra el poder establecido, sin que pueda observarse en ellas otra cosa que el gusto por la ecuanimidad en el juicio de Cárceles. Periodismo de opinión, que adopta el formato de crónica tan caro como hemos ido viendo a otros blogueros de este mismo diario, donde apenas se recurre a las posibilidades propias del ciberperiodismo (no hay apenas enlaces) para ofrecer al lector



un completo relato de la actividad política en Almería. Cárceles barre todos los frentes informativos, de la Diputación almeriense a la Junta de Andalucía, pasando por la vida interna de los partidos, pero lo hace sin perder de vista el latido de la calle. El periodismo ciudadano cobra aliento en este tipo de blogs, sobre todo cuando su autor no se limita a informar, cuestión que pertenece por otro lado a la dinámica propia del periódico de papel: también sabe situar cada polémica en su contexto exacto, permitiendo de paso que ingrese en sus artículos la voz del lector. En este sentido resulta ilustrativo su artículo ‘¿Tú lo ves normal?’, publicado en junio del 2013, donde Cárceles se ocupa de la polémica suscitada a cuenta de un conflicto urbanístico pero lo hace al modo del gacetillero antiguo que escribía desde el café: en su caso, desde el bar. Y en vez de valerse de las viejas cuartillas, recurre a su blog para, con elevada gracia (y ofreciendo abundante información: Cárceles no se queda en el simple chascarrillo), pronunciarse sobre cierta controversia a partir de comentario que le hace llegar otro parroquiano mientras lee el periódico. Una escena costumbrista, manejada por el autor de ‘Chérgan de atún’ con maestría: no hace falta estar al cabo de cada detalle de la información para saber que, en realidad, Cárceles ofrece un punto de vista comprometido sobre una cuestión de palpitante actualidad. Se trata del quehacer en la blogosfera propio de quien se comporta de un modo semejante en el periodismo analógico: cerca del corazón de sus lectores, procurando crear con ellos ese tipo de complicidad tan propia del periodista convertido en bloguero. Una prueba de que Cárceles, que no es sin embargo un escritor especialmente fecundo, sabe compatibilizar las dos almas de su oficio reside en un artículo de cierta trascendencia: se titula ‘Díaz ilusiona... un año después’ y se publicó en noviembre del 2013. Alude a la presidenta de la región andaluza, Susana Díaz, de quien traza un breve perfil a propósito de su proyección por entonces reciente como figura de la política nacional; y es breve porque la mayor parte de la entrada se dedica a recuperar, con sentido de la oportunidad, una entrevista que la citada dirigente concedió al propio Cárceles cuando era una simple consejera del Gobierno andaluz. Cárceles publica esa entrevista un año antes: en ella, ofrece algunas pistas, según su autor, de por dónde quiere que discurra la estrategia de su partido (PSOE). Una hábil maniobra de Cárceles: por un lado, para recordar a su público potencial su propia larga trayectoria en el periodismo andaluz como aval que distingue al blog que tutela en *Ideal*. Por otro, para que aquella entrevista ya antigua cobre vigencia a la luz de la coyuntura política; y por último, para atraer hacia su blog aquellos artículos que merecen la pena que se doten de una segunda vida. Como una

manera de reivindicar las virtudes del periodismo de documentación, una labor de archivo que resulta extremadamente apropiada para el universo de la blogosfera y que ayuda a reforzar el vínculo con los lectores que siguen al periodista desde antes de convertirse en bloguero.

El repaso al parque de blogs de *Ideal* concluye con una experiencia muy interesante, que veremos en otros diarios de Vocento aunque no con la frecuencia deseable: el blog de un fotoperiodista. De hecho, así se titula, ‘Diario de un fotoperiodista’. Su autor es **Ramón L. Pérez**, jefe de fotografía del periódico granadino. Se trata de un blog donde con una frecuencia desigual (es decir, no es en realidad un diario: la periodicidad la marca el propio bloguero), Pérez va anotando sus impresiones en torno a su quehacer como fotógrafo, aunque no sólo: más bien, emplea su experiencia en la blogosfera para reflexionar sobre el oficio de periodista gráfico, con alguna entrada añadida que escapa de esta línea, como la publicada en julio del 2016 para anunciar que iba a tutelar la cuenta de *Ideal* en Instagram y proponía un concurso a sus seguidores. Salvadas esta y alguna otra excepción, Pérez se concentra en compartir con sus lectores sus afanes diarios. No sólo se limita a exhibir las fotografías que publica en *Ideal*, sino que esboza un marco general teórico para responder a las preguntas sobre su profesión. Preguntas universales, con una contestación concreta: en su blog, explica las peripecias propias del ejercicio del periodismo en un tono ligero y desenfadado, destinado a conectar con su potencial público. Puesto que no es redactor en sentido escrito, Pérez no se detiene en grandes sutilezas de estilo: va al grano. Anota, como en la entrada titulada ‘El gran incendio del 2009’, el proceso de cobertura de una noticia, que ilustra con una imagen de gran impacto, a partir de una elogiosa capacidad para bucear en el archivo, ese enorme recurso disponible para cualquier bloguero que desarrolle su tarea en un diario centenario. Su olfato como reportero, que le permite recuperar aquella fotografía que ocupó la portada de *Ideal*, le guía también en otras entradas dominadas por el mismo aire pedagógico: como si quisiera explicar a su audiencia no sólo los secretos de su oficio, sino los avatares que atraviesa una fotografía desde que se piensa el reportaje, se ejecuta y acaba (o no) ocupando la primera página del periódico. Ejemplar en este sentido de apuesta por el periodismo más didáctico resulta ser la pieza que Pérez titula ‘Cómo meter mil palabras en una imagen’, publicada en junio del 2016. En colaboración con otro redactor gráfico de *Ideal*, su compañero Alfredo Aguilar, se detiene en detallar los variados pormenores del proceso de

producción de una noticia, ofrece también información de carácter técnico y concluye con un razonamiento en torno a la necesidad de que el proceso de redacción de un artículo y su plasmación gráfica se enriquezcan mutuamente.

Debe por lo tanto advertirse que estamos ante un impagable documento para ilustrar la convivencia entre texto e imagen a partir de la experiencia de un veterano y solvente profesional, algunas de cuyas imágenes impactan tanto que exigen estas explicaciones adicionales que ofrece en su blog. Además de contener atinadas referencias a las nuevas exigencias para su profesión que llegan de la mano de las nuevas tecnologías (sobre todo, por la aparición de aficionados armados con aparatos de telefonía móvil, origen de su artículo ‘Nueva época para el fotoperiodismo’, de mayo del 2016), el territorio más valioso de su blog, el que nos parece más interesante, tiene que ver con sus opiniones en torno a cómo una imagen acaba colándose en la portada de un periódico: los vericuetos que recorre antes de ejecutarse ese retrato que luego merecerá honores de primera página, decisión en la que curiosamente el autor de la foto no participa. Así sucede con el relevante ejemplo de su pieza bautizada como ‘Madrugón militar’, una entrada de abril del 2016 cuyo título viene dado por la presencia, en el centro del encuadre, de un militar sorprendido bostezando mientras se sometía a una sesión de fotos junto a un grupo de colegas. Cómo una convocatoria más bien anodina se convierte en la imagen central del periódico; cómo se compone la fotografía mediante la suma del ojo avizor del fotoperiodista y unos cuantos factores donde triunfa la casualidad: como relata su autor, el fotógrafo bien entrenado sabe captar esos momentos inaprensibles porque busca en este tipo de encargos algo más que rutina, una motivación profesional muy vinculada a la idea de ofrecer a los lectores un tipo de servicio que sólo mediante fotografías de esta estirpe satisfacen sus expectativas. Un artículo de lectura muy recomendable porque encarna a la perfección el tipo de experiencia que sólo un blog de estas características puede trasladar a sus lectores: que hablen, pero de verdad, las fotografías. Justo lo que no sucede cuando su autor se limita a publicarlas en papel o en digital. Y que contiene esta curiosa acotación final: cuando Pérez comenta con sus superiores la concatenación de casualidades que le han permitido conseguir esa foto y se sorprende de que sea la empleada para dominar la portada del periódico, recibe esta explicación de uno de sus jefes, Félix J. Rivadulla: “La foto de portada tiene que sorprender para bien o para mal, no puede dejar indiferente a nadie”.

Debe asimismo consignarse que en su labor como bloguero, Ramón L. Pérez se ayuda de un recurso muy inteligente para compartir sus experiencias con su público potencial: el empleo de etiquetas que, desde el frontispicio de su blog, ayudan a guiar a la audiencia en busca de las distintas temáticas que aborda. Estas secciones contribuyen a forjar el carácter didáctico de ‘Diario de un fotoperiodista’, porque permiten una fácil navegación en función de cuáles sean los intereses de la audiencia: hay un encabezamiento titulado ‘Fotoperiodismo’, destinado por lo tanto a albergar aquellas entradas más directamente centradas en este ámbito; también otro denominado ‘Cámaras’, que ofrece pistas en torno a los fundamentos técnicos de la profesión, muy útil para otros profesionales o para aficionados a esta disciplina; la etiqueta ‘Manipulación fotográfica’ invita a Pérez a un ejercicio de revisión histórica en torno a la trayectoria de su oficio, una visión genérica que se combina con otro ejercicio de raíz semejante pero aplicado a su propio quehacer: en la sección bautizada como ‘30 años de fotoperiodismo’, el autor comparte algunas de sus más vívidas experiencias, enriquecidas por el paso del tiempo. La quinta sección del blog se llama ‘Pictoday’. Un juego de palabras que justifica su contenido: de vez en cuando, Pérez rescata alguna imagen servida por las agencias de noticias a la redacción de *Ideal* para ofrecer su visión del trabajo de los colegas. Son entradas cortas, casi pies de foto algo más largos de lo habitual: entradas donde la imagen manda sobremanera, en mayor medida que en el resto de epígrafes que alojan el resto de artículos, porque su autor quiere que triunfe la foto y él se limita por lo tanto a un comentario que se limita a ponerla en su contexto. Una hermosa, e inteligente, manera de compartir con sus lectores no sólo su propio trabajo sino observaciones de enfoque más genérico que contribuyen al mismo propósito principal: que la imagen y la palabra se beneficien de su mutua cercanía.

## **9.5. La blogosfera de ‘Sur’**

El primer elemento relevante del conjunto de blogs que tutelan periodistas de *Sur*, diario editado por Vocento en Málaga, es que su número se equipara casi con el de su hermano granadino: dieciséis blogueros alista el diario malagueño, sólo dos menos que *Ideal*. Y como *Ideal*, también en *Sur* destaca que esta faceta de iniciación en el

ciberperiodismo se extiende por el conjunto de la redacción, aunque con un factor adicional: que no alcanza al conjunto de la cúpula de la redacción. Por ejemplo, su director, Manuel Castillo, no ejerce como bloguero, a diferencia del caso recientemente analizado de su homólogo de *Ideal*, Eduardo Peralta. Una cuestión que llama la atención sobremanera si se tienen en cuenta dos circunstancias: que Castillo se caracteriza por una notable actividad en redes sociales, extensión que podría describirse como natural al ejercicio como bloguero, y que, por otro lado, Castillo dispone de su propio altavoz en su periódico: al igual que Peralta, también escribe su particular ‘Carta del director’, un artículo semanal que se publica cada domingo en la edición de papel y que el máximo responsable de *Ideal* sí que emplea para nutrir su experiencia en la blogosfera. Castillo, por su parte, prefiere trasladar al ámbito digital esos artículos como piezas de opinión que se vuelcan, sin mayores manipulaciones editoriales, en la web de *Sur*. Sin ejercer como bloguero.

Una semejanza nuclear que sí emparenta a *Sur* con el caso de *Ideal* tiene que ver con una singularidad que también encontramos en la blogosfera del diario malagueño: su consistencia. No se trata de una estrategia planteada a partir de maniobras personales o de impulsos individuales de sus redactores; la lectura del total de aportaciones de sus periodistas/blogueros permite concluir que en *Sur* prevalece la idea de que, como una mancha de aceite, esta experiencia en el ciberperiodismo se difunda entre el conjunto de la redacción. De manera que su oferta temática en blogs se distinga por su carácter panorámico: blogs de ocio, recreativos, deportes, política... Un enfoque poliédrico que contribuye a satisfacer el requisito fundamental de una adecuada blogosfera periodística: responder al interés de la audiencia mediante una visión cuanto más amplia mejor del relato de la actualidad informativa. Así ocurría, como acabamos de analizar, en *Ideal* y otro tanto sucede en **Sur**, aunque **Elena de Miguel**, responsable del área digital del periódico malagueño, apunta la siguiente precisión: “El blog es un formato que en nuestro caso va en desuso y que sólo mantenemos en ocasiones muy definidas”. Es decir, que su estrategia a lo largo de los últimos años en torno a su blogosfera ha evolucionado hasta hacerse “más selectiva. “En una primera etapa”, recuerda, “existían dos vertientes”. “Por un lado, los blogs especializados de periodistas, donde se abordaban temas de su área de trabajo o de sus intereses”, explica. “Por otro lado, los usuarios en general, que se abrían blogs sin ningún tipo de limitación, lo que derivó en

una cantidad ingente de blogs de personas anónimas que, en ocasiones, sólo se utilizaban un par de veces y quedaban desactualizados”.

De ahí que con el paso del tiempo, y a través de un proceso natural de decantación, el diario malagueño haya acabado adoptando una política respecto a su presencia en la blogosfera que De Miguel divide en tres vertientes: en primer lugar, los blogs que tutelan directamente sus redactores, claves para nuestra tesis. Sobre los cuales, subraya que “su número se ha reducido en los últimos años”. “La eclosión inicial, en la que muchos periodistas tenían cierto interés o eran animados a contar con un blog, ha dado paso a una etapa mucho más selectiva”, añade, en la línea advertida poco antes de convertir la oferta informativa de *Sur* en este ámbito en un bloque más cabal que en los primeros años de emergencia de los blogs. “En la actualidad”, señala De Miguel, “los blogs suelen ser agrupadores temáticos de contenidos de un redactor (por ejemplo, moda, tribunales o artículos sobre televisión) y es cada periodista el que se encarga de su gestión y edición”. También cita la responsable del periódico malagueño que su blogosfera dispone de otros elementos que, aunque no son el objetivo de esta tesis, merece la pena que sean reseñados. Se trata de un segundo bloque de blogs gestionados por los denominados “usuarios VIP”, esto es, “aquellos usuarios que actualizan de forma constante y que ofrecen contenidos de calidad”. “Algunos se han convertido en colaboradores del propio medio: por ejemplo, en nuestro caso, un usuario especializado en meteorología; otro que escribe sobre automoción...” Y, por último, un tercer bloque de blogs de índole coyuntural, creados para coberturas especiales. “En ciertas ocasiones”, afirma De Miguel, “abrimos un blog cuando existe una cobertura que se mantiene en el tiempo y de la que queremos que quede constancia en un formato único. En estos casos, el blog se utiliza tanto si lo que está detrás es un periodista del medio como un colaborador que nos ofrece un contenido de interés”. Y cita algún ejemplo: un blog para una cobertura del Festival de Cine de Málaga o un blog de un médico que hace un viaje humanitario a una ONG en un país africano. “Siempre son decisiones muy excepcionales, definidas de antemano y con una duración concreta”, concluye.

Unas palabras que nos ayudarán a entender cómo está configurada la blogosfera de *Sur* y que, como se ha mencionado, se caracteriza por ese aire panorámico que De Miguel explica y por incumbir a distintos estratos de la redacción. Por ejemplo, un caso de periodista que sí ocupa un puesto de responsabilidad en la pirámide jerárquica de *Sur*

y lo simultanea con su condición de bloguero es el de **Héctor Barbotta**, delegado del periódico en la capital de la Costa del Sol. De donde nace precisamente su nombre: ‘Marbella blog’. En él, Barbotta se sitúa en la línea de otros precedentes que ya hemos mencionado cuando analizamos algunos casos de blogueros del diario *Ideal*: el bloguero como voz de la conciencia ciudadana. Al estilo del periodismo local clásico, Barbotta se sumerge en cada frente informativo abierto alrededor de la vida de Marbella (y por extensión, de Málaga y resto de Andalucía) en una exhibición de compromiso con el entorno que le rodea que fomenta la construcción de una comunidad polifónica entre emisor y receptores alrededor de la misma idea: la mutua retroalimentación de intereses e inquietudes. Barbotta, un más que prolífico autor, capaz de publicar incluso más de una pieza por día (así sucede, por ejemplo, el 19 de diciembre del 2016, cuando entrega un artículo sobre una polémica del ámbito de las infraestructuras y otro en torno a las vicisitudes políticas del PP marbellí), tiene como norma dotar a sus entradas de un sello combativo que también caracteriza sus artículos previamente publicados en papel, que luego vuelca en el blog: por lo tanto, ignora algunos de los atributos del ciberperiodismo (apenas enlaza a otras webs y es también bajo el nivel de incorporación de elementos gráficos) para centrarse en lo esencial, el periodismo de denuncia. Un periodismo que tiene sentido en el universo de la blogosfera porque deja de ser el lamento de un solitario profesional que ignoraría siempre el eco que pudiera recabar en el ámbito analógico pero que sí puede compartir sus preocupaciones en la versión digital de su periódico seguro de que la complicidad que hallará en sus incursiones ciberperiodísticas dispone de recursos para que sea calibrada.

Modular la gestión de su blog a partir de la respuesta que percibe entre sus seguidores representa un sano ejercicio del oficio que Barbotta despliega con ejemplaridad, porque su blog se pone siempre al servicio de sus lectores. En ‘No llueve a gusto de todos’, una entrada de diciembre del 2016, recurre a una sucesión de aparatosas tormentas para denunciar las deficiencias del urbanismo marbellí, pero también encuentra hueco para una reflexión más personal sobre el mismo asunto: su artículo ‘Alicia, alicias’, publicado tres días antes, se decanta por situar el foco informativo en torno a la infeliz peripecia de una víctima de las riadas, una prostituta que trabajaba en un club de Estepona y perdió la vida ahogada entre las aguas, merecedora de unas sentidas líneas de despedida. Entre esas dos almas oscila de hecho el blog de Barbotta. Por un lado, el analista político que hace de la ecuanimidad su

forma de expresarse, en un estilo directo y sin contemplaciones. Que no se detiene en los detalles anecdóticos y entra en el fondo de la cuestión, sin que pueda desvelarse afinidad por uno o por otro partido: a todos ellos, al igual que hace con las instituciones que desfilan por ‘Marbella blog’, dispensa el mismo trato. Una visión crítica del panorama político que sabe compatibilizar con otras entradas más desprovistas de tensión informativa, cercanas al periodismo de estirpe costumbrista, donde el bloguero desciende a cuestiones que pudieran parecer menores por su escasa dimensión pero que, en realidad, resultan decisivas para construir ese vínculo con su audiencia, se supone que interesada también en noticias de alcance local o regional. Vemos a ese Barbotta al pie de la calle en entradas como la que publica en octubre del 2012 titulada ‘Faltan listos’, donde una anécdota en principio banal (unos gamberros apuntan con pistolas láser a los aviones que aterrizan en el aeropuerto de Málaga), le sirve para desarrollar un artículo de envergadura más amplia sobre la falta de entidad de algunos políticos malagueños, a quienes compara con esos vándalos del láser. Una feliz pieza que sirve como ejemplo del tipo de entradas donde Barbotta despliega los argumentos propios del periodista con amplia experiencia en un ámbito territorial reducido, justamente el tipo de bagaje profesional que cualquier lector espera encontrar al otro lado de la blogosfera cuando penetra en el tipo de periódico nacido para contar los avatares de su barrio, su ciudad o su región.

Barbotta es, por otro lado, creador de un segundo blog que integra la misma oferta informativa de su periódico. Se titula ‘Rugby mundial’ y, como es obvio, se encarga de analizar para sus lectores ese frente informativo. Que, por otro lado, no se trata de una inquietud propia del periodismo diario: procura, como veremos en otros casos de las distintas blogosferas de Vocento, responder mediante el recurso a su condición de bloguero a aquellas preocupaciones más personales eclipsadas por el quehacer informativo diario. Como un espacio propio para sus intereses más íntimos, que apenas encuentran eco en la agenda informativa diaria por tratarse, como en el caso que nos ocupa, de un deporte más bien minoritario, de escaso anclaje además en la actividad deportiva de Málaga. Un entretenimiento mediante el cual Barbotta aprovecha, si se admite la expresión, para desintoxicarse de su actividad profesional diaria. Que en cualquier caso ejerce con el mismo rigor. Estilo cuidado y pulcro, buen ojo para identificar los temas que pueblan la agenda informativa de este deporte, sabiduría casi enciclopédica que resulta sin embargo accesible para el lector profano.



Quien, por otro lado, no milita entre los destinatarios naturales de este blog. Barbotta se dirige a quienes, entre sus hipotéticos lectores, comparten una pasión similar por este deporte, a los que ofrece sin embargo piezas personalizadas. Sus propias semblanzas de los héroes del rugby, su visión personal de los principales hitos competitivos y un arsenal de piezas que un aficionado a este juego sólo puede encontrar en este espacio, raro en la oferta de blogs propios de un diario local, pero en cualquier caso enriquecedora. Así debe interpretarse la presencia de ‘Rubgy mundial’ en la blogosfera de *Sur*. Como un proyecto que mejora la calidad informativa global y como la admisión de que el conjunto de los redactores pueden, y en cierto sentido deben, compartir sus conocimientos e inquietudes con el conjunto de la audiencia.

Además, aunque el propio autor le confiere un carácter muy secundario, debe consignarse que Barbotta dispone de un tercer blog. Se titula ‘Expectativas’ y aborda el mundo informativo de la economía, nacido cuando trabajaba en la sección del periódico *Sur* del mismo nombre, que dejó hace tiempo de actualizarlo.

Otro caso de blog nacido y gestionado desde la redacción de *Sur*, bautizado como ‘¿Qué le compro?’, es obra de la periodista **Isabel Méndez**, quien se ocupa de temas locales de la actualidad malagueña, vinculados al sector comercial. De ahí que en su faceta como exploradora de la blogosfera decidiera vincularse a un ámbito informativo que conoce bien y donde puede desdoblar las dos vertientes de su trabajo, de modo que la pretensión de complementariedad entre ambas facetas ya nazca con visos de éxito. Porque ahí reside, como veremos posteriormente en otros casos analizados, una de las claves de que esta ocupación en el espacio analógico y en el ciberespacio tenga sentido: en la capacidad de los blogueros y periodistas de Vocento para identificar cómo ocupar las dos almas de su profesión, de manera que se retroalimenten mutuamente en lugar de amputar sus logros. Méndez es un acabadísimo ejemplo de cómo se puede compatibilizar su labor como reportera con una experiencia en la blogosfera que acarrea beneficios al conjunto de su trabajo. Fecunda bloguera, milita entre quienes garantizan al menos una entrada por semana a sus lectores, a quienes tiene el olfato de suministrar piezas de variado signo, lo cual asegura una diversidad de enfoques que el público tiende a agradecer. No se trata de artículos lineales, consagrados al comercio local en cualquiera de sus variantes, sino de entradas donde se mezclan los géneros informativos (incluida la entrevista, un género apenas asociado al mundo del blog, como una interesante pieza protagonizada por una joyera,

en diciembre del 2016), el punto de vista de las informaciones (que apelan incluso al llamado periodismo de servicio, como el artículo dedicado a los mercadillos de Navidad en Málaga publicado en la víspera de Reyes del 2017) e incluso varía también las extensiones. No son entradas por lo tanto predeterminadas, sino que obedecen a las consignas propias de la actualidad informativa, lo cual encarna precisamente otro de los éxitos de cualquier periodista convertido a bloguero: no perder nunca de vista su primera condición si quiere ejercer cabalmente como lo segundo.

Méndez organiza su actividad como bloguera de manera concienzuda. Divide sus informaciones en áreas temáticas de carácter más bien panorámico, puesto que abarcan geográficamente no sólo la capital malagueña, sino la Costa del Sol, territorio dotado de su propia personalidad comercial. Incluye referencias al mundo del comercio digital, aborda la actualidad de los centros comerciales sin descuidar el pequeño comercio de barrio y las iniciativas particulares, puesto que se hace igualmente eco de las aportaciones de emprendedores malagueños a través de los populares mercadillos tan comunes en la capital andaluza, se ocupa de la moda infantil y hasta del desembarco e implantación de franquicias en Málaga. Un despliegue incansable que se nutre de su propia experiencia como periodista, cuyo olfato principal reside en situarse como norma en el punto de vista del lector y ofrecer en consecuencia una completa paleta de temas informativos elaborados con un estilo directo y libre, muy desenfadado. Un estilo que no por casualidad trata de tú a su público, un guiño formal que encaja muy bien con este aire un punto informal que parece propio de un blog sobre comercio. Como si el periodista fuera un cliente más del sector comercial malagueño, sólo que con una mayor capacidad para informarse y también para prescribir. El blog ‘¿Qué le compro?’ se inscribe como vemos en esa amplia factoría impulsada en la blogosfera de Vocento para convertir a sus autores en líderes ciudadanos, prescriptores en cada territorio, que exprimen todas las posibilidades de la blogosfera hasta convertir su trayectoria en el ciberperiodismo en algo distinto, enriquecedor de su labor convencional en el periodismo analógico. Méndez no incurre en consecuencia en ese error tan común de los periodistas metamorfoseados en blogueros: hacer el mismo trabajo, con ambiciones similares, en ambos medios. En esa complementariedad en sus incursiones en ambos terrenos se oculta uno de los secretos de su éxito.

Los ejemplos que vamos conociendo de periodistas que ingresan en la blogosfera nos permiten trazar una línea más o menos fija de su actividad: se trata de

expresar todas las posibilidades que concede el ciberespacio para alcanzar el corazón de la audiencia por otros medios distintos, aunque complementarios, de la actividad clásica del reportero. Un esquema al que también obedece el siguiente caso analizado, el blog ‘Línea de fuga’, cuyo autor es el periodista de *Sur* **Antonio Javier López**. Quien se ocupa en esta exploración de la blogosfera de la temática cultural, bien que siempre emparentada con su compromiso con el universo ciudadano, callejero, de Málaga. Lo cual cobra sentido teniendo en cuenta su trayectoria como periodista en el diario malagueño, donde ha ejercido en la sección de local y donde, durante el curso del presente estudio, se ocupa actualmente de las informaciones de cultura y sociedad. De modo que no puede extrañar que nos encontremos no ante el clásico ejemplo de blog cultural que se limita a explorar su faceta más diletante, con mayor o menor erudición del autor respecto a los temas que aborda. Como ocurre con otros compañeros de esa misma redacción, López cuenta con una predisposición natural a situar sus entradas cerca de los intereses de su audiencia. Obsérvese el caso de su artículo ‘Sin Larios’, publicado en diciembre del 2016, a propósito de los planes del Ayuntamiento malagueño para ampliar el Museo Picasso: ‘Línea de fuga’ incluye esta pretensión municipal como parte de un relato más amplio, vinculado a la controvertida personalidad del alcalde de Málaga, pródigo en este tipo de anuncios, y sitúa el conjunto del artículo como parte de su propia experiencia como periodista acostumbrado a traducir para sus lectores el palpitante mundo del periodismo local. López maneja también con sabiduría su condición de bloguero y su extensión al mundo de las redes sociales en otro ilustrativo ejemplo muy propio del ámbito del ciberperiodismo, su artículo a propósito del Museo de Málaga (noviembre del 2016), donde la presencia del lector se siente siempre más próxima (menciona incluso las reacciones de sus lectores a una información publicada en papel a cuenta de la oferta de empleo en el citado Museo) y obliga por lo tanto a modular el tono, a acertar con el estilo.

Que en el caso de López es primoroso. Nos encontramos ante un periodista de sobresalientes recursos estilísticos, que organiza sus artículos con esmerada pericia, puesto que conduce al lector hacia el destino de sus cavilaciones con sutileza y brillantez en el tono elegido, con concesiones a un fino sentido del humor que no restan profundidad a sus temas. López acierta sobre todo cuando traslada a su personal mundo de periodista profundamente enraizado en la esencia de Málaga cualquier devenir del mundo cultural, como si enviara un mensaje a la comunidad de sus lectores basado en

que nadie podrá contar mejor que él la actividad propia de ese universo. De ahí que su experiencia como bloguero repase prácticamente todos los frentes culturales: arte, música, literatura. Y de ahí también que mezcle en sus artículos, con el mismo nivel de acierto, la pura pretensión de informar con un subtexto muy pródigo en autocitas (su conocimiento de los protagonistas del ambiente cultural malagueño), que en ocasiones convierte sus entradas en perfiles biográficos de los actores principales de ese universo informativo: así ocurre, por ejemplo, cuando disecciona en octubre del 2016 la personalidad de un músico de jazz en su artículo ‘El perseguidor’, de notable erudición, o cuando mezcla los géneros informativos con modélico estilo en su artículo titulado ‘Fronteras’, de noviembre del 2016, que sirve tanto como perfil de una responsable de la onegé ‘Médicos sin fronteras’, como de altavoz para el lamento por la desaparición de una totémica librería malagueña, dentro de un enfoque más amplio en torno al futuro urbanístico que aguarda al corazón de Málaga y de otras ciudades. López, que entrega a la blogosfera una entrada más o menos cada mes, es un redactor de largo aliento, que no se conforma con una visión apresurada de la realidad que le rodea, sino que inscribe cada incursión en su faceta como bloguero en una línea de continuidad, como una voz interior que susurra a los malagueños sobre cómo las manifestaciones culturales, su impacto en la vida ciudadana, convierten a la ciudad en un territorio distinto. Otro periodista convertido en bloguero que con el discurrir del tiempo acaba por transformarse en prescriptor.

También en el atractivo parque de blogs de *Sur* tutelados por periodistas se encuentran casos, como sucedía en su hermano granadino *Ideal*, de experiencias impulsadas por redactores que desarrollan su labor en el área digital del periódico. Así ocurre con **Almudena Nogués**, miembro de *Sur.es* y bloguera a cargo de ‘Málaga, pasarela urbana’, bitácora destinada a profundizar en el mundo de la moda desde un enfoque local. Porque Nogués, que acumula experiencia como redactora en distintas secciones del periódico malagueño, no se limita a proponer en su blog una visión panorámica de ese universo informativo. Aunque tampoco ignora que las evoluciones temáticas de su quehacer como bloguera se inscriben en un mundo global, de casi infinitas ramificaciones, sitúa el corazón de sus pesquisas en el ámbito más cercano. Desde el mismo título, el lector ya sabe que se encuentra ante un blog dedicado a la moda. Pero no cualquier moda, sino aquella que le resulta más cercana porque se desarrolla en un territorio limitado, concentrado a Málaga, y porque sus protagonistas

son igualmente cercanos: personalidades de la moda malagueña que desfilan por el blog de Nogués para ofrecer una información que por los medios convencionales resulta difícil de encontrar en el periodismo diario ejecutado en el mundo analógico.

La autora adapta su estilo a ese ámbito temático que ha elegido para desplegar su actividad en la blogosfera. Un estilo desenfadado, abierto a la complicidad con el lector, común por lo tanto a otras experiencias semejantes que ya hemos ido analizando en este capítulo. Uno de sus aciertos esenciales radica en evitar que esas licencias en el tono que se concede no deriven en ningún caso hacia lo insustancial. No hay ñoñerías, tan usuales en blogs semejantes a éste, propiciadas tal vez por lo que tiene en ocasiones de superficial el ámbito de la moda. Es un estilo directo, que habla de tú al lector. No sólo eso: también convierte a los lectores en actores principales de algunas entradas, un triunfo para cualquier bloguero cuyas ambiciones se destinen a convertirse en la voz de la comunidad a la que se dirige. En su pieza publicada en diciembre del 2016 y dedicada a los abrigos de invierno, titulada ‘Abrigada y a la moda’, Nogués fotografía la imagen de una serie de malagueñas, a quienes identifica con nombre y apellidos, mientras describe su atuendo. Son ciudadanas del común, convertidas en protagonistas de un blog gracias al buen olfato periodístico de su autora, quien persiste en este mismo tipo de entradas: ‘No puedo vivir sin...’, un artículo de noviembre de ese mismo año, persevera en la tendencia a introducir en su blog la voz de la calle, a través de las experiencias de un grupo de malagueñas que ofrecen su opinión a Nogués. Quien traslada luego todas esas voces con un lenguaje directo y claro, aunque como suele ser habitual en este mundo temático con cierta predisposición a la jerga o al empleo de palabras en inglés. Son por otro lado entradas con una poderosa carga visual, como no podía ser de otra manera teniendo en cuenta que se trata de un blog de moda. Nogués ilustra sus informaciones con un abundante caudal de fotografías, lo cual significa una notable carga de trabajo adicional pero parece un recurso inevitable para que el lector se haga una idea cabal de cuanto la autora quiere contarle. Con otra particularidad: que Nogués sabe mezclar con acierto esa predisposición a convertir a la gente de Málaga, la gente de la calle de Málaga, en protagonista de sus entradas con la utilización frecuente de otro tipo de género informativo, el perfil. Un recurso que emplea para divulgar la actividad empresarial de unas cuantas diseñadoras y empresarias malagueñas, cuya carrera pasaría desapercibida si no fuera porque cuenta con el potente amplificador que Nogués concede para su trabajo. Lo cual nos lleva al comienzo de estas líneas: que nos

encontramos ante un blog de moda, por supuesto, pero sobre todo ante un blog adaptado a la experiencia de una periodista de índole local, que desarrolla su trabajo en un espacio geográfico concreto y reducido. Y que así es como se puede construir alrededor de un periodista un atributo superior, su condición de faro y guía para la comunidad a la que sirve: poniendo siempre en el primer plano de su oficio al lector. Que en algunos casos, como el presente, puede incluso en saltar al otro lado de la pantalla y convertirse en protagonista de la información. Ventajas del ciberperiodismo.

Curiosamente, *Sur* cuenta en su extenso catálogo de blogs con otro dedicado al mundo de la moda. E igualmente, como el anterior, tutelado por una periodista vinculada a su sección digital. Carmen Parra orienta sin embargo su actividad en la blogosfera hacia un ámbito más global. En ‘Gracias a Dior’ no pone tanto el énfasis en el universo más cercano, sino que apunta hacia el mundo de la moda entendido como un conjunto de inspiraciones informativas que pueden tener también un encaje próximo aunque no necesariamente: su blog concita por lo tanto el interés del público lector de *Sur*, a quien se supone preocupado por los mismos frentes informativos de cualquier otro lector, pero también propone pistas y plantea sugerencias o ideas para quien navegando por la blogosfera pueda detenerse en atender las entradas que llevan la firma de Parra. Quien, como por otro lado resulta normal en un blog de estas características, rodea sus artículos de un copioso material audiovisual, que incorpora tanto fotos como vídeos, incluyendo algunos de aspecto tutorial como el incluido en su entrada de diciembre del 2016 dedicada al complemento llamado bufanda manta.

Y también como parece norma en el ámbito informativo de la moda, nos encontramos con un blog que obedece a dos consignas no escritas pero ampliamente cumplidas en estos casos: por un lado, el recurso constante a un vocabulario próximo a la jerga, pródigo en voces vertidas desde el inglés; por otro lado, el empleo de un lenguaje directo, ágil, que facilita la complicidad con el público lector. A quien de esta manera se le envía un guiño fácilmente interpretable: quien bloguea ‘Gracias a Dior’ es alguien como yo, miembro de la comunidad de lectores. No estamos por lo tanto ante la sesuda o erudita opinión de un experto, sino ante las opiniones de quien, siendo periodista y miembro también de la blogosfera, ejerce igualmente de ciudadana interesada en la moda. Por eso se habla de tú a lector: para crear un mecanismo de respuesta instantánea. Porque, como ya vamos viendo en unos cuantos casos analizados en el presente capítulo, la aspiración del periodista convertido en bloguero radica en

reforzar esos hilos invisibles (intangibles repletos sin embargo de gran valor) hacia su audiencia. Una estrategia basada en ese proceso de identificación tan caro a este blog: que el público vea a Parra como miembro de esa misma comunidad de intereses. Un miembro más acreditado, porque dispone de mayor y más fácil acceso a la información y además sabe ponerla a disposición del resto de la comunidad con mayor tino, pero integrante en cualquier caso de un colectivo de preocupaciones comunes que encuentra en su blog esa doble vertiente nuclear para sus exploraciones por la ciberesfera: la posibilidad de pertenecer a un grupo, por un lado, pero manteniendo sin embargo una personalidad propia. Aspiraciones que Parra sabe amparar mediante dos factores que emplea al unísono con acusada maestría. Porque exhibe una inteligente utilización del ritmo narrativo, publicando entradas con la asiduidad suficiente y medida para crear ese efecto de formar parte de un colectivo, una conquista que sería imposible si desistiera de dosificar su actividad como bloguera, y porque además acredita reflejos y buen olfato periodístico para llevar a su blog acontecimientos de índole global, que aparecen en la agenda informativa diaria, de manera que le sirvan como pretexto para afianzar sus vínculos con su audiencia. Así ocurre en su artículo de noviembre del 2016 a propósito del aniversario de Mickey Mouse, muy representativo de ese inteligente uso del blog. Que merece un comentario adicional respecto a su habilidad para no colisionar temáticamente con el que gestiona su compañera Almudena Nogués: ambas saben mantener sus respectivas actividades en la blogosfera de *Sur* sin invadir el espacio de su colega de redacción, lo cual también permite una astuta complementariedad en el parque de blogs del diario malagueño. El lector interesado en el mundo de la moda se encuentra por lo tanto con una succulenta oferta informativa, que salta de lo local a lo global, pero que en todos los casos le sitúa en el objetivo de las actividades de estas dos periodistas convertidas en blogueras.

Como en los dos últimos ejemplos analizados, también en el siguiente blog que pasamos a estudiar concurre una circunstancia compartida: su autor proviene del área digital de *Sur*. Un atributo que debería multiplicar la capacidad de encaje de su proyecto en el ámbito del ciberperiodismo, pretensión corroborada por los hechos: **Ángel de los Ríos**, autor del blog ‘Soy friki’, se dedica a explorar en la ciberesfera aquellos frentes informativos que son propio de ellas. No se trata por lo tanto de un bloguero que traslada al universo digital maniobras propias del ámbito que hemos denominado analógico, vinculado al ejercicio tradicional del periodismo. Lo que De los Ríos procura

es observar el impacto que en su trabajo como periodista, desplegado en el mundo digital, caracteriza a esas noticias que parecen haber nacido directamente para ese universo. Son noticias, o esbozos de noticias, que sólo un ojo experto y bien entrenado en el ciberperiodismo puede identificar como tales. Nos tropezamos así con el primer acierto de ‘Soy friki’: calibrar las consecuencias que para el interés del público pueden concitar aquellos materiales que en su estado inicial no pasan de alcanzar el estatus de avisos. Leves alertas, indicios casi inaprensibles de que ahí, en ese aspecto casi gaseoso, puede encontrarse el germen de noticias de mayor calado. Que en ocasiones no llegan a ser una especie de timorato apunte que sirve para decorar la actualidad del día sin gran trascendencia. Pero que a menudo conectan con la curiosidad del público, sobre todo del más habituado a la era digital. Y que en cualquier caso obedecen al trabajo periodístico tradicional, el de siempre. Que el detonante de estos artículos sea tan a menudo trivial no resta profesionalidad a De los Ríos, cuyo mérito inicial como bloguero radica en la rápida detección de dónde puede encerrarse una de esas noticias denominadas en la nueva jerga periodística como virales: es decir, que nacen para ser compartidas. Para contaminar, en un sentido positivo, el cada vez más estrecho espacio entre periodista y lector.

Como por otro lado es propio de este tipo de informaciones, en las entradas de ‘Soy friki’ menudean las expresiones para iniciados (como la voz *hoax*, bautizada para describir los bulos, o la expresión ‘Walking Dead’, en alusión a una popular serie de televisión sobre zombies: algo así como un muerto viviente, que sirve para definir esa clase de bulo que lleva tiempo circulando por internet). Se trata, en todo caso, de un inteligente empleo del vocabulario compartido entre bloguero y comunidad de lectores: el primero recurre a este tipo de mensajes para garantizar a su audiencia de que él también forma parte de ella. Es decir, como en otros casos analizados en este capítulo, que el periodista, además de bloguero, es también miembro del colectivo al que dirige su actividad. Simpatiza con él, hace suyas sus filias y sus fobias, habla su mismo lenguaje y, además, eleva esa inquietud o esa curiosidad compartida a otra escala: hasta su conversión en producto informativo. Una ambición que también se nutre de un elemento central en este tipo de proyectos: la modélica lealtad a la audiencia, observable en un detalle que puede parecer menor pero que en realidad encierra un mecanismo de poderosa vinculación. Nos referimos a su periodicidad: para reforzar ese nexo de unión, De los Ríos opera en la blogosfera con una asiduidad envidiable, imprescindible. Y



termina de anclar su condición de periodista, bloguero y, en cierto sentido, prescriptor con dos herramientas que emplea astutamente: para empezar, el nombre de su blog. Titulándolo ‘Soy friki’, emplea con desparpajo y sentido del humor un mensaje directo a su audiencia. Es tanto como decir ‘Soy uno de los vuestros’. Me interesan o me intrigan las mismas cuestiones, siento una curiosidad semejante, una inclinación natural hacia ese lado oscuro de la realidad puesto hoy de relieve por las nuevas tecnologías.

Por otro lado, De los Ríos nunca deja de ser periodista, como ya advertíamos al principio. Quiere decirse que está al tanto de la actualidad informativa y ayuda a desentrañarla a sus lectores. Así ocurre con una entrada seminal para este propósito: en noviembre del 2016 se hace eco de una noticia, con apariencia real, que circula por el ciberespacio en torno a un hipotético incidente en un supermercado malagueño. De los Ríos disecciona la aparente noticia hasta limpiarla de adherencias y determinar que, siendo cierta en efecto, en realidad es antigua. Ese mismo mes publica una entrada alumbrada por un enfoque similar: una información divulgada hasta convertirse en viral por el ciberespacio pero que ‘Soy friki’ analiza con el rigor propio del periodismo hasta concluir que el lector se encuentra, disfrazada como información, ante una campaña de publicidad. Periodismo puro, en resumen, adaptado sin embargo a las exigencias del nuevo ecosistema informativo. El concepto teórico de blog, convertido por De los Ríos en una herramienta para incorporar lectores a la comunidad construida por su periódico, para canalizar sus emociones e inquietudes y, finalmente, para ejercer el mismo desempeño clásico aunque por otros mecanismos, con una elogiada tendencia a construir sus entradas mediante el recurso a imágenes, enlaces e hipervínculos.

Con cierta proximidad en el mundo de la moda que ya exploran con éxito otras dos compañeras en la blogosfera de *Sur*, **Lorena Codes** plantea su propia identidad como bloguera en ‘No sólo bodas’. Un blog que, aunque cuyo nombre invite a confusión, en realidad sí que cubre de modo exclusivo ese ámbito temático: las bodas. Fronterizo por lo tanto con la información de moda, pero poseedor de sus propias exigencias que abarcan un territorio mucho más extenso. Donde confluyen desde luego la orientación en la vestimenta, adaptada al protocolo y exigencias propias de esta clase de ceremonias, con otras inquietudes también cercanas a las noticias sobre estilo de vida: la decoración, por ejemplo. Su autora, una periodista de profunda vinculación a Vocento, representa el ideal de un blog de estas características. Porque a sus inquietudes personales añade un poderoso vínculo profesional: ejerce en *Sur* la responsabilidad de

coordinar su suplemento dominical ‘Gente de Málaga’, un compendio de la vida social de la capital malagueña. De manera que se encuentra perfectamente dotada para ofrecer a sus lectores una información adicional sobre ese ámbito temático que, como ella misma advierte en una entrada fechada en noviembre del 2015, excede con mucho las estrictas posibilidades del periódico de papel. Así que se comprende que Codes explore otra vida para su ocupación profesional en el inabarcable espacio de la blogosfera, donde las informaciones más contenidas del ámbito analógico pueden expresarse con otra ambición. Y porque ocurre que además el orden temático elegido, el mundo de las bodas convertido en acontecimiento social, reclama un espacio más desahogado. Donde, por ejemplo, predomine una poderosa oferta de imágenes que lucen en la blogosfera con otro esplendor. Tomando como ejemplo esa misma entrada arriba citada, observaremos que la autora incluye nada menos que 26 fotos, dispuestas para ofrecer una visión general del enlace pero que además se detienen en otros detalles que pasan necesariamente desapercibidos en una crónica publicada en papel. También la extensión del texto excede los parámetros convencionales del reportaje analógico, como igualmente es propio del ciberperiodismo el imprescindible e inteligente recurso al enlace.

Como puede deducirse del universo temático elegido por Codes, la frecuencia de actualización de su blog es desigual. Obedece, lógicamente, al calendario propio de los acontecimientos que desfilan ante su pantalla, lo cual es un atributo exclusivo de los protagonistas de la noticia: los novios. En su estilo, el lector encontrará el conocido recurso a expresiones extranjeras, la mayoría en inglés, tan vinculadas al frente informativo de la moda, la decoración y la crónica social, diseminadas por piezas escritas en un tono ligero y desenfadado, no exento de rigor. Estamos por lo tanto, como hemos apreciado en blogs anteriormente analizados, ante el ejercicio del periodismo tradicional aunque por otros medios, puesto al servicio de una conexión íntima con las inquietudes de los lectores que encuentran en la autora, como hallaron en otros integrantes de la blogosfera de *Sur*, una voz que les habla en su mismo idioma. Un blog que además sabe incardinarse en la estrategia informativa del propio periódico, como cuando su autora se ocupa de la feria de novios que organiza *Sur*. Porque, como prácticamente es norma en cada incursión de un periodista del diario malagueño en su actividad como bloguero, el enfoque principal es casi siempre cercano a su ámbito geográfico: la idea nuclear del periodismo local, el propósito de contar lo que otros

medios no cuentan porque su ámbito de aplicación es nacional o universal, como objetivo primordial de las exploraciones de la redacción del diario malagueño en el espacio digital.

También, como otros de sus compañeros de redacción de *Sur* miembros de la blogosfera cuyo quehacer hemos repasado ya, **Raquel Merino** ejerce su trabajo en el área digital de su periódico. Su blog ‘Adicta TV’ marca el escenario de sus inquietudes en el ciberespacio desde la propia denominación. Nos encontramos, en efecto, con un espacio donde el lector hallará aquellas noticias que también puede encontrar en otros ámbitos informativos, tanto analógicos como digitales, aunque servidas aquí con atributos propios de la blogosfera. Mayor extensión en las piezas, por ejemplo, ilustradas con esa proliferación de imágenes que debiera ser consustancial a la prensa digital, donde los problemas de espacio no condicionan en la misma medida que en la analógica el desarrollo del trabajo informativo. Y con una frecuencia razonable de actualización, prácticamente a un ritmo de un artículo mensual, que refuerza el sentido de pertenencia de los lectores al mismo colectivo, razón de ser de este tipo de incursiones en el ciberespacio. Con otra particularidad: que así como suele ser norma en los artículos de Merino ocuparse de la actualidad informativa que emana de la propia agenda televisiva, también sabe detenerse en un enfoque más local. Ocurre, como en un artículo publicado en noviembre del 2015, cuando los protagonistas de esa misma agenda proceden de Málaga o tienen algún vínculo con el territorio geográfico donde opera el periódico *Sur*, condición observada también en otros artículos anteriores, como es el caso de una entrada de agosto de ese mismo año: concursantes malagueños en programas de televisión, convertidos en actores principales de ‘Adictos TV’. En ambos ejemplos, Merino sitúa en primer plano ese enfoque local, que también prima en otras entradas semejantes. Observamos de nuevo la misma estrategia que también resulta innata a otros bloggers de su periódico: su tendencia a canalizar en un producto local aquellos contenidos que otros medios de la competencia también pueden compartir. El mensaje central de este discurso editorial es obviamente el mismo que en casos precedentes: el diario local amplía sus actividades informativas a través de su blogosfera hacia el ámbito digital pero sin dejar nunca de lado su vocación de ser el medio de comunicación por excelencia para Málaga. En resumen, Merino es una bloguera menos fértil que la mayor parte de sus compañeros de *Sur*, atenta en todo caso como ellos al ritmo propio de la actividad informativa como fuente nutriente de su labor en la

blogosfera. Escueta en sus artículos, que van a la raíz de la noticia que en cada caso los desencadena, aunque capaz también de reaccionar a los frentes noticiosos para convertir en una entrada de su blog la actualidad que depara el universo temático en que despliega su tarea.

Como hemos ido viendo en distintos casos de periodistas y bloggers que forman parte de la redacción de *Sur*, resulta usual que ambas facetas se desdoblén en función de un mismo argumento profesional: que la mudanza desde el área tradicional del periodismo al ciberespacio mantenga fidelidad a la misma fuente temática. Es decir, que los informadores que ingresan en la blogosfera operen en ella como una extensión de sus actividades en la prensa que, por diferenciarla de los nuevos medios, venimos definiendo como analógica. Así ocurre en el presente blog que pasamos a analizar, titulado 'Expectativas'. Que no por casualidad es la misma denominación que el suplemento de carácter económico que durante largo tiempo ofrecía en sus páginas dominicales los periódicos de Vocento. Como blog, y tampoco por casualidad, nace de la mano de la periodista **Nuria Triguero**, quien en efecto desarrolla su labor informativa en ese universo temático: el periodismo económico, como ella misma advierte en su perfil como bloguera. Triguero amplía ese concepto del periodismo económico a otras fuentes informativas: no se trata sólo de que la macroeconomía ocupe un espacio central en sus actividades en la blogosfera, sino que éstas se abren también a los protagonistas de la nueva economía. Es decir, aquella dimensión que tiene que ver con el empleo de nuevas tecnologías, los distintos acontecimientos adheridos a la misma y todos aquellos frentes informativos que converjan en el río central de la actividad económica. Bajo ese enfoque amplísimo, Triguero se desempeña en el ciberespacio guiada por la tendencia conocida en otros colegas suyos de esta misma sección del periódico malagueño: aprovechar sus exhaustivos conocimientos de ese ámbito informativo para aportar más información o la misma información (o parecida) contenida en el periódico de papel aunque desde otro punto de vista.

Una ejemplar muestra de este quehacer profesional de Triguero como bloguera que sabe compatibilizar este cometido con su labor como miembro de la redacción de *Sur* está datada en octubre del año 2015. Con ocasión de la publicación de la estadística sobre ocupación laboral, Triguero va más lejos del puro análisis de datos. Aprovecha las posibilidades que concede la blogosfera para trasladar a su audiencia un detallado mapa de previsiones, que bebe por supuesto de los mismos datos que las informaciones 'ad

hoc', pero que explora un universo que los medios tradicionales tienden a ignorar: las piezas de periodismo analítico, que trascienden las exigencias de la noticia inminente y ayudan al lector a conocer el contexto en que se registran. Triguero, además, publica esta pieza mediante un recurso muy caro al periodismo digital, que fomenta ese concepto llamado viralidad: mediante una lista. Una relación de tendencias que la autora, gracias a su dominio del periodismo económico y a su larga trayectoria en este ámbito, puede construir hasta ofrecer a su audiencia cinco pistas que contribuyen a arrojar luz más allá de la frialdad estadística. Y lo hace recurriendo a un estilo riguroso, por supuesto, pero también pedagógico. Sin tomarse con el lector el tipo de confianzas que podían ser entendibles en otro ámbito informativo como hemos visto en otros ejemplos, pero construyendo un discurso que ignora el tono profesoral y antipedagógico propio de otros profesionales. Como bloguera, Triguero acredita una frecuencia desigual. De un ritmo más o menos cifrado en una entrada cada mes, pasa en el declinar de su trayectoria a un comportamiento más irregular que explica en buena medida el abrupto final de esta experiencia. Que ejerció cabalmente durante su exploración en la blogosfera: piezas de extensión adecuada, bien ilustradas cuando el tema lo reclamaba, y abiertas a incursiones en los nuevos modelos de economía que suelen estar ausentes en la agenda diaria de la prensa económica pero que progresivamente han ampliado su presencia en la información tanto analógica como digital.

Una particularidad de la blogosfera, sobre todo cuando se asocia al mundo del periodismo tradicional, radica en su capacidad para explorar un frente noticioso de carácter coyuntural. En tal caso, las expediciones hacia el universo digital tienen fecha de caducidad desde su fecha de nacimiento: durarán cuanto dure en el tiempo el objetivo de sus desvelos informativos. Así ocurre, por ejemplo, con especialidades de blogs enraizadas con un acontecimiento deportivo: cuando concluye ese hito llamado Juegos Olímpicos o cierto campeonato de cualquier disciplina, cesan las actividades en el blog. Son casos frecuentes en el conjunto de la prensa digital, pero hasta ahora en nuestro análisis no habíamos tropezado hasta ahora en los dos diarios analizados. Tampoco habíamos encontrado un blog, como el que analizaremos a continuación, de autoría compartida, fenómeno que siendo inusual tampoco es tan extraño. Así que el blog 'Los come gambas' tiene un sello insólito: porque fue alumbrado para seguir de cerca la trayectoria de un programa de televisión y porque tiene dos autores en lugar de uno. Se trata de **Iván Gelibter** y de **Txema Martín**. Ambos trabajan para *Sur*, aunque sólo el

primero en sentido estricto puede considerarse miembro de la redacción: Martín ejerce más bien como articulista y crítico cultural del periódico, como él mismo detalla en su perfil de ‘Los comegambas’. Que nace, como se acaba de advertir, para relatar con la audiencia, y compartir con ella, las vicisitudes de un célebre programa de TVE: ‘Master Cheff’. Un espacio protagonizado por aficionados a la cocina, quienes someten su pericia e ingenio al dictamen de un tribunal formado por acreditados profesionales en ese oficio. Lo cual significa que el blog se prolongaría mientras el programa televisivo que sirve como detonante se mantuviera en el tiempo, pero lo cierto es que en el año 2015 el blog deja de estar activo, a pesar de que el espacio todavía sigue hoy en la parrilla de televisión e incluso promueve secuelas como una versión destinada al público joven y otra para famosos. Cuando nace ‘Los comegambas’, así bautizado a propósito de un singular plato cocinado por uno de los concursantes cuya apariencia mereció cierta momentánea fama, llega firmado en sus dos primeras entradas por Martín, quien ya advierte de un factor esencial para comprender el resto de piezas sucesivas: que el programa de TVE acreditaba una larga trayectoria (comenzaba entonces, en la primavera del 2015, su tercera temporada), de modo que el interés de sus autores por dotar a la blogosfera de *Sur* de un producto de estas características obedecía al comprobado impacto que tenía sobre la opinión pública.

‘Los comegambas’ aparece por lo tanto con el programa ya en marcha, en la estela de su creciente popularidad, como si algo de ésta pudiera permear al propio blog. Una teoría de vasos comunicantes entre la realidad y su representación. Debe por lo tanto consignarse un detalle fundamental para entender la génesis de ‘Los comegambas’: que se trata de un producto facturado prácticamente ‘ad hoc’. Y que si vertiginosa y espontánea fue su creación, no menos radical resultó ser su desaparición. En julio de ese mismo año, una vez concluida la edición del programa que originó la incursión de ambos autores en la blogosfera, su blog dejó de publicarse. Tanto la entrada inicial como la última fueron deudoras del mismo estilo, informal y desenfadado, como lo era un elemento central del tono con que firmaban sus piezas: la omnipresencia del humor. Un sentido del humor que impregnaba cada artículo y que casaba a la perfección con el propio enfoque del programa televisivo, sometido a las extravagancias propias de los concursantes, a la ingeniosa respuesta que sus creaciones culinarias merecían de los miembros del jurado y al impacto que se observaba en la ciberesfera, con amplio seguimiento en las redes sociales. Que fue donde quedó

entronizado el plato que sirvió para bautizar el blog de Gelibter y Martín. Una curiosa experiencia, con esos dos singulares factores (su condición coyuntural y su autoría compartida) que permiten atisbar un futuro donde blogs de esta índole sean menos extraños.

La blogosfera de *Sur*, como la del resto de diarios regionales de Vocento, concede también un relevante espacio para la información deportiva. Ya hemos visto un ejemplo de blog dedicado al rugby, aunque con un carácter ciertamente menor en la trascendencia de la oferta informativa, puesto que se trataba más bien de una aventura personal de un periodista que tiene en ese deporte una inquietud extraprofesional. En los casos que iremos analizando en otros periódicos, se observará por el contrario que cuando la información deportiva ingresa en la blogosfera tiene un carácter estratégico, puesto que suele ir asociada a aquel deporte o equipo que sirve de referencia al conjunto de la región o de la ciudad. Es decir, igual que sucede en territorio de la prensa tradicional, también el seguimiento informativo en la blogosfera se vincula a aquellos frentes noticiosos que generan mayor impacto y merecen por lo tanto una dedicación más detallada. Sirva este preámbulo como presentación del proyecto que desarrolla el periodista **José Miguel Aguilar**, miembro veterano de la redacción de *Sur* que ha ocupado distintas responsabilidades en la pirámide organizativa y que durante el periodo que abarca la presente tesis ejerce como jefe de edición. Es decir, una tarea en principio alejada de la sección de deportes pero enraizada con el encargo, que cumplió durante diez años, de ocuparse de la cobertura del principal equipo de baloncesto de Málaga, el Unicaja. De esa década como responsable del seguimiento de dicho club le quedó a Aguilar una veta profesional que desarrolla actualmente a través del ciberperiodismo.

Su blog, denominado 'Baloncesto al sur', se detiene desde luego en el ámbito del baloncesto pero debe precisarse que prácticamente queda monopolizado por el seguimiento del club Unicaja. Se incluye dentro de un área temática que *Sur* bautizó de hecho como Canal Unicaja, un repositorio de informaciones cuyo protagonista único es el equipo de baloncesto más popular de la ciudad, casi un icono, al que Aguilar presta sus servicios mediante un modelo de salto desde el diario tradicional al digital que ya hemos detectado con anterioridad en otros casos: a través de la publicación en su blog de artículos previamente publicados en la versión papel. Una maniobra dirigida a satisfacer el apetito informativo de quien accede a este tipo de noticias sólo vía web, un

tipo de lector al que no parece importarle demasiado alimentarse de artículos servidos en otro ámbito con antelación. Le ayuda en esta práctica lectora el hecho de que las piezas que componen el blog de Aguilar tienen un carácter ajeno a la actualidad más palpitante; son artículos de opinión, escritos por supuesto con la temperatura caliente propia de un espectáculo deportivo pero que se inclinan por la vertiente del análisis más sosegado. Quien desee saber cuestiones sobre resultados, estadísticas o cualquier otro particular asociado a un partido del Unicaja habrá sabido satisfacer esa curiosidad por otros caminos. En este blog se le ofrece otra cosa. La posibilidad de saborear las victorias o explicarse las derrotas, pero también una línea de continuidad que el universo del blog sistematiza por esa condición antes citada: por su carácter de repositorio. Una singularidad que permite fomentar las prácticas asociadas a cada blog como espacio compartido entre periodista y comunidad lectora, para quien Aguilar publica su análisis de la trayectoria del equipo de su ciudad, de manera sin embargo desapasionada. No nos tropezamos con la opinión sesgada del hincha apasionado que muta en forofo demasiadas veces; su autor sabe abrir el ángulo, poner en situación a sus lectores, comparar el comportamiento del equipo con su trayectoria reciente o con la más remota. El blog, escrito en un pulcro estilo en las antípodas de ese tipo de prensa deportiva donde el informador se transforma en el hincha más recalcitrante, observa una frecuencia de actualización condicionada por el calendario propio del equipo cuya conducta domina cada entrada. Es raro en consecuencia que pasen muchos días sin que Aguilar publique alguna entrada y por el contrario habituales los artículos escritos en días sucesivos: manda la actualidad y el autor, como es lógico, se pliega a ella y aprovecha también el seguimiento propio de la información que genera el Unicaja para trasladar a su blog los artículos que también publica en papel.

En el capítulo anterior, dedicado a analizar la propuesta del periódico *Ideal* en la blogosfera, observamos la atractiva bitácora que tutelaba el fotoperiodista Ramón L. Pérez. Un contenedor donde alojaba distintas reflexiones sobre el ejercicio de su oficio, amén de otras consideraciones más generales en torno a su profesión, que analizaba a lo largo del tiempo y de la obra de distinguidos colegas. Unas cavilaciones que también operan como detonante del blog donde el fotoperiodista de *Sur* **Fernando González** comparte desvelos semejantes. A través de ‘Objetivo Málaga’, González plantea sin embargo a sus lectores un enfoque distinto: una suerte de espacio común para los aficionados a la fotografía que quieran nutrirlo con sus propias aportaciones. Es un



ejemplo muy ilustrativo del empleo del blog como ágora pública; ‘Objetivo Málaga’, tal y como lo entiende y practica González, se ofrece como lugar de encuentro para el intercambio de fotos, generando un diálogo que se refleja en varias particularidades: su redacción, por ejemplo. González emplea un estilo directo, casi propio de colegas, donde recurre incluso a ofrecer información sobre su estado de salud o sus vacaciones. Hasta llega a utilizar alguna de las entradas para limitarse a felicitar la Navidad a sus lectores.

Observaremos que, como no es redactor de profesión, el autor del blog se emplea con un desenfado mayúsculo en cuestiones estilísticas, que puede sorprender desde el punto de vista del canon periodístico pero que tiene sentido habida cuenta la condición de su blog como destinatario tanto de sus inquietudes como de las aficiones de sus lectores. A quienes González tutea, agradece e implica en la gestión del blog, creando incluso secciones para estimular la participación (como la sección ‘Foto del lector’) e impulsando siempre un mecanismo de involucración que se refleja en esa conversación permanente que mantiene con la audiencia para ir incorporando pistas sobre distintos eventos para aficionados a la fotografía, tanto los que organiza *Sur* como los que promueven otras entidades, o para pedir disculpas sobre los problemas observados en el blog (y aceptar además sugerencias de sus lectores para introducir mejoras). Como hemos advertido con anterioridad, no se trata de un blog especialmente cuidado en los textos ni en su edición, como pudiera deducirse de un profesional del periodismo ajeno a los atributos propios de un redactor. Tampoco lo emplea González, a diferencia de su colega de *Ideal*, para una lectura de su condición profesional que trascienda las peripecias propias del oficio o para compartir inquietudes respecto al fotoperiodismo. Su blog es simplemente lo antedicho: un espacio para el ocio compartido entre los aficionados malagueños a la fotografía. Un blog para crear comunidad. El objetivo central de cualquier exploración de la blogosfera desde la prensa local y regional: la capacidad para generar repuestas al otro lado de la pantalla y convertirse sus autores no sólo en informadores, sino en creadores de opinión y galvanizadores de la escena pública.

En la línea de otros blogs analizados tanto dentro de la oferta de *Sur* como del resto de diarios de Vocento, se inscribe el blog de **Francisco Griñán**, miembro de la sección de Cultura del periódico malagueño, desde donde explora la blogosfera a través de ‘Patio de butacas’, una plataforma dedicada al mundo del cine que su autor plantea

desde un punto de vista multidireccional. No se trata por lo tanto de la acostumbrada bitácora para la crítica cinematográfica, aunque algo de ella se vislumbra en algunas entradas (como las dedicadas a la saga ‘Juego de tronos’, publicadas en la primavera del 2014); tampoco debe interpretarse ‘Patio de butacas’ como un artefacto al servicio de la actualidad sobre el cine, pese a que no renuncia a hacerse eco de las noticias generadas en ese ámbito (como la concesión del Goya de Honor al actor malagueño Antonio Banderas, protagonista de un artículo de febrero del 2015). Este blog se sitúa más bien al servicio de aquellas noticias generadas alrededor del cine, cuyo desarrollo extenso no tiene cabida en el magro espacio del periódico tradicional, y reclaman de su autor una visión caleidoscópica, donde mezcla en efecto el relato minucioso de noticias por lo demás ya conocidas, pero que exigen una atención más detallada, o incluso de aquellas que forman parte del bagaje personal propio de su autor, como las dedicadas a reflexionar sobre la historia del cine: en ese ámbito resulta ejemplar una pieza de agosto del 2014, destinada a glosar las añejas producciones del cine nacional, algunas de ellas rodadas en Andalucía, que se suelen calificar como ‘españoladas’. A todas estas entradas dedica Griñán el mismo tratamiento: erudito, pero sin rozar siquiera la pedantería, su estilo nace de una mirada preocupada por crear a su alrededor un universo compartido con sus lectores. El tipo de blog por lo tanto cuyas entradas recuerdan al periodismo propio del articulista, que unas veces glosa lo más trillado y en otras ocasiones se detiene en revelar sus cavilaciones más íntimas. La lectura del blog, a quien puede achacarse falta de regularidad en sus entregas, trasciende el propio universo cinematográfico. Ejerce como ventana hacia la actualidad de esta disciplina artística, pero puede interpretarse también en clave sociológica y desde luego ofrece una plataforma muy apropiada para los actores principales, valga la metáfora, del cine malagueño que quieran asomarse hacia un público más amplio, el que garantiza la pertenencia de ‘Patio de butacas’ a la blogosfera de *Sur*. Como se deduce, estamos ante un blog cuya personalidad nace de la acumulación de vertientes que explora. Todas confluyen en el cine pero la mayoría de ellas ingresan en otros territorios que enriquecen el conjunto, gracias también al fino estilo que caracteriza a su autor. Que por otro lado desdobra esta faceta como bloguero respecto a sus rutinas habituales en el periodismo de papel mediante una inteligente estrategia que se retroalimenta mutuamente y que podría traducirse en esta esquemática frase: en el papel informa, en la web además opina. Una doble condición que hemos detectado antes en los quehaceres

de otros profesionales de su periódico y que, a nuestro juicio, sirven para enriquecer la construcción con los lectores del *Sur* de una comunidad de intereses mutuos.

La paleta de blogs del diario malagueño se completa con la aportación de su redactora **Esther Requena**, una reportera especializada en los grandes reportajes, que ha desarrollado parte de su tarea reciente durante el momento en que se desarrolla esta tesis incorporada a la plantilla de periodistas del suplemento llamado ‘V’ que ofrecen diariamente todos los periódicos de Vocento. Su blog se titula ‘A toda vela’: como se deduce de su nombre, no guarda por lo tanto relación con su actividad profesional habitual. Por el contrario, debe encuadrarse dentro de ese limitado, pero atractivo, universo de blogs desarrollados por periodistas de los distintos diarios regionales para explorar sus aficiones o enriquecer la oferta informativa de sus respectivos medios de comunicación gracias al modélico conocimiento que garantizan de semejantes universos temáticos. ‘A toda vela’ se ocupaba de informar sobre la actividad de esta disciplina deportiva en Málaga, donde dispone de gran arraigo y una numerosa afición. En su blog, Requena repasaba la actualidad informativa del sector con una ejemplar frecuencia, a un ritmo prácticamente de una entrada por semana, un elemento esencial como hemos visto anteriormente para generar a su alrededor el necesario impacto y alimentar en consecuencia el potencial interés de los aficionados de la región para el seguimiento de sus artículos. Todos ellos, de índole informativa, sin adscribirse a otros géneros. Porque, aunque se trata de piezas muy similares a las propias de la crónica deportiva, Requena se decantaba por emplear casi como único género la noticia pura, bien trufada por otro lado de datos, clasificaciones y resultados, donde debe anotarse que se prescinde del análisis para premiar la información en sí.

Una manera que nos parece muy decuada para conectar con ese segmento de la audiencia que tiene, como la propia autora señala, la vela como afición y que encontraba en esta ventana informativa el mecanismo idóneo para satisfacer su curiosidad. Un acercamiento de Requena hacia el ciberperiodismo que concluyó en junio del 2014, cuya cancelación su autora achaca a una combinación de dos factores: por un lado, la falta de tiempo para dedicarle la atención precisa, pero también ciertos sinsabores profesionales derivados de lo que ella denomina “pique” entre los clubes malagueños de vela, como señala en sus respuestas a la encuesta cuyo contenido se desarrollará en el siguiente capítulo. “Sacaba el tiempo de mi tiempo libre”, señala Requena, “y no compensaba”.

## 9.6. La blogosfera de ‘Hoy de Extremadura’

La oferta de blogs de *Ideal* y de *Sur* refleja la sólida apuesta de ambos periódicos por desarrollar en el ciberespacio un nuevo territorio para la extensión de sus actividades informativas, donde se pueda encontrar un altavoz que sirva para perfeccionar su imagen de marca, aumentar su capacidad de influencia o impulsar el desarrollo profesional de sus lectores, así como favorecer una mejora en los datos de tráfico de su portal. Una inteligente aportación, bien reflejada en la portada de su web gracias a un diseño común al resto de webs de Vocento, que obedece a una estrategia diseñada para todos ellos, según las pautas que ya advertía Fernando Belzunce, alto responsable de Vocento, en la introducción de este capítulo: una norma de homogeneidad que, sin embargo, respeta la idiosincrasia de cada diario y admite también visualizaciones propias a blogueros que podemos llamar ‘de autor’ y se caracterizan por una vocación de estilo diferente. Una uniformidad “suave”, por emplear el mismo calificativo que utiliza Belzunce.

Prueba de que las consignas emanadas desde Vocento no pretenden ser un canon de forzoso cumplimiento para cada diario la encontramos en el caso que analizaremos a continuación, puesto que representa un ejemplo de la política opuesta a los anteriormente citados: frente al ambicioso despliegue de ambos diarios andaluces, tropezamos ahora con un acercamiento hacia la blogosfera más bien tímido en el caso de *Hoy de Extremadura*. La oferta total de blogs que incorpora este diario admite la comparación en cantidad con sus hermanos del mismo grupo editorial, pero no ocurre lo mismo con los impulsados por los miembros de su redacción: sólo cuatro de sus periodistas disponen de blog. Lo cual no significa que ésta haya sido la tónica dominante en el periódico en el pasado más reciente: sucede, como advierte su responsable de información, **Celia Herrera**, que algunos de esos redactores que trabajaban en *Hoy* (y que en algún momento también se desempeñaron como blogueros) han ido abandonando el periódico. Debe consignarse también otro factor adicional que explique esta debilidad: en palabras de Herrera, y aunque suene paradójico, la integración entre las secciones del periódico para abastecer de contenidos tanto la versión tradicional de papel como la digital “aumentó el trabajo” de todos los profesionales de *Hoy*. De suerte que este incremento en la carga de trabajo impide

“atender otras tareas que no sean las propias de elaboración y edición de noticias” en ambos soportes.

La consecuencia de esta falta de abastecimiento de contenidos propios de sus redactores en la blogosfera de *Hoy* se ha intentado paliar desde el periódico mediante una apuesta concienzuda por enriquecer ese flanco informativo a partir de las aportaciones de colaboradores. Con una especificidad: que en la redacción no se admite a cualquier colaborador. Como advierte Herrera, su oferta principal de blogs se nutre actualmente de una figura que denomina “profesionales especializados en diferentes temas, autorizados por tanto para hablar con autoridad de esos asuntos”. Y añade: “Desde hace tres años sólo admitimos a personas de reconocido prestigio en sus materias”. Una medida que se combina con otra igual de drástica: la prohibición de dar entrada como blogueros a quienes no acrediten esa condición de “especialistas”, una figura que se entendía perniciosa para el conjunto de su oferta informativa. “Nos hemos quitado un gran lastre, pero ahora presumimos de blogueros de autor”, explica Herrera. Y añade una consideración que nos parece pertinente reseñar, por cuanto aborda la cuestión central del desempeño como blogueros de los periodistas de esa redacción y afecta a otras vicisitudes propias de la profesión: que sus prácticas en la blogosfera se caracterizan por un perfil más bien complementario respecto a su labor central como periodistas. “Cada vez tiene más trabajo, escriben (en sus blogs) cuando quieren y cuando pueden”, señala Herrera. “Y así sobreviven sus blogs”, prosigue. “No se puede exigir, ni dirigir, en algo que es gratuito y fruto de su inquietud y su generosidad”, agrega. De ahí que estas experiencias en la blogosfera, puesto que responden a un impulso personal de cada autor, carezcan de una estrategia global sistematizada. “No reciben ninguna instrucción”, corrobora la responsable de la redacción. “Si hubiera presión por algún lado, ya lo habrían dejado”, concluye. De modo que podemos incluir a los miembros de la redacción que sí encajan a la perfección cuatro casos. Por un lado, los de **Juan Domingo Fernández** y **Antonio Chacón**, que vuelcan en sus respectivos blogs los artículos de opinión publicados el día anterior en papel según una práctica que hemos observado ya en los diarios analizados anteriores y veremos luego en otros casos de Vocento; por su parte, otros dos casos: los de **Ángela Murillo** y **Marcos Ripalda**, periodista y diseñador gráfico, quien ejerce como bloguero una actividad más bien complementaria y alejada de su universo profesional diario: emplea su blog para

publicar lo que podríamos denominar, como propone la propia Celia Herrera, “microrrelatos”.

En efecto, el blog de Ripalda merece desde luego la atribución de blog de autor. ‘De subir a la montaña no me canso’, como así se titula, apenas tiene algo que ver con el ejercicio del periodismo. Se trata de un contenedor para los escritos de su autor, cuentos cortísimos que elabora con la aportación gráfica de una diseñadora de su confianza, cuyo nombre artístico es Carmura Lenteja; piezas breves, de acusado carácter literario, que desarrollan el inquieto mundo de su autor sin ninguna conexión con el oficio que Ripalda desempeña en el periódico *Hoy*, de modo que su análisis no resulta de gran relevancia para nuestra tesis.

Por el contrario, sí que se enmarcan dentro de las actividades propias de un periodista los otros blogs a cuyos autores acabamos de citar. Juan Domingo Fernández es el responsable de ‘Gratis total’, un blog que, como advertía la propia jefa de información del periódico, ejerce como depositario de los artículos que el autor publica en papel con un día de antelación. Es por lo tanto un acabado ejemplo de ese tipo de prácticas que hemos detectado ya en *Ideal* y *Sur*: la exploración del ciberespacio a cargo de periodistas nacidos en la era analógica, que trasponen en formato web piezas nacidas para el lector propio de la prensa impresa. Que puede ser el mismo tipo de lector que se asome a los artículos de Fernández cuando los encuentra en el ciberespacio, lo cual significa en algunos casos como el presente un tibio acercamiento hacia la realidad del periodismo digital, valorable por lo tanto como lo que es: los primeros pasos hacia ese nuevo universo que protagonizan profesionales de larga trayectoria en el periodismo tradicional y elevada responsabilidad jerárquica (Fernández es subdirector de la edición cacereña del diario extremeño), cuya firma contiene un valor añadido para el público lector que le sigue en papel y que debería tener al menos ese mismo impacto cuando pasa al lado digital sus artículos. Que por otra parte descarta enriquecer con las prácticas habituales que hemos contemplado en otros periodistas que también ejercen como blogueros (añadir imágenes o vídeos, enlazar a otras noticias): el blog ‘Gratis total’ se limita a trasladar una experiencia analógica a la digital, en el supuesto de que ambas pueden beneficiarse mutuamente puesto que las dos contribuyen a generar alrededor del articulista y bloguero una creciente reputación como experto periodista local, ámbito geográfico donde se desarrollan las piezas que entrega Fernández, a un ritmo de un artículo semanal, trasladando a su blog los artículos que con anterioridad publica en

papel. Un universo informativo que pone en primer plano lo más cercano (la actualidad extremeña), pero combinado con una mirada que encuentra también en España, y el resto del mundo, la espoleta que permite a su autor compartir sus reflexiones con su audiencia. Un estilo culto, propio del dueño de una prosa esmerada y rica, convierte estas piezas de Fernández en una propuesta editorial que mejora la experiencia lectora, en los dos soportes en donde cobra vida.

En un registro similar opera como bloguero el tercer miembro de la redacción de *Hoy* que también ejerce en la blogosfera. Antonio Chacón, que firma sus entradas bajo el alias El Zurdo, ejerce como bloguero en ‘Al este del edén’; como ya señalaba Celia Herrera, se trata de un cometido que desarrolla mediante el sistema de publicar en la versión digital del periódico piezas que anteriormente vieron la luz en el papel. Son artículos nacidos desde la pura actualidad informativa, piezas de opinión propias del trabajo del articulista de toda la vida, un género que Chacón maneja con evidente destreza. Dotado de un atractivo estilo y una elocuente capacidad para sublimar el espacio convencional de la agenda pública diaria y elevarlo hasta poner en contacto los temas de sus artículos con otros universos y con las reflexiones de otros autores (es habitual en ellos las citas a escritores de referencia como Max Aub, Dostoievski o Norberto Bobbio), su blog permite conectar a la audiencia de la web con el público de papel. En más de un caso coincidirán ambos miembros del mismo colectivo con quienes Chacón puede entablar a través del ciberespacio una conversación imposible en el escenario analógico, aunque ocurre en su caso lo mismo que ya percibimos en su compañero de redacción de blogosfera: la renuncia a enriquecer su experiencia como bloguero de contenidos adicionales propios del periodismo digital. Una experiencia que le sirve a Chacón para explorar de manera contenida las posibilidades que concede la nueva tecnología: el camino habitual seguido por otros colegas de oficio de su generación para dar el salto hacia el periodismo digital.

Un cuarto caso que nos ha parecido conveniente analizar lo protagoniza la redactora Ángela Murillo, quien ha gestionado durante largo tiempo su blog ‘Senderos de Extremadura’, inactivo mientras medió la baja laboral de su autora. Sin embargo, en el transcurso de nuestra investigación, Murillo ha vuelto a retomar su actividad como periodista, de modo que resulta pertinente, a nuestro juicio, estudiar su desempeño al frente de su blog, aunque todavía no haya vuelto a actualizarlo. Lo encontramos donde lo dejó, en junio del año 2016: un blog de elegante diseño, elevadísima producción (más

de una entrada a la semana como promedio) y sobresaliente uso de algunas de las propiedades del ciberperiodismo, como el adecuado encaje entre textos y fotos, y de ejemplar sentido periodístico: Murillo pone su blog al servicio de la comunidad de lectores interesados en el pujante mundo del excursionismo, pero siempre con una profunda vocación informativa que se refleja en la oportuna selección de temas en función de la agenda de noticias (y así incluye entre sus entradas las alumbradas por el propio discurrir de la actualidad, como las marchas senderistas que organizan los colectivos de aficionados extremeños) y en un elogiado olfato para construir su relato en función de esa rama del periodismo llamada de servicio. Porque Murillo no se limita a narrar la contemplación sosegada del paisaje, sino que se esfuerza por ofrecer pistas, incorporar detalles relevantes para aquellos miembros de su público que quieran interesarse por sus propuestas y cumple, en consecuencia, con la declaración de principios alojada en el frontispicio de su blog: ‘Senderos de Extremadura’ es, en efecto, un compendio de “rutas senderistas, recomendaciones para caminantes, actividades programadas”. “Toda la información para disfrutar de los paisajes extremeños”, concluye Murillo. Un cuidado uso de las etiquetas por categorías en la portada de su blog, que recurre también con maestría al empleo de enlaces con otras fuentes de noticias, termina de configurar un blog ejemplar en su ejecución, que además abarca un frente informativo que genera un alto interés entre las audiencias y que, sin embargo, resulta raro de ver en la blogosfera de Vocento.

## 9.7. La blogosfera de ‘La Verdad’

En oposición manifiesta al tibio desarrollo impulsado por el periódico *Hoy* en la blogosfera, la oferta que preside las incursiones en el ciberespacio del diario murciano *La Verdad* sintoniza más con la idea que distingue a los dos primeros casos analizados, *Ideal* y *Sur*. En total, nueve redactores de la plantilla de *La Verdad* ejercen también como blogueros, según los datos facilitados por su subdirector, **Joaquín García Cruz**, quien añade a esta relación las actividades a cargo de sus propios blogs, alojados igualmente en la versión web del periódico, de articulistas y colaboradores, como



**Carlos Escobar** y **Lola Gracia**, muy vinculados a esa redacción. Debe precisarse que esa nómina de nueve redactores incluye a un periodista de la casa, **Pachi Larrosa**, retirado en el transcurso de esta tesis de las ocupaciones diarias que sin embargo mantiene activo su blog y por lo tanto nos ha parecido pertinente incluir sus aportaciones en este capítulo, habida cuenta lo reciente de su jubilación y el considerable impacto que generaba como bloguero entre su audiencia. E incorpora también a su propio director, **Alberto Aguirre de Cárcer**, una contribución que resulta poco habitual en el conjunto de los diarios de Vocento. Autor del blog ‘Primera plana’, título que rinde tributo a la famosa película homónima, todo un canto irónico a la naturaleza sórdida, pero bien intencionada, de este oficio, Aguirre de Cárcer resulta ser un prolífico bloguero, que publica sus entradas con regularidad ejemplar. Y que no se limita a verter en la web de *La Verdad* los artículos que publica anteriormente en papel, al contrario de lo habitual en otros directores de diarios de Vocento. Sus piezas parten de la realidad informativa más cercana, como debe corresponder al máximo responsable de un medio de comunicación local, para reivindicar aquellos aspectos de la agenda pública que resultan más sensibles para el periódico que dirige. Así, se hace eco el director del diario murciano de polémicas recogidas por su periódico para ofrecer un punto de vista militante, muy agradecido por esa estirpe de lectores que pueblan la audiencia de un periódico de estas características y se pueden reconocer en estos artículos. Piezas largas, de fondo, que combinan el detallado análisis de los datos (es el caso, por ejemplo, de la entrada publicada en diciembre del 2016 a propósito de las evaluaciones del llamado ‘Informe Pisa’) con cierta beligerancia a favor de hacer suyos los anhelos de la opinión pública de Murcia. Como se ve, se trata del mismo propósito tan caro al periodismo local prácticamente desde su fundación: situarse cerca de las inquietudes de sus lectores, no sólo mediante una adecuada oferta informativa, sino con el añadido de artículos, como estas entradas que publica Aguirre de Cárcer en su blog, destinados a hacer partícipe a su audiencia de que encontrará en *La Verdad* una voz que sintonice con sus intereses.

‘Primera plana’ puede interpretarse, por lo tanto, como una suerte de llamamiento para instaurar una conciencia colectiva en el seno de la blogosfera de *La Verdad*. Que su autor sea el director del periódico garantiza un estatus superior; no porque sus entradas apunten a más elevados propósitos que los del resto de miembros de la redacción, sino por ese sello de autoridad que se supone a artículos que llevan la

firma del principal responsable del diario. Un atributo que figura entre esos intangibles que el sujeto colectivo que forma la llamada opinión pública suele traducir con la comprobación de que hay medios de comunicación en cuyo ADN sí que figura una predisposición natural a conectar con su público más cercano; como cuando Aguirre de Cárcer apela, en una entrada publicada a en noviembre del 2016, al compromiso del periódico que dirige con su audiencia para perseguir la corrupción: se trata de una invocación que en el contexto de su blog, en ese escenario donde al contenido informativo se le añade una dosis de periodismo de opinión, queda reforzada ante sus lectores de un modo fortalecido por el carácter digital del medio donde se expresa. El ciberespacio fomenta el intercambio de experiencias y de reflexiones; su carácter viral permite que tan cerrada defensa del sentido del periodismo alcance a una audiencia que multiplica la propia de la prensa tradicional. Y Aguirre de Cárcer sabe expresar las posibilidades que otorga la tecnología para utilizar su blog como un argumento en defensa de la esencia del periodismo de siempre: como ya advertíamos en el capítulo dedicado a fijar las bases teóricas del ejercicio del ciberperiodismo, esta clase de desempeño como bloguero se sitúa en esa línea que preconizan aquellos autores para quienes el periodismo digital cumple de manera más contundente los propósitos originales de este oficio.<sup>302</sup>

**Víctor Rodríguez**, jefe de edición del diario y responsable de su web, señala a este respecto que la estrategia de *La Verdad* no responde a una idea fija, sino que se construye a partir de las aportaciones individuales de sus redactores, en función de la propia agenda de cada uno de ellos. “Publican cuando tienen material y tiempo para hacerlo”, precisa Rodríguez, a la vez que confirma la visión poliédrica de su blogosfera desde un punto de vista temático: “Son bitácoras digitales de muy distintas temáticas: agua, medio ambiente, política, historia, tecnología, crónica negra de sucesos o cultura”. Como veremos durante este capítulo, además debe añadirse que el censo de blogs de *La Verdad* incorpora aquellos considerados simplemente, en palabras de su responsable digital, como “contenedores de artículos de opinión que previamente se han publicado en el periódico en papel”. Y señala además un atributo que observaremos durante nuestro análisis de los blogs de *La Verdad* y que servirá para futuras conclusiones: en general, “están escritos en un lenguaje más directo, y a veces coloquial, que en el

---

<sup>302</sup> ESPIRITUSANTO, O. y GONZALO RODRÍGUEZ. P. Op. cit., p. 118

papel”. Con un matiz trascendente: “No publicamos nada que no estuviéramos dispuestos a dar en la edición impresa”.

Otro rasgo distintivo de la oferta de *La Verdad* en la blogosfera a cargo de los miembros de su redacción es que la presencia del director no limita la participación de otros destacados responsables, que tutelan sus propios blogs. Es el caso de su subdirector, el ya citado García Cruz, autor de la bitácora ‘Menuda política’. Una nomenclatura que apunta directamente hacia sus principales desvelos: el frente informativo de la política, que monopoliza con frecuencia la agenda de los medios de comunicación, pero observada con un deje irónico que encaja muy bien con la figura de un diario de carácter local, donde los grandes temas de la geoestrategia mundial quedan eclipsados por la letra pequeña propia de la vida municipal o autonómica, desde donde vierte García Cruz sus reflexiones. Son artículos también conectados con ese tipo de prensa de opinión tan propia de los diarios regionales, donde encuentran un espacio para cierta beligerancia verbal en defensa de los intereses territoriales, aunque nunca demasiado agresiva. Un periodismo combativo, en la línea del planteado por Aguirre de Cárcer, que sin embargo no invade el terreno de la crítica acerada tan consustancial por el contrario a los medios de comunicación de índole nacional. Así ocurre por ejemplo en una entrada modélica, de diciembre del 2012, donde en un tono coloquial, casi susurrante, el autor aconseja al presidente del Gobierno murciano que abandone su cargo, toda vez que se ha visto envuelto en un escándalo político. Cuestión de importancia mayúscula (nada menos que el subdirector del principal periódico de su región invitando a dejar su puesto a la máxima autoridad regional), que García Cruz plantea en un estilo nada hiriente, casi como si fuera la voz ciudadana elevada a las exigencias de un blog donde el periodista ejerce a menudo (lo hemos visto ya en otros casos antes analizados) como conciencia ciudadana. Para ejercer como tal, debe desertarse del histrionismo con que se comporta cierta prensa; de ahí que el autor de ‘Menuda política’ ponga en sordina sus argumentos, sabedor de que en ese tono templado, aunque no neutro, encontrará lo que un periodista de un medio local busca cuando desarrolla su oficio igual que cuando ejerce como bloguero: la respuesta de su audiencia. Esto es, la posibilidad de encontrar en la oferta de *La Verdad* en la blogosfera opiniones que acompañen o complementen la visión propia que de los asuntos ciudadanos ya se han formado los propios lectores.

Bloguero fértil, de periodicidad indesmayable, le ayuda a García Cruz en ese objetivo principal de formar una comunidad de intereses con su audiencia su voz suave, ese estilo nada estridente que permite alcanzar un cierto acuerdo general, una coalición de preocupaciones mutuas entre periodista y público, imposible si apostara por métodos más enérgicos. Porque en su quehacer en la blogosfera el autor de ‘Menuda política’ se comporta sabiendo el incalculable valor que tiene el periodismo cuando llega a un colectivo más amplio de lectores, que a su vez pueden ejercer como amplificadores de cada entrada a través de la gestión de hiperenlaces. Y cuando apuesta por interiorizar en su experiencia en la blogosfera la necesidad que el periodismo tiene de conectar con su audiencia, García Cruz en realidad pone en la práctica las teorías que ya observamos en los capítulos iniciales de esta tesis: la hora en que prestigiosos analistas observan la emergencia del ciberperiodismo como una posibilidad de vuelta a las raíces propias del oficio, aquella época fundacional en que la prensa se entendía como una extensión de las apetencias más elevadas de su público. El periodismo digital, interpretado como el regreso a las esencias de la profesión si se ejerce como estos nuevos blogueros, capaces de trasladar su trayectoria en el ámbito analógico al ciberespacio para expresar al máximo sus competencias como líderes de opinión.

Muy alejado en su temática de la actualidad política regional, el blog ‘Los pies en la tierra’, cuyo autor es el periodista **Miguel Ángel Ruiz**, sirve como ejemplo de la alta riqueza concentrada en el conjunto de la blogosfera de *La Verdad*. Ruiz, jefe del área de cultura y sociedad del periódico, aprovecha su blog para profundizar en un ámbito muy conectado con su labor como responsable del diario, las noticias en torno al medio ambiente. Y lo hace a través de una concienzuda exploración de ese universo informativo, así como mediante una encomiable periodicidad (un artículo semanal de promedio, aproximadamente), que permite conectar con quienes se supone que son los destinatarios de estas evoluciones por el ciberespacio: sus hipotéticos lectores. Que cuentan en este blog con un espacio modélico para avanzar en la construcción de un universo común de intereses con su autor, gracias no sólo a la estimulante frecuencia con que dosifica las entradas sino porque Ruiz, a quien se descubre como un avezado navegante por la ciberesfera, llena de guiños hacia su audiencia su deambular por la blogosfera.

Uno de esos guiños que invita a la complicidad con su público es muy evidente: que cada entrada dispone de un sistema de puntuación a cargo de sus lectores. Un

sistema mediante estrellas que permite conocer la valoración que la audiencia otorga a cada artículo, un ingenioso detalle insólito ahora en nuestro recorrido por la blogosfera de otros diarios de Vocento y que desde luego contribuye a fortalecer el vínculo entre quien escribe y quien lee. Además, Ruiz demuestra un elevado conocimiento de los mecanismos que rigen en la ciberesfera cuando aprovecha su estatus como alto responsable de la redacción de *La Verdad* para introducir entre los temas que elige para sus entradas aquellos que aseguran cierta controversia, como los vertidos ilegales que denuncia en el ámbito geográfico donde se despliega su diario, en el caso de una pieza publicada en diciembre del 2016. O cuando selecciona aquellos temas que proceden de la propia agenda informativa: así sucede con un reportaje que Ruiz publica en su periódico en enero del 2017, en torno a una fumigación en un espacio de elevada riqueza medioambiental, que posteriormente desarrolla en su blog. Un acabado ejemplo de cómo retroalimentar ambas actividades, la de periodista y la de bloguero, a partir del análisis detallado de la realidad circundante, que por cierto merece también el aplauso de su público: así lo demuestra la alta densidad de comentarios en su blog, al igual que el número de votos cosechado (diez, la mejor nota de las entradas analizadas). El autor de ‘Los pies en la tierra’ también observa un sobresaliente conocimiento de las normas que rigen en la blogosfera en detalles no menores, como su recurso inteligente a la elaboración de listas, un mecanismo que garantiza cierta viralidad: es el caso de su entrada a finales del 2016 a partir de lo que denomina “hits medioambientales” del año que está a punto de concluir. Y por si quedara alguna duda de la importancia que Ruiz concede a la interacción con su público lector, debe anotarse también que cuando concluye alguna de sus entradas invita expresamente a contar con los comentarios de su audiencia. Que suele responder generosamente a esa invitación, contribuyendo a formar un admirable cuadro de conversación y rematando por lo tanto las maniobras de Ruiz en la blogosfera con lo que debe esperarse de ellas: la posibilidad de trascender el universo particular del periodista para crear un ámbito común con la comunidad de lectores. A quienes de esta manera no sólo sirve como profesional de la información, sino como posible líder de opinión o prescriptor en el ámbito temático que ha elegido para su blog. Una condición reforzada por su propio desempeño en la redacción de *La Verdad*, que Ruiz satisface haciendo bueno el propósito anunciado desde el mismo perfil que encabeza su blog: allí anuncia que se apoyará para su aventura en la blogosfera en los datos y la documentación pero también advierte de su disposición a “mojarse”. Implicarse en beneficio de su público. Un objetivo que cumple con un estilo dinámico y

ágil, nada pretencioso, que permite acceder a sus escritos a quienes no posean un arsenal tan exagerado de conocimientos científicos sobre el ámbito medioambiental, lo cual asegura también que se mantenga un diálogo fértil con el público sin caer en lo pretencioso. Siendo didáctico e ingenioso, Ruiz consigue no sólo “mojarse” ante su audiencia, como pretendía: también logra serle útil.

En una trayectoria semejante despliega su propia actividad como bloguero otro miembro de la redacción de *La Verdad*, **Miguel Ángel Rubio**. Cuyo blog ‘Microhistorias’ no sólo se inspira en las inquietudes profesionales de su autor: también obedece a un impulso personal, puesto que en este espacio aborda cuestiones relativas a la protección del patrimonio de Murcia que encajan con su otro perfil laboral, su condición de guía de turismo. Una titulación que Rubio incluye en su presentación como bloguero y que se refleja en sus desvelos para que sus maniobras en la blogosfera se doten de cierta trascendencia: es decir, que ‘Microhistorias’ no se conforma con la denuncia puntual de los ataques que recibe el patrimonio regional, sino que aspira a que esas denuncias vertidas en forma de entradas a cargo de Rubio merezcan la atención de los poderes públicos que velan por la salvaguarda de los monumentos amenazados. Y que por supuesto las piezas que dedica el autor del blog movilicen a la ciudadanía en defensa de cuantas riquezas artísticas corran el riesgo de abandonarse o desaparecer. De ahí que en la construcción de ‘Microhistorias’ se observe una comprensible tendencia a conquistar cuantas parcelas informativas entienda Rubio que ayudan a completar su oferta y de paso tender una pasarela hacia el público para disponer de su aliento y complicidad. Una intención que se refleja en dos factores, cuando menos: por un lado, que no se limita a publicar sus artículos basándose en un único género (emparentados como más o menos están con las piezas de opinión clásicas), sino que combina sus peripecias por la blogosfera con el recurso a otros géneros menos visitados, como la entrevista. Así ocurre con la entrada publicada en abril del 2016, destinada a reconocer los esfuerzos de un grupo de arquitectos murcianos en la defensa de la memoria arquitectónica de la ciudad y su llamamiento a la participación ciudadana: un artículo que funciona estupendamente en este formato elegido por Rubio. Quien, por otro lado, ejerce su condición de periodista y bloguero apostando por incorporar asimismo otro atributo que ya hemos observado que suele incorporarse al quehacer de unos cuantos profesionales de Vocento: convertirse en guía y faro de la opinión pública de su entorno. Lo cual en su caso se manifiesta en la modélica frecuencia con que publica sus

entradas y, sobre todo, en el sentido reivindicativo que las domina: no se trata, por lo tanto, de escribir por escribir. Se trata de reivindicar aquellos artículos que aspiren a trascender el estricto universo informativo.

De modo que no puede sorprender encontrarse con que, en sus piezas, Rubio llame a una cierta rebelión ciudadana que necesita para ser creíble contar con el apoyo de la comunidad de lectores, hacia la que dirige sus artículos con una ambición poliédrica: prácticamente cada rincón del universo del patrimonio artístico merece sus desvelos. Es decir, que el blog no se ocupa sólo de una faceta de ese patrimonio ni concentra sus denuncias en una época concreta, sino que despliega el abordaje de ese ámbito temático mezclando géneros informativos como acabamos de advertir y dosificando las entradas que son pura denuncia con aquellas que sirven como aviso (como la remodelación de un hotel en Mazarrón, publicada en enero del 2016, donde lanza la sugerencia de ser más cuidadosos con su protección), así como con otras que tienen un carácter de índole casi didáctica. El blog alardea de pedagogía, en efecto, cuando acoge en su seno artículos para iniciar en el descubrimiento de los tesoros murcianos a sus lectores menos informados o para proponer un paseo entre ellos mediante el recurso ingenioso a la elaboración de listas (los diez mejores edificios modernistas de Murcia ocupan por ejemplo una de sus piezas, publicada en enero del 2016), gracias a un cuidado tono que evita el estilo académico y sabe comunicar sus hallazgos al público e interesarse por las cuestiones que aborda en el blog. En cada maniobra de Rubio por la blogosfera, en resumen, late el sentido periodístico propio de quien ejerce ese oficio en el seno de una redacción organizada como tal, en cuya versión papel publica previamente alguna de las piezas, pero también la visión más panorámica de quien completa las obligaciones de su profesión con las derivadas de su condición de ciudadano.

El siguiente ejemplo que analizamos resulta singular desde su propia denominación: ‘El blog de Buitrago’. Hasta ahora, no habíamos encontrado en la exploración de la blogosfera de los diarios regionales de Vocento un caso tan llamativo que demuestre la estrecha conexión entre la ocupación periodística y su aventura como bloguero como el ejemplo presente, puesto que el autor del blog invita a su audiencia a seguir sus pasos en la confianza de que resulta suficiente la sola mención de su apellido para que el potencial público sepa ya hacia dónde se encamina esta aventura en el ciberespacio. Buitrago es **Manuel Buitrago**, veterano periodista de *La Verdad*, ocupado

habitualmente en cuestiones relativas al agua como frente informativo. Un recurso escaso en la región donde se publica su periódico, que tiene por lo tanto carácter estratégico en su paleta de noticias y dispone en consecuencia de cierta predisposición de sus lectores: de modo que cuando Buitrago sitúa su apellido en el frontispicio de su blog, el público ya puede empezar a despejar cualquier duda. Porque se encontrará ante un despliegue en la blogosfera de la actividad que ya ejerce en su ámbito natural, la estrictamente limitada al periodismo tradicional. Y así lo avisa también el autor en el perfil profesional que incluye en la presentación de su blog, cuando advierte de su predilección por abordar temáticas vinculadas a los recursos hidrológicos y también por otro ámbito informativo cercano a ese mismo ámbito informativo, el relacionado con las infraestructuras.

Buitrago cumple esta promesa. Esos dos frentes profesionales prácticamente monopolizan su actividad como bloguero, en la que no obstante sabe ayudarse de otros recursos. Estilísticos, por ejemplo, como su habilidad para incluir como entradas algunas entrevistas con responsables del sector económico (como la concedida por el exsecretario de Estado de Comercio, publicada en noviembre del 2016) y documentales: su conocimiento exhaustivo de los asuntos que aborda en su blog se reflejan en la proliferación de datos y estadísticas, la aportación de enlaces donde adicionalmente el lector puede encontrar información con valor añadido y el cuidado manejo de las fuentes. ‘El blog de Buitrago’, no obstante, debe entenderse como una extensión en la ciberesfera de sus actividades como periodista: en numerosas ocasiones, esta bitácora recoge artículos publicados previamente en la edición de papel de *La Verdad*, lo que su autor subraya incluyendo (en formato pdf) la página donde apareció esa información previamente. En otros casos, por el contrario, Buitrago se apoya en algún fleco noticioso que no llegó a desarrollarse por completo en la versión analógica para tirar de él y construir su propio artículo exclusivamente para la web: aunque hay alguna leve diferencia entre ambos tipos de entradas, como su extensión (curiosamente, las de papel tienden a ser más largas), en ambos casos debe anotarse un elemento coincidente, muy relevante a la hora de juzgar la capacidad del autor para fortalecer su nexo con la comunidad lectora, esto es, su carácter reivindicativo. El blog de Buitrago, como su propia trayectoria periodística, no se conforma con ser descriptivo ni analítico. Toma partido en defensa de su región, que es tanto como decir que se sitúa del lado de sus lectores, y en consecuencia reclama de los poderes públicos el cumplimiento de sus



promesas igual que les afea su incumplimiento. Se llega a preguntar, textualmente, cuál es el peso político de las instituciones murcianas ante el Estado (en una entrada publicada en noviembre del 2016) y, sobre todo a costa del fallido despliegue de las infraestructuras ferroviarias, se convierte en la voz de su audiencia cuando clama machaconamente por la llegada del AVE a la región, cuestión central en sus aventuras en la blogosfera. Una saludable manera de complementar sus tareas en la redacción de *La Verdad*: extender su opinión militante por el ciberespacio en búsqueda de otras voces que multipliquen el efecto de sus artículos y generen a su alrededor un frente movilizador de la opinión pública murciana.

De la edición digital de *La Verdad* procede el siguiente blog analizado, cuyo autor es **Miguel García Bastida**. Debe advertirse que también despliega su actividad en la blogosfera a través de otra bitácora, ‘La esquina doblada’, un pequeño rincón, como él mismo lo define, para dar rienda suelta a sus inquietudes más personales. De ahí que nos interese más para el desarrollo de esta tesis su actividad central como bloguero, vinculada a partir de su desempeño en el blog denominado ‘Esto se mueve’, que no por casualidad se ocupa de abordar un ámbito temático muy vinculado a la trayectoria profesional de su autor. Porque García Bastida, experimentado profesional en el periodismo digital, aprovecha la ventaja de disponer de una información más caudalosa que un profesional cuya carrera se ejerce en el mundo analógico para desplegar ante su audiencia un modélico desempeño como bloguero en el ámbito temático de las tecnologías, donde acredita una elevada maestría en el manejo de los distintos cánones aconsejables para alcanzar un considerable impacto. Por ejemplo, su inteligente recurso a incluir dentro de sus artículos enlaces a otras fuentes que completan su propia entrada y enriquecen por lo tanto la experiencia lectora. Es también igualmente significativa la proliferación de recursos visuales, con tendencia a incorporar vídeos ilustrativos en sus piezas, o el carácter cercano al periodismo de servicio que rezuman otros artículos, como los dedicados a aconsejar mejoras en el manejo de redes sociales o de artilugios tecnológicos. Una manera ejemplar de llegar en consecuencia al interés de su audiencia, con la que García Bastida establece el tipo de conversación que debería ser aconsejable para cualquier periodista convertido en bloguero: convertirse en aliado de su público. Descarta por lo tanto el tono profesoral y procura no abrumar en exceso con sus conocimientos, gracias a una contenida extensión de sus artículos. La audiencia se encuentra, por el contrario, con la voz de un cómplice: alguien igual que sus lectores,

que sin embargo posee un arsenal más copioso de conocimientos sobre el adecuado uso de la tecnología y a quien conviene hacer caso.

En esta línea debe también situarse el astuto empleo del tuteo, método que el autor elige para establecer con su potencial comunidad de lectores la clase de relación que mejor encaja con el ámbito temático que aborda en su blog. Un tuteo evidente desde el titular de alguna de sus entradas (‘Así te afecta la política de privacidad de Facebook’, en enero del 2015, o la publicada en agosto de ese año bajo el título ‘Ya puedes usar ‘whastapp’ desde la web’), que sirve para lanzar a la audiencia el tipo de guiño que ya hemos observado en otros casos: ese mensaje subliminal mediante el cual el periodista convertido en bloguero se transforma también en miembro de la comunidad de intereses comunes que pretende forjar con sus lectores. Para lo cual hubiera sido necesario añadir un elemento decisivo que sin embargo García Bastida evita: una frecuencia de actualización más activa. Sí que refuerza su conexión con el público a través de otras estratagemas, como el recurso a titular mediante interrogantes tan propio del ciberperiodismo que aspira a la viralidad, y mediante una amplia categorización de los temas que aborda en su blog, que realmente cubren la práctica totalidad del espectro informativo elegido. Resulta destacable otro factor que alimenta sus exploraciones en la blogosfera, muy vinculado a su trayectoria profesional: el olfato para convertir en ejes de sus artículos diferentes vertientes informativas procedentes de la actualidad propia de cada día. Así, García Bastida se hace eco en su blog de acontecimientos como el desembarco en España de la plataforma Netflix o la compra a cargo de Adidas de una aplicación llamada ‘Runtastic’: dos ejemplos de cómo convertir la experiencia como bloguero en un elemento complementario de la actividad puramente periodística. Para lo cual se necesita precisamente como elemento desencadenante el olfato propio de los buenos profesionales, a quienes ayuda el hecho de desarrollar su trabajo en el seno de una redacción organizada.

Conectado también con el ámbito temático del universo digital, el blog ‘Jueguicos y pantuflas’ ingresa desde otro punto de vista en la realidad tecnológica gracias al ingenio de su autor, **Iván Rosique**. Periodista y miembro de la redacción de *La Verdad*, Rosique despliega su actividad en la blogosfera según el mismo patrón que hemos detectado en otros profesionales de diarios regionales de Vocento: convirtiendo una de sus aficiones, en su caso por los videojuegos, en el eje vertebrador de su experiencia como bloguero. Es decir, que no nos hallamos ante la extensión hacia el

ciberspacio de su trayectoria profesional como periodista, sino como una faceta donde puede penetrar en la blogosfera con una cuota adicional de libertad operativa que, en el blog de Rosique, adopta el formato más o menos de pasatiempo. Que no es, sin embargo, un pasatiempo cualquiera: su blog se separa de otros similares desplegados por el conjunto de la blogosfera en que su manejo sí corre a cargo de un periodista, lo cual garantiza una solidez en el estilo difícil de hallar en los tutelados por simples aficionados que sin embargo adolecen de falta de recursos para comunicar sus conocimientos a su potencial audiencia. Y, por otro lado, la pericia de Rosique como periodista se trasluce también en su habilidad para captar el interés del público mediante un tono que huye de apabullar mediante el alarde ostentoso de conocimientos y prefiere centrar su discurso en alcanzar a sus lectores con un aire didáctico muy eficaz. Así ocurre por ejemplo cuando observamos su astuto manejo de elementos centrales para convertir el blog en algo más que una deslavazada serie de artículos: si la pretensión de su autor es convertirse en integrante de la familia formada por quienes reconocen unos intereses semejantes, deberá por lo tanto ser fiel a una cierta disciplina en la actualización de su blog. Cuestión que Rosique cumple sobradamente. Además, sabe utilizar a su favor otras bazas propias del trabajo periodístico, que hemos observado ya en ejemplos antes analizados: es el caso del sabio manejo de las listas para alguna de sus piezas (como la dedicada a analizar los mejores juegos del 2016, publicada en el último día de ese año) o su maestría en la inclusión de vínculos en sus artículos, que generan un bucle de información de gran utilidad para el lector. Rosique también sintoniza con los deseos del público que navega por la blogosfera cuando ilustra sus entradas con imágenes o videos y, sobre todo, cuando proyecta su propio olfato como periodista al servicio de la actualidad informativa. Es decir, que como ya detectamos en el caso de otros compañeros de redacción, el autor de ‘Jeguicos y pantuflas’ aprovecha las noticias que pueblan la agenda de ese ámbito temático para llevarlas a su blog y convertirlas en algo distinto, una experiencia más enriquecedora para sus lectores. Es el caso, por ejemplo, de entradas como las dedicadas a Rime cuando se inicia el año 2017, o de otras anteriores: en todas ellas se observa la condición del periodista sensible a los acontecimientos informativos que ocupan su actividad como bloguero, puesto que Rosique no se limita a dar cuenta de tales novedades, sino que las sitúa en un contexto determinado y enriquece mediante el propio relato de su experiencia no sólo como bloguero y periodista, sino también como aficionado a los videojuegos. Es decir, que practica con ellos, comenta su parecer con la comunidad de lectores a quienes ofrece sus

servicios y también recibe de ellos la información necesaria para establecer la clase de diálogo con la audiencia aconsejable cuando se navega por la blogosfera. Información que a su vez retroalimenta su actividad como bloguero y le permite ir más lejos de los estrechos confines del trabajo propio del periodista.

El repaso a la blogosfera creada por los periodistas de *La Verdad* incluye el análisis de uno de sus casos más exitosos, verdaderamente modélico por cuanto tiene de conexión con la opinión pública de esa región: **Antonio Botías**, veterano miembro de su plantilla, representa un acabado ejemplo de cómo una actividad como periodista puede trascender al mundo de la ciberesfera mediante la prolongación de sus experiencias como bloguero. E incluso más lejos: porque Antonio Botías dispone incluso de su propia página web, donde despliega los materiales nacidos de su trabajo inicial como miembro de la redacción de *La Verdad*, y también ha llegado a reunir en un libro esos artículos dedicados al objeto que da título a su blog: ‘La Murcia que no vemos’. ¿A qué alude Botías con esa nomenclatura? El propio autor lo aclara en el perfil de presentación de su blog: “Una Murcia inédita, su pequeña historia, sus gentes, sus anécdotas, sus sorpresas, su pulso, sus rincones”. Y por si esta advertencia no fuera suficiente, añade Botías: “Se trata de un recorrido emocionante sobre los hechos históricos más insólitos de esta Murcia que no vemos”. De tal manera que, en consecuencia, debe admitirse que en su blog cabe de todo. De todo cuanto tenga que ver con Murcia, desde luego, pero no cualquier material informativo sirve para ese propósito: debe poseer un sello misterioso, casi intangible. Debe pertenecer a esa parte menos conocida del objeto del blog, apartarse en consecuencia de la información disponible para cualquiera y apostar por los entresijos de la historia: como si el objeto de ‘La Murcia que no vemos’ fuera un iceberg y su autor mostrara más interés por la parte invisible que por la visible.

Un propósito que Botías cumple de modo sobresaliente. Su estilo, ameno aunque riguroso y pedagógico, nunca pedante, le sirve para conectar con sus objetivos y también con el destinatario último de sus desvelos: el público. Le ayuda un factor que no debe ocultarse: las historias que aborda en su blog reclaman de su audiencia una posición proactiva, es decir, que encuentren acomodo entre un público predispuesto de antemano a dejarse conducir por esa Murcia oculta. A lo cual contribuirá sin duda que el lector tipo de prensa se caracteriza por una edad ciertamente elevada que le permite disponer de su propio arsenal de conocimientos y de memoria y, en consecuencia, ser sensible a las propuestas del autor de este blog que pasea sus recuerdos por la historia

murciana y cuenta con una nómina de corresponsales que le auxilian en ese fin. Se percibe su aliento en entradas como la dedicada a anunciar el hallazgo de documentos inéditos sobre el poeta murciano Vicente Medina, que le llegan al autor gracias a la aportación de uno de los seguidores del blog; o en los comentarios que acompañan a muchos de sus artículos, donde el lector tipo despliega un caudal de conocimientos compatible con el que posee el propio Botías. Quien además refuerza su capacidad para comunicarse con quien se oculta al otro lado de la pantalla mediante recursos que ya hemos observado en otros colegas suyos de *La Verdad* y otros diarios regionales: la habilidad para introducir, entre la amplia panoplia de temas que ocupan su blog, aquellos que nacen de la última controversia pública y destacan por lo tanto entre la agenda informativa más reciente. Un hábil ardid que le garantiza a todo bloguero que ejerce como periodista un vínculo cercano con sus lectores: no nos encontramos por lo tanto ante ese perfil de miembro de la blogosfera que se emplea en cuestiones al margen del impacto que perciba entre su audiencia, sino ante profesionales de la información que saben bien qué teclas deben tocar para encontrar entre sus lectores la clase de acogida tan cara al ejercicio del periodismo. De modo que el blog de Botías se acaba encuadrando en esa larga lista donde no sólo detectamos el buen olfato periodístico propio de quien ejerce su profesión en el seno de una redacción bien adiestrada ni tampoco únicamente la destreza como bloguero es suficiente para explicar ese otro valor sustancial hacia el que dirige sus pasos ‘La Murcia que no vemos’: en realidad, el atributo más destacable del autor reside en su contribución a crear entre la audiencia una coalición de intereses que permita distinguir al periodista y también al bloguero, pero sobre todo al creador de opinión. Al cómplice de los lectores.

Concluimos nuestro repaso al censo de blogs de *La Verdad* con el análisis del que gestiona **Patxi Larrosa**, jefe de edición del periódico cuando se inició en esta experiencia, que explora la blogosfera de su diario sirviéndose de unos atributos singulares. En realidad, su blog se trata más bien de un canal, pero puesto que constituye un proyecto personal (es decir, no una aventura colectiva alrededor de determinado ámbito noticioso, como suele ser norma en el campo de los canales de información) parece pertinente su inclusión en nuestro estudio. Como blog, aunque bajo esa citada apariencia más ambiciosa, ‘El almirez’ figura entre los casos más ambiciosos y completos que hemos hallado durante esta fase de nuestro estudio. Movido por ese tipo de inquietudes personales que, como hemos analizado en otros casos, animan a sus

autores a ofrecer un plus informativo al conjunto de blogs de su periódico, Larrosa despliega una apabullante labor profesional que sin duda contribuye a mejorar la experiencia lectora de la audiencia digital de su periódico: ‘El almirez’, un espacio de índole gastronómica, está poblado de un sentido de utilidad que se plasma en su adecuada presentación, de potente visualización, así como en la disposición inteligente de una serie de subtemas donde su autor etiqueta los distintos flancos informativos que irá cubriendo con su blog. Larrosa despliega la oferta informativa de su blog mediante la división por categorías cuyo denominador común es la ambición de utilidad. Así, figura un apartado de ‘Recetas’, pero también otro destinado a ‘Maridajes’, ‘Dónde beber’, ‘Dónde comer’ y otra serie de posibilidades para la navegación que dotan al conjunto de un muy atractivo aspecto. El periodista Larrosa guía sus pasos en su ejercicio como bloguero cuando incluye un guiño al lector creando un capítulo dedicado a curiosidades culinarias, dentro de un saludable ritmo de producción informativa que contribuye a crear el indispensable vínculo con su público. ‘El almirez’ dispone incluso de una ventana para recopilar audios: se trata de los programas de radio que, bajo ese mismo título, Larrosa protagonizó durante largo tiempo y ahora sobreviven en su blog, que añade a sus atributos esta interesante condición de archivo, sonoro en este caso. En resumen, un desempeño modélico, con un oportuno aprovechamiento de los recursos propios de la esfera digital al servicio de un blog que escapa de los estrictos límites que impone el periodismo analógico y busca su propia identidad mediante esa característica dominante: ejercer como un blog al servicio del lector interesado en este ámbito informativo de creciente auge, las noticias sobre gastronomía.

## **9.8. La blogosfera de ‘El Diario Montañés’**

Una quincena de profesionales de su redacción se ocupan de mantener vivo ese espacio en la blogosfera, con aportaciones de variada gama que contribuyen a fortalecer la solidez de esa oferta y su apuesta por la diversidad, según una estrategia “bastante genérica. No existe un protocolo temático definido”, como señala **Álvaro Polavieja**, responsable digital del periódico, “aunque a la hora de validar la creación de nuevos blogs o la inclusión de nuevos colaboradores siempre se tiene en cuenta la existencia de

autores coincidentes en temáticas”. “En general”, añade, “contamos con bitácoras centradas en los temas que más interés generan en la audiencia en general”, como cine, política, deporte o actualidad. En este análisis, debe advertirse que Polavieja se refiere al conjunto de la blogosfera del diario, incluyendo por lo tanto también aquellos blogs gestionados por miembros ajenos a la redacción. Entre quienes sí forman parte de su plantilla, cita algunos casos que revelan una razonable práctica informativa. “Nuestro jefe de Cultura, Guillermo Balbona, escribe el blog sobre cine con críticas de películas y estrenos”, explica Polavieja. “Nuestro coordinador de la sección digital, David Remartínez, lo hace en un blog sobre gastronomía (tema del que sabe mucho); nuestro subdirector Jesús Serrera administra un blog sobre análisis político; uno de nuestros mejores fotógrafos, Andrés Fernández, se encarga del blog de fotografía”, y así va citando otros casos coincidentes. También aprovecha para recordar que “los colaboradores externos se encargan de aquellos temas para los que no contamos con expertos en la redacción. Así, un blog sobre el fútbol regional lo lleva un entrenador titulado que vive el fútbol como si no hubiera otra cosa en este mundo, y que colabora en la edición impresa haciendo análisis de los partidos del Racing, aunque su blog se centra en la cantera cántabra”. Una juiciosa política informativa a la que Polavieja incorpora otros criterios: “Se han eliminado los blogs cuyos autores no los actualizaban con la necesaria constancia y se han incluido aquellos que han ido surgiendo y tenían cabida por su temática en campos que no teníamos cubiertos. Los temas tratados en los blogs son elegidos por sus autores con total independencia, y pueden estar más ceñidos a la actualidad (caso de los blogs de política, de cine si hay un estreno importante, de tecnología si se produce algún hito en el sector...) o ser más genéricos, sin relación directa”. También agrega un elemento de relevancia editorial: “En los casos de artículos publicados en blogs que tiene relación con la actualidad, a veces se incluyen como apoyo a las informaciones periodísticas en la propia web, aunque en otros muchos no se vinculan a ninguna información”. En conclusión: aunque Polavieja asegura que “no existe una planificación interna ni en los temas ni en la publicación” de los blogs, “salvo los casos de temas relacionados con política, en los que los blogs se incluyen como análisis y opinión”, sí que observamos los cimientos de una estrategia informativa metódica y organizada.

De hecho, para ilustrar la potente imagen que denota el parque de blogs de *El Diario Montañés* sirve un factor adicional: que abarca prácticamente al conjunto de la

redacción, un saludable síntoma de que la conquista del ciberespacio figura entre los objetivos del periódico. Cuya propia blogosfera incorpora a responsables de alto rango en la jerarquía de la redacción hasta rincones del *staff* menos habituales en este universo, como fotógrafos, ilustradores o miembros del equipo de innovación. Uno de estos principales dirigentes del periódico, su subdirector **Jesús Serrera**, es autor del blog titulado ‘A capella’. Un título que despista: frente a lo que pudiera esperarse de semejante nomenclatura, el blog de Serrera es el propio de otros altos responsables de diarios de Vocento que ya hemos ido analizando: se ocupa, como el mismo autor avisa desde su perfil de presentación, de recopilar artículos de opinión en torno a la actualidad política de Cantabria. Si se denomina ‘A capella’ es porque Serrera aprovecha el título para un juego de palabras que aclara él mismo: lo ejecuta a partir de su propia experiencia aunque quiere contar “con todas las voces, pero sin acompañamiento instrumental”. Un tropo que luego remata así: “Se agradecen las sugerencias para mejorar el repertorio”. Esta frase ya nos sirve para situar el análisis de su andadura como bloguero desde un punto de vista nuclear: que Serrera no pretende caminar en solitario. Nos parece relevante que para que esta experiencia, novedosa para un periodista educado en la era analógica, reclame desde su inicio la participación de los lectores a cuyo encuentro se encamina.

Y lo hace mediante el empleo de estrategias que son comunes a otros periodistas que desarrollan su actividad en el ámbito geográfico de su región. Serrera no desafina. Acumula un considerable caudal de conocimientos en torno a la vida pública cántabra, que aprovecha para ir más lejos en sus artículos de la mera interpretación de la realidad: los acontecimientos que pueblan sus piezas se sitúan por el contrario en un contexto preciso e innegociable, el propio de un profesional del periodismo con una larga trayectoria durante la cual ha ido incorporando no sólo conocimientos, sino una larga serie de fuentes que emplea en este blog para conquistar el favor del lector con una elevada pericia. De la actualidad diaria extrae Serrera el alimento para su blog, que luego transforma en artículos de fondo, de largo aliento. Entradas que contradicen el canon de lectura rápida y a menudo superficial que parece propia del ciberperiodismo, pero que en este tipo de piezas tienen sentido: esa extensión desacostumbrada permite al autor del blog recrearse en su propio arsenal de conocimientos, puesto al servicio del público en la garantía de que existe un ancho espacio de audiencia dispuesto a dejarse guiar por su mano en los vericuetos de la política regional cántabra. Dotado de un fino



sentido del humor, su estilo rezuma ironía desde el encabezamiento, donde descuella una tira cómica que permite ingresar en cada entrada con la aportación adicional de información que encierra cada dibujo. Lo que sigue es el relato de la actividad pública de los principales actores de la vida de Cantabria, cuyas andanzas Serrera no se limita a describir: en sus artículos observamos al periodista crítico con el desempeño de los protagonistas de la actualidad diaria, reivindicativo hacia los poderes públicos, una actitud muy frecuente en la respectiva blogosfera de otros diarios de Vocento. La suya es una voz que clama pero nunca en la soledad del desierto: cuando Serrera repasa las vicisitudes de la agenda diaria cántabra tiende hacia el lector el mismo tipo de hilos imperceptibles que hemos detectado en la trayectoria de otros blogueros, a través del conocido mecanismo de identificación entre el periodista y su público. Serrera se siente parte de la comunidad de lectores ante quienes no se limita a enviar sus artículos: también reclama su eco para sellar entre todos el tipo de opinión pública fortalecida que figura entre las prioridades de cualquier periódico, sobre todo cuando ejerce su cometido en un ámbito local o regional. Ayudado por ese estilo de fácil lectura y una voluntad férrea de actualizar su blog al menos una vez por semana, el autor de ‘A capella’ se inscribe dentro de esa nómina de periodistas que saltan desde el papel al ciberespacio sin renunciar a ninguno de sus atributos, sino más bien buscando en la complicidad del lector, en su capacidad para generar controversia o cualquier otra clase de conversación, el sentido último de su quehacer profesional.

Como ya hemos advertido al principio, la singularidad de la blogosfera de *El Diario Montañés* se expresa a través de distintos factores, uno de los cuales tiene que ver con la participación activa de algunos de sus principales responsables. Jesús Serrera es uno de esos ejemplos; otro, el que protagoniza la también subdirectora **Teresa Cobo**. Quien además despliega su actividad como bloguera por partida doble: por un lado, mediante un blog de carácter coyuntural, ‘La Engaña’; por otra parte, a través del desarrollo de una de sus inquietudes personales, el amor hacia los animales, mediante el blog ‘Vida de estos animales’. Que, sin embargo, no se detiene en la contemplación más o menos descriptiva propia de otros productos similares sobre la conducta de tales o cuales mascotas: también aborda su creación desde un planteamiento periodístico, buscando a través de ese espacio abrir nuevos frentes informativos.

En el caso del primer blog, ‘La Engaña’, nos encontramos ante una curiosa criatura, nacida a partir de una información publicada por la propia Cobo en su

periódico en torno a los avatares para la construcción de un túnel que conectara Cantabria con la Meseta a través de la vía férrea. Un túnel así llamado, La Engaña, que motivó aquel primer acercamiento profesional de la periodista y le invitó a continuación a ocuparse de desplegar mediante el blog el abundante aparato de información que había ido recopilando durante la tarea de documentación de aquel primitivo reportaje. Puesto que se trata de una infraestructura casi ciclópea, se entenderá que dicho archivo ocupase un amplio espacio en las pesquisas de Cobo, pero es menos habitual que las indagaciones de un profesional de la información desemboquen en una bitácora prácticamente monotemática. Es decir, la excusa de aquella noticia no derivó en la creación de un blog sobre la historia de Cantabria, la historia del ferrocarril o cualquier aspecto transversal a la orientación del reportaje: por el contrario, la autora de ‘La Engaña’ encontró material suficiente en el propio proyecto, de tal calado que le permitió crear un blog de características muy singulares, que le apartan de los caminos habituales. Y no sólo por el singular detonante de su creación: también porque, como parece inevitable, la frecuencia de actualización del blog resulta más bien desigual, puesto que el ámbito temático que abarca es más bien reducido. Se limita, como hemos advertido, a los vaivenes en torno a la construcción del túnel, su estado actual y algunas noticias que se derivan de su pasado y de su presente.

El otro rasgo de notable singularidad de este blog tiene que ver con la extensión de sus entradas, de dimensiones vastísimas, poco frecuentes en artefactos similares. Son artículos casi panorámicos, que abarcan cada entresijo del relato que abordan y que (de nuevo, otro sello distintivo de su autora) se publican profusamente ilustrados, con fotografías realizadas por la propia Cobo que en numerosas ocasiones derivan en galerías de imágenes para la web de *El Diario Montañés*. El blog desapareció en enero del 2016, lo cual tiene sentido porque desde su inicio podía atisbarse que nacía con fecha de caducidad incorporada, habida cuenta lo estrecho del marco informativo en que se desarrolla. Como la propia autora subraya, no se trata en consecuencia tanto de un blog cerrado porque se abandona su actualización sino porque el tema que dio origen a su creación se considera agotado. Durante su efímera trayectoria, puede no obstante asegurarse que cobró vida de nuevo el túnel de La Engaña gracias al aliento de Cobo, periodista perspicaz de esmerado estilo, capaz de extraer informaciones de gran relieve a cuenta de noticias en principio poco prometedoras. Un extraordinario esfuerzo que de paso sirvió a un enfoque más global de la blogosfera de su periódico: abarcar el

complejo universo de Cantabria, demostrando así sensibilidad hacia su historia y reivindicando la aportación de los ciudadanos que habitan el interior de la región, cuyas gestas cotidianas pasarían al olvido si no contaran con el apoyo, entre otros profesionales, de los periodistas de su diario de referencia que, como Cobo, bucean en la intrahistoria para solaz de sus lectores.

Que, por otro lado, también ocupan el destino principal de Cobo en su otro blog, al que se entrega con mayor frecuencia. Se titula ‘Vida de estos animales’ y, en efecto, está dedicado al mundo animal, con preferencia por la vertiente del cuidado de las mascotas. Nace por un interés personal de la autora hacia ese ámbito informativo, pero ya observaremos que no se limita a describir el comportamiento de los protagonistas de su blog: puesto que nos ocupamos del quehacer propio de periodistas, veremos que incluso ese universo en principio ajeno al tráfico noticioso puede acabar desembocando en la actualidad diaria. Nos ayuda a guiarnos en este análisis por su blog la propia Cobo, cuando publica en junio del 2015 su última entrada y anuncia su desaparición: se trata de un artículo dedicado a un ejemplar de oso que cinco años antes había captado su curiosidad, mientras paseaba por el parque natural de Cabárceno. Aquel animalito, entonces un cachorro, ofrecía un aspecto tan vulnerable que mereció la atención de la autora del blog, quien relata en ese artículo final la evolución de esa peripecia. Lo cual significa que no se detiene sólo en la fase de desarrollo y crecimiento del animal, sino que incluye referencias personales a su propia experiencia y el enriquecimiento adicional que le ha procurado. También subraya el relieve que alcanzaron alguna de las informaciones que fue publicando a medida que el proceso de maduración de aquel oseño se convertía en noticia: porque el animal, llamado ‘Aragón’, generó su propia polvareda informativa y sus avatares inocularon en la redacción de *El Diario Montañés* un completo despliegue informativo, coronado con la creación de unos premios para escolares que llevaban su nombre, destinados a reconocer prácticas ejemplares en el plano medioambiental.

Nos encontramos por lo tanto ante un blog modélico: porque nace de la experiencia personal de su autora, que no por casualidad es periodista y no por casualidad desarrolla su actividad profesional con un alto grado de compromiso hacia su entorno, de manera que acaban sintonizando sus preocupaciones personales con su quehacer laboral, hasta que ambas vertientes confluyen en este blog cuyo protagonista principal es el oso ‘Aragón’. El blog se abre también a otras aportaciones de Teresa

Cobo, siempre en un estilo sugerente, una prosa elegante que invita a ingresar en su mundo y ser partícipe de sus revelaciones. Aunque lo ejemplar del desarrollo de este blog tiene que ver con los atributos antes mencionados: su capacidad para trascender el mundo del periodismo, siempre limitado, e incluso el casi infinito territorio de la blogosfera para aterrizar en la realidad ciudadana a la que debe servir un periódico como el suyo. Del blog al periodismo y del periodismo, hacia la opinión pública: esos premios para estudiantes que entrega el periódico son la muestra más fehaciente de que el desempeño de Cobo como bloguera se inscribe dentro de las virtudes consustanciales al periodismo, en su búsqueda constante de creación de una opinión pública comprometida con el devenir de la realidad circundante. Un propósito que la bloguera cumple mediante ese sentido del servicio público inherente a la condición de periodista, saltando de lo analógico a lo digital merced a la inteligente utilización de los recursos propios de su profesión adaptados a las exigencias propias del nuevo universo tecnológico: creando entre su público una acabada complicidad a través de la frecuente actualización de su blog durante los cinco años que tuvo de vida y dejando que sus artículos se completaran merced a las aportaciones de los lectores, que ayudaron a enriquecer su visión particular del cosmos que retrató en su ‘Vida de estos animales’.

Director adjunto de *El Diario Montañés*, el caso del ejercicio como bloguera de **José Emilio Pelayo** nos permite avanzar en la mencionada conclusión de que la blogosfera del diario santanderino se fortalece a partir de las aportaciones de varios de sus más altos responsables, lo cual envía un mensaje directo al lector bien informado en el sentido de que la ocupación de la blogosfera representa uno de los compromisos del diario con sus lectores. Como ocurre en casos semejantes, por ejemplo en la actividad de su compañero Jesús Serrera como bloguera, también debe inscribirse la trayectoria de Pelayo entre la que acreditan aquellos profesionales de fecunda carrera en el periodismo convencional que saltan al ciberespacio para tutelar su blog, llamado ‘No hay silencio’, desde la óptica de quien atiende una columna de opinión, un género tan caro al periodismo analógico. Con la particularidad de que Pelayo no se limita al análisis detallado de la realidad cercana, aunque también ocupa un ancho espacio en su quehacer en la blogosfera. Su sello distintivo nace de su habilidad para aprovechar las posibilidades que concede adiestrarse en el periodismo digital para publicar artículos con otro enfoque más ambicioso que la columna semanal, este tipo de artículos con los que la tipología propia del blog suele estar emparentada. En su enfoque hay una

pretensión más profunda que se refleja en entradas tan relevantes como la dedicada, en mayo del 2015, a recordar un acontecimiento informativo de primer orden, el llamado ‘caso Almería’, porque permite recopilar elementos de extrema importancia que sólo están al alcance de un diario como el suyo (por ejemplo, su hemeroteca) y ponerlos al servicio de un frente informativo que Pelayo explora con maestría. Recurre para ello por lo tanto al archivo de *El Diario Montañés*, cuyas recuperadas páginas le ayuda a ilustrar su entrada, pero también a sus recuerdos profesionales, cuando el periódico se ocupó de la peripecia de los protagonistas de aquel caso, y se ayuda además de las aportaciones que ofrecen las nuevas tecnologías, como el vídeo con testimonios de aquel suceso que incorpora a la pieza, de comprensiblemente larga extensión.

En este tipo de entradas observaremos el ingenio de Pelayo como periodista, pero desde luego también como bloguero, porque sabe crear a su alrededor la expectativa de su público potencial y generar ese tipo de alianza con los lectores que sólo la astuta utilización de los atributos propios de la prensa, unidos a las ventajas de las tecnologías, fomenta la clase de interés que permite a periódicos como *El Diario Montañés* convertirse en guía de sus audiencias. Gracias a la aportación de periodistas como su director adjunto, quien, a pesar de la desigual frecuencia de actualización de su blog, se las ingenia para aprovechar la ventana hacia la actualidad que encierra su desempeño como bloguero y ejercer como articulista a la vieja usanza, pero también como actor del ciberespacio cántabro debido a que sus artículos renuncian a ser el discurso de quien clama en soledad: en cada entrada puede percibirse el tono combativo de quien desvela sus opiniones para intentar que encuentren entre su público no sólo eco, sino también diálogo o confrontación. Se trata de un mensaje beligerante, siempre en defensa de los intereses de Cantabria que Pelayo considera justos, que sabe situarse al lado de las preocupaciones del lector cuando denuncia injusticias, agravios comparativos respecto a otras regiones de España o los casos de corrupción que pueblan la actualidad. Un vehemente estilo que encaja con las escandalizadas inquietudes del público y se ofrece por lo tanto como ejemplo de ese linaje de periodistas que saltaron desde lo analógico a lo digital para descubrir los beneficios en forma de impacto popular que la blogosfera asegura a sus artículos.

**Guillermo Balbona**, miembro de la plantilla de cultura del diario, ejerce como bloguero en un apartado que nos permite encuadrar sus actividades en ese ámbito dentro del apartado formado por aquellos periodistas cuyo quehacer en la blogosfera

complementa su vida profesional. Porque Balbona es autor de un blog de evidente contenido cultural puesto que aborda el mundo del cine, pero no debe perderse de vista que su desempeño como redactor no se limita a ese ámbito sino que aborda todo el universo de las manifestaciones culturales y artísticas que se desarrollan en Cantabria. Es decir, que su ocupación como bloguero se concentra en un único de los capítulos que llenan su actividad como periodista, lo cual equivale a reconocer de entrada su predisposición a complementar en el ciberespacio aquellos frentes informativos que no terminan de llenarse en el ámbito analógico (o que pueden desarrollarse con mayor ambición en el territorio digital). Su blog se titula 'Fuera de campo' y llama la atención por una serie de elementos que deberían presuponerse en un blog de esta naturaleza pero que ya hemos observado que no son tan habituales: por ejemplo, el más que correcto aprovechamiento de las posibilidades que ofrece la esfera digital. Que en el caso de Balbona se evidencia en la inclusión de piezas audiovisuales (tráilers de las películas que pueblan sus artículos) para mejorar la experiencia del lector: la crítica de toda la vida, la que se publicaba en el formato de papel, como es lógico no podía sumar ni puede este tipo de aportaciones, así que 'Fuera de campo' ofrece desde el primer momento una opción de enriquecimiento que está lejos del alcance de la prensa analógica.

No es un detalle menor y tampoco es el único que nos permite comprobar que Balbona se sitúa en el camino adecuado para expresar su propia experiencia como periodista pero puesta al servicio de una dimensión más elevada y completa. Otro factor que ayuda explicar su modélica trayectoria como bloguero tiene que ver con su rápida y fresca capacidad para actualizar el blog, un rasgo que debería ser consustancial a toda actividad en la blogosfera, sobre todo en el terreno concreto de la crítica cinematográfica. Balbona cumple con eficacia este requisito. Incluye también una breve ficha técnica en cada entrada y procura adecuar la extensión de sus artículos a las necesidades propias del ciberespacio. Su lenguaje huye de la doctrina propia del erudito que renuncia a conectar con su público; por el contrario, Balbona tiene siempre presente su perfil como periodista para entregar piezas donde el lector se pueda sentir identificado, o al menos interesado, más allá de que comparta o no la opinión del crítico. Porque esa es la tarea fundamental de quien ejerce la crítica desde un punto de vista periodístico, sobre todo en un diario regional: concentrar a su alrededor una nómina de seguidores con quienes comparta una visión semejante de la temática que aborden. Una

condición que Balbona ejerce a través de otro detalle singular: que renuncia a incorporar a su blog otras temáticas que, aunque estuvieran conectadas con el cine y su actualidad, le llevaran a olvidar su compromiso de ejercer como crítico. No hay por lo tanto que buscar otros géneros informativos ni navegar por su blog pensando que el lector tropezará con entrevistas, reportajes o cualquier otra clase de artículos: ‘Fuera de campo’ está pensado como un blog dedicado en exclusiva la crítica y así será como su público lo encuentre y así será como pueda establecer con él la conversación propia de esta clase de productos periodísticos. Porque si hay un campo informativo abierto a la generación de diálogo con la audiencia hasta formar con ella un universo común de intereses compartidos, ése ha sido históricamente el campo de la crítica cultural. Que desempeñada en el ámbito del ciberperiodismo consigue además acceder a un público más amplio y generar por lo tanto un espacio de mayor extensión para el intercambio de pareceres y fortalecer la imagen del diario que acoge blogs como el de Balbona como el interlocutor esencial de la sociedad hacia la que se dirige.

Un modelo que reserva alguna similitud, en lo que tiene de contribuir a construir con la audiencia una comunidad de intereses mutuos, y que sirve también de guión al blog titulado ‘Primero dispara y luego pregunta’, que no sin humor despliega un fotógrafo del diario, **Andrés Fernández**. Humor desde el mismo nombre y humor desenfadado, como desenfadada es su redacción en las entradas que va incluyendo, destinadas a compartir con sus lectores las interioridades propias del trabajo del fotoperiodista en un medio de comunicación de las características del periódico cántabro. Donde lo usual no es el trabajo en torno a los grandes temas que atenazan el porvenir de la humanidad, sino aquellas cuestiones propias de la letra pequeña de la información diaria, ideales por lo tanto para ser descritas con gracia por Fernández a través de su gusto por la parodia y por su búsqueda del asentimiento cómplice de quienes se reconocen en algunos de sus artículos. Porque a diferencia de otros blogs de fotoperiodistas que ya hemos analizado en este capítulo, el suyo no se ocupa tanto del presente y el futuro de la profesión sino del exigente y genuino ambiente en que se desarrolla su trabajo. Tampoco es una invitación a formar parte de esa gran familia vertebrada por el amor hacia la fotografía que hemos observado en otros periódicos regionales. El blog ‘Primero dispara y luego pregunta’ es más bien una defensa del oficio del fotoperiodista a través de una especie de diario que Fernández no actualiza con la frecuencia deseada: sus entradas son, en efecto, disparos. Disparos hacia

objetivos distintos en cada caso (los desmanes de la competencia, los horarios imposibles, las rutinas propias de un trabajo ejercido en un medio geográfico limitado), pero que siempre tienen como denominador común la reivindicación del trabajo bien hecho, la conveniencia de perfeccionar el oficio y, en definitiva, reflexiones en torno a la realidad que rodea al autor. Quien recurre a la ironía para disfrazar sus ‘disparos’, de manera que suenen más incruentos, hasta el punto de que la fotografía que ilustra sus entradas muchas veces es más bien la excusa. El pie de apoyo para lanzar sus opiniones, que pueden tener esa foto como coartada pero que a menudo van más lejos, hacia un territorio que pueden compartir quienes, no siendo fotoperiodistas como Fernández, sientan como suyas algunas de las sentencias que va lanzando desde su blog. Como se ha advertido al principio, puesto que su formación no es la de redactor, no debe esperarse un estilo tan pulcro como el observado en otros compañeros de redacción, déficit que Fernández combate con ese tono beligerante que hemos observado. Y con ese mencionado gusto por la parodia, cuya primera víctima suele ser él mismo: el autor del blog no duda en publicar fotos donde se le ve trabajando, que disecciona en clave humorística, con menciones a los gajes del oficio que cuentan con un generoso seguimiento de su audiencia a juzgar por el elevado número de veces que se comparten sus entradas por redes sociales. Nos encontramos por lo tanto ante una eficaz manera de llegar a un público que puede conocer por otros vericuetos las claves del oficio del fotoperiodista o que puede encontrar nuevos foros donde compartir preocupaciones comunes en torno a una profesión que para muchos aficionados es tan sólo un entretenimiento. Pero quien quiera conocer de verdad las entrañas del oficio, la agenda diaria poblada de tribulaciones de un fotógrafo de periódico local, deberá asomarse (al menos en Cantabria) a este blog donde Fernández, un profesional ya veterano, ofrece una especie de guía de supervivencia a quienes quieran ejercer su mismo oficio.

**Víctor Puente**, redactor de *El Diario Montañés* y bloguero, ofrece por el contrario un desempeño más canónico en su incursión en la blogosfera del periódico, donde desarrolla una labor al frente de la sección ‘Callejero vecinal’, la misma denominación con que titula su blog. Se trata de la extensión, en consecuencia, al ciberespacio de su quehacer en el periódico: una suerte de buzón de quejas vecinales que el periódico y su redactor/bloguero agrupan en un contenedor que luego ponen a disposición de los vecinos. Se trata de una faceta del mundo de los blogs, su carácter de repositorio, que los medios emplean menos de lo que debieran. Apenas hemos



encontrado ejemplos de esta saludable práctica, que no sólo ayuda a mejorar la presencia del periódico en el ciberespacio, sino que contribuye a ejercer como un archivo en marcha de distintas secciones del diario: un contenedor histórico donde revisar lo que esa sección ha ido contando con el paso del tiempo. En el caso concreto de este blog, debe aceptarse que la idea de crearlo, inicialmente interesante por las razones arriba apuntadas, ofrece un aspecto mejorable. La frecuencia de actualización, por ejemplo, es muy baja. Y las entradas se limitan a un título y una foto, que pueden servir a la perfección para el rol que cumplen en la versión de papel, pero que necesitarían un desarrollo más extenso en su versión web: un texto introductorio, por ejemplo. Lo ideal sería además un cierto seguimiento de estas denuncias vecinales, saber cómo evolucionan: si persisten o si se han solucionado. De hecho, alguna de esas entradas se pueden completar simplemente dando voz a los vecinos que las comentan y que en algún caso ofrecen información adicional que, debidamente contrastada, proporcionaría nuevos frentes informativos. También falta un elemento esencial: un contacto. Una dirección de correo, un número de teléfono, un buzón de quejas: algún mecanismo que permitiera enriquecer la experiencia lectora. En resumen, un interesante ensayo, aunque perfeccionable.

Por el contrario, la experiencia como bloguero de otro miembro de la redacción, **Diego Ruiz**, ofrece un dictamen radicalmente opuesto: en su blog titulado ‘El economato’, Ruiz, quien se presenta como un polifuncional periodista de la sección de deportes con intereses personales y profesionales en los ámbitos taurino y gastronómico, explora esta segunda veta: una extensión en la ciberesfera del trabajo diario, según las pautas que hemos comentado ya con anterioridad en otros ejemplos de diarios regionales de Vocento. Ruiz emplea el blog como un dietario. No se trata en consecuencia de un instrumento para la crítica gastronómica, aunque algo de ella hay en algunas entradas; tampoco ejerce como prescriptor, recomendando bares o restaurantes; ni recopila recetas y mucho menos se atreve a interpretarlas. Su condición de bloguero tiene que ver con el estatus del paseante. Ese periodista que picotea de aquí y de allá, que curiosear por el ámbito temático que ha elegido para compartir sus filias y fobias en torno a la cocina con sus seguidores. De modo que Ruiz traslada a la blogosfera la experiencia del articulista, del columnista, con ese aire a lo Julio Camba tan propio de este tipo de piezas. No se adorna con vídeos ni con imágenes que ilustren sus comentarios. Tampoco le veremos enlazando desde su blog a la copiosa nómina de

hermanos dedicados a glosar la gastronomía en cualquiera de sus encarnaciones; lo que el lector encontrará es un cómplice al otro lado de la pantalla. Alguien cuya mirada puede ser la del propio público al que se dirige, puesto que se asombra con las mismas cosas, comparte confidencias parecidas y camina por un territorio común, el del marco geográfico propio de *El Diario Montañés*. Lo que cuenta en este blog para concitar la atención de la audiencia son dos factores que el autor maneja con inteligente eficacia: por un lado, una ejemplar capacidad de actualización, que nace probablemente del infinito universo que abarca, puesto que Ruiz se detiene tanto ante los platos que se llevan esta temporada como ante las tendencias que observa entre la clientela de bares y restaurantes e incorpora incluso sus andanzas fuera de Cantabria, así como un rico anecdótico que le permite disfrutar de una sobresaliente periodicidad en su blog, con una frecuencia de una entrada por semana como mínimo.

El segundo factor que debe anotarse en este blog tiene que ver con los atributos propios del periodista: el estilo. El estilo de Ruiz es ejemplar, perfectamente adaptado a esa sensación de familiaridad que nutre cada uno de sus artículos. No renuncia al humor, que por el contrario aflora en cada párrafo, ni tampoco descarta partir de la gastronomía cántabra para desembocar en reflexiones que tienen más que ver con el análisis detallado de la conducta de sus paisanos, en su estupor ante las novedades que vienen con el discurrir del tiempo. En lo cual también se asemeja bastante al citado Camba y aquellos periodistas de su generación, capaces de las observaciones más universales desde la contemplación de lo más cercano. Un tipo de periodismo, como se ve, de profunda raíz histórica que la ciberesfera permite recuperar y que Ruiz desarrolla con astucia para mezclar en su repertorio entradas donde ofrece pistas a sus lectores en torno a bares y restaurantes que sugiere, otras donde prefiere decantarse por glosar las aventuras empresariales de distintos actores del sector hostelero y en todas, en fin, ofreciendo como se ha dicho la visión del periodista que camina y relata cuanto sale a su paso. El blog, en resumen, como dietario.

Curiosamente, el ámbito gastronómico de la blogosfera del periódico cántabro se completa con la aportación de otro periodista, **David Remartínez**. Quien, mediante un juego de palabras con su apellido, titula su blog 'Remartini seco'. Lo cual incluye también un tributo a esa popular bebida, cuyo logo preside su propia nomenclatura. Su fisonomía también es una mezcla. Remartínez define su blog como un contenedor de 'gastrocolumnas', pero él mismo avisa de que sus artículos pueden incluirse dentro de

distintas categorías: las habrá más afines a ese ámbito culinario, pero también incorporará piezas que pueden asociarse a etiquetas como 'Noticias varias'. De hecho, en su andadura por la blogosfera se detectan varias entradas que pudieran muy bien encajar en ese otro apartado. Por ejemplo, la pieza que le sirve para inaugurar el 2017, que es su particular carta a los reyes magos. "El blog es para mí solo un entretenimiento", aclara cuando responde a la encuesta cuyo contenido analizaremos en el capítulo siguiente.

Lo usual, con todo, es que Remartínez dedique sus reflexiones por la ciberesfera a partir de su afición por el mundo de la cocina. Se trata por lo tanto de ampliar su experiencia como miembro de la redacción para concederse a sí mismo un espacio donde opinar sobre sus inquietudes más personales, según el modelo que hemos observado ya en otros diarios regionales de Vocento. De sus andanzas como bloguero no debe esperarse por lo tanto que el autor de 'Remartini seco' extraiga conclusiones que le sirvan para su trabajo diario; tampoco apuesta por explorar el ciberespacio en la búsqueda de temas que satisfagan su quehacer como profesional. El blog opera en su caso como una suerte de pasatiempo, como ya se ha dicho, al que, no obstante, se dedica con rigor y sentido periodístico: el que encierra su brillante estilo, por ejemplo, donde florece un sentido del humor muy apropiado para este tipo de experiencias. Su inteligente uso de las imágenes que ilustran cada entrada, donde se detecta un sutil empleo de la ironía. Y, en fin, su empeño en apoyarse en estas incursiones en la blogosfera para acabar ejecutando algo parecido a lo que también proponía Diego Ruiz: contar a sus lectores sus paseos por el mundo. Es decir, arrancando desde el ámbito de la cocina, ser capaz de ofrecer un relato universal. El blog, de nuevo, como dietario, aunque en su caso con una periodicidad más laxa en la actualización, lo cual resulta chocante teniendo en cuenta que muchas de estas entradas forman parte del periódico de papel en donde se publican primero. Una singularidad que se añade a otra muy particular: que Remartínez mantiene al mismo tiempo un blog en otro diario de Vocento, *El Comercio*, donde publica entradas también con frecuencia desigual a partir de un punto de vista semejante. A saber, la cocina como excusa para explorar los mundos que interesan al autor, que pretende crear un clima de complicidad con lectores que se distingan por preocupaciones semejantes mediante una serie de entradas cuyo reclamo principal nace de sus títulos, tan divertidos como sugerentes: 'El jinete del rodaballo', 'Laura al ajillo' o 'La croqueta de Violeta'.

La abrumadora oferta de *El Diario Montañés* en su blogosfera se completa con una bitácora cuyo universo temático, la música, hace por primera su aparición en este capítulo dedicado a examinar el parque de blogs de los diarios de Vocento. Su autora, Ana del Castillo, recurre al título de ‘La tostadora de Andy Warhol’ para recopilar las entradas que dedica a su afición por la música moderna. Puesto que Del Castillo ejerce el periodismo desde la redacción digital del diario cántabro, debe entenderse que su experiencia como bloguera se encarna dentro de los proyectos desarrollados para satisfacer ese tipo de inquietudes de índole más personal, que aparecen con frecuencia a lo largo de este apartado. Una experiencia que compatibiliza por lo tanto con su trabajo diario: de ahí tal vez que la periodicidad de actualización sea escasa. La propia de quien se toma este quehacer no tanto como el eje central de su profesión sino como un complemento, que le ayuda a navegar por el ciberespacio ajena a las exigencias propias del quehacer diario. De modo que Del Castillo publica sus entradas guiada por algún impulso personal del que no participa a su audiencia, aunque puede deducirse que la última de las publicadas cuando se repasaba para esta tesis su trayectoria como bloguera, a cuenta de Bob Dylan, nació a consecuencia de la concesión del premio Nobel de Literatura. Un artículo, por cierto, donde Del Castillo no se limita a emplear el blog como la columna de opinión propia de la prensa analógica. Incluye imágenes, añade vídeos e incorpora incluso una letra de una canción de Dylan: recursos consustanciales a la ciberesfera, imposibles como es obvio para la prensa en papel.

Pero otras entradas obedecen al ritmo particular de la autora. Es cierto que también en ellas recurre a los mismos elementos citados a propósito del artículo sobre Dylan (videoclips y otros recursos audiovisuales, tan pertinentes para el ámbito temático del blog), pero en algunas piezas se observa a Del Castillo aprovechando la excusa de su afición por la música para simplemente compartir sus particulares inquietudes con quienes le siguen desde la blogosfera. Así ocurre con una entrada dedicada a ilustrar su devoción por ciertos artistas, que emplea como coartada para relatar su reciente asistencia a un concierto; en otros casos, Del Castillo apuesta por incluir en su blog géneros informativos alejados del canon dominante (la columna de opinión) y se abre a la entrevista, como la publicada en mayo del 2016 a un cantante cántabro. En todas, la autora se manifiesta a través de un estilo juguetón y divertido, muy apropiado para el relato de sus aficiones musicales.

Como hemos observado, varios de los blogs analizados hasta ahora, incluyendo unos cuantos casos de *El Diario Montañés*, adoptan la forma del dietario. Sus autores, según aquellas viejas fórmulas propias del periodismo de hace casi un siglo, emplean el punto de vista de quien pasea por la ciudad o por la vida, va anotando aquello que le llama la atención, detecta coincidencias o semejanzas con otros acontecimientos, pone en relación su visión del mundo con la de otros o con el contexto en que se desarrolla. Hemos hablado de este tipo de autores como paseantes. Y ‘El paseante’ es precisamente el título elegido por **Álvaro Machín** para su blog, donde relata, en efecto, cuanto se encuentra en la calle. Pero Machín, por supuesto, no se limita a pasear. También publica sus observaciones, de marcado sabor costumbrista, a un ritmo de frecuencia desigual, lo cual impide probablemente generar a su alrededor ese tipo de comunidad de lectores que pueden verse reflejados en sus andanzas y sus reflexiones. Que van de lo local, a lo universal. Columnas de opinión propias del papel prensa, que sin embargo gozan de una nueva vida en la blogosfera según el modelo que hemos visto en otros casos. Miembro de la redacción del periódico cántabro, en donde ha pasado por distintas secciones, su labor como bloguero participa del mismo espíritu que distingue a otras aportaciones semejantes: como un vehículo para la expresión de preocupaciones o emociones que no resultan pertinentes en su trayectoria profesional. De admirable estilo narrativo, sus entradas construyen un personal diario que deja de ser íntimo para ser compartido. Una particular manera de trasladar a la blogosfera, aprovechando la potencia que concede el más importante medio de comunicación de Cantabria, sus paseos por el ciberespacio.

Más conectada con el ámbito del periodismo digital es la aventura como bloguero de otro miembro de la redacción del diario. **Aser Falagán**, redactor del periódico, es autor del blog ‘Trenti topic’, un juego de palabras que pone al servicio de su auténtico objetivo: ocuparse de aquellas cuestiones que, poseyendo un cariz informativo, rara vez escalan hasta la agenda diaria. El propio Falagán describe su propósito como bloguero desde su perfil de presentación en estos términos: “Les presento la cara B del periodismo, dedicada a leyendas urbanas, mitos contemporáneos e historias de la Cantabria más oculta”. Puesto que semejante presentación no termina de aclarar el espectro temático de su exploración de la blogosfera, Falagán añade una coletilla que añade más misterio: promete ocuparse en su blog de “aquello que pudo ocurrir. Que incluso mereció ocurrir. Pero que nunca ocurrió”.

De qué estamos hablando, por lo tanto. De todo un poco. En efecto, de mitos ciudadanos que Falagán aborda como si fueran noticias reales, con una generosa frecuencia de actualización. De ahí esa conexión que antes comentamos con la esencia del periodismo: con ese tipo de noticias que nunca llegan a materializarse del todo, donde el autor del blog encuentra sin embargo material suficiente para ir publicando entradas de divertida génesis y no menos divertida ejecución. Falagán, escritor de ingeniosa prosa, conduce a los lectores por los vericuetos de las noticias fronterizas con la invención, aunque la mayoría se apoya sobre una base real. Se trata de una práctica hermanada con la labor del periodista, pero sólo hasta cierto punto: lo más plausible es pensar que su autor ejerce como bloguero no tanto extendiendo su actividad profesional como ocupando un espacio que la rutina diaria le niega. Como una manera de oxigenarse antes de enfrentarse a la realidad diaria, la auténtica, que sí coloniza las páginas donde se desarrolla su trabajo. Falagán, que sabe ganarse el interés de la audiencia gracias a su sobresaliente capacidad para la narración, ejerce como esos blogueros que hemos visto en otros diarios regionales de Vocento: aprovechando la blogosfera para permitirse las licencias que el quehacer profesional no le permite. Lo cual no significa que cuanto publica carezca de interés ni de rigor: al contrario, su propuesta completa el sólido edificio de la blogosfera de su periódico, permite a menudo volver a la hemeroteca para conocer qué fue de esas noticias que antaño despertaban el interés de la audiencia y conceder una nueva vida a aquello que, como dice el propio Falagán, tal vez pudo ocurrir pero nunca ocurrió.

Como ya sucedía en el caso de Teresa Cobo, autora de un par de blogs en la web de su periódico, la redactora **Leticia Mena** firma también una pareja en *El Diario Montañés*. Uno de ellos, en compañía de una persona ajena a la redacción, **María Lemes**, con quien comparte la misma afición por el mundo de la moda, que es el objeto central de su blog. ‘Cantabria de moda’, que así se llama, presenta grandes similitudes con otras bitácoras que hemos observado ya en el estudio de la blogosfera de otros diarios de Vocento en este mismo ámbito informativo. Se trata de blogs que ofrecen por lo general una mirada cercana a una cuestión de índole universal: la moda es un fenómeno global, en efecto, pero este tipo de blogs la aproxima a un espacio donde pueda generar ese tipo de valor añadido consustancial a los periódicos de índole regional. Una manera por lo tanto de informar, desde luego, pero también de atrapar el interés de los lectores más fieles hacia un mundo de inquietudes compartidas donde se

puede generar esa relación de intangibles (mejorar la imagen de marca, explorar otros modelos de conexión con su audiencia, reforzar su presencia en el mundo digital) que se suelen asociar a las distintas incursiones en la blogosfera. El blog de Mena responde a ese canon mencionado: aprovecha los frentes abiertos en la actualidad informativa (presentaciones, desfiles, campañas de promoción) para publicar sus entradas pero en otras ocasiones toma la delantera a la agenda y plantea sus propias aportaciones, como en un artículo de otoño del 2015 donde extiende sus intereses más allá de la moda y plantea sugerencias de decoración. En este caso, como en la mayoría, se observa una inteligente decantación por ilustrar de manera profusa cada entrada (lo cual parece muy pertinente en un blog dedicado a la moda) y el mismo estilo narrativo que caracteriza cada artículo: un tono espontáneo, fresco, que busca implicar a los lectores. Con tan alta efectividad que acaba convirtiéndose en otro producto informativo, más ambicioso, de profunda similitud con el blog: un canal.

Que por otro lado es igualmente observable en el otro blog que tuteló en su diario: ‘Así lo veo’. De hecho, ambas experiencias comparten el mismo universo temático, el mundo de la moda. La única variación que se detecta en nuestro análisis tiene que ver con el paso del tiempo. En ‘Cantabria de moda’, Mena y su compañera de navegación enriquecen sus aportaciones con un estilo más visual, el diseño del blog ha ganado en atractivo y también las entradas descartan lo accesorio para ir directamente a lo trascendental: encontrar su propio espacio donde, además de escribir sobre moda, se añada un toque particular a partir de la aproximación de sus incursiones en la realidad más cercana, lo cual en ocasiones incluye alguna entrada a divulgar promociones del periódico que encajan con la línea editorial de su blog. Como si el mensaje que quisiera Mena trasladar a su audiencia pudiera resumirse así: habrá otros blogs de moda, pero este es además de inspiración cántabra. Y sólo este garantiza a quien se asome a él la pertenencia a ese prometedor universo que encierra la blogosfera de *El Diario Montañés*, cuya apuesta por este tipo de pasarelas hacia el ciberespacio se demuestra cuando decide convertir este blog en un canal propio.

Una frase que también podría servir para describir el deambular como bloguero de **Juan Carlos Flores-Gispert**, redactor del área de local cuyo blog ‘Polvo callejero’ aborda sus andanzas precisamente por la capital de Cantabria, escenario habitual de sus ocupaciones profesionales dentro de la redacción. Es decir, que la oferta de blogs del diario tiende a incorporar una mirada más cercana al territorio donde tiene su sede, la

mirada probablemente más trascendental por cuanto le conecta con su audiencia emocionalmente más próxima y también más afectiva. ‘Polvo callejero’ contribuye no sólo a construir esa fachada de la blogosfera del diario vinculada íntimamente con su audiencia más conspicua: como es usual en otros redactores que también transitan por la blogosfera, su autor aprovecha su caudaloso conocimiento de su ámbito temático (la ciudad de Santander) para ofrecer a sus lectores aquello que las limitadas dimensiones del papel les puede hurtar. El detalle que no cabe en la crónica de urgencia, el relato más pormenorizado de los acontecimientos ciudadanos que acaba de barrer el vértigo de la actualidad o las semblanzas que, también por los sempiternos problemas de espacio, se quedan sin sitio en el periódico analógico para glosar a los actores principales de la vida ciudadana cántabra. Enfoques que Flores-Gispert va narrando con buen estilo, una prosa amable y sin estridencias porque su blog no se ocupa tanto de la denuncia vecinal o del juego de la política (cuyo lugar tiene otros defensores entre la nómina de bloggers de su diario) como del detalle casi costumbrista de Santander y sus calles. No por casualidad el autor incorpora el adjetivo callejero a su aventura en la blogosfera: porque Flores-Gispert callejea de verdad antes de verter al blog el resultado de sus andanzas, donde tiene el buen juicio de ofrecer con cuidado la ancha relación de vecinos con quien se va topando en sus paseos, el bar que ha visitado, los motivos principales de las tertulias de los santanderinos. No hay en su blog alardes propios de las posibilidades que otorgan las nuevas tecnologías: como en otros casos analizados, nos encontramos ante la columna de opinión propia del periodismo analógico trasladada al mundo digital sin grandes mediaciones. Lo cual sirve para comprobar que en el ciberperiodismo hay sin duda espacio para reivindicar el periodismo de siempre.

**Nieves Bolado**, redactora jefe del periódico, integra también esa extensa nómina de altos responsables de la redacción que militan en la blogosfera de *El Diario Montañés*. Lo hace a través del recurso, que cuenta con notables seguidores, de aprovechar ese espacio digital para proyectar no tanto una extensión de su quehacer profesional como de sus inquietudes personales. De sus aficiones: porque su blog, significativamente bautizado ‘Por gaoneras’, se ocupa de un ámbito temático ajeno a la rutina diaria de Bolado, el mundo de los toros. Apasionada y erudita aficionada taurina, Bolado aprovecha esta ventana abierta a la comunidad de lectores de su periódico para ir publicando entradas que, como también parece norma entre quienes emplean estas expediciones por la blogosfera para saciar este tipo de apetito hacia sus preocupaciones



más personales, suelen ser dictadas por la actualidad informativa. También las hay, desde luego, nacidas obedeciendo a un impulso genuino de su autora, como una ingeniosa pieza alumbrada en agosto del 2015 donde Bolado repasa el rico campo semántico de la fiesta de los toros y arroja luz sobre cómo expresiones y voces procedentes de ese vocabulario acaban incorporándose al lenguaje común, incluso de quienes profesan desprecio hacia ese universo y hasta de quienes lo combaten.

Porque ocurre con ‘Por gaoneras’ lo antedicho: que la vertiginosa actualidad informativa, donde el mundo de los toros suele ir asociado a controversias interminables que incluso traspasan ese ámbito y alcanzan de lleno a la vida política así de Cantabria como del resto de España, inunda el blog de Bolado. Quien opta por dar voz a quienes, como ella misma, defienden la pertinencia de lo taurino, una reivindicación muy combativa que puede por ejemplo detectarse en su columna a propósito del encendido debate registrado sobre esta cuestión en el Parlamento regional o como resultado de una polémica nacional a cuenta de la imagen de un diestro toreando con su hijo en brazos. Bolado, beligerante en defensa de su punto de vista, toma partido en su blog, lo cual (lejos de interpretarse como un defecto) representa por el contrario una virtud: porque galvaniza el debate, ayuda a crear una comunidad de intereses con sus lectores y se ofrece en consecuencia, según hemos visto en los modelos de otros blogs antes analizados, como un potencial líder de opinión. Una firma prescriptora que además aporta el propio prestigio de su larga carrera profesional y su pertenencia al equipo directivo de la principal redacción cántabra.

Como hemos advertido, sus entradas son en realidad columnas de opinión, ilustradas en algunos casos por imágenes que ayudan a su autora a sostener sus argumentos, que suelen expresarse a la brava. El afán polemista de quienes abanderan su defensa del mundo taurino y de quienes se oponen a él está presente en prácticamente cada artículo de Bolado, que no sólo no reniega de su afición por los toros sino que la defiende sin contemplaciones, con un estilo que, aunque no busque la controversia en origen, finalmente se topa con ella. Así se desprende del nutrido impacto que genera en las redes sociales, sobre todo cuando sus entradas se apoyan en el vértigo de la actualidad: el olfato del periodista alimenta entonces sus piezas, según la tendencia que ya hemos observado en otros profesionales que acceden al mundo digital prevaliéndose astutamente de los atributos que han ido recogiendo durante su trayectoria en la prensa tradicional.

Concluimos el repaso a la blogosfera de *El Diario Montañés* con un caso singular, que ya hemos citado en la presentación de estos contenidos: la pertenencia a ese cuantioso parque de blogueros de un miembro del staff directivo, su director de innovación **Emilio Martínez**. Puesto que no nos encontramos ante un profesional del periodismo, y por lo tanto, no pertenece su trayectoria al ámbito de nuestra tesis, tampoco descenderemos al análisis de sus evoluciones como bloguero. Pero sirva su militancia en la blogosfera junto con el resto de miembros de la plantilla del periódico cántabro para ilustrar la apuesta del diario por ocupar ese espacio en la ciberesfera que se corresponda con el sobresaliente impacto que ya tiene en el conjunto de la opinión pública de la región. Una idea que se fortalece cuando se detalla el elevado número de blogueros asociados a su web que, sin pertenecer a su redacción, sirven para enriquecer esa plataforma: una decena de casos que completan los frentes informativos que no cubre el conjunto de la redacción y que ayudan a garantizar la conquista del ciberespacio, uno de los objetivos que alienta a *El Diario Montañés* en sus evoluciones por el periodismo digital.

## **9.9. La blogosfera de ‘El Correo’**

La panoplia de blogs que exhibe el diario *El Correo* firmados por sus periodistas (once en total, según el censo facilitado por sus responsables de redacción) abarca una enorme diversidad de campos temáticos (de la cultura al feminismo, incluyendo el relato de las inquietudes personales de varios de sus blogueros, una especie de ciberdiarios) aunque llama también la atención por dos ausencias: el deporte y la política. Lo cual es especialmente chocante en un diario asentado en un territorio con una fuerte carga del debate político en la vida pública y que además concede especial importancia al mundo deportivo. La explicación a estas dos ausencias resulta sin embargo sencilla: los periodistas que cubren la información política se asoman al ciberespacio no a través de blogs, sino mediante la firma de columnas de opinión, fórmula editorial que ya hemos visto en otros casos que sirven como sustituto de su posible quehacer como blogueros. Y en el caso del deporte, la razón a su ausencia de la blogosfera radica en que *El Correo* observa la tendencia de agrupar esos contenidos,

que incluyen piezas muy emparentadas con el universo de los blogs, en los canales creados como repositorio para tales informaciones. Por ejemplo, el dedicado al Athletic de Bilbao, su emblemático equipo de fútbol. Dispone además de otros casos de blogs que incorpora a su oferta aunque sus autores no forman parte de la redacción del periódico, como ‘En cristiano’, firmado por el religioso **José Ignacio Calleja**, o ‘Influencias’, obra de **Juan Luis de León**. Según subraya **Íker Álava**, responsable digital del diario, “no hay una estrategia clara respecto a los blogs”. Al igual que otros homólogos suyos en distintos diarios del mismo grupo editor, recuerda que “desde que pasó la época del auge son los propios blogueros los que se encargan de elegir las temáticas y el horario de publicación en función de sus propios criterios”. Álava señala que, en general, “los blogs han perdido para nosotros la fuerza de años anteriores”. De hecho, también “han perdido bastante presencia en portada”. Y concluye: “Tampoco se les edita” (a los blogueros) ni hay una comunicación directa para saber si el tema en cuestión puede llegar a tener interés”.

Entre los blogueros más relevantes que encontramos en la nómina de *El Correo* figura, por el puesto de alta responsabilidad que ocupa en el diario, **César Coca**, director de esta tesis y autor del blog ‘Divergencias’, aunque ya hemos advertido previamente que, tratándose del director de esta tesis, nos parecía oportuno extraer su análisis del conjunto de piezas estudiadas. Su experiencia como bloguero en el ámbito cultural algún parecido guarda con otro blog alojado en su periódico, aunque limitado al mundo de la información cinematográfica: el que tutela su experto en esta disciplina, el periodista **Oskar Belategui**, miembro de la sección de culturas. ‘Gran cinema’ ejerce antes como contenedor de contenidos que como un espacio para la crítica cinematográfica: como si Belategui apostara por simultanear ambas ocupaciones y quisiera por lo tanto fijar un territorio específico para cada una. En la versión analógica de su periódico se ocupa de ejercer como crítico, además de encargarse por supuesto de otros quehaceres relacionados con el periodismo cultural, pero en el caso de su aventura como bloguero se decanta por recurrir a materiales como la entrevista en profundidad o el gran reportaje, que en varios casos previamente ya habían sido publicados en su periódico, como el propio autor se ocupa de consignar al término de cada pieza. Así que con una periodicidad oscilante, el autor de ‘Gran cinema’ vierte a su blog los artículos que forman parte de una experiencia profesional anterior, según una estrategia que hemos visto practicar con anterioridad a otros periodistas de diarios de Vocento para

ocupar el ciberespacio mediante materiales idénticos a los empleados en sus rutinas diarias. En el caso de Belategui, a esos contenidos les agrega un valor adicional: procura incluir, por ejemplo, piezas audiovisuales, muy pertinentes en un blog dedicado al cine. Mención aparte merece el estilo que distingue al autor del blog, un periodista de esmerada prosa y conocimientos enciclopédicos sobre la materia a la que se dedica. Belategui emplea ese arsenal de erudición para conquistar el terreno de los protagonistas de sus entrevistas, con quienes mantiene una relación casi de camaradería, fruto de la larga trayectoria que el periodista atesora en el ámbito del periodismo cultural. Se trata de un atributo muy observable en las entrevistas que copan gran parte de su blog, donde los entrevistados mantienen con su entrevistador una confianza tan elevada que deriva casi al ámbito de la confidencia, un territorio especialmente interesante para el lector. El otro gran hallazgo del blog tiene que ver con su capacidad para incorporar contenidos al margen de la agenda que marca la actualidad informativa: destinar entradas por ejemplo a reflexiones sobre el lugar que ocupa en la agenda de los medios la crítica cinematográfica o sobre las relaciones entre cine y televisión sólo pueden obedecer al impulso propio de la blogosfera. Son, en resumen, contenidos difíciles por no decir imposibles de encontrar en la prensa diaria, siempre más contenida en cuestiones de espacio.

Cine con Belategui, literatura y música clásica de la mano de Coca, y música moderna gracias al blog de otro periodista de *El Correo*, **Carlos Benito**. ‘Evadidos’ reúne las exploraciones de su autor por la blogosfera, completando un riguroso y ameno catálogo de oferta cultural que resulta extraño de hallar en otros periódicos de Vocento. Benito, erudito profesional y gran escritor, exhibe una notable maestría en el manejo de los recursos propios al ciberperiodismo. Por ejemplo, recurre con cierta frecuencia a la elaboración de listados, un mecanismo muy viral que suele despertar automáticamente el interés del lector: obsérvese en el caso de su primera entrada del año 2017, donde repasa los conciertos que se anuncian para enero. En este artículo puede detectarse también otra singularidad de Benito como bloguero, que ya hemos visto que debería ser casi obligatoria en otros blogs pero que resulta rara de ver: apoyarse en materiales audiovisuales, piezas musicales que ‘Evadidos’ agrega para enriquecer sus contenidos y dotar cada entrada de un atractivo adicional. La pericia de Benito en el ámbito digital se detecta en otras ejemplares aportaciones a su blog, que acude a las posibilidades que encierra la tecnología para incluir elementos que convierten en una gratísima

experiencia la navegación por ‘Evadidos’: así, puesto que estamos ante un blog sobre música, resulta pertinente la elaboración de un listado de canciones a cargo del propio autor, que ocupa una llamativa posición en la portada. Además, Benito añade otro tipo de materiales, como una completísima lista de enlaces a otras referencias del ciberespacio, donde se observa un magistral dominio de las fuentes propias del periodismo digital. Un listado que Benito divide en dos capítulos: por un lado, las referencias intrínsecas a la música; por otro lado, aquellos enlaces que a Benito le resultan interesantes a nivel profesional o que simplemente aconseja a sus lectores movido por una inquietud personal.

Ahí detectamos, en la línea de lo observado en el blog de César Coca, una curiosa ambivalencia que no hace sino enriquecer las incursiones de Benito en este ámbito: su sabiduría para compatibilizar su rutina profesional diaria con sus aficiones. Es difícil saber dónde empieza el periodista y dónde el bloguero, lo cual, lejos de representar un contratiempo para la experiencia lectora, no hace sino generar una corriente de simpatía desde la audiencia: Benito se ofrece al potencial público no como el crítico erudito (que también es) de voz impostada, sino como un probable compañero para un viaje a través de una afición compartida. Le ayuda a conquistar este territorio, donde el bloguero se convierte en parte de una comunidad de lectores a la que rinde servicio como posible prescriptor, una pareja de factores que utiliza eficazmente: por un lado, su estilo desenfadado, donde la carga de conocimientos se disuelve en ese tono relajado y festivo; por otro lado, una metódica capacidad de actualización de su blog.

La oferta musical de la blogosfera de *El Correo* no se detiene en la aportación de ‘Evadidos’. Otro periodista de la casa, **Anje Ribera**, pseudónimo de **Jesús Ángel Ugalde**, ofrece su propia versión a través del blog ‘Música callada’, lo cual podría representar a primera vista una manifiesta redundancia impropia de un periódico que tutela con cierto tino su panoplia de blogs. En realidad, no hay redundancia alguna. Así como el blog de Carlos Benito es un repaso abrumador a la actualidad de la escena musical, que alterna con las entradas nacidas de las preocupaciones propias de su autor, Ribera propone un viaje a través de la música concebido como un proyecto exclusivamente personal. Como el mismo periodista proclama en su perfil de presentación, ‘Música callada’ se gestó al servicio de una idea dominante: la de “mostrar una serie de notas musicales, agrupadas en canciones que nacieron para transmitir algo, que algo han provocado ya en quien las ofrece”. Y agrega Ribera que su

blog “quizá sólo esté dedicado a la minoría”, aunque concluye: “El número no importa. Quizá a nadie interese. Pero sí sueña con despertar fibras en quienes la escuchen. (...) Es simplemente música callada, tal vez maltratada, pero siempre para escuchar a oscuras, con la sola iluminación de los sentimientos”.

De estas palabras se desprende que estamos ante un blog donde no prevalece el perfil profesional de su autor como periodista. ‘Música callada’ ejerce más bien, al estilo de otros blogs que ya hemos analizado previamente, como depositario de las aficiones de Rivera. Quien publica a un ritmo de una entrada por mes sus cuidadas piezas, pródigas en elementos audiovisuales: como él mismo advierte, sus entradas suponen una reivindicación del cancionero popular, que estudia detalladamente y sirve desmenuzado a sus lectores, invirtiendo una enorme cantidad de tiempo en observar la evolución de los temas elegidos para cada artículo, las distintas versiones que selecciona, el tratamiento que distintos músicos ofrecen a la misma canción. Despliega Ribera una enorme erudición al servicio de esta afición que ha convertido en objeto de su blog y también una rica variedad en su paleta. Salta del rock a los boleros o a la música pop con la destreza de quien lleva tiempo familiarizado con todo tipo de registros, a través de un estilo didáctico y pedagógico que adorna con un toque sentimental, como avisa desde el frontispicio de su blog: su único anhelo, confiesa, “es apelar a la sensibilidad” de su potencial público. Un propósito que Ribera cumple mediante el recurso a piezas largas, dotadas de un gran caudal de información, donde como ya hemos advertido no se desvela tanto el trabajo periodístico de su autor como sus inquietudes personales.

Todos los blogs analizados hasta ahora en la blogosfera de *El Correo* pertenecen a autores adscritos a su sede central, en Bilbao. Pero *El Correo* es un periódico pródigo en ediciones; la más relevante, la de Álava. En esa redacción ejerce como diseñador **Iñaki Cerrajería**, un extraño caso de dibujante y también bloguero que cumple su cometido en ‘La ilustración’: una bitácora dedicada a extender por el ciberespacio su quehacer diario, mediante una sabia elección de sus ilustraciones y un programa de actuación más ambicioso que el propio autor detalla en la presentación de su blog. Por supuesto, ‘La ilustración’ sirve a ese objetivo central de poner a disposición de la audiencia trabajos nacidos para la versión analógica del periódico y, por lo tanto, condenados a diseminarse. Pero además de este atributo del blog como archivo personal del periodista, una condición que tiende a olvidarse con frecuencia, Cerrajería aporta un

sello propio. Dota a su blog de materiales que había publicado con anterioridad, que va recopilando y publicando progresivamente en ‘La ilustración’; igualmente, explora otro flanco informativo, reuniendo en su blog colaboraciones antiguas con otros creadores y agrupando, en fin, no sólo las tiras cómicas elaboradas para la edición de Álava, sino las publicadas en la edición general de Vizcaya y aquellas que ilustran otra edición cercana, la de Miranda.

¿Qué encontrará el lector? Es fácil de adivinar: un completo catálogo de una ingente capacidad profesional, la propia de un dibujante que presta servicio a un producto informativo diario. Que Cerrajería tiene el acierto de reflejar en su actividad como bloguero con ese mismo ritmo de actualización y una ingeniosa utilización de los recursos que aportan las nuevas tecnologías. Publica por ejemplo sus ilustraciones con la posibilidad de ampliarlas para una navegación más satisfactoria y añade información adicional: así, cada una de sus tiras cómicas agrega un texto que no aparece en la edición impresa, donde se coloca adjunto a la información que ilustra y por lo tanto sobran las explicaciones. En la versión de la blogosfera, Cerrajería detalla el origen de cada dibujo, de modo que la exploración de su blog permite una cabal comprensión de su trabajo que no hurta datos al lector. Un trabajo complementario que debe saludarse como merece, porque la actualización diaria de su quehacer profesional exige desde luego al autor del blog un frenesí laboral que pocos miembros de la blogosfera de los diarios de Vocento acreditan. Por el contrario, el repaso a su trayectoria como bloguero permite comprobar la muy intensa aportación profesional de Cerrajería, uno de esos ejemplos de periodista nacido en la era analógica que sabe compatibilizar el ejercicio de su profesión con las exigencias del ciberperiodismo. Como el propio autor avisa, en este blog encontrará el lector aquellas imágenes “que no tiene tiempo de disfrutar y quiere verlas otro día o ‘bajarlas’ (sic) de la página para poder editarlas en su impresora, ya que en el tema tratado se ve retratado, sale algún conocido, quiere coleccionarlo...”. En resumen, una oferta informativa que sólo un profesional metódico y amante de su trabajo puede estar en disposición de compartir.

En la edición alavesa de *El Correo* rinde también sus servicios **Francisco Góngora**, autor del blog ‘Topo verde’. Una bitácora creada para recoger las exploraciones de Góngora por caminos, en principio, no directamente vinculados a su actividad profesional. Reportero especializado en artículos de largo aliento, propios del diario del fin de semana, Góngora plantea en su blog un objeto temático que puede

coincidir, aunque no necesariamente, con los temas que aborda en su quehacer como periodista. Porque su criatura obedece en realidad a un impulso más personal, el propio de quien ejerce en la blogosfera para dar cuenta de sus aficiones, aunque siempre con un sentido periodístico, y compartirlas con el potencial público a partir de la potente cobertura que garantiza un medio de comunicación. ‘Topo verde’ se presenta por lo tanto ante la audiencia como una opción temática muy sencilla de entender: el campo “visto desde y para urbanitas”. Así lo consigna su propio autor como una especie de subtítulo adherido al título principal y así desde luego va desarrollando las entradas que publica con una actualización irregular: hay meses, como diciembre del 2016, en que entrega un par de piezas mientras que durante noviembre deja de ejercer como bloguero.

Es lo propio del periodista cuya incursión en la blogosfera no responde tanto a una intención profesional como personal. Así que Góngora va publicando según un ritmo muy particular sus piezas dedicadas a compartir aficiones y conocimiento con el potencial público, basadas gran parte de ellas en un ámbito muy concreto: la ornitología, en su apartado destinado a la exploración de las aves. No hallará el lector, por el contrario, pistas de rutas por la naturaleza ni propuestas para escapadas o el resto de materiales bastante comunes a otras experiencias semejantes en la blogosfera. ‘Topo verde’ se limita a intercambiar información con su audiencia, gracias a un estilo riguroso donde brilla el talento del periodista oculto tras el bloguero. El periodista que ejerce aquí según el modelo propio de la era analógica: a diferencia de otros colegas de la blogosfera de *El Correo*, Góngora apenas recurre a materiales audiovisuales (algunas fotos para ilustrar sus entradas y poco más) ni emplea los contenidos propios del ciberperiodismo como enlaces o listas. Es, como hemos visto en otros casos, un profesional que traslada prácticamente idéntica su experiencia desde el periodismo tradicional al digital, donde además aprovecha para una labor de divulgación de los objetivos de la ong con que colabora (Seoong Seor), cuyos artículos publica en su blog.

El ámbito temático del medio ambiente no se limita en la blogosfera de *El Correo* al blog ‘Topo verde’. Puesto que se trata de un frente noticioso que el diario suele explorar con elevadas dosis de dedicación, resulta lógico que complete su oferta en el ciberespacio con otras bitácoras, como la tutelada por el periodista **Fernando J. Pérez**. Su blog se denomina ‘Basabide’, un producto informativo que el propio autor define en estos términos: “Un espacio abierto a los aficionados a la montaña en el que encontrar un punto de vista incisivo y diferente sobre el mundo de la escalada y el



alpinismo y donde se descubre la trastienda de las excursiones”. Un ambicioso propósito cancelado provisionalmente en junio del 2016, fecha de su última entrada. En su blog, el autor va compartiendo una serie de materiales de larga y cuidada elaboración, con una frecuencia irregular. Descarta de manera sistemática verter en su expedición por la blogosfera los artículos que sí publica con mayor frecuencia en *El Correo*, como si dejara para ‘Basabide’ aquellas piezas que merecen una elaboración más concienzuda, alejada de los vertiginosos plazos de entrega que exige el periodismo diario. Porque, en efecto, sus entradas son extensísimas, muy bien redactadas y primorosamente acompañadas de material visual que enriquece la navegación y añade fuentes de satisfacción a la experiencia lectora. Suele decantarse Pérez por el recurso a un género informativo dominante, la entrevista, en su versión de largo formato: contenidos que merecen una lectura atenta, con cierto aire de exclusividad porque nacen del conocimiento exacto del mundo temático que aborda y de alguna complicidad atesorada con sus fuentes, fruto de una larga trayectoria en el periodismo. Pérez se prodiga poco como bloguero, pero cuando entrega sus piezas demuestra ser un profesional de gran pulso narrativo que sabe combinar con acierto los temas que va firmando: predominan desde luego los dedicados a las exploraciones montaÑeras, pero también una especie de letra pequeña donde caben los proyectos más humildes o los protagonistas más discretos de la actualidad informativa en ese ámbito.

**Itsaso Álvarez** se ocupa en la redacción de *El Correo*, entre otros cometidos, de atender cuestiones relacionadas con la información sobre el mundo de la mujer. Que es precisamente el territorio elegido para su experiencia como bloguera: en ‘Colomba’, que así se llama su blog, explica Álvarez que “el feminismo no muere”. Una declaración de intenciones que permite guiar al lector a través de entradas que dejaron de publicarse en junio del 2016, cuando cesó de actualizarlo: como ella misma explica, más de que de un cierre oficial, debemos entender que su experiencia como bloguera migró hacia “una sección fija semanal relacionada con la misma temática” que firma en su periódico. En su presentación, Álvarez añade una advertencia nuclear: que su blog es “para todos los públicos”, aunque, en efecto, predominan en él las piezas nacidas de esa orientación profesional que la autora acredita hacia los temas de raíz feminista. “Me interesa todo lo que sucede a las mujeres como yo”, confiesa Álvarez. De ahí que, en efecto, ‘Colomba’ preste una atención preferente a cuestiones relacionadas con ese universo informativo. Con una frecuencia desigual, Álvarez entrega artículos de extraordinaria variedad. Se

ocupa desde luego de las controversias propias de la actualidad y en esos casos procura incluir su visión del frente noticioso que acapare entonces su atención, como un concurso denominado ‘Miss tanguita’ que provocó cierto revuelo en la fecha de su publicación (enero del 2015) en las redacciones de medio mundo, o el anuncio de la recuperación de la memoria histórica de un grupo de mujeres presas durante el franquismo en cárceles vascas. Pero también hay entradas que reaccionan ante una efeméride, según la lógica propia del periodismo que presta notable atención a este tipo de acontecimientos, y en semejante coyuntura Álvarez publica un artículo sobre la historia del voto femenino. Y habrá espacio además en su blog para un minisección denominada ‘Feminifoto del día’, que alimenta con irregular periodicidad. Álvarez, una periodista muy bien dotada para la narración, ejerce como bloguera con los atributos propios de su oficio y así se refleja en esa predisposición natural a citar las fuentes que ocupan siempre un destacado lugar en sus artículos, pero no termina de expresar al máximo su capacidad en el ciberespacio por esa mencionada dispersión en la actualización de su blog que lastra un empeño muy atractivo en su origen.

A lo largo de nuestro repaso a la oferta de blogs de los diarios regionales de Vocento hemos observado que se repite con cierta frecuencia la figura del periodista que consagra esta actividad en la blogosfera al servicio no tanto de su quehacer profesional como de sus aficiones particulares. Es una práctica que pudiera resultar chocante con el objetivo central de un periódico (ocupar el ciberespacio expresando su capacidad de influencia sobre la agenda informativa) pero que cuenta con una serie de ventajas: una es de orden laboral y pasa por permitir estas actividades de su plantilla como expresión propia de la oxigenación que necesita un profesional para su rutina diaria, de suyo muy exigente. Otra explicación de este desempeño en la blogosfera ajeno a las prácticas profesionales tiene que ver con la posibilidad de contar con una oferta de bitácoras que abarque una elevada extensión de registros y universos temáticos, de tal manera que frene o disuada los intentos de la competencia por conquistar esas parcelas. Una idea atractiva en la teoría que sin embargo resulta difícil de ejecutar: como hemos visto en otros casos, cuando el periodista se convierte en bloguero a través de la canalización de sus aficiones o entretenimientos, por muy notable que sea su arsenal de conocimientos, acaba ocurriendo que carezca de la necesaria regularidad en la actualización del blog muy pernicioso. Hasta que su actividad desaparezca de muerte natural.

Sirva este inciso para explicar cuanto sucede con el blog, por otro lado modélico, que gestionó durante un tiempo en *El Correo* su responsable de documentación, **Mauricio Martín**. Quien no eligió para este cometido la extensión de sus actividades profesionales, cuestión que podía haber dado lugar a un interesante blog habida cuenta la larga y fecunda trayectoria del diario y su casi inagotable archivo. En su lugar, Martín despliega en ‘Motoblog’ su apabullante conocimiento sobre el mundo de las motos, actividad que cesó en el 2015, fecha de su última publicación, aunque su autor se resiste a considerarlo completamente clausurado. Martín, que siente como es lógico en su quehacer diario el latido del periodismo, aprovechaba los frentes abiertos por la actualidad para ir publicando algunas de sus piezas, como cuando el ministro griego Yannis Varoufakis se convirtió en noticia dejándose retratar a bordo de su motocicleta, pero por regla general sus artículos nacen del impulso propio de quien deposita en este universo temático sus aficiones, que suelen estar asociadas al orden emocional de cada autor. Son piezas cortas, casi más haikus que entradas, o fotonoticias como el mismo Martín las define, amparadas en un aparato gráfico que a menudo opera como detonante. Buen escritor, Martín entrega en su blog piezas dominadas por un esmerado ojo periodístico al servicio de quienes puedan compartir su afición, amparándose en la potente cobertura que presta a sus andanzas su pertenencia a la blogosfera del principal medio de comunicación de su territorio, donde ejerce como periodista y como bloguero, cuya actividad se ve penalizada por la falta de actualización mencionada: un déficit que achaca a la falta de tiempo para dedicar a esta actividad la atención que exige, argumento que veremos en otros casos citados en el capítulo siguiente donde comentaremos el contenido global de las respuestas recogidas por nuestra encuesta.

Miembro como otros blogueros de la edición digital del diario en Álava, **Sergio Eguía** sitúa su perfil en una línea similar al del recién analizado de Mauricio Martín. Como en tal caso, su actividad en la blogosfera debe interpretarse como una extensión hacia el terreno de las inquietudes personales frente a las actividades propias de sus ocupaciones profesionales diarias. Y como ocurriera con el blog de Martín, también en ‘Plaza de garaje’, un blog que abandonó en marzo del 2016, fecha de su última actualización, Eguía sufre el mismo problema central: su desigual ritmo de publicación. Puede concluirse, a la vista de estos dos casos recién analizados y de otros que ya hemos ido revisando con anterioridad, que cuando un periodista prueba suerte en la blogosfera alimentando esa incursión con cuestiones que apenas tienen que ver con su

oficio está condenado casi desde el inicio a acabar liquidando esa experiencia por muerte natural. Así se deduce del presente blog: aunque su génesis tiene gran sentido, puesto que es observable alrededor de cada medio de comunicación un interés perenne de su comunidad de lectores en torno a la temática de motor, si ésta no forma parte de las rutinas habituales del periodista, el bloguero acaba por prestar menos atención al proyecto recién nacido. Se detecta en numerosos signos, pero el primero es siempre el arriba mencionado: decae la periodicidad, las entradas se registran como mucho una vez al mes y se desvanece la necesaria retroalimentación con la potencial audiencia.

En el caso de Eguía, además, sus entradas apenas recurren a materiales muy pertinentes en un blog sobre el mundo de los coches, donde los contenidos audiovisuales parecerían encajar a la perfección. Son artículos sin apenas aparato visual: piezas con un acusado aire a la era analógica, la pura traslación al ciberperiodismo de contenidos nacidos desde una óptica anterior. Dotado de un elevado caudal de información, dueño de una notable pericia como redactor, el autor de ‘Plaza de garaje’ parece que no termina sin embargo de creerse su rol como bloguero y, bajo esas circunstancias, parece lógico que decidiera concluir su experiencia abruptamente por los nuevos caminos del universo digital.

Dejamos para el final un caso radicalmente contrario. Atípico, tanto por su brillante ejecución como por su singular trayectoria. El blog de *Luis Alfonso Gámez*, tal vez la personalidad más inquieta dentro del ámbito de las nuevas tecnologías de que dispone *El Correo* en su plantilla de blogueros. Si hablamos de atipicidad es porque Gámez no encuadra sus evoluciones por la blogosfera dentro del catálogo propio de su periódico, sino que prefiere alojar su blog en una plataforma distinta. De modo que como primer dato singular nos encontramos con una apariencia totalmente diferente a la que distingue al resto de blogs de *El Correo*, que, en líneas generales, se atienen a una serie de pautas comunes en su diseño y visualización que desaparecen en el caso de Gámez, quien cuenta con sus propias reglas: las propias de la plataforma donde creó ‘Magonia’, nombre de su blog, cuyo subtítulo aclara al lector de que se encuentra ante “una ventana crítica al mundo del misterio”. Un ámbito informativo que también se escapa del canon habitual y que su propio autor inscribe, cuando se le pregunta a qué género pertenece su criatura, en tono críptico: Gámez se limita a contestar que ‘Magonia’ milita en un universo que denomina como “pensamiento crítico”.

Eso es ‘Magonia’: el proyecto creado por el periodista vasco para, nada menos que desde el temprano año 2003, dotarse de un producto adaptado a las exigencias del ciberespacio y recopilar ahí sus quehaceres profesionales. También sus preocupaciones personales. Porque en su blog, Gámez incorpora todos aquellos materiales que sirvan a esa doble faceta profesional y personal, que en su caso tienden a retroalimentarse. Puede de hecho concluirse que su éxito como periodista nace de su particular obsesión por convertir en parte de la agenda informativa su pulso contra las manifestaciones pseudocientíficas: es decir, que ha llevado hasta el conjunto de los medios de comunicación lo que en principio era una batalla personal, que puebla gran parte de sus publicaciones, tanto las analógicas como las que colonizan su blog. Puesto que su trayectoria empezó hace tiempo, en los albores de este nuevo universo periodístico, cuando la ciberesfera apenas balbuceaba, Gámez se ha convertido con el paso de los años en un auténtico maestro. Lo demuestra con varios rasgos particularmente modélicos: el primero, su elevada frecuencia de actualización, atributo imprescindible para generar a su alrededor un público ahído de sus noticias. Un requisito que ‘Magonia’ cumple más que satisfactoriamente, con entradas a un ritmo de más de una por semana.

Pero la pericia de Gámez no se detiene en su agilidad para imprimir una frecuencia vertiginosa a su aventura en la blogosfera. También es un intuitivo profesional que sabe dosificar con maestría los artículos que publica: mezcla con sabiduría los géneros (desde la entrevista, a la que recurre con frecuencia, a las entradas dictadas por la actualidad de su ámbito informativo) y guía a su hipotética audiencia hacia los distintos medios con que colabora a través de la publicación sistemática de los enlaces de audio donde puede seguirse su evolución por los programas radiofónicos en que participa. Porque Gámez es más que un periodista y más que un bloguero: ambas actividades no tendrían sentido para él si no les añadiera el adjetivo de militante. Su especialidad es desenmascarar las supercherías anticientíficas y a esa misión se entrega no sólo con pasión, sino con conocimiento de causa. En sus incursiones por la blogosfera no permite que el exceso de entusiasmo le nuble la capacidad para discernir que debe distinguir siempre al buen profesional; pero ese suplemento emocional con que adorna gran parte de sus artículos representa un requisito indispensable para explicar el éxito profesional que distingue su actividad. Que se traduce en la larga serie de colaboraciones que presta a distintos medios desde su original colaboración con *El Correo* y en su ejemplar desempeño como bloguero, que le sirve como carta de

presentación y que incluye una anécdota que tal vez sirve para calibrar la auténtica medida de su éxito: que ‘Magonia’ es más que un blog, es también una marca. Y como marca, Magonia (cuyo nombre alude a una fantástica leyenda medieval) vende y factura sus productos a través de la blogosfera.

### **9.10. La blogosfera de ‘El Diario Vasco’**

El periódico guipuzcoano comparte con su homólogo vizcaíno, al igual que sucede con la práctica totalidad de los diarios de Vocento, un atributo distintivo: su condición de referente ciudadano para la opinión pública de este territorio. Su oferta en la blogosfera debería, en la lógica que mueve a un diario a colonizar también el ciberespacio, reflejar ese estatus de medio de comunicación convertido en guía de sus lectores, pero lo cierto es que se trata de un catálogo de blogs de escasa cuantía, donde se observa algunos frentes informativos ni siquiera cubiertos: así sucede, como ocurría en el caso de *El Correo*, con ámbitos como la política o el fútbol, dos frecuentes flecos noticiosos en el menú habitual de *El Diario Vasco* que no cuentan sin embargo con su extensión en la blogosfera. La razón puede encontrarse en la misma explicación que valía para el periódico vizcaíno: que sus lectores disponen de abundante información sobre ambos temas a través de otros medios en sus respectivas webs. Lo cual es por otro lado cierto: la blogosfera es un medio más, un gran medio por supuesto, para conquistar el ciberespacio informativo, pero no el único. Para cumplir ese propósito, la estrategia de un medio de comunicación, al igual que el adiestramiento de sus profesionales, puede obedecer a múltiples causas con sus consiguientes efectos, que no pasan necesariamente por la blogosfera.

Una estrategia que explica con precisión su jefe del área digital, **Jesús Falcón**. “La blogosfera de *diariovasco.com* tiene dos objetivos principales”, señala. “Por un lado abrir la web a la ciudadanía, permitir que, más allá de los periodistas, las personas que puedan aportar contenidos de calidad de temas concretos puedan acceder a nuestra plataforma y beneficiarse de nuestra difusión”, prosigue. “Por otro lado”, añade Falcón, “tratamos de llegar a temáticas que en el día a día no cubrimos con facilidad. En este segundo campo se encuadran algunos de los blogs de periodistas de *El Diario Vasco*,

además de personas de fuera de la redacción”. De ahí que este segundo bloque de blogueros, que sin embargo no pertenecen a la redacción, merezca también la atención de los responsables del diario. “El seguimiento que realizamos con los externos es sobre todo atender sus dudas y necesidades, así como algún problema técnico que puedan tener. Que vean que estamos cerca de ellos. Tenemos comprobado que es muy difícil que se mantengan durante años, que el periodo inicial es de entusiasmo y cariño por sus blogs pero que con el tiempo va cayendo y tratamos de acompañarles lo mejor posible”, afirma. Una política que el diario guipuzcoano combina con otros cometidos en el cuidado de su blogosfera que Falcón describe en estos términos: “Está la tarea complementaria de mirar búsqueda de temas o personas que puedan tener cosas interesantes que contar, para ir renovando la oferta de blogs e ir teniendo recambios para los que caen”.

Dicho lo cual, debe insistirse en que un número exiguo de blogs en un medio tan potente en sus dos soportes como *El Diario Vasco* llama la atención. Sobre todo, porque varios de ellos hace tiempo que además no están operativos. Es el caso del por otro lado modélico blog llamado ‘Mon oncle’, obra del periodista **Ricardo Aldarondo**. Miembro de la redacción de cultura, Aldarondo es un consumado crítico cinematográfico, de modo que se entenderá que su trayectoria en la blogosfera atienda a esta especialización profesional que desarrolla en su blog por los medios propios del ciberperiodismo. Que sin embargo no exprime al máximo. Descarta por ejemplo recurrir a materiales audiovisuales que enriquecerían la experiencia del lector y adaptarían mejor al nuevo escenario digital sus artículos, que como máximo se permite ilustrar con imágenes de las películas que va comentando. Su blog, en realidad, se anuncia como un espacio no sólo para el cine, sino también para los comentarios sobre música y libros, pero lo cierto es que así como es bien perceptible la presencia de esa primera manifestación cultural (y para escribir sobre música sí se apoya Aldarondo en materiales audiovisuales), apenas registra piezas dedicadas a la literatura. El cine es, en general, la referencia inexcusable de su blog y a él consagra sus más frecuentes artículos: entradas de elevada extensión, donde exhibe un estilo combativo propio de las exigencias del género, combinado con un exhaustivo conocimiento del ámbito temático y una envidiable red de relaciones en ese mundillo propio de quien no sólo ejerce de periodista y de bloguero: con asiduidad, Aldarondo opera como programador, organizador de actividades cinematográficas o miembro de jurados de festivales, actividades de las que ofrece cumplida noticia en su

blog. Que desapareció cuando concluyó el último Festival de Cannes, en septiembre del 2016, sin que desde entonces haya reanudado su labor: el propio Aldarondo admite que lleva tiempo sin actualizarlo pero rechaza considerarlo cerrado. “Me falta tiempo para mantener la constancia”, afirma.

De la sección de Cultura del diario guipuzcoano procede igualmente el siguiente bloguero, **Alberto Moyano**. Cuya bitácora, ‘El jukebox’, excede desde luego ese ámbito temático, de modo que toda etiqueta se queda corta. Cuando antes advertíamos que su catálogo en la blogosfera evita ingresar en el espacio del debate político, convendría ahora precisar que este blog ocupa en ocasiones esa esfera, aunque sería erróneo considerarlo así: como un blog político. En realidad, nos hallamos ante otro ejemplo del blog concebido más o menos como un dietario, donde su autor va vertiendo su opinión sobre los acontecimientos de la realidad que más le inquietan o le llaman la atención. En ocasiones, su blog es para Moyano un territorio para la introspección, para el comentario más íntimo sobre sus cavilaciones. Hay entradas donde ofrece por el contrario su punto de vista a partir de las noticias que escalan por la agenda informativa y merecen de él una aportación complementaria a la pura información: puede suceder entonces que ese comentario se sirva como detonante de los vericuetos de la vida política y por eso avisábamos con antelación de que alguna vez aparecía en este blog ese flanco que *El Diario Vasco* evita transitar.

Moyano, estupendo escritor por otro lado, apenas recurre a los atributos propios del ciberperiodismo. Ejerce su rol en la blogosfera como hemos visto que era norma en otros profesionales, como una ampliación hacia ese territorio de sus prácticas habituales en el periodismo tradicional. Son artículos propios del género de opinión: bien escritos, bien documentados, bien resueltos, que, como el propio autor señala, “no tienen un tema concreto”. Con el sentido del oficio inherente al periodista de larga trayectoria, que encuentra en la blogosfera el hábitat propicio para compartir sus inquietudes con su público, a través del elevado poder multiplicador que asegura pertenecer a la escudería del principal medio de comunicación de su ciudad. Una actividad que, en cualquier caso, cesó en octubre del 2016, fecha de su última publicación, en la que se prodigaba muy espaciadamente: los rasgos habituales que hemos analizado en otros casos, cuando las evoluciones en la blogosfera no forman parte de la rutina diaria del periodista y por lo tanto no exigen el mismo ejercicio de la disciplina profesional.



Debe anotarse que la sección de cultura de periódico ejerce como fértil vivero de miembros de su blogosfera. De ella proceden los dos casos arriba comentados y en ella trabaja también **Mitxel Ezquiaga**, autor de un blog inclasificable por la temática que aborda: prácticamente toda. Cualquier acontecimiento, sobre todo los más cercanos, pueden merecer el interés de Ezquiaga en ‘Ke paren la rotativa’, un título que sirve muy bien al cajón de sastre donde su autor, periodista dotado por cierto de gran clase como narrador, va incluyendo sus reflexiones a cuenta de sus andanzas por la vida. Es por lo tanto uno de tantos blogs al estilo de los que ya hemos ido analizando, convertidos en una suerte de dietario, pero a diferencia del blog de su colega Moyano, Ezquiaga no se deja guiar sólo por esa clase de reflexiones íntimas o muy personales: por el contrario, parece estimularse por la compañía de la actualidad, que le sirve como detonante para sus entradas y de paso le permite una frecuencia de actualización mucho más viva. El aniversario de la tregua de ETA, el cierre de un establecimiento castizo de San Sebastián o el adiós a un compañero de la redacción que se jubila; las vicisitudes de la agenda cultural de su ciudad, las tribulaciones del oficio de periodista en un marco geográfico limitado o cualquier anécdota escondida entre la letra pequeña del tráfico informativo más rutinario le sirven a Ezquiaga la excusa que necesita para escribir del gran tema que en realidad acompaña sus pasos como bloguero: él mismo. Pero su blog no es desde luego un itinerario construido sólo a través de su propia experiencia, sino que se ofrece como protagonista de avatares que pueden ser compartidos por su comunidad de lectores. Que es donde radica el secreto de su fértil, aunque irregular, actividad como bloguero: en su capacidad para crear una red de complicidades con los miembros de su audiencia que puedan sentirse identificados con sus andanzas y sus reflexiones. De nuevo, nos hallamos ante el bloguero que ejerce esta función como los antiguos cronistas, el articulista que entrega su pieza como parte de un dietario donde el lector se reconozca. La extensión hacia el universo digital del periodismo tradicional.

En una línea análoga debe entenderse el blog ‘La mirada’, cuya autora es la periodista **Lourdes Pérez**. Un blog que desmiente la idea antes mencionada sobre la inexistencia de la actualidad política en la blogosfera de *El Diario Vasco*: ‘La mirada’ es una señalada excepción, aunque debe anotarse que en abril del 2016 registró su última actualización. Es decir, que con su ausencia el periódico guipuzcoano pierde la única ventana que mantenía abierta hacia ese frente informativo de tanto peso por otro lado en su versión de papel y su versión web. Nos hallamos ante un blog situado en ese

ámbito que ya hemos visto otras veces, como tantos otros también alojados en la misma web: el articulista de papel muda su piel y bajo los mismos supuestos teóricos abre en la red una bitácora donde despliega su conocimiento sobre un aspecto concreto de la actualidad. En el caso de Pérez, periodista de fecunda trayectoria en ese ámbito del comentarista político, que ocupa además un cargo de responsabilidad dentro de su periódico (es jefa de redacción), aprovecha este espacio en la blogosfera para trasladar a su audiencia piezas de larga extensión, muy precisas, donde revisa el paisaje político, comparte alguna confidencia y, en general, ofrece claves que permitan entender a sus lectores los vaivenes de la vida pública. Que la autora de ‘La mirada’ extiende a lo largo del territorio nacional: no se trata, en consecuencia, de un blog sobre los vericuetos de la política más cercana sino un escrutinio en torno al comportamiento de los poderes públicos. Creaciones propias, como señala Pérez, cuyo ritmo de publicación ha decaído, advierte, tras la entrada en vigor en su periódico del modelo de pago por contenidos (el sistema llamado ‘On Plus’), que reclama un desempeño más exigente y aconseja derivar hacia esa fórmula la publicación de este tipo de piezas asociadas a cierto periodismo de autor.

Son entradas sin la compañía de aparato gráfico alguno. Tampoco emplean otras posibilidades que ofrece la tecnología aplicada al ciberperiodismo: no enlaza su blog a otros ni ofrece otras pistas sobre cuanto ocurre en la blogosfera que pudieran tener alguna concomitancia con su propio desempeño como bloguera. En Pérez, que por otro lado publica sus entradas sin gran frecuencia mediante un ritmo de actualización desigual, vemos el ejemplo clásico del periodista procedente de la era analógica que ejerce su actividad según los mismos fundamentos teóricos cuando bloguea. No se trata por lo tanto de un producto pensado para el lector digital con las especificidades que esa condición pudiera exigir, sino de la traslación de la mecánica tradicional del periodista a un soporte nuevo para él, donde puede ejercer con la misma brillantez que en origen.

Por el contrario, su compañero de redacción *Antxon Blanco*, otro alto responsable de *El Diario Vasco*, sí que parece haber creado en su blog un camino propio del ciberperiodismo, bien que todavía precoz. Y bien que de escasa duración: en el año 2015 dejó de estar operativo. “No podía darle la continuidad necesaria”, reconoce. Hasta entonces, ‘Correr por correr’ ejerció como una demostración de que la blogosfera puede muy bien acoger productos alojados pensando en las características propias del medio. Porque lo primero que llama la atención de este blog es que nace con

una personalidad propia: en él nadie puede esperar información, sino opinión. Y no cualquier tipo de opinión, es decir, no la alumbrada a partir de las exigencias del periodismo más vertiginoso, el que reclama una explicación pertinente a los segundos de haberse producido el hecho informativo que le da sentido. Los artículos de Blanco operan preferentemente en un contexto distinto: se gestan a partir de la actualidad deportiva, vinculada en su caso a la práctica del atletismo, pero tienen una dimensión diferente porque su autor elige el frente noticioso sólo como desencadenante. Como una excusa para una reflexión más amplia, que no sea excesivamente deudora del hito que la origina. Un artículo sobre la crisis del mediofondo español puede tener como origen inicial la última carrera, desde luego, pero a partir de ahí Blanco construye una entrada donde repasa el historial de cada prueba y el comportamiento de los atletas, reconstruye el pasado más reciente, atisba el porvenir que adivina. Piezas largas, profundas: gran periodismo, muy difícil de practicar en los estrechos límites temporales y físicos del papel. Que además se acompañan de imágenes que ofrecen su propia información, no incluidas a efectos puramente decorativos. Y que agradece la enorme acumulación de conocimientos que exhibe Blanco, quien por otro lado los gestiona de manera muy inteligente: dosificando los temas que elige para su blog, que puede oscilar entre la atención que exige el deporte de base, la última polémica deportiva o la semblanza de los ídolos de su deporte favorito. Con la particularidad de que Blanco se emplea en su faceta como bloguero con un entusiasmo que incluye su entrega personal a una de sus inquietudes más particulares con el ejercicio del periodismo en un área distinta a la de la información sobre deporte.

Curiosamente, *El Diario Vasco* mantiene en su blogosfera otro blog sobre este mismo ámbito temático, el atletismo, a cargo de un redactor que sí ejerce como tal en esa sección del periódico, **Karel López**. Su blog se titula ‘Pajarito inglés’ y se mantuvo activo hasta julio del 2015, fecha de su última actualización. Es complementario con el de su compañero Antxon Blanco en el sentido de que mientras éste cultiva un género periodístico más vinculado al artículo de fondo, las entradas de López nacen en su mayoría vinculadas a la actividad informativa que genera ese deporte. Lo cual tiene sentido teniendo en cuenta lo antedicho: que López es un profesional de la sección de deportes, de modo que su blog puede entenderse como la extensión a la blogosfera de aquellos flecos informativos que no puede desarrollar con el suficiente espacio y tiempo en su actividad diaria. Como Blanco, también López recurre a ilustrar sus entradas con

rico material visual, pero además añade unos pertinentes contenidos audiovisuales: imágenes de carreras sobre las que está comentando pueblan sus artículos, enriqueciendo la experiencia lectora. Se trata de un bloguero de frecuencia irregular, que puede publicar un par de entradas en apenas diez días y luego retirarse durante un mes sin publicar ninguna otra. Son artículos más bien largos, profusamente dotados de fotografías como ya se ha advertido, donde despliega una fenomenal retahíla de conocimientos y que, además, procura mezclar los enfoques más dedicados al análisis de los campeonatos recién disputados con la semblanza de populares atletas y con artículos que, como una pieza dedicada a la fondista Marta Domínguez, adoptan la forma casi de editorial. Una variada panoplia de entradas, redactadas con el buen estilo que se le supone a un periodista de un diario de Vocento.

Dentro del mismo ámbito de la información deportiva nos encontramos con otro blog, 'El bisturí', obra de **Fernando Becerril**, que también constituye un ejemplo de los diversos ejemplos dedicados en la blogosfera de Vocento al mundo de la información deportiva. En este caso, a través de la conocida trayectoria del periodista, especializado durante largo tiempo en ese ámbito. Adopta el formato, también muy extendido, del género de opinión: artículos donde Becerril sitúa cada cuestión que aborda en su adecuado contexto y se esfuerza con éxito en ofrecer al lector ingredientes que van más allá de la actualidad más efervescente. Son, por lo tanto, entradas donde la base primordial es la escritura: buen narrador, magníficamente dotado para generar con su público ese clima de sobrentendidos tan propios a la prensa analógica cuando también se ejerce desde las exigencias de este género informativo, Becerril despliega una evidente sabiduría en lo que narra. No se detiene en la glosa de un deporte en concreto, aunque el fútbol y la Real Sociedad (equipo referencia de su diario) se llevan la mayor parte de sus piezas; también escribe sobre baloncesto o pelota y siempre con ese mismo afán didáctico que conduce sus artículos: trata de enseñar a su audiencia el envés de la trama, apostando por colocar en su contexto la información que le sirve como detonante y a continuación ilustrar su entrada con su enciclopédico conocimiento de lo que escribe. Se vale por lo tanto de su larga trayectoria como periodista encargado de deportes para ofrecer un valor añadido a sus escritos: la noticia actual constituye el argumento principal, pero se trata de una actualidad que Becerril describe con los ojos de quien ha observado ya pasadas gestas deportivas y ha informado sobre ellas. No recurre a otro apoyo gráfico que alguna imagen que ilustra sus artículos con un sentido

casi decorativo; renuncia a incluir material audiovisual y tampoco aprovecha los recursos propios del hipertexto. Su aliado principal es su capacidad para la escritura y ese tipo de conexión que un profesional ejerce con sus lectores cuando desarrolla su trabajo en un ámbito geográfico limitado (el periodismo local y regional) y cuando además acredita una ancha experiencia: como el propio Becerril advierte desde la presentación de ‘El bisturí’: “Han sido muchos años en los que me ha tocado ver, leer y escribir de un deporte. (...) Me apetece contar lo que veo, lo que me sorprende y lo que admiro sin tener que pensar en un resultado”. Y concluye: “No sé si seré capaz de hablar sólo del resto de la vida. Porque hay semanas en las que parece que el mundo entero es un juego”.

Menos interés tiene para nuestra tesis el blog que pilota la periodista **Elisa Belauntzaran**, titulado ‘Rincones de Guipúzcoa por descubrir’ en castellano (‘Lau haizetara’ en euskera: es decir, ‘A los cuatro vientos’) puesto que se trata de una bitácora sin apenas actividad, que su autora actualiza con ocasión de diferentes caminatas por su territorio. Entradas donde el lector sólo encuentra fotos, sin apenas texto más allá de alguna introducción explicativa muy sumaria, que se corresponden con los artículos que la autora publica previamente en la versión papel.

### **9.11. La blogosfera de ‘El Norte de Castilla’**

El periódico decano de la prensa nacional reúne un elevado censo de blogs, cercano a la veintena, en la línea de otros ya analizados en la blogosfera de Vocento, que representa sin embargo una cifra corta comparada con la hiperabundancia que distinguía al diario hasta no hace demasiado tiempo. Como advierte **Eloy de la Pisa**, responsable del área digital, una estrategia en su blogosfera incluso más ambiciosa de lo común en Vocento había desembocado en un parque de blogs de difícil manejo; durante los años anteriores a nuestra tesis, desde el área digital se dedicaron a expurgar de su web aquellos blogs de escasa utilidad, que habían quedado desactualizados, así como otros casos donde la autoría no corría a cargo de profesionales de esa redacción. El resultado reconoce el éxito de esa tarea de limpieza: se trata de una blogosfera ahora rotunda y consistente, caracterizada por una arquitectura racional, donde los ejemplos

de periodistas blogueros ocupan las distintas escalas jerárquicas del periódico (incluido su director) y se diseminan a lo largo de distintos frentes informativos, garantizando en consecuencia una oferta plural acorde con la propia relevancia de *El Norte* entre la opinión pública de su territorio. Ese número total de blogs, en cualquier caso, admite alguna cautela: varios de ellos son administrados por los mismos periodistas.

Según De la Pisa, esta configuración nace de un principio editorial clave: que, careciendo de instrucciones precisas en cuanto a su gestión, la línea informativa se basa en el “respeto” a la propia trayectoria tanto de *El Norte de Castilla* como de Vocento, de alto rigor y sentido de la profesionalidad. “Controlamos en los primeros momentos las bitácoras que se crean”, añade. “Nuestra gran ventaja es que los blogs más activos son de personas de confianza y ello facilita la labor”, señala. “En consecuencia no tenemos una estrategia definida al respecto”, continúa, “vamos un poco salto de mata según nos marca el día”. De la Pisa, quien recuerda que el parque de blogs de su diario no contribuye de manera especial a que aumente la audiencia, también opina que la evolución de su blogosfera “ha sido escasa en cuanto a presentación o nuevos formatos”. Y subraya que, a su juicio, “los blogs tuvieron mucha importancia en un primer momento pero ahora mismo se les considera algo un tanto antiguo dentro de la comunidad digital”. De ahí su opinión concluyente: “Los tenemos como un servicio gratuito para el que lo desee pero realmente no invertimos tiempo y esfuerzo en ellos”.

El primer blog que pasamos a analizar lo firma su director, **Carlos Aganzo**: nos parece especialmente relevante porque, a diferencia del resto de sus colegas del resto de diarios de Vocento que también operan como blogueros entendiendo esta actividad como una extensión propia de su quehacer, con Aganzo ocurre que su ejercicio en la blogosfera dispone de una personalidad propia. Una identidad particular que escapa del hábito que hemos observado en otros directores de diarios de Vocento según el cual su blog se construía a partir de la publicación de los artículos semanales que nutre la tribuna desde donde opinan en sus respectivos periódicos. No hay en ellos una exploración ambiciosa de la blogosfera en el sentido de aprovechar toda su dimensión: es una práctica de gran utilidad para la construcción de una oferta informativa suculenta en este apartado del periodismo digital que despliegan las versiones web de cada diario, pero en el caso de Aganzo encontramos una envergadura distinta, una ambición mayor.

Una pretensión que se explica, en gran parte, porque Aganzo añade a su condición de periodista la de escritor. Reconocido poeta, su blog en realidad encierra una reflexión en forma de artículos de opinión sobre el ámbito literario, edificado a partir de una primorosa escritura donde pasa revista a algunas personalidades de ese mismo universo que tanto domina. Su erudición, sus apabullantes conocimientos de la literatura contemporánea, le sirven para encadenar con elevada frecuencia sus entradas en el blog, llamado ‘El avisador’, cuya última actualización data del año 2015. Hasta ese momento, el director de *El Norte* desarrolló una fértil tarea agrupando sus entradas en una serie de subtemas, que sin embargo no figuran categorizados en el perfil de su blog: la mayor parte de las piezas que entrega son memorables semblanzas de sus literatos favoritos, pero también se detiene en otro capítulo destinado a glosar los libros que acaban de merecer su lectura e incluso abre en alguna ocasión, como en una entrada de septiembre del 2015, una ventana para informar de la actividad de su periódico en el terreno informativo con motivo del aniversario de su suplemento cultural. Aganzo se ocupa de reflexionar acerca de la evolución del concepto de cultura y despliega en general una tarea admirable que se beneficia de su alta capacidad para la escritura, un método inigualable para generar a su alrededor una expectante comunidad de lectores.

**Víctor Vela**, destacado periodista de la redacción especializado en la información local y regional, dispone por su parte de dos blogs en su diario. Uno de ellos se llama ‘El pincho’ y su propio subtítulo deja claramente determinada cuál es su intención: generar un espacio para el comentario de costumbres, el género propio del dietario que hemos observado que practican otros periodistas de su mismo grupo editorial. ‘Catálogo de temas de los que hay que hablar’ advierte ese subtítulo para explicar lo evidente: que estamos ante una excusa para construir con los lectores un espacio dedicado a la reflexión no demasiado trascendente, a partir de la observación de la vida diaria. Un blog entendido por lo tanto como la actividad propia del periodista que conoce bien el territorio que le rodea, que elige como temas de su publicación aquellos mismos que van seleccionando de manera improvisada por sus potenciales lectores como si fueran parte de la tertulia de cada día: así lo advierte el propio Vela cuando confiesa, en el perfil que publica en su blog, lo siguiente: “¿De qué hablar durante el café? ¿Qué hay que decir para acompañar el pincho de tortilla? ¿Cómo romper el hielo en el ascensor?”. En respuesta, la frase antedicha: “Catálogo de temas de conversación para no quedarse sin palabras”. Un objetivo que el autor cumple a la

perfección: su blog encaja con la idea tan extendida de ampliar a la blogosfera el quehacer intrínseco al periodista de opinión, que la emplea no en el estrato político, sino en la agenda cotidiana de la actualidad callejera y ciudadana. Un estilo ameno, que no pretende sermonear a su público sino que aspira a construir con él una comunidad de intereses compartidos, configura este blog de adecuada frecuencia de actualización que sin embargo Vela acabó abandonando por las razones que explica él mismo cuando contesta a la encuesta que analizaremos con más detalle en el capítulo siguiente: su experiencia no fracasó; al contrario, supuso un éxito de tal calibre que los contenidos propios del blog acabaron migrando con el paso del tiempo a la propia web: “El desarrollo de los portales de Vocento permitió que parte del contenido del blog se canalizara como noticia”. A su juicio, surge también otro factor para justificar esa migración: las redes sociales, opina Vela, “también le han comido terreno”. “Ahora mismo no entiendo los blogs como una parte muy relevante de nuestros portales”, concluye en sus comentarios a la encuesta.

Vela es autor de otro blog igualmente interesante, pero con un carácter más propio de algunas de las exigencias que se depositan en la blogosfera puesto que su construcción reclama de la intervención decisiva de los lectores: se llama ‘La postal’ y nace para proponer un “viaje visual por Valladolid”, como anuncia Vela en su perfil desde la portada del blog, a partir de las incidencias que su autor va recopilando y de las aportaciones de la audiencia. A su público dirige el autor un llamamiento expreso: “Puedes colaborar mandando tus fotos de zanjas, arreglos, incomodidades y curiosidades de la ciudad” y así, en efecto, se puede observar la andadura de un blog muy peculiar, extraño de encontrar en el conjunto de la blogosfera de Vocento pero que, además de explorar con acierto esa veta abierta para la interacción con el público y forjar por lo tanto un diálogo renovado entre diario y lectores, rinde también servicio a uno de los objetivos centrales de todo diario local y regional: edificar una comunidad de intereses mediante el ejercicio de un periodismo de linaje ciudadano, callejero. De tal modo puede entenderse la notable panoplia de categorías donde Vela va etiquetando sus hallazgos, que sirven para pasar revista prácticamente a todos los frentes donde un periódico puede dar sentido a su propósito de contribuir a formar una opinión pública mejor informada: son categorías que se dividen por áreas temáticas (basuras, transporte), pero también temporales (Navidad) o geográficas: los diferentes barrios de Valladolid, por ejemplo, recogen el testimonio de las inquietudes de Vela, compartidas



con todos esos lectores que responden a su invitación. Son entradas breves, casi flashes: instantáneas que merecen de su autor un comentario escueto porque la foto habla por sí sola. Un atractivo blog que dejó de actualizarse en el 2007; hasta entonces, Vela hizo gala en él de su acusado olfato periodístico que, en este caso, resultaba complementario de su desarrollo como miembro de la redacción: una feliz idea de desplegar en su faceta en la blogosfera unos contenidos editoriales que sirvieran para enriquecer esa doble condición de periodista y bloguero.

La blogosfera del diario vallisoletano aloja también uno de los escasos ejemplos que hemos hallado en nuestra exploración por los diarios de Vocento de esa tipología tan particular, e interesante, llamada blog de coyuntura. Con ocasión de las elecciones del 2011, el 20 de noviembre hubo cita con las urnas en toda España y *El Norte de Castilla* respondió a ese desafío informativo impulsando esta rara experiencia, merecedora de mayor continuidad. Porque a lo largo de toda la campaña, y con especial incidencia durante la jornada electoral y los días que siguieron a la proclamación de resultados, el diario enroló a un destacado grupo de periodistas de prestigioso estatus dentro de la redacción: **Nacho Foces**, quien en su condición de subdirector, gestionaba el conjunto del blog, en colaboración con las redactoras **Sonia Andrino** y **Mar Domínguez**. Aunque según recuerda Foces hubo otros compañeros que también se implicaron en esta experiencia, fueron ellos tres quienes se emplearon con mayor frecuencia en este empeño editorial para extender su cobertura informativa de las elecciones hasta la blogosfera. El blog ‘Elecciones 20N’ se fue alimentando a un ritmo incesante gracias a las piezas de opinión que publicaban los redactores de *El Norte*, quienes desplegaron su actividad por todo el frente electoral, desde los sondeos a los mítines, pasando por el análisis de los programas o las crónicas de los debates entre candidatos. Foces, quien se muestra satisfecho de aquella experiencia hasta el punto de que se repitió con ocasión de las elecciones del 2015, explica la creación del blog desde la óptica de un diario que pretende reforzar el conjunto de su oferta informativa con ocasión de fecha tan señalada mediante la diferenciación de su actividad en dos soportes: “Quisimos ofrecer al lector algo distinto y distinguirnos del papel”. Así que su blog, que incluyó alguna pieza audiovisual de carácter más bien artesanal, apostó por conceder una cobertura propia del periodismo digital: daba prevalencia a la inmediatez, en palabras de Foces.

La creatividad de *El Norte* en su exploración de la blogosfera se observa en otro sobresaliente caso de blog compartido. Según un modelo editorial que alguna semejanza guarda con la de sus blogs sobre elecciones, escritos a diversas manos, nació el blog llamado ‘Pan comido’. Una ejemplar experiencia de cómo implicar a distintos miembros de la redacción al servicio de un esfuerzo informativo colectivo, puesto en que el blog, como se avisa desde su presentación, obedecía a la idea de movilizar a periodistas con alguna inquietud por el mundo de la gastronomía: una feliz idea desarrollada a lo largo del año 2012 que sin embargo duró poco. Durante esos meses, redactoras como **Liliana Martínez, María Eugenia Alonso, Beatriz Sastre o Laura Martín** se relevaron en desplegar una actividad como blogueras que concluyó abruptamente en diciembre de ese año; hasta entonces, su peripecia resultó ejemplar: desde una acabada visualización que huye de la monotonía propia del diseño de otros blogs del mismo diario y del conjunto de Vocento, hasta una decidida apuesta por incorporar el lenguaje audiovisual y, tercer aspecto novedoso e igualmente trascendental para exprimir las nuevas fronteras del ciberperiodismo, abriendo su blog a las aportaciones de los lectores, en forma de recetas. Un sabio empleo de recursos como el etiquetado por categorías o la combinación de variados formatos narrativos, como el género de la entrevista, ayudaba a configurar un atractivo blog que merecía un desarrollo más prolongado y fértil.

Debe anotarse que la propia **Laura Martín** gestionó durante un tiempo un blog personal, titulado ‘El frikiblog’, aunque ha desaparecido incluso de la blogosfera de *El Norte*. Un proceso de desactivación que su autora atribuye a una de las habituales ‘limpiezas’ que algunos periódicos acometen cuando revisan su oferta informativa en esa área y acaba con aquellas experiencias que se han ido abandonando, pero que traemos a colación porque como autora de aquel proyecto Martín contestó a la encuesta que se remitió a cada bloguero de los diarios de Vocento y por esa razón sus respuestas forman parte del conjunto que analizaremos en el próximo capítulo. Por el contrario, el análisis de contenido de su blog resulta imposible de ejecutar por los motivos arriba citados.

Blogs colectivos y blogs de coyuntura: en esta segunda tipología se encuadra el siguiente ejemplo que analizamos, que lleva la firma de **Rebeca Alonso**. Se trata de un caso del que hemos encontrado raros precedentes en nuestro rastreo de la blogosfera de Vocento: un blog al servicio de un viaje. Un viaje profesional, que tiene también

bastante que ver con una experiencia personal, pero que sirve a Alonso para compartir con sus lectores la aventura de explorar durante un verano el desierto del Sáhara. Su blog, que se denomina así precisamente ('Sáhara'), nace con el propósito de concluir su itinerario cuando concluya igualmente la expedición que llevó a la periodista hasta ese rincón de África: contar la vida de quienes habitan esas tierras. Se trata de un blog que mezcla con acierto las aportaciones icónicas (fotografías que por sí solas justificarían el conjunto del blog) con textos de sentida prosa, donde descuella no sólo el talento de Alonso para informar sino su capacidad para trascender los límites del ámbito informativo y adentrarse en el terreno del gran reportaje, lindante tan a menudo con la literatura. Alonso se apoya en otros recursos propios de los avances tecnológicos para nutrir sus piezas de entrevistas en vídeo, por ejemplo, de manera que su blog compone un fresco donde no sólo se encontrará el lector el relato detallado de la realidad propia del pueblo saharauí sino también piezas de índole informativa, como la entrevista a su principal dirigente, o semblanzas de las gentes con quienes Alonso confraterniza durante su estancia. Atenta a los detalles que se incluyen en la agenda noticiosa, como la huelga de hambre protagonizada por una activista saharauí, la autora no pierde durante la serie de entradas que construyen su blog su objetivo principal: contar la vida en el desierto. Se vale para ello del recurso de ejercer en la blogosfera a partir de los atributos propios del dietario: eso es en realidad 'Sáhara', el diario digital de una reportera que comparte reflexiones con su potencial audiencia y no limita sus actividades profesionales a contar sus impresiones en la versión de papel. Aprovecha para exprimir cada frente noticioso y concluye su viaje desvelando algo de sí misma cuando reconoce a sus lectores lo siguiente sobre esa travesía por el desierto: "Es una experiencia que nos marcó". Una confesión que no resta ecuanimidad al conjunto del blog y que, por el contrario, sirve para tender ante el público un hilo de complicidad que ayuda a crear un estado de ánimo coincidente.<sup>303</sup>

La oferta de *El Norte* en la blogosfera, como hemos advertido, plantea una mirada poliédrica sobre el mundo de la información. Ya se ha observado la completa

---

<sup>303</sup> Rebeca Alonso es igualmente autora de otro blog alojado en *El Norte de Castilla*, cuya corta trayectoria justifica que le prestemos menos atención. Nació en el 2010, el mismo año en que desapareció. Se trataba de 'Números rojos', uno de los escasos ejemplos que hemos encontrado dentro del ámbito de la información económica, que la redactora abandonó porque según confiesa su peripecia en la blogosfera dejó de interesarse. Además, alega que le exigía un tiempo excesivo.

exploración de los distintos frentes informativos que integran su censo de blogs, incluido el siguiente caso que analizamos. Una rareza en nuestra tesis: un blog dedicado a la información sobre cuestiones de salud. Su autor, el periodista **Daniel Roldán**, revisa mediante una cuidada praxis profesional que evita convertir su experiencia en lo que no es (no es, desde luego, el blog de un experto sanitario) una vertiente del periodismo, el periodismo de salud, que sitúa también en el ámbito de una subcategoría, muy vinculada por cierto a la blogosfera: el llamado periodismo de servicio. Porque así debe entenderse su blog, ‘Sala de espera’. Como una aventura periodística donde Roldán garantiza “información y más información”, como señala en su presentación. Una promesa que desarrolla a renglón seguido: “La gran mayoría de los pacientes y los consumidores quieren saber más. En esta bitácora intentaremos poner luz sobre algunas dudas, hablar de la situación de los colectivos y dar algún consejo”. Y a continuación advierte, en la línea de su declaración de principios: “No somos médicos. Solo periodistas. Para cualquier duda médica, acudan a sus profesionales”.

Hecha esta advertencia, el blog de Roldán desarrolla una intensa actividad, que sin embargo abandonó en el 2013, para barrer cada frente informativo. Entradas sobre diferentes patologías se suman a otras destinadas a enriquecer su oferta mediante el análisis de la actividad que generan instituciones como las asociaciones de médicos, se apoya en la actualidad (como alguna serie televisiva de éxito en aquel tiempo) para divulgar algunos avances médicos y cumple su promesa de aconsejar buenas prácticas sanitarias a sus lectores con artículos, como alguno de abril del 2013, dedicados a fomentar usos saludables en la alimentación. Roldán, un ameno escritor de brillante prosa, no pierde de vista su condición de periodista en esta aventura en la blogosfera y procura ponerse al servicio de la agenda informativa diaria mediante una astuta utilización de los frentes noticiosos que pueblan en cada momento la vida pública para convertirlos en artículos de su blog. Una adecuada utilización del recurso al etiquetado de temas por categorías, además de una esmerada frecuencia de actualización, convirtieron a ‘Sala de espera’ en un notable ejemplo de cómo emplear la blogosfera para trascender en el ciberespacio aquellas actividades propias del periodismo que escapan del corsé habitual propio de su versión analógica.

En nuestro repaso de la blogosfera de otros periódicos, resulta habitual encontrar distintos casos dedicados a la información deportiva, aunque ya hemos observado que la mayoría de diarios analizados prefiere dedicar al equipo con mayor dimensión noticiosa

en cada territorio un canal propio que evita a menudo el despliegue de sus periodistas como blogueros. De ahí que ‘Retorno a primera’, siendo desde luego un blog de información deportiva consagrada al principal activo de Valladolid en este terreno, su equipo de fútbol, se dote de un carácter singular: su ámbito de actuación no es el total de la cobertura informativa que dicho equipo reclama, sino un aspecto muy concreto de ella, sus andanzas durante la pretemporada que representó su regreso a la élite del fútbol español. Eso es en esencia ‘Retorno a primera’: un blog de coyuntura y también un blog colectivo, destinado a observar los frentes informativos abiertos desde el momento en que el Valladolid se presenta ante sus aficionados e inicia sus entrenamientos, y clausurado justo cuando la Liga 2007/08 se inaugura. Es decir, durante dos fechas que el propio blog anota en su perfil: desde el 17 de julio del 2007 hasta el 25 de agosto de ese mismo año. “Aquí encontrarás”, explican sus autores al lector, al que tratan de tú como se observa, “toda la información sobre la pretemporada”. Un caso, por lo tanto, muy curioso de blog. Con una particularidad que lo hace aún más interesante: como otros analizados dentro de la oferta de *El Norte*, también éste es un trabajo colectivo, como se advertía anteriormente. Al carácter singular de ‘Retorno a primera’ debe obedecer otro detalle muy peculiar detectado mientras se siguen sus evoluciones: que finalmente incumple su promesa y amplía sus actividades hasta los primeros partidos de la temporada. Hasta septiembre del 2007 se seguiría actualizando, cuando cesa en su actividad con una pieza muy llamativa por un aspecto formal: que sus autores recurren al empleo del color violeta, el propio del Valladolid, para esta última entrada. Que, al igual que las demás, es puro periodismo analógico: artículos dominados por el sentido informativo de la praxis periodística, sin apenas otras aportaciones audiovisuales que lo pudieran enriquecer ni empleo de estadísticas o de otros elementos propios de la información deportiva. Son piezas breves que, agrupadas, adquieren el carácter de diario. Que es donde radica su principal valor: quien quiera saber el día de mañana, navegando por la blogosfera, cómo fue la preparación del Valladolid en su retorno a primera división encontrará aquí un completo resumen.

El fútbol contó en la blogosfera de *El Norte* con otro capítulo destacado, a cargo de su redactor **Antonio García Encinas**, especializado en ese mismo nicho informativo. Fue una experiencia fugaz. Apenas unos meses de vida durante los cuales el autor de ‘El futbolín’ se inició en esta experiencia profesional mediante unos tímidos escauceos, exploraciones menores que cesaron pronto y adoptaron la forma de breves artículos de

opinión, ilustrados con alguna foto, en los cuales García Encinas ofreció muestras de su buen estilo como redactor, en la línea de otros periodistas que rinden tributo desde las páginas de deportes de la prensa analógica al periodismo de opinión. Artículos beligerantes, en defensa del principal patrimonio deportivo de su ciudad, el equipo de fútbol, que sí recurren con habilidad y buen sentido del uso del blog a una práctica siempre aconsejable: el uso de hiperenlaces. De esta manera, García Encinas puede centrar sus piezas (que publica con ejemplar frecuencia) en ese análisis menos pegado a la realidad que la pura crónica deportiva, que va enlazando en sus artículos para completar una estimulante experiencia lectora. En sus respuestas a la encuesta cuyo análisis centrará el próximo capítulo, aduce como tantos otros blogueros y periodistas que dejó de actualizar ‘El futbolín’ por exigencias profesionales; lo cual es una lástima porque este tipo de blogs contribuyen a configurar la oferta informativa del diario y además generan mecanismos de adhesión del público hacia el periodista siempre muy necesarios para la feliz trayectoria de un diario local y regional. Y, de hecho, muy ilustrativos de su tendencia a explorar la blogosfera desde su condición de periodista, García Encinas cita dos casos que nos parecen significativos para revelar su compromiso con esta nueva frontera del periodismo: una bitácora que gestiona fuera de la plataforma de *El Norte* “que utilizo como portfolio profesional” y su participación en un blog participativo que la redacción del diario vallisoletano creó en su día “para contar a los lectores el desarrollo de un tema que después se publicaba en el papel”, un proyecto que no hemos querido incorporar a nuestra tesis porque, como el propio autor advierte, “no era un blog como tal”.

Sin salir del ámbito de la información deportiva, la blogosfera de *El Norte* dispone de otros ejemplos de cómo optimizar el rendimiento de sus redactores y su conexión con la audiencia a través de blogs que, como el que analizamos a continuación, se distingue por otro elemento singular: su carácter coyuntural, en la línea de diferentes ejemplos que hemos ido viendo durante este capítulo. El blog ‘Siete metros’, cuyo autor es el redactor responsable del área digital **Eloy de la Pisa**, nació con fecha de caducidad: explorar el frente noticioso abierto durante los Juegos Olímpicos del 2008 por un deporte que cuenta con un poderoso seguimiento en Valladolid, el balonmano. De La Pisa creó por lo tanto su proyecto cuando ejercía como jefe de la sección de deportes de su periódico, sabiendo que caducaría cuando también lo hiciera esa especialidad en la cita olímpica, condición de la que advierte a sus seguidores en la

presentación de su blog, donde añade asimismo una información adicional tendente no sólo a explicar sus pretensiones sino a conectar con su potencial audiencia a través de dos vertientes: por un lado, desvelando su antigua vinculación con el balonmano como practicante de dicha especialidad, una manera sutil de plantear que nos encontramos no sólo ante un periodista, sino también ante un entusiasta de este deporte. Por otro lado, agrega un perfil combativo en defensa de este juego, en la línea de ofrecer al lector un punto de apoyo que le permita ingresar en un espacio informativo donde también encontrará cierto ánimo beligerante en defensa de una cierta identidad local y regional. Porque De la Pisa recuerda a sus lectores que el balonmano en Valladolid observa “un lento declive”, repasa con nostalgia los años recientes, cuando semejante actividad encontraba por el contrario un poderoso seguimiento, y aprovecha por lo tanto para situar su blog en el mismo espacio de reivindicación (deportiva, en este caso) que hemos observado en otros periodistas de Vocento que preservan como un tesoro su conexión con el imaginario popular de cada territorio. “Fuimos campeones y casi nadie se enteró”, señala. “Bueno”, prosigue, “en Valladolid sí nos enteramos. Y mucho. Pero esa es otra historia”.

Fruto por lo tanto de una aventura limitada en el tiempo, De la Pisa acabó por cerrar su blog; anteriormente, ya había ensayado esta misma aventura periodística con ocasión de otras citas deportivas, como el Mundial de balonmano del 2013, donde observamos el mismo tipo de desempeño: piezas eruditas, escritas en una prosa amena que denota un elevado conocimiento de la materia que le ocupa, pero siempre con ese tono propio del buen periodista que huye del estilo profesoral para conectar con su audiencia, para tratarla de tú a tú. De La Pisa elude emplear otro género que el propio de las piezas de opinión, tan inherentes a la parcela del periodismo deportivo. Apenas añade recursos audiovisuales o emplea hiperenlaces: son, como se menciona, artículos de opinión. Productos propios de la esfera analógica que sirven a sus autores para explorar el ámbito del ciberperiodismo sin correr más riesgos que los particulares de su profesión: una opinión desnuda, pero cabal, puesto que se nutre de la constatable sabiduría del periodista en el terreno deportivo y de su larga trayectoria profesional.

Igualmente común resulta hallar en el análisis de contenidos para nuestra tesis la clase de blogs destinados a atender una inquietud del periodista que los alumbra y después tutela pero que, sin embargo, entiende que el espacio físico del soporte analógico resulta escaso para desplegar el total de informaciones a las que tiene acceso.

Son blogs complementarios de la práctica profesional más convencional. Hemos visto unos cuantos casos a lo largo de la exploración de la blogosfera de Vocento y también tropezamos ahora con un ejemplo de esta tipología en *El Norte de Castilla*: ‘Sellos sin valor’, obra del periodista **Ángel Blanco**, nace a partir de una polémica noticia, el llamado ‘caso Afinsa’: una estafa cometida con la especulación de activos filatélicos, de elevado impacto informativo en Valladolid, lugar de residencia de gran parte de las víctimas. Así que se trata de un blog de cercanía, por cuanto sirve al propósito de generar un cauce donde se expresen las preocupaciones de quienes forman la comunidad de lectores tradicional de *El Norte*, pero también tiene algo de blog de coyuntura: su precoz desaparición refuerza esta idea según la cual ‘Sellos sin valor’ nació con la fecha de cierre incorporada, por cuanto la evolución del blog estaba tan directamente vinculada a la efervescencia de la noticia que lo gestó que por fuerza debía concluir su evolución cuando esa misma noticia se desvaneciera o al menos no registrara la misma potencia que cuando surgió. De ahí que el blog apenas anote dos meses de vida, aunque muy intensa. Con una vertiginosa capacidad de actualización, Blanco detalla los movimientos registrados alrededor del caso mediante una técnica donde descuellan otros valiosos atributos: no sólo ese elevado ritmo de producción, que por fuerza sirve para conectar con el común de lectores afectados y le ofrece una vía desde donde compartir sus cavilaciones, sino porque se apoya en recursos propios de la blogosfera que ya hemos observado que otros autores olvidan con frecuencia. Por ejemplo, el empleo de gráficos que sirven para ilustrar sus artículos, muy necesarios especialmente en un blog de esta índole, que contribuye a aclarar los numerosos puntos opacos que gravitan alrededor de la fuente principal de la noticia. Y también resulta modélica otra novedosa apuesta editorial: que algunas de las entradas ayuden a que el público se forme una idea más completa y cabal del caso gracias al uso de enlaces a otras fuentes donde se termina de configurar la información que Blanco ofrece a su audiencia.

Otro elemento ilustra igualmente esta capacidad del autor para trascender en su peripecia como bloguero las limitaciones propias de su ejercicio profesional como periodista: así como la mayoría de artículos llevan su firma, no deja por eso de albergar en su blog noticias firmadas por otros periodistas de medios de la competencia si entiende que así gana autenticidad y verismo su blog y configura una oferta informativa tan ambiciosa como enriquecedora. Un ejemplar desempeño que contribuye a fortalecer



la vertiente de servicio público innata a un medio de comunicación, sobre todo los que, como *El Norte de Castilla*, ejercen su función en un ámbito geográfico muy preciso. Y, sobre todo, porque se desarrolla a partir de un caso donde esa vertiente de encaje popular y ciudadano resulta especialmente notable: como explica el propio autor en uno de sus artículos, el ‘caso Afinsa’ afectó a la comunidad de lectores vallisoletanos con la rotundidad que se desprende de esta conclusión: “No sé si habrá en Valladolid alguien que no tenga media docena de familiares, amigos o allegados pillados en la estafa”. Una sentencia que profundiza en la pertinencia de crear un blog al servicio de la idea central del periodismo: contar las cosas.

Al contrario que esta experiencia tan singular que acabamos de analizar, *El Norte* también dispone de blogs que caminan por la senda abierta por otros diarios de Vocento en el abordaje de áreas temáticas comunes. Por ejemplo, la moda. **Sonia Quintana**, redactora del diario, es la autora de ‘Moda y más’, un blog que como su propio nombre indica nació para atender a ese fenómeno informativo que cada vez exige un espacio más amplio en la prensa diaria. Tan amplio, que este tipo de blogs tienden a cubrir las demandas informativas de un sector del público interesado en ese frente noticioso que no encuentra satisfechas en los soportes tradicionales. ‘Moda y más’, como otros blogs de esta misma índole, ofrece una visión panorámica de la cuestión que aborda: como avisa en la declaración de intenciones inserta en la presentación del blog, Quintana pretende ofrecer “toda la información para estar al día”. Lo cual se traduce en una apuesta decidida por la exploración de este universo informativo: la actualidad que emana de las pasarelas más importantes, los estrenos de cada temporada o las noticias pegadas a las rutinas del calendario (la Navidad, por ejemplo). Un esfuerzo que cesó pronto y que dejó de actualizarse en octubre del 2005.

Igualmente común representa que los diarios analizados se doten de blogs para informar sobre otro ámbito temático también en auge: el televisivo, que dispone de una completa oferta en la blogosfera de Vocento y de *El Norte*, donde al menos dos redactores se han empleado en esa condición de blogueros al frente de sendos instrumentos para analizar la actualidad del mundo de la televisión. La experiencia más reciente corre a cargo de **Juan A. Pardal**, periodista que ejerce su labor dentro del área digital de su diario y es asimismo autor de otro blog, ‘Que nos quiten lo bailao’, ajeno al frente televisivo: una experiencia donde vuelca unas preocupaciones de índole más bien intimista que procura trasladar al lector desde su intuición de que sus artículos incluyen

“historias que merecen ser contadas”. En realidad, es un blog que se inscribe en la corriente del dietario, del género de opinión: lo firma un cazador, en efecto, de historias, que va plasmando en sus piezas las reflexiones que le suscita la actualidad diaria, con una frecuencia de actualización muy irregular: de hecho, Pardal advierte en la encuesta que remite para la construcción del siguiente capítulo que su blog no está abandonado, pero lo cierto es que dejó de frecuentarlo en marzo del 2014.

Pardal aparece también en el listado de blogueros de *El Norte* como coautor del blog ‘Pasameelmando’, que gestionó durante casi cuatro años con escasa frecuencia de actualización, repasando la actualidad televisiva mediante una secuencia de artículos de orientación panorámica. Piezas alumbradas según el espíritu propio de la prensa analógica, que servían para salir al encuentro del creciente sector de la audiencia del periódico interesada en cuanto ocurre alrededor de la televisión, concebidas sin los atributos propios del periodismo digital: sin grandes apoyos icónicos, renuncian por norma a los recursos audiovisuales y son también refractarias al empleo de hipervínculos, categorización o cualquier otro rasgo distintivo de esta clase de periodismo que se apoya en las nuevas tecnologías.

El segundo caso de blog de información televisiva que analizamos es más antiguo. Su autor, **José María Cillero**, lo creó hace doce años y lo alimentó durante dos, aunque posteriormente se observó una singular prolongación de esta experiencia: puesto que Cillero, aunque había abandonado su ejercicio como bloguero, aún proseguía su labor de articulista sobre este ámbito, su diario decidió seguir publicando en el blog, llamado ‘Teleblograma’, esas piezas nacidas en principio sólo para la versión papel. No es el único atributo peculiar de su blog, cuyo contenido también contenía un enfoque propio que en algo se distinguía del que posteriormente nació bajo la firma de Pardal: como el propio Cillero advertía en su presentación, el tono que pretendía dar a su exploración de la blogosfera era crítico con el mundo de la televisión. Así que ‘Teleblograma’, un espacio nacido “para poner a caldo las cosas de la tele”, hizo honor a su propósito fundacional mediante una prosa donde destacaba un recurso de gran influencia en la creación de lazos de complicidad con el público que sin embargo pocos periodistas convertidos en blogueros tienden a emplear: el humor. El sentido del humor puebla los artículos que Cillero fue publicando en su blog, donde prevalece una envidiable capacidad de actualización, a un ritmo que en algún caso llega a superar el promedio de un artículo diario, y que además prefigura un rasgo que resulta compartido,

como hemos visto, por otros blogueros de su estirpe: la tendencia a extender el marco temático de sus evoluciones en la blogosfera, como si el impulso inicial de consagrarlas sólo al mundo de la información sobre la televisión se quedara escaso y resultara pertinente emplearlo como una coartada para opinar sobre otras cuestiones de la agenda noticiosa. Así se desempeña Cillero, autor dotado de una extraordinaria capacidad para la escritura, que ejerce como bloguero al estilo de otros periodistas que ya hemos analizado: utilizando su experiencia en el ciberespacio como una prolongación del tradicional periodismo de opinión, como articulistas en la blogosfera. Un patrón donde los recursos propios del periodismo digital se desvanecen en beneficio de la escritura ágil, poderosa. Una escritura que denota la pericia de Cillero como redactor y que evidencia la pertinencia de tantos periodistas de Vocento para contribuir a crear en el universo de los nuevos medios una ampliación de la capacidad de proyección de sus diarios hacia sus respectivas comunidades de lectores.

**Angélica Tanarro**, responsable de las páginas de cultura de *El Norte*, dispone también de un blog donde traslada sus experiencias informativas al ámbito de la blogosfera, mediante la publicación de sus artículos de papel en un nuevo espacio digital donde acredita su dominio de las exigencias intrínsecas a esta aventura periodística. Porque su blog ‘Calle 58’, en efecto, sólo puede describirse como periodismo por otros medios; un periodismo adaptado al lenguaje propio de los nuevos recursos digitales, que Tanarro canaliza gracias a su elegante empleo del material visual que reclaman piezas dedicadas a un ámbito temático, el cultural, muy propio para este tipo de atenciones. La autora es un acabado ejemplo de cómo trasladar la capacidad para la prescripción, para la creación de un grupo fiel de lectores que sigue al periodista de referencia hacia la blogosfera, mediante una notable periodicidad en la actualización de su blog, que alcanza picos elevadísimos en ocasiones que lo merecen, como el seguimiento del festival de cine de Valladolid. Ahí observamos uno de los rasgos singulares que ennoblecen las aportaciones de la autora: su sobresaliente dosis de conocimiento del apartado cinematográfico, a través de piezas donde procura extender su perspicacia para la crónica de cine y facturar una serie de entregas donde mezcla la opinión que le merece la película proyectada con las declaraciones de sus creadores y ofrece por lo tanto un producto singular, que enriquece la experiencia lectora puesto que completa la cobertura que se reserva para el periódico de papel. El otro gran atributo que debe destacarse de la habilidad de Tanarro para su ejercicio como bloguera tiene

que ver con su capacidad para saltar de un territorio cultural a otro, de modo que exhibe semejantes conocimientos de distintas disciplinas (cine, literatura, música y otras manifestaciones artísticas) como se deduce de su destreza para categorizar su blog en función de las áreas temáticas que aborde: un completísimo panorama de la cultura de su tiempo y su espacio, que la autora de ‘Calle 58’ solventa con la profesionalidad propia de los periodistas muy bien versados en aquello de lo que escriben.

**Francisco Cantalapiedra** ejerció como bloguero de *El Norte* hasta el año 2012, fecha de su última actualización. Se trata de un blog titulado ‘Pasen y lean’, donde Cantalapiedra exhibe una notable capacidad para la escritura, puesta aquí al servicio del género de opinión, tan caro al mundo de los blogs. En su subtítulo, Cantalapiedra incluye la palabra ‘provocaciones’ y, en efecto, sus artículos no dejan indiferentes a sus potenciales lectores. Es un polemista feroz, que no cae sin embargo en la demagogia ni en la complacencia; en su diana se sitúan sobre todo los gobernantes de aquel momento histórico en España, de modo que su blog deriva de continuo hacia la crítica política. Donde por cierto adopta siempre un punto de vista alejado de la controversia entre partidos; su enfoque es el propio del ciudadano lector con quien tiende a entablar conversación a través de la creación de ese tipo de vínculo que hemos observado en otros autores: poniéndose en el lugar del público, Cantalapiedra entrega sin desmayo, a un ritmo de actualización de una entrada por semana como promedio, piezas cuyo principal rasgo distintivo es el mencionado, la virtud de no dejar a nadie indiferente. Debatir, polemizar. Esa clase de periodismo combativo propio de tiempo atrás en el diario de papel que la costumbre parece haber relegado, curiosamente en estos tiempos de emergencia tecnológica, al naciente universo digital. Una migración de un soporte a otro que no se acompaña de esfuerzo alguno por adecuar el esfuerzo informativo a este flamante territorio: el autor descarta acompañarse de la identidad propia de la blogosfera y construye sus entradas apoyado sólo en sus textos. Una prosa de elevada calidad que justifica este esfuerzo informativo por sí sola y que merece el presente análisis, a pesar de Cantalapiedra es un colaborador de *El Norte*, es decir, no pertenece a su plantilla de profesionales. Haberlo incluido en nuestro estudio representa una excepción que consideramos justificada puesto que obedece a un par de razones: que se trata de una firma muy habitual desde largo tiempo en el periódico vallisoletano, de manera que justifica con su fertilidad la contribución a construir con su audiencia un imaginario común. A lo cual también apela otra singularidad que nos parecía merecedora de

incorporar el estudio de su bitácora a este capítulo: siendo una muestra de periodismo militante, combativo en defensa del interés supremo de los lectores, también profundizaba en esa línea advertida con insistencia a lo largo de este capítulo, la capacidad de la blogosfera para servir al propósito de todo diario local y regional de formar con sus lectores un conjunto de intereses compartidos.

También concluyó relativamente pronto su incursión en la blogosfera el redactor **Javier Prieto**, quien se presenta en el perfil de su blog como periodista, fotógrafo y escritor. Su blog, ‘De paso’, dejó de actualizarse en el 2012. Lo definía su autor como un recopilatorio de “rutas, fotos, viajes e ideas”; aunque el diseño más reciente ha dejado un poco anticuada su visualización, muy propia de la época en que Prieto lo mantenía con vida, se trata de un modélico ejemplo de gestión de blogs: frecuente ritmo de publicaciones, rica variedad de temas y empleo inteligente de recursos icónicos para que la experiencia lectora mejorase de acuerdo con las exigencias del nuevo periodismo. Prieto acompañaba además sus textos, escritos con una delicada prosa, de un hábil recurso a la categorización de temas, lo cual ya se ha comentado que contribuye a mejorar la navegación por la blogosfera y ofrecía además una información adicional que permitió comprobar la elevada ambición con que nació ‘De paso’: sus artículos le llevaron a Prieto no sólo por España (Ávila, Cáceres, Burgos y unas cuantas más provincias del interior de la Península), sino que también exploraban el Camino de Santiago e incluían prospecciones fuera del país, hasta Argentina y Holanda. Son entradas muy exhaustivas, de larga escritura, donde el autor destila un envidiable conocimiento de la naturaleza temática de su blog sin recrearse sin embargo en un ejercicio autocomplaciente: el público siempre está presente en el objetivo de sus piezas, porque no sólo le ofrece información detallada de sus viajes sino que incorpora pistas para que sus seguidores construyan su propio itinerario y acompaña sus artículos de consejos para que cada ruta resulte memorable. Las rutas que plantea ‘De paso’ son un compendio de paseo por la naturaleza, la historia y la geografía que dotaban de un atractivo recurso a la blogosfera de *El Norte de Castilla* ahora ya desaparecido.

También de viajes, y también abandonado hace largo tiempo, es el blog ‘Camino de Santiago’, obra del fotógrafo de *El Norte* **Ramón Gómez**. En su caso, que dejara de actualizarlo tiene una explicación cabal: se trataba de un blog de los llamados de coyuntura; es decir que Gómez lo creó, como se deduce de su denominación, para documentar mediante esta útil herramienta su propio itinerario hacia Compostela. Con

una particularidad añadida, que dota su proyecto de un interés adicional: puesto que su autor es fotoperiodista, será la imagen el elemento nuclear de sus andanzas. De modo que cada entrada debe entenderse como una etapa en su camino hacia Santiago, que Gómez va registrando mediante hermosas imágenes donde no sólo destaca su belleza plástica sino la carga informativa propia del profesional del periodismo. En su primer artículo, donde explica sus intenciones para el blog que concluirá cuando él mismo concluya su ruta, ya ofrece una detallada explicación sobre sus propósitos que resulta de gran utilidad, puesto que incluye una reflexión en torno al concepto de blog que parece oportuno reproducir en estas líneas: “He decidido compartir esta pequeña aventura con vosotros y estoy seguro que no os defraudaré. No estoy de acuerdo con Guy Kawasaki que dice que un blog es lo que escribe alguien que no tiene mucho que decir para que lo lea alguien que no tiene mucho que hacer. Yo no pienso deciros nada, lo que intentaré es contaros muchas cosas. Lo haré a través de mis pequeños comentarios, pero sobre todo a través de mis fotografías”.

Una intención que cumple Gómez sobradamente; porque, en efecto, observamos que el lector será a lo largo de la duración del blog el objetivo central de sus actividades, como se observa en el alto nivel de información con que documenta sus peripecias: pies de fotos ilustrativos y descriptivos, donde procura incorporar los datos clave (como nombres, lugares y fechas, cuestiones no tan habituales de encontrar en este tipo de productos informativos como se puede pensar) y porque además sus escritos, pese a no tratarse de un profesional de la redacción, son un ejemplo muy notable de prosa eficaz y amena. Con buen ojo para los detalles anecdóticos y para dibujar los personajes que se va topando durante su exploración jacobea, Gómez construye entradas muy entretenidas de leer, que generan adicción y por lo tanto cumplen el requisito fundamental de todo blog, sobre todo aquellos que nacen con fecha de caducidad como es el caso: alimentar la expectativa del lector. Hacia quien va también dirigido un objetivo lateral que surge cuando el blog ya cierra sus puertas: reivindicar la Castilla interior como un espacio necesitado de mayor atención desde los poderes públicos. El blog concebido en consecuencia, según las propias palabras que Gómez usa para su despedida, como “homenaje a todos esos rincones que pasan olvidados y que por sí solos suponen una riqueza visual increíble”.

La experiencia de Gómez al frente de su blog de coyuntura guarda semejanza con otro caso que despliega su compañero de redacción **Antonio Corbillón**, autor de

‘Billete de ida. El Salvador’: un nuevo ejemplo de cómo la capacidad de adaptación del blog encaja con la idea de documentar una peripecia cuyo desarrollo tiene fecha de clausura desde que comienza. Corbillón aprovecha una visita durante el verano del 2008 a un apartado rincón del país centroamericano que da nombre a su blog (la Comunidad Segundo Montes) para relatar a sus lectores una experiencia singular que además añade el atractivo de servir para que el propio autor la compare con otro viaje similar que realizó al mismo paraje siete años antes. “Nos cuenta”, dice el perfil del blog, “sus impresiones en esta pequeña comunidad”, así bautizada con el nombre de un conocido religioso jesuita de Valladolid. Y lo hace, debe agregarse, con un luminoso estilo en su escritura, donde Corbillón va mezclando párrafos de notable calidad literaria, casi metaperiodística, con imágenes que el propio autor emplea para retratar las impresiones que le va causando su estancia en aquella tierra, aunque en realidad el atributo que prevalece en su blog ya se ha citado: la capacidad de un periodista para convertirse en algo todavía más valioso, alguien que no se limita a informar sino que se empapa en la realidad que le rodea y sirve a sus lectores un testimonio de gran valor añadido. Una suerte de compromiso con su tiempo que genera en su entorno, en el público al que se dirige, el tipo de rol que se suele conceder a los informadores cuando logran trascender su oficio. Un papel para el cual se demuestra en este caso la pertinencia del blog como vehículo para transmitir no sólo comunicación, sino también valores. Un blog, como advierte su autor, que sirvió específicamente para relatar esta experiencia y que, una vez concluida, dejó de tener sentido.

Concluimos nuestro repaso a la blogosfera de *El Norte de Castilla* con la aventura que protagoniza un destacado miembro de su redacción, el subdirector **Nacho Foces**. Autor del blog ‘La espita’, una criatura nacida en el 2008 mediante una entrada donde Foces anota lo siguiente, como carta de presentación: “Un espacio dedicado a seguir la actualidad política de la comunidad autónoma”. En este mismo texto, Foces se presenta a su público potencial recordando que desde hace más de once años publica en su diario una sección de análisis político que se titula igual, ‘La espita’, “y desde hoy se amplía este espacio con todas las opciones que da Internet”. Y añade: “Confío en que el diálogo en esta web sea fluido, respetuoso y cordial. Esa es la intención de abrir este blog; junto a otra: opinar sobre el que opina. Lo creo interesante y necesario”. Como se desprende, se trata de un caso canónico dentro ese apartado de blogs de creciente popularización en los diarios de Vocento: el traslado de las actividades propias de la

prensa tradicional al ciberespacio. El artículo de papel, migrando a un nuevo territorio donde todo lo escrito alcanza el valor inherente a la blogosfera: su capacidad para crear comunidad, una predisposición que Foces manifiesta claramente desde esa advertencia inicial. No debe por lo tanto buscarse otra tipología de blog en esta aventura que concluye pronto (en el 2010 dejó de actualizarlo, porque Foces se limita a lo anunciado: extender su quehacer profesional hacia un ámbito donde sus textos encuentren el eco que concede la blogosfera. Ni incluye imágenes, ni categoriza sus entradas ni recurre a hiperenlaces: sus artículos son los propios de un periodista adiestrado en la era analógica que salta al ámbito del periodismo digital guiado por los atributos propios de su oficio. Esa clase de rasgos de extraordinario valor que ya hemos percibido en otros autores analizados: elevado conocimiento del terreno donde se desempeña (el mundo de la información política), esmerada escritura y enorme capacidad para pisar el suelo ciudadano, las preocupaciones de sus lectores, de manera que sus reflexiones no se conviertan en artículos de salón, sino que nazcan de su experiencia profesional. En esa habilidad para situar sus opiniones en el espacio público, donde puedan ser compartidas, reside el principal activo de este tipo de blogs. El de Foces, de producción desigual en cuanto a su frecuencia, es un buen ejemplo de cómo ocupar la blogosfera a partir del ejercicio clásico del periodismo, aunque como el propio autor sostiene, y como nosotros ya hemos analizado, no deja de ser una pura traslación de contenidos desde una esfera a otra digital.

Más interés tiene para nuestro estudio otra experiencia en la blogosfera que el propio Foces ejecutó exclusivamente para la web. Se llamó 'Punto de vista' y era un videoblog, una tipología rara de encontrar en la blogosfera de Vocento. Como recuerda su autor, nació en una etapa durante la cual *El Norte* apostó por una diferenciación estricta de contenidos entre sus dos versiones y consistía en eso: en unas piezas audiovisuales, de poco más de dos minutos de duración, donde Foces comentaba ante su audiencia las particularidades de la agenda política. Son vídeos siempre similares: grabado en una estancia de su periódico, Foces firmaba una pieza de autor, mirando directamente a cámara y sin otros añadidos que su presencia, su voz y sus opiniones. Sin más recursos audiovisuales que la firma que aparecía al final de cada entrada, que venía a subrayar precisamente esa condición muy personal de sus piezas. Su autoría, en definitiva. Publicadas sus entradas con enorme frecuencia, a razón de más de dos artículos por semana, representó un intento por conectar con esa parte de la audiencia



que podría estar interesada en contenidos más elaborados, en información más detallada y precisa del universo informativo político contada mediante esta técnica audiovisual que asegura mayor cercanía entre emisor y receptor. Una experiencia en cierto sentido pionera y por lo tanto de alto valor para quienes, como su autor y el conjunto de la blogosfera de *El Norte de Castilla*, se iniciaban en las exigencias del periodismo digital. Un valor experimental que no debe minimizarse: el propio Foces avanza ahora la pretensión de su diario de apostar en el corto plazo por experiencias de este tipo que refuercen el flanco audiovisual del soporte web.

### 9.12. ‘La blogosfera de El Comercio’

El catálogo de blogs que ofrece el diario asturiano representa una poliédrica panoplia informativa donde se abordan distintos frentes a cargo de una larga serie de profesionales, que incluye a dos directores: quien ejercía esa función cuando comienza a elaborarse esta tesis, **Íñigo Noriega**, y **Marcelino Gutiérrez**, quien le relevó durante este periodo y ocupa actualmente este cargo: por esta razón pensamos que resulta más conveniente analizar sólo el segundo de los casos, por cuanto, siendo la experiencia de Gutiérrez más reciente, se trata de enfoques parecidos en el ejercicio de esa responsabilidad y la duplicación de contenidos a cargo de dos firmas distintas podría desvirtuar nuestro enfoque. Además de Gutiérrez y del resto de redactores involucrados en esta tarea, debe añadirse a su amplia nómina de blogueros un elevado número de colaboradores que terminan de completar la ocupación de la blogosfera desde el punto de vista propio de un diario como *El Comercio*: con el énfasis puesto en acercar la realidad más cercana a sus lectores. El mismo propósito que cumple desde su centenaria trayectoria en papel alimenta también sus evoluciones por el ciberespacio y desde luego ilustra su evolución por la blogosfera. Según detalla **Cristina Tuero**, responsable del área digital del periódico, la estrategia que en este ámbito sigue el diario asturiano se caracteriza por una cierta autonomía de los propios redactores y blogueros. La redacción digital se encarga también de tutelar y actualizar incluso las bitácoras de algún colaborador muy estrechamente vinculado a la casa, como el blog del dibujante **Daniel**

**Castaño** o las dos que gestiona en la sección de deportes **Manuel Rosety**, una de las firmas más reconocibles en la cabecera, que dedica su atención preferente a la historia del equipo de fútbol gijonés, el Sporting. “En nuestro caso”, explica Tuero, “la blogosfera no tiene un patrón”. “Hay autonomía total para la actualización”, confirma, “y tampoco hay una orientación temática porque cada cual tiene, más o menos, su estilo y temática bien definida”.

Como acabamos de advertir, Marcelino Gutiérrez forma parte de la escasa relación de directores de los medios regionales de Vocento que disponen de su propio blog. Ya se ha señalado antes que este déficit puede verse como una anomalía, puesto que bastaría que, como hacen el director de *El Comercio* y otros de sus homólogos, publicaran en ese formato los artículos que semanalmente incluyen en la edición de papel de sus respectivos periódicos para mejorar la oferta informativa de cada uno de ellos en la blogosfera. Lo cual serviría para reforzar la imagen de marca del periódico y además daría un salto de calidad a la conquista de ese espacio en el nuevo modelo del periodismo digital: la mejor noticia para discernir el grado de compromiso con que un diario avanza hacia la conquista del ciberespacio suele tener que ver con el grado de implicación de sus principales responsables. Que es lo que Gutiérrez hace: predicar con el ejemplo de su blog, titulado ‘El comentario del director’: en realidad, se trata de la continuidad del mismo blog donde antes publicaba su antecesor esas piezas semanales, que suelen incluirse dentro del periódico dominical. En ellas, el director ofrece su visión de la realidad circundante, con predominio del enfoque más próximo, mediante el vertido en digital de ese artículo de fondo, tan propio de la prensa regional, que contribuye a fijar el pensamiento del conjunto del periódico.

Gutiérrez, muy bien dotado por cierto para la escritura, procura salpimentar sus entradas mediante una variedad de registros que evita caer en el riesgo tan caro a otros blogs: convertirse en monotemáticos. Por supuesto, se ocupa de la vida política de la región, se sitúa del lado del ciudadano en las polémicas que tienen que ver con los poderes públicos y se muestra como un periodista beligerante a favor del progreso de su tierra a propósito de las controversias que pueblan la agenda pública. Pero también demuestra ser un articulista sensible a las cuestiones de orden social, igualmente abierto a los frentes informativos que provienen de otros puntos del planeta: exhibe esa sensibilidad, por ejemplo, a cuenta del caso de una joven fallecida a consecuencia del extendido mal de la obesidad mórbida y ejemplifica ese segundo atributo mencionado

pronunciándose sobre las consecuencias de las elecciones en Estados Unidos. Como suele ser norma en este tipo de blogs, no debe buscarse en ellos otros signos que los acerquen a las posibilidades que concede el universo digital: son, como ya hemos visto con anterioridad, un muestrario de cómo se ejerce el periodismo en clave local vertido sin mayores consideraciones al ciberespacio. En cualquier caso, nos hallamos ante una útil manera de ofrecerse a quienes curiosean por ese nuevo mundo digital para construir con ellos una comunidad de intereses mutuos, el objetivo esencial de un diario de las características de *El Comercio*, que cuenta para este fin con el apoyo decisivo de su director cuando se convierte también en bloguero y además procura actualizar sus avatares en ese ámbito a un ritmo de una entrada por semana, según la misma secuencia temporal de sus artículos para el papel.

**Eva Mayordomo**, editora del área digital del periódico con misiones de índole audiovisual, firma el blog ‘Amor de tupper’. Un blog que podríamos encuadrar dentro del ámbito de la temática gastronómica, aunque esa definición se queda algo corta: porque las entradas, que por cierto Mayordomo dejó de publicar mediado el año 2015, suelen tener como ingrediente principal la apuesta de su autora por la comida saludable. Que en eso consiste en su blog, gestionado con gran talento para los cybermedios como podría esperar de una periodista especializada en ese ámbito: bien ilustrado de imágenes, con apoyos audiovisuales siempre que son pertinentes, redactados con gran claridad expositiva... Y casi siempre al servicio de esa idea de comida sana que aparta este blogs de otros de contenidos semejantes: Mayordomo, asesorada por expertos nutricionistas a quienes cita siempre en sus escritos, ofrece detalladas pautas para una alimentación más sana y aspira por lo tanto a dar ese salto tan propio a otros blogueros: el de convertirse también en prescriptores. Así se deduce de algunos de los comentarios que recibe en su blog, que fue actualizando a un ritmo adecuado de una entrada más o menos al mes (piezas por cierto muy elaboradas, de elevada extensión algunas de ellas) hasta que, como hemos advertido, lo abandonó. Durante el tiempo en que estuvo activa exhibió ese olfato propio del periodista que hemos detectado ya en otros blogueros miembros de las distintas redacciones de Vocento, porque sabía intercalar artículos de todo signo para evitar que se convirtiera su actividad en monotemática, aunque puede también observarse la tónica general que igualmente vamos analizando: la corta vida de aquellos proyectos en la blogosfera que los profesionales de cada redacción atienden no como una extensión de su trabajo sino como respuesta a una inquietud personal o para

el desarrollo de sus aficiones. En el momento de redactar nuestra tesis, Mayordomo ya no pertenece a la redacción de *El Comercio*. Por lo tanto, no figura entre los destinatarios de la encuesta que hemos enviado para analizar posteriormente sus respuestas y redactar el siguiente capítulo de nuestra tesis. Pero sí nos pareció, con todo, que su fértil y brillante desempeño como bloguera mientras permaneció en activo merecía que el análisis de su trayectoria figurase en el presente capítulo.

Una singularidad que sirve también para el siguiente blog analizado. Se llama ‘Ataque al corazón’ y se ocupa de la vida de los famosos que pueblan la crónica social; su autora, **Aída Collado**, es una periodista que desarrolla su labor dentro de *El Comercio* en las secciones de Economía y Política, de modo que puede entenderse que, como en el caso anterior, cesara su actividad en la blogosfera prematuramente: arrancó en septiembre del 2010 y concluyó en abril del 2014, cuando se ocupó de su gestión otro compañero de redacción. Lo abandonó porque su temática, vinculada al ámbito de la llamada prensa rosa, no encerraba un factor de satisfacción profesional, como explica Collado en la contestación a nuestra encuesta. Así que la falta de conexión entre sus ocupaciones diarias y el ámbito temático en que despliega su labor como bloguera puede explicar la temprana desaparición de su blog, que tampoco actualizaba con exagerada frecuencia. De ahí que su experiencia en la blogosfera fuera declinando; mientras estuvo activa, se comportó como algunos otros periodistas cuya actividad en este universo hemos ido analizando, trasladando hacia el mundo digital su experiencia como periodista criado en el mundo analógico. Ilustra Collado sus artículos con las imágenes de los protagonistas de esta crónica rosa, y hasta de hecho en alguna ocasión nacían sus piezas a partir de esas fotos, pero no iba mucho más lejos en el recurso a las herramientas propias del ciberperiodismo. Sus artículos, escritos con gracia y estilo, son los propios de una columnista de opinión que, en su caso, salta desde el papel al ciberespacio sin grandes diferencias entre ambas versiones.

Por el contrario, el blog ‘Campo y playu’ (playa, en español), obra del periodista **Adrián Ausín**, representa un esmerado aprovechamiento de las posibilidades que concede el ciberespacio para un redactor convertido en bloguero. Ausín, un fértil conquistador de la blogosfera con pasmosa capacidad de actualización, conquista ese espacio mediante los atributos propios de su oficio pero adaptados a las exigencias que reclama la blogosfera. Su bitácora, entendida, como la de tantos otros periodistas que ya hemos estudiado, como una suerte de dietario donde el autor va comunicando a sus

lectores el resultado de sus andanzas por la realidad más cercana, se beneficia de que el eje de la práctica totalidad de artículos es el mismo: Gijón. Es decir, que nos encontramos ante el blog de un paseante. Ausín comparte sus peripecias vagabundeando por las calles gijonesas con una amplia nómina de seguidores, mediante el procedimiento de poner su mirada (y su estupenda capacidad para el relato de sus avatares) al servicio de la audiencia. No hay impostura en sus artículos: estamos ante uno de esos periodistas que honran al oficio curioseando por las esquinas de la ciudad y trasladando sus pareceres al público que forma en este caso con el periodista una comunidad de intereses mutuos, aunque con una cierta limitación. Como subraya el propio autor, desde que los diarios de Vocento implantaron filtros más estrictos para los comentarios de los lectores, incluyendo el registro previo, esa conversación con la audiencia ha decaído. Un contratiempo que merece de Ausín severos reproches hacia los gestores de la plataforma donde se aloja su blog, puesto que una ineficaz implantación del nuevo sistema para tutelar los comentarios originó que todo ese arsenal histórico desapareciera. De ahí nace una reflexión bastante crítica hacia la actual configuración de la blogosfera de Vocento. (Ver sus opiniones expresamente recogidas en el anexo documental).

Apoyándose en el eficaz empleo de materiales audiovisuales, Ausín va relatando sus peripecias con un estilo repleto de gracia, a través de artículos que en ocasiones proceden directamente de la versión de papel, volcada luego en el blog, o que en otras oportunidades nacen directamente para la blogosfera. El autor de ‘Campo y playu’ se beneficia no sólo del elevado ritmo de actualización autoimpuesto, sino del ambiguo territorio temático que recoge sus entradas: como avisa desde el mismo subtítulo del blog, su pretensión es ceñirse a lo que llama ‘Gijón y otras hierbas’. Y aunque entre esas denominadas ‘otras hierbas’ figuren sus correrías fuera de la ciudad asturiana, siempre acaba siendo Gijón el escenario desde donde comparte su visión desenfadada de su ciudad. Una manera cabal de ejercer ese tipo de periodismo más cercano a la comunidad de lectores propia de un diario local y regional: esa clase de periodismo que tendemos a llamar callejero.

Menos interés para el objeto de nuestro estudio tiene el siguiente blog que analizamos, obra de **Guillermo Fernández**, corresponsal de *El Comercio* en Llanes. Menos interés porque no explora una veta estrictamente periodística, sino que pone su exploración de la blogosfera al servicio de una afición personal: la caza. Fernández,

quien titula su blog sin materia para la confusión ‘Caza en Asturias’, satisface de esta manera una inquietud propia. Y lo hace mediante un ritmo de actualización ejemplar, sometido por otro lado al calendario propio de la actividad que tiene como objeto temático de su blog, y con una detallada información sobre las hazañas de los cazadores de la región, a quienes retrata en las imágenes que proliferan en cada entrada y a quienes cita expresamente en sus artículos. El relato conjunto es abrumador, por la ingente cantidad de datos que contiene, la detallada descripción de las piezas abatidas en cada cacería, la formación de los miembros de cada cuadrilla... Pero son artículos meramente descriptivos: no contienen otra información que el apunte de cada jornada de caza. No hay material audiovisual más allá de las fotos de rigor de los cazadores con sus piezas, ni consejos para la práctica de la caza, ni de útiles más idóneos para esta práctica, ni de itinerarios recomendables. El blog carece de información de servicio: habilita sus entradas para que por ellas ingresen en *El Comercio* los aficionados a esta disciplina, con quienes Fernández habrá compartido seguramente alguna jornada de caza como se deduce de que sea él quien firma muchas de las fotos que ilustran los resultados de estas expediciones. De modo que, aun no siendo un trabajo de índole estrictamente periodística, sí que este blog reúne algunos atributos que lo hacen particularmente interesante: porque sirve al propósito que guía tantas veces a los periódicos en su incursión en la blogosfera en crear comunidad. Estrechar lazos con sus lectores: en este caso, con el colectivo de cazadores del Oriente asturiano. Que tendrán en Guillermo Fernández (quien firma su blog juntamente con **Dani Busto**, otro colaborador del periódico) a un auténtico guía y prescriptor. Lo cual justifica que, pese a tratarse de la aventura personal de un miembro ajeno a la redacción, se haya incluido en el presente capítulo: porque se trata de una experiencia que contribuye a crear en la blogosfera de *El Comercio* un espacio desde donde tender los hilos necesarios para construir un territorio común a los intereses de redactores y lectores. Sin embargo, nos pareció adecuado eliminar a Fernández de los destinatarios de la encuesta que analizamos en el siguiente capítulo porque, puesto que no formando parte de la plantilla de periodistas su diario, podría haber desvirtuado con sus respuestas el propósito central de nuestra tesis.

Más convencional es el blog que tutelaba la redactora **Eva Vélez**. ‘El baúl de Pandora’, que dejó de estar operativo en marzo del 2016, ejercía como depositario de las reflexiones de la periodista en torno a la realidad que le rodea. Una definición que vale

para otras incursiones en la blogosfera semejantes: no se trata de abordar el área temática donde desarrolla sus ocupaciones diarias como de asomarse al mundo por esa ventana donde el blog equivale a un diario. Lo cual significa que cualquier detalle de cuanto le rodea permite a Vélez compartir sus impresiones con la audiencia: desde el fallecimiento de su abuelo al nacimiento de su hijo o los avatares de su equipo de fútbol favorito. Este tipo de blogs concebidos como cajón de sastre ejercen también como una especie de mensaje dentro de una botella que el periodista envía al ciberespacio con la esperanza de encontrar algún eco a sus disquisiciones, pero en el convencimiento adicional de que si nunca alcanzara semejante fin valdría también por los demás atributos que contiene: como válvula de oxígeno, por ejemplo, que permita a sus autores escapar de las rutinas diarias que tanto esclavizan. O también por el efecto que puede causar entre su audiencia tropezarse con las reflexiones del periodista al que siguen por su desempeño convencional y que en estas piezas que entrega en su blog se transforma en un ser más humano en tres dimensiones: un vecino en carne y hueso a quien hacen feliz y también atormentan las mismas cuestiones que a quienes forman su audiencia. Que es por otro lado una manera inteligente y eficaz de generar entre el medio de comunicación y su público un estrecho lazo de fidelidad a partir de la elevada carga emocional que este tipo de blogs contienen. Así que, al igual que ocurre en otros blogs semejantes, no cuenta tanto disponer de las herramientas propias de la blogosfera para crear un producto alejado del canon tradicional y aventurarse en ese escenario según las normas que reclama el ciberperiodismo. En ‘El baúl de Pandora’ prevalece el ejercicio clásico del periodismo: la traslación del espíritu consustancial al periódico de papel, a través del desempeño inherente a un columnista, al nuevo mundo digital.

El siguiente caso que nos ocupa explora un ámbito temático extraño en otros periódicos del grupo: aunque hemos visto otros ejemplos de blogs creados por ilustradores de diarios de Vocento, debe aceptarse que son una singularidad con la que pocas redacciones se atreven. No es el caso de **Daniel Castaño**, autor de ‘El desván de los niños’. Un producto que aprovecha para verter las distintas muestras de su oficio, aunque debe advertirse en primer lugar que se trata de una exploración que Castaño ejecuta con cuentagotas. Apenas actualiza su blog, desempeño del que como hemos advertido se encargan sus compañeros de la edición digital: en todo el 2016 sólo registra cuatro entradas, aunque es cierto que una de ellas representa un hito en su particular calendario. Se trata del dibujo que cada año elige, desde que creó su blog, como

felicitación navideña. Todo lo contrario a lo que había sucedido un año antes: Castaño se dotó incluso de la obligación de publicar una entrada cada día y, en efecto, más o menos fue cumpliendo ese objetivo. Que era un propósito tal vez excesivamente ambicioso. De esa abrumadora fertilidad, ‘El desván de los ñoños’ pasó casi sin transición a un estado de semiabandono. Castaño, un imaginativo ilustrador que sabe manejarse bien en la esfera digital (lo prueba, por ejemplo, incluyendo en su blog una larga serie de enlaces a otras obras propias o a webs de otros artistas o colectivos), ha ido decayendo en sus actividades como bloguero.

Castaño es propietario además de otro blog en *El Comercio*, una práctica de desdoblarse su experiencia como bloguero que ya hemos detectado antes en otros casos de la blogosfera de Vocento. Su otro proyecto se titula ‘Tira que libres’, y a él le dedica una atención más habitual, a la vista de la frecuencia con que lo actualiza. En realidad, se trata de verter al ciberespacio el resultado de su actividad como dibujante del periódico, donde entrega unas populares tiras cómicas que posteriormente publica en su blog. Sin más información adicional: ni siquiera añade algún texto que sirva para explicar a qué aluden algunos de estos chistes, seguramente en el convencimiento de que el buen humor gráfico habla por sí solo o de que sus lectores poseen un adecuado arsenal de conocimientos previos que les ayudan a descifrar el ingenio del autor. El blog, en consecuencia, entendido como un contenedor de sus avatares profesionales, cuyo principal valor reside en que se convierte en un inmejorable archivo de su trayectoria periodística y goza por lo tanto de ese mismo posible interés para sus potenciales lectores. Debe no obstante recordarse para entender cabalmente el desempeño de Castaño como bloguero esa particularidad de la que advierte Cristina Tuero, responsable del área digital del periódico: que en realidad la gestión de su blog no es personal. Se trata de una tarea colectiva que lleva a cabo la redacción de internet, por cuanto se entiende que se trata de contenidos cuya integración en su blogosfera dotan de un atractivo adicional a su conjunto y porque, además, siendo una firma habitual en el periódico fortalece con su contribución la idea de pertenencia a una comunidad que se subraya con su aparición también en el flanco ciberperiodístico. Por esta razón nos pareció conveniente eliminar a Castaño del listado de periodistas a quienes dirigimos la encuesta cuyos resultados analizaremos en el siguiente capítulo: porque sus respuestas, puesto que no integra a tiempo completo de la redacción del diario, podrían desvirtuar el contenido completo de dicho capítulo.



En la línea de esos blogs que hemos denominado como variantes digitales del dietario, la propia **Cristina Tuero** es autora ‘El ojo verde’. Un personal espacio, como ella misma subraya desde su frontispicio, que la redactora de *El Comercio* pone al servicio de su comunidad de lectores en la esperanza de que hagan suyas algunas de las reflexiones que contiene. Que son de extraordinaria diversidad. Tuero abre su blog admitiendo que en él encontrarán los lectores interesados una ingente variedad de temas cuyo único denominador común tal vez sea la mirada que con ella aborda cuestiones que van desde la palpitante actualidad política hasta las cuestiones de índole más personal, como el cumpleaños de su madre. ¿Qué interés puede tener una entrada de estas características en ‘El ojo verde’? La propia autora responde a esta pregunta cuando describe su blog a partir de esta idea: “Cada día pasan ante mis ojos innumerables imágenes. (...) Mi retina las procesa todas. A mi manera, por supuesto. Porque como yo las veo, tú no las ves. Y eso es lo que escribo. Mi visión”. Una declaración de principios a la que Tuero se mantiene fiel durante su deambular por la blogosfera. Mediante una redacción fresca y ágil, que como se advierte no evita su perfil más íntimo, la bloguera exhibe una buena dosis de información sobre la vida pública asturiana para firmar la mayor parte de sus artículos, que pivotan sobre el escenario de la política local y regional. Escribe con desenfado, no exento de ironía. Un tono donde se aprecia una postura militante a favor de la construcción de una opinión pública mejor informada y responsable, a cuyo lado se sitúa la periodista de *El Comercio* gracias a una frecuencia de actualización muy razonable (a un ritmo de un artículo mensual), que sin embargo cesó en su producción en octubre del 2016: desde entonces no anota nuevas entradas, aunque Tuero rechaza considerar cerrada esta experiencia. Un ejemplo de esa estirpe de blogueros procedentes de las redacciones tradicionales en que se adiestraron en el oficio, que saltan luego la frontera del ciberperiodismo para ejercer como articulistas al igual que sus predecesores en la profesión: ese tipo de columnistas que tanto contribuyeron con su firma en la prensa local a convertir en un referente e icono de su territorio los medios de comunicación en que escribieron.

Un tono similar al que adopta otra colega la redacción de *El Comercio*, **María de Álvaro**, autora del blog ‘Jo tía’. Que es igualmente un gigantesco contenedor donde tienen cabida las cavilaciones de De Álvaro, sus inquietudes más personales, su particular visión del mundo. Otro proyecto, por lo tanto, situado en la línea donde se ubican gran parte de estas exploraciones de la blogosfera a cargo de los profesionales de

Vocento: enmarcados dentro del canon propio del columnista, el articulista de largo aliento que informa a sus lectores sobre sus reflexiones a partir de cualquier hito de la agenda diaria. Un ámbito informativo “genérico”, avisa De Álvaro, quien se ocupa de atender desde los frentes desatados por la actualidad más palpitante (como las elecciones estadounidenses, por ejemplo) hasta los motivos más triviales: nada le es indiferente y de cualquiera de esos detonantes extrae la bloguera piezas de brillante escritura, donde descuella una vasta cultura y un conocimiento muy exacto de las particularidades del territorio geográfico donde desempeña su profesión. Con un rasgo adicional que dota de un renovado interés por su blog: que, a diferencia de otros periodistas para quienes esta actividad adopta la forma de pasatiempo y le prestan una comedida atención, De Álvaro procura actualizar su blog con la frecuencia debida e incluso en sus vacaciones encuentra temas que le permiten mantener el contacto con su audiencia. Procura publicar alguna entrada entre dos y tres veces al mes, sin otros atributos de estilo que los ya mencionados: los consustanciales a una columna para el periódico de papel vertida a la blogosfera con la única compañía de alguna imagen que ilustre los comentarios de la autora. Un heterogéneo enfoque temático que llega a incluir en ciertas ocasiones la publicación de breves relatos.

La blogosfera de *El Comercio* también dispone de una notable panoplia de blogs de temática deportiva. Uno de ellos, titulado ‘La tribuna’, corre a cargo de uno de sus principales responsables editoriales, **Carlos Prieto**, quien abandonó sin embargo su blog allá en diciembre del 2014 aunque, como otros autores, también se resiste a considerarlo cerrado, aunque de hecho tampoco lo actualizaba con gran frecuencia mientras lo tuvo vivo a todos los efectos. Lo empleaba al modo de otros compañeros de oficio: para ingresar en esta variante del ciberperiodismo por la puerta del artículo de opinión, un género por otro lado tan caro al periodismo deportivo. Se trataba de piezas largas, de voluminosos conocimientos en torno al fútbol, en general, pero sobre todo al objeto último de sus desvelos: el Sporting de Gijón, equipo referencia de esa ciudad. Prieto sostuvo su blog mediante la práctica de incluir en él este tipo de entradas basadas en sus opiniones sobre el devenir del equipo, las polémicas que le acechaban y las controversias sobre cuanto sucede en el terreno de juego o en los despachos. ‘La tribuna’ dio cuenta de todos esos avatares, sin otro apoyo instrumental que las imágenes que Prieto añadía para ilustrar sus artículos. Nunca recurrió a otros elementos propios de las nuevas tecnologías: puro periodismo de opinión, muy combativo por

cierto. Lo cual suele representar el método idóneo para cimentar con la audiencia el tipo de diálogo que sólo garantiza la prensa local y regional cuando informan desde estos ámbitos: donde a la precisión de la información, siempre imprescindible, se añade una vertiente emocional que encaja con lo que esperan de su diario los lectores. No sólo que les cuente lo que no sabían: también reclaman que se sitúen de su parte cuando la actualidad lo reclama. O que emita una opinión que al menos permita el contraste de pareceres y enriquezca la experiencia lectora: de todos estos atributos estuvo bien servido el blog de Carlos Prieto mientras lo actualizó.

En esa época, su blog convivió con otro de la misma índole: se llama ‘Sportingmanía’ y su autor es el periodista **Manuel Rosety**, veterano colaborador de *El Comercio*. Quien también por cierto cuenta en el mismo diario con otro blog dedicado a una temática semejante, su devoción por el citado club de fútbol, aunque nutrido de fotos antiguas. Se llama ‘Sporting, fotos históricas’ y merecerá un comentario más adelante. En el caso de ‘Sportingmanía’, debe añadirse que también fue un proyecto abandonado: en noviembre del 2015 dejó de actualizarse, aunque nos ha parecido pertinente citarlo porque explora un flanco decisivo en la construcción de un espacio común para que los periodistas interactúen con su audiencia. Y porque, pese a tratarse de un colaborador de *El Comercio* y, por lo tanto, ajeno a las rutinas propias de quienes forman parte de su redacción, nos encontramos en realidad ante una firma tan habitual del diario asturiano, tan enraizada en el imaginario colectivo, que resultaba oportuno incluirlo en nuestra tesis aunque no consta, por el contrario, entre el colectivo de periodistas al que remitimos la encuesta cuyo estudio se desarrolla en el capítulo siguiente.

Debe añadirse que, como sucede en otros diarios de Vocento donde el equipo de fútbol local es una referencia informativa de primera magnitud, su lugar en la blogosfera la ocupan los distintos canales que sirven de contenedores para el relato de los avatares de cada club. Así que el blog de Rosety contó con el arsenal propio de este tipo de productos informativos: las crónicas del equipo al que presta cobertura profesional. Es decir, que a su bitácora traslada el periodista las mismas piezas que antes publicaba en la versión de papel. Sin otros añadidos, según la pauta que hemos observado ya en distintos casos analizados. Rosety emplea su blog como una especie de archivo de sus artículos, lo cual encierra ya de por sí un notable valor destinado a recibir el beneplácito de sus lectores: también a ellos les interesa contar con un repositorio donde encontrar

aquella información que creían perdida o contemplar la evolución de su equipo a lo largo de la temporada según el juicio que le merezca al principal cronista del principal periódico de la ciudad. En cuanto a ‘Sporting Fotos históricas’, hay que precisar que no se trata de un blog en sentido estricto, sino que nos encontramos ante una de las opciones informativas de que dispone el citado canal del Sporting que aloja *El Comercio* en su web, un contenedor de imágenes tutelado por el propio Manuel Rosety.

Otro veterano colaborador de *El Comercio*, **Juan Neira**, contribuye con su blog ‘Largo de café’ a completar la oferta del diario asturiano en la blogosfera mediante la exploración de un frente informativo muy rico en su capacidad para generar conversación con la audiencia: las noticias de índole política, que al periodista del diario asturiano le permiten profundizar en el análisis y ofrecer un punto de vista personal e intransferible, pero bien argumentado con datos y sus propias fuentes, sobre la actualidad de la vida pública de Asturias. Porque esa es una cualidad distintiva de este blog: como sucede en otros casos ya analizados con anterioridad, alojados igualmente en las distintas blogosferas de Vocento, lo que prevalece en ‘Largo de café’ es la opinión reflexiva sobre la realidad más cercana, como por otro lado es lógico en un medio de comunicación local y regional. Es cierto que en alguna ocasión Neira también reflexiona sobre el conjunto de la vida pública española, como en su entrada a propósito del discurso del Rey en la Pascua Militar (enero del 2017), pero son artículos raros en esa temática: lo usual es compartir sus opiniones a partir de las controversias propias de la política asturiana, las polémicas internas de los partidos, las tensiones inherentes al juego parlamentario y el resto de subtemas que suelen poblar este tipo de blogs. Que, en el caso concreto de Neira, se aleja de las prácticas habituales en otros blogueros políticos de los diarios regionales de Vocento, cuya capacidad de actualización (y, en consecuencia, de conectar de manera fiel y puntual con el lector) casi siempre resulta mejorable.

No ocurre así con ‘Largo de café’: su autor es un fértil bloguero, que acude varias veces por semana con sus artículos al encuentro de su audiencia. Lo hace guiado, como se ha dicho y como también resulta usual en esta clase de bitácoras, por una considerable experiencia en el análisis político, fruto de su larga trayectoria como periodista. Un bagaje que Neira pone al servicio de su experiencia en la blogosfera alumbrando piezas situadas en la línea de trasladar al mundo digital el estilo consustancial al género de opinión. Artículos de peso, larga extensión por lo general,

que no se alían con otro recurso que no sea el texto: no hay imágenes para ilustrar sus confidencias con el lector ni remite a otros sitios web ni a otros blogs. Ni siquiera opta por la autocita, un recurso que a veces hemos observado en blogueros de fértil recorrido porque permiten crear ante la audiencia un cierto contexto que ayude a explicar la trayectoria que siguen algunas polémicas en el ámbito político. Neira se inscribe por lo demás en ese apartado que hemos mencionado en otras ocasiones: la del periodista analógico que salta al ciberperiodismo haciendo más o menos la misma función, bajo similares parámetros, que formaba parte de su quehacer profesional antes de la irrupción de los nuevos medios. Una manera sencilla y eficaz de contribuir a la colonización de la blogosfera por parte del diario donde presta servicio, que en su caso además se beneficia de la abundante actividad que despliega. En resumen, una larga relación de atributos que merecían este análisis de contenidos, por cuanto además contribuye con su firma en la blogosfera de *El Comercio* a fijar la imagen cercana del periódico en el imaginario de sus lectores; sin embargo, puesto que no se trata de un integrante de la redacción, se ha eliminado del censo de periodistas a quienes sí remitimos la encuesta, con cuyas respuestas redactaremos el siguiente capítulo.

*El Comercio* cubre el frente informativo de la política en su oferta de blogs gracias a la contribución de uno de sus principales responsables. **Ángel M. González**, autor de ‘Viento del nordeste’, ofrece en esa bitácora su propio punto de vista en torno a la actualidad de la vida pública asturiana. Es también, como Neira, un bloguero de elevada capacidad productiva, a un ritmo de una entrada por semana aproximadamente, lo cual (como acabamos de señalar en el caso precedente) conspira a favor de crear a través del conjunto de acciones en la blogosfera del periódico gijonés un nexo de unión sólido y fértil con su comunidad de lectores, objetivo último de las maniobras de un diario en el ciberespacio. González se sitúa con su blog dentro del amplio bando de periodistas que, procedentes del mundo analógico, despliegan en el ciberespacio un quehacer parecido al del periodismo del que provienen: sus artículos son piezas propias del diario de papel vertidas a la blogosfera sin otro apoyo que el propio texto. Carecen por lo tanto de atributos inherentes al mundo digital: no hay ilustraciones siquiera, de modo que su auténtico valor debe encontrarse en el fondo de lo que cuenta González, un periodista bien dotado para la escritura a quien le ayuda para conectar con su público su condición de alto miembro de la redacción. Un estatus que le permite un potente altavoz para convertirse en referencia del público que le sigue, en la línea de ofrecerse a la

opinión pública de su región como algo más que periodista y bloguero: como prescriptor. Sus reflexiones cuentan por lo tanto con un peso especial, el que nace de ejercer elevadas responsabilidades en la plantilla de *El Comercio*, lo cual González traduce en una permanente disposición a pronunciarse no sólo en torno a los grandes temas de la actualidad política, sino sobre aquellos que pueblan también su letra pequeña. Allí donde, no obstante, el lector puede encontrar abundante material para mantener con sus periodistas de confianza la clase de diálogo que sólo es posible en la blogosfera. Una manera cabal de ayudar a engrandecer la marca del periódico, enriqueciendo la conexión con la audiencia: de la analógica, a la digital.

Otra mirada al mundo de la política en la blogosfera llega a través del proyecto llamado ‘Papel y boli’, cuyo autor, el periodista **Andrés Suárez**, duró poco en este desempeño: apenas unos meses del año 2016. Suárez, que se ocupa desde el año 2005 de cubrir para su diario la información que emana del Parlamento asturiano y el resto de frentes abiertos en la vida política de esa región, entregó a su blog unas escasas pinceladas en forma de artículos de opinión, donde detectamos los mismos mecanismos de funcionamiento que ya hemos observado en otros blogs similares con anterioridad dentro de su mismo periódico. Piezas de opinión, que pertenecen al canon propio de la prensa convencional, vertidas al ciberespacio con la misma orientación y formato parecido. Sin ilustraciones ni otros recursos que podían haber generado un producto distinto, más adaptado a las exigencias del ciberperiodismo. Artículos por cierto publicados con sentido de la buena escritura, cuya breve extensión sí que pudiera haber enlazado con el tipo de navegación propia de gran parte de la audiencia de la blogosfera, pero que prácticamente impiden un análisis más detallado por la escasa trayectoria de la bitácora que integran.

El siguiente blog también se incluye dentro de los impulsados desde la redacción de *El Comercio* para informar de la actividad política regional. Lo firma otro alto responsable del periódico, **José María Urbano**, jefe de redacción, y se titula ‘Dame buenas noticias’. Urbano, experimentado redactor de la casa, explica en su perfil como bloguero su propósito en esta exploración de los nuevos medios que su objetivo radica en crear un espacio “que pretende ir más allá de la inmediatez, la ficción y el ruido que impera en las redes sociales”. A su juicio, “el periodismo es otra cosa”. ¿A qué se refiere? Lo aclara el propio Urbano a sus potenciales seguidores: “El relato de los hechos y los fundamentos de la opinión sólo pueden tener su base en el poder de los

datos”. De ahí que el por entonces flamante bloguero advierta de que “en un mundo donde imperan los clics (...) hay que reivindicar el periodismo hecho por profesionales”. Un tipo de periodismo como el que ofrece el propio autor de esta declaración de principios: bien escrito, desde luego, y bien documentado. Fruto de la larga experiencia de Urbano como profesional, su actividad como bloguero puede enmarcarse dentro de la consustancial a quien, habiendo ejercido su carrera dentro de los esquemas del periódico de papel, salta al ciberespacio prevaliéndose de los mismos atributos, que funcionan igual de bien en ambos formatos. Piezas estupendamente documentadas, donde Urbano exprime su estatus de periodista de larga trayectoria para crear con sus lectores ese intangible tan caro a la prensa regional: la certeza de que sólo él, o sólo su periódico, puede contarles lo que otros medios ignoran. Resulta ejemplar en la creación de ese vínculo con el lector la entrada titulada ‘El incendio del PP va a más’, publicada en enero del 2017. Donde Urbano no se limita a ofrecer su particular visión de la crisis que vive este partido, sino que documenta semejante controversia con el atinado recurso a su experiencia personal, que demuestra su profundo conocimiento de los avatares de tal noticia y ofrece por lo tanto a la audiencia algo más que una crónica de urgencia. Son artículos bien planteados, de estupenda escritura, donde Urbano destapa su capacidad para el análisis sosegado propio de ese buen periodismo del que se proclama seguidor. No contienen por lo tanto sus piezas otros atributos que los ya mencionados, que bastan para justificar la excelencia de su desempeño como bloguero. Una experiencia a la que además contribuye con un rasgo singular que fomenta la mencionada exigencia de fortalecer el vínculo con los lectores: una muy adecuada frecuencia de actualización. Que obedece a una inteligente estrategia informativa: Urbano no se limita a reflexionar sobre la realidad política. También sabe buscar los temas para sus artículos en la vida pública social o económica del Principado, lo cual genera el ecosistema más favorable para garantizarse una audiencia no sólo fiel, sino también extensa. A la que siempre que puede ilustra con su principal activo como periodista: su larga experiencia, que adorna entradas como las dedicadas a la muerte de Fidel Castro (y cuenta un antiguo encuentro con el dictador recién fallecido en la fecha en que publica su pieza) o con ocasión del fallecimiento de un periodista vasco con quien Urbano había compartido tribulaciones profesionales. Artículos que el periodista va publicando en la versión de papel de su diario (como informa a su audiencia de la blogosfera), de modo que el blog sirve también al propósito adicional que alguna vez hemos comentado que forma parte de sus atributos más singulares: ejercer como archivo

personal de sus creadores y, por lo tanto, ponerlo también al servicio del lector interesado en conocer no sólo la actualidad más inmediata, sino la trayectoria que describen algunas cuestiones a lo largo del tiempo.

Más conectado con los atributos propios del periodismo digital es el siguiente caso que analizamos: el blog ‘Musicom’, cuyo autor es el periodista **José Cezón**. Previamente, debe consignarse que nos encontramos ante una auténtica rareza en nuestro examen de la blogosfera de Vocento: hasta ahora no habíamos tropezado con un blog de estas características, para las que tal definición se queda corta. En realidad, ‘Musicom’ es más bien un canal de información musical, que aloja el blog de Cezón pero también se abre a otros frentes informativos, siempre que tengan relación con el ámbito temático original. Como advierte su propio creador en el perfil del canal, Musicom nace en el mundo analógico con su propia identidad antes de ingresar en el ciberespacio: así se denominaba la sección de música alternativa que publicaba semanalmente (cada viernes) en *El Comercio* desde noviembre del año 2004. Posteriormente, la sección pasa a convertirse en canal digital, alojado en la web del diario asturiano. El tercer paso, dentro de una evolución muy razonable y cabal, significó la creación del blog, renovada en febrero del 2012 “con la fusión del canal y la bitácora originales”, según explica Cezón a sus lectores, a quienes ofrece una información adicional descriptiva de lo que pretende con su proyecto: “Ofrecer la información más completa de la escena musical alternativa en Asturias, con especial incidencia en los artistas y actividades que se desarrollan en la región”.

Ahí reside, como en tantos otros casos, una de las señales distintivas de las evoluciones de un periodista de un medio local en la blogosfera: su capacidad para convertir el territorio donde trabaja en el ámbito protagonista de su experiencia como bloguero. Cezón lo avisa desde su carta de presentación en el blog: un anuncio al que luego se mantiene fiel, aunque también sabe dosificar este tipo de artículos más vinculados a la actualidad regional con piezas que exploran la actualidad musical de fuera de las fronteras asturianas (con ocasión, por ejemplo, de los fallecimientos de alguna figura de la escena musical, como Prince o Manolo Tena). La programación de conciertos, el análisis de las diferentes bandas de la región o la publicación de material audiovisual muy pertinente en un proyecto de estas características (videoclips, esencialmente) convierten ‘Musicom’ en un modélico ejemplo de interacción con el público lector. Una plataforma para mantener con la audiencia el tipo de diálogo que



debería ser habitual en el ciberespacio, porque Cezón es un ágil bloguero que actualiza sus contenidos sin desmayo y demuestra una saludable curiosidad por cuanto sucede alrededor de la actividad musical que da sentido a su quehacer. Como el propio autor precisa, su blog se abre “a todos los estilos” musicales, mandato que cumple fielmente, “con el objetivo de informar, recomendar y entretener”. “También queremos servir de plataforma digital para los creadores y convertir el portal en un escaparate de producciones”, agrega. Un objetivo canalizado a través de distintas aportaciones, la mayoría muy ingeniosas como hemos comentado: no sólo hay una sección de noticias (también la hay de vídeos y otra para agenda), sino que en ‘Musicom’ puede encontrar el lector con una sencilla navegación enlaces a otras webs que asimismo informan sobre música y participar además en concursos que el propio bloguero organiza. También dispone de una sección para galerías de fotos, con imágenes de los conciertos a los que Cezón acude. Todo ello, dentro de una cuidada visualización que sorprende por su apariencia radicalmente distinta a la habitual no sólo en la blogosfera de *El Comercio*, sino en la de otros periódicos del mismo grupo editor. Como si desde la primera impresión que causa su rompedor diseño ‘Musicom’ estuviera advirtiendo al público que no está ante un blog más, sino ante un producto creado expresamente para el ciberespacio: con sus virtudes y sus defectos, Cezón es realmente un caso genuino de periodista y bloguero. Un ejemplo de redactor que exprime todas las posibilidades que conceden los nuevos medios y la más moderna tecnología, a partir de la publicación de los contenidos que traslada desde la versión en papel.

Otra muestra de la riqueza contenida en la blogosfera de *El Comercio* es el blog denominado ‘Soltando amarras a bordo del Creuola’, un título que puede desconcertar pero que obedece a un significativo impulso descriptivo: el mencionado Creuola es, en efecto, un barco. Y el blog, que firma **Luis Enrique González Iglesias**, materializa la experiencia de su autor a bordo, durante una travesía compartida con los miembros de la expedición que más concitaban el interés del periodista asturiano: cuatro alumnos de la Universidad del Mar de Avilés que se enrolaron en el verano del 2016 en ese barco escuela portugués para una travesía por el Cantábrico que Iglesias compartirá con los lectores de *El Comercio* a través de su blog. Un blog, por lo tanto, coyuntural. Se trata de otra de esas raras experiencias, como algún caso que ya hemos analizado, en que el blog dispone de fecha de caducidad en cuanto nace: durará cuanto dure la experiencia informativa para la que ha sido alumbrado. Así que en este caso nos encontramos ante el

relato de un mes de actualidad informativa, que merece sin duda los desvelos de su autor, convertido en cierto sentido no sólo en intermediario entre la noticia y la audiencia, sino también en protagonista puesto que él mismo forma parte del pasaje del Creuola. Aunque, obviamente, se trata de un pasajero singular: estamos ante el bloguero que va informando de cuanto ocurre a bordo del navío o en sus escalas. Lo cual González ejecuta con pasión encomiable: es un periodista infatigable, que practica con su blog una suerte de diario donde anota frecuentes entradas para que prácticamente cada paso de la expedición disponga de su propio relato. Para lo cual, además, se sirve de una larga serie de recursos propios del periodismo digital: por ejemplo, su inteligente empleo de los medios audiovisuales, con preponderancia de las videoentrevistas para convertir a los miembros asturianos de la travesía, esos cuatro jóvenes estudiantes, en protagonistas de su blog. Lo cual permite alcanzar uno de los propósitos fundamentales de este tipo de productos informativos: saltar al otro lado de la pantalla. Convertir al público en algo más: igual que González no sólo ejerce (y modélicamente, por cierto) como periodista sino como agente causal de los hechos, también quienes forman en principio parte de la comunidad de lectores a quienes se dirigen pueden transformarse en actores decisivos de la información que se relata. La proliferación de artículos, exprimiendo cada frente informativo en función del curso del viaje, contribuye a crear entre periodista y público un fuerte vínculo que González explora no sólo con la mencionada utilización de medios inherentes al periodismo digital, sino mediante un estilo muy punzante en sus textos: el propio de quien sabe que debe contar su propia experiencia mediante un tono que haga partícipe al lector tanto de los datos propios de la noticia como de las emociones de quien la cuenta. Una doble faceta que ejecuta con entusiasmo y que genera por lo tanto ese espacio compartido con su audiencia que suele ser el objetivo central de este tipo de proyectos en la blogosfera.

Menos fecunda es la aportación de otro bloguero de *El Comercio*, **Iván Llera**. Su blog, denominado ‘Soy teledicto y qué’, dejó de actualizarse en febrero del 2016; hasta entonces, había ido publicando distintas entradas centradas en ese ámbito de la información televisiva que algunos diarios de la blogosfera de Vocento también exploran. Su proyecto fue perdiendo intensidad a medida que avanzaba en su cometido, como prueba la escasa frecuencia de sus artículos. Que, por otro lado, se adaptaban bastante bien a las exigencias de este tipo de productos, sobre todo si se ocupan, como era el caso, del sector audiovisual: Llera recurría con notable frecuencia a piezas nacidas

precisamente de la televisión para ilustrar sus comentarios sobre la actualidad de ese medio, hasta el punto de que algunos de esos artículos obedecían a un mecanismo opuesto al habitual en la mayoría de blogs, es decir, que eran las imágenes las que generaban los textos de algunas piezas. Mientras duró su experiencia en la blogosfera, especialmente durante el año 2015 en que sí frecuentó con mayor periodicidad su blog, Llera evidenció los atributos que ya hemos apreciado antes entre otros profesionales que salen del periodismo tradicional para ingresar en la blogosfera: un buen sentido del oficio para interpretar el interés de la audiencia y publicar entonces artículos que encajen con los entresijos de la actualidad. Atento a las novedades televisivas, dueño de un acusado talento para la escritura, Llera incluso dotaba alguna de sus piezas del apreciado don de la oportunidad, una virtud propia de los redactores de más afilado instinto periodístico, como evidencia en su entrada a propósito de un enfrentamiento entre una dirigente política asturiana y una periodista vivido más o menos en directo a través de las cámaras de televisión. Un interesante intento por captar el interés de la audiencia hacia este ámbito temático que cuenta con notables seguidores que, sin embargo, sólo duró un año, a pesar de que su autor continuó durante un tiempo encargándose de la información televisiva de *El Comercio*.

El repaso a la blogosfera de *El Comercio* concluye con otro experimento: en el 2014 dejó de actualizar su blog la redactora **Ana Fernández**, autora de ‘Trending Topic Asturias’, una miscelánea de ámbitos temáticos que nació, en palabras de la propia Fernández, para dar cabida a una compleja variedad de cuestiones: “Temas calientes, las noticias que están de moda y toda la información que os pueda interesar”. En efecto, bajo ese propósito tan ambicioso como ambiguo, la autora del blog rastreaba informaciones cuyo denominador común respondía al enunciado de su proyecto: los frentes informativos más efervescentes, aquellos que podían responder a un impulso automático por noticias de cierto impacto que, sin embargo, morían sin haber dejado una gran huella. La crónica social vinculada al denominado ‘famoseo’, el devenir de la parrilla televisiva, el impacto de las nuevas tecnologías en el comportamiento de sus usuarios... Con todos estos materiales fue hilando Fernández un blog de escasa actualización, fruto tal vez de la inconcreción con que fue alumbrado. Durante su breve trayectoria, al menos debe consignarse que su autora empleó con destreza algunos de los recursos propios del ciberespacio: sobre todo, ilustraciones que añadían información adicional a cada entrada, sin las cuales podían incluso carecer de sentido algunos de sus

artículos, así como enlaces a otras fuentes de inspiración del blog o que podían suscitar el interés de los lectores. Debe añadirse, como alerta la propia periodista, que Fernández es autora de otro blog, ‘Con alegría e ilusión’, que sin embargo no aloja en la blogosfera de *El Comercio*.

### 9.13. La blogosfera de ‘Las Provincias’

Quince periodistas componen la oferta propia del periódico valenciano en su blogosfera, a los que **Pedro Campos**, responsable del área digital, añade otros tres casos que mencionaremos aquí pero que no analizaremos porque no forman parte del contenido de esta tesis: se trata tres blogs gestionados por colaboradores muy cercanos a *Las Provincias* que sirven como complemento de su propuesta para colonizar esta parte del ciberespacio desde un punto de vista periodístico pero a partir de posiciones ajenas al quehacer de la redacción. Esa quincena de blogs que sí se gestionan desde el corazón de la redacción cubren la práctica totalidad de los frentes informativos, como debiera ser norma en un diario de esta naturaleza, lo cual sin embargo ya hemos comprobado que no siempre sucede. Debe añadirse que, por ejemplo, el parque de blogs carece de la participación de su director, frente a la costumbre sí extendida entre algunos de sus homólogos de periódicos del mismo grupo editorial que aprovechan sus artículos semanales para integrar con ella su aventura como blogueros.

¿De qué tipo de blogosfera nos ocupamos en nuestra tesis? Campos explica que “está organizada por día y por temática”. Se refiere una ingeniosa estrategia según la cual “los blogs elegidos, escritos por redactores de *Las Provincias*, van de lunes a domingo y se distribuyen según el día que más conviene”, es decir, los días que a su juicio “tiene más demanda de lectura”. Y pone un ejemplo ilustrativo de esta organizada metodología de trabajo: “Los lunes salimos con uno sobre educación física, los martes con uno de series de televisión, los miércoles con gastronomía, los jueves con una visión irónica sobre la tele y las noticias, los viernes con música, los sábados con noticias de animales y los domingos repetimos con gastronomía”. Una política

informativa que, como advierte Campos, cumple ahora siete años y que tiene su propia visibilidad más o menos garantizada y fija en la portada del diario, “siempre en la misma posición, salvo en algunas ocasiones en que, por su importancia o por su actualidad, le damos más visibilidad”.

Periodista de larga trayectoria en *Las Provincias*, **David Burguera** gestionó hasta el 2015 su blog ‘Nos lo hemos leído’ dentro de su periódico, vinculado al área temática cultural, lo que encaja en el desdoblamiento de dos facetas, la profesional y la personal que suele ser habitual en otros blogueros de diarios de Vocento. Porque Burguera no sólo es periodista: también es escritor. Y a la literatura estaba consagrado su blog, fruto también de una experiencia laboral en la redacción de *Las Provincias*, a cuya sección de cultura estuvo vinculado durante años. Aunque en el momento de redactar esta tesis Burguera ejerce su trabajo en la sección de política del periódico, aquella experiencia profesional se refleja en su desempeño como bloguero. Que duró poco: como el propio autor alega, se trataba de una actividad contradictoria con su ocupación habitual. Mientras estuvo en activo, debe consignarse que su autor se empleó con enorme entusiasmo, reflejado en la elevada capacidad de actualización de un blog que, teniendo como elemento temático un área, la literaria, que exige un análisis más profundo que el derivado de la pura actualidad. Burguera, estupendo escritor por cierto, ofreció un detallado seguimiento de las publicaciones que llegaban a su mesa, con una variedad de registros muy refrescante. Un desempeño profesional que representó la migración desde la vertiente propia del periodista tradicional hacia el ciberperiodismo sin mayores atributos. Son piezas de elevada extensión, que incluyen una ficha para facilitar la navegación y enriquecer la experiencia lectora, que el autor fue publicando sin otro recurso consustancial a las nuevas tecnologías que la categorización de sus entradas según una serie de etiquetas que figuran en su blog y que dan cuenta de sus intereses como periodista y como bloguero.

Todo lo contrario, en cuanto a seguimiento de su incursión en la blogosfera, puede atribuirse a su compañero de redacción **Mikel Labastida**, autor del blog ‘Síndrome de Darrin’, título que hace referencia a un fenómeno de la ficción audiovisual: el propio de cuando un proyecto se desarrolla mediante el cambio de actores protagonistas respecto al plan inicial. El blog de Labastida, luego de ese nombre que incluye como vemos un guiño para iniciados, se dirige a saciar su interés por un ámbito de creciente atención mediática: el mundo de la información televisiva, del que Labastida ofrece una

detalladísima cobertura desde el estatus que promueve su desempeño como bloguero, puesto que su quehacer diario se desarrolla como jefe de la sección de cultura de *Las Provincias*. Sus evoluciones en este universo temático dan por supuesto que existe al otro lado de la pantalla un similar interés de su potencial comunidad de lectores por compartir las andanzas de los distintos artefactos televisivos que copan la parrilla de las cadenas y las peripecias de sus héroes de ficción: una teoría de la que parte Labastida y que su trayectoria como bloguero confirma, a la vista del esmerado aspecto que presenta su bitácora, su formidable capacidad de actualización y el triunfo que supone que sus entradas hayan acabado por convertirse, desde finales del año 2016, en una serie que los diarios regionales de Vocento fueron publicando tanto en papel como en web para celebrar la entronización de las series televisivas como el fenómeno de moda en la cultura popular.

Labastida, que se confiesa como un veterano seguidor del devenir de la televisión desde su lejana infancia según explica en el perfil que acompaña a su blog, se ocupa por lo tanto del objeto de sus inquietudes como bloguero a partir de esa doble condición que otras veces hemos observado en sus colegas de la blogosfera de los diarios de Vocento: la propia de quien ha convertido en desvelo profesional alguna de sus aficiones personales, aunque en su caso guarden alguna vinculación con sus tareas diarias. Puesto que, como hemos avisado, le ayuda en su quehacer al frente de ‘Síndrome de Darrin’ su ocupación profesional asociada a la sección de culturas, Labastida se beneficia de la confluencia de esos dos intereses para alumbrar un producto ejemplar desde varios puntos de vista: no sólo por su elogiada frecuencia de publicación, que genera como solemos advertir el imprescindible mecanismo de fidelidad por parte de la comunidad de lectores, sino porque milita dentro de esa prolongada estirpe de escritores de sobresaliente pulso narrativo que además no abruma con sus conocimientos de manera que expulsen de su blog a los profanos. Sabe ser didáctico, plantear sus entradas buscando la complicidad del lector y administrando con maestría las dedicadas a la actualidad más inmediata con aquellas que, como la serie que publicó en papel en los regionales de Vocento y forma parte también del catálogo de su blog, repasan la historia reciente de alguno de los mayores éxitos de la televisión contemporánea. El autor de ‘Síndrome de Darrin’ acierta además con el uso inteligente de alguna de las opciones que ofrece la blogosfera, como la posibilidad de gestionar subsecciones dentro de su blog, que aprovecha por ejemplo para crear lo que denomina ‘Darrinazos’ (un

contenedor para las anécdotas que caza durante sus exploraciones por los programas de televisión), o ‘Las imprescindibles (o casi)’, donde agrupa aquellas series que merecen a su juicio ingresar en el panteón de ilustres de esta manifestación artística.

Por el contrario, la experiencia como bloguero de **Antonio Badillo**, miembro de la redacción de *Las Provincias* al frente en la actualidad de la jefatura de la edición del fin de semana, concluyó en agosto del 2015. Hasta ese momento, Badillo, al frente de su blog ‘Fútbol hasta en la sopa’, se había ocupado de las noticias relacionadas no tanto con esa disciplina deportiva en general, sino con los avatares del principal club de la región, el Valencia. Que Badillo plantea desde esa doble vertiente que ya hemos visto que comparte con otros integrantes de la blogosfera de Vocento, como el mencionado Mikel Labastida: reunir en su experiencia por los nuevos ámbitos del ciberperiodismo la trayectoria profesional propia de un periodista con sus aficiones mutuas, en este caso hacia el mundo futbolístico a través de su devoción por el equipo de sus amores, como no tiene inconveniente en advertir desde su propio perfil como bloguero. Donde incluye un aviso que nos permite comprobar la pertinencia de estas experiencias en la blogosfera donde el periodista apunta hacia el lado emocional de su potencial público: Badillo advierte a ese hipotético lector que cuando ingresa en su blog en realidad está penetrando en una comunidad de intereses mutuos. Y lo hace expresamente, llamando de tú a ese potencial curioso que pretende seguir sus pasos: “Estás aquí”, le dice. “Por lo que imagino que te gusta el fútbol y llevas al Valencia en el corazón”. Estimulando como vemos la veta sentimental de sus seguidores, el autor del blog no se limita a ofrecer puntual información del objeto de ‘Fútbol hasta en la sopa’, sino que se sitúa en un ámbito de mayor envergadura, donde comparte preocupaciones de índole personal con sus lectores. A quienes, mientras duró su experiencia como bloguero, ofreció puntual noticia de las peripecias del Valencia gracias a una notable frecuencia en publicar sus artículos, superior a una media de una pieza por semana en muchos casos, sino porque incorporaba en ellos ese factor emocional que los convertía en otra cosa, algo más ambicioso: entradas donde no se ocupa tanto del día a día de la actualidad, sino que propone un enfoque propio de los artículos de opinión. Un tipo de periodismo militante, que encaja bien en el segmento siempre apasionado de la prensa deportiva, que Badillos abandonó en el año 2016 sin que nadie tomara su relevo en la blogosfera desde la redacción de *Las Provincias* y que el propio interesado atribuye a causas de

índole profesional: cambió su ocupación en el seno de su periódico y su experiencia como bloguero deportivo dejó de tener sentido.

Un caso análogo al que, por cierto, protagoniza su compañero de redacción **Moisés Rodríguez**, cuya incursión en la blogosfera comparte grandes similitudes con el blog de Badillo. Porque Rodríguez también enroló su propio blog, ‘Latidos granotas’, en el área temática de la información deportiva, aunque vinculada en su caso con el devenir del otro equipo de fútbol principal de la ciudad, el Levante. Una trayectoria que duró hasta septiembre del 2015, cuando dejó de actualizar su blog, por un motivo similar al antedicho: su peripecia en la blogosfera acabó cuando abandonó la cobertura del Levante. Hasta ese momento, Rodríguez fue, al igual que Badillo, un apasionado bloguero que compatibilizó su especialización profesional con su devoción por el equipo del que se confesaba devoto aficionado. De ahí que, también como suele ser habitual, sus artículos buscaran ese lado sentimental que conectara con su potencial audiencia. No abordaban el relato sucinto de la actualidad futbolística, que el lector de *Las Provincias* podía encontrar en otros rincones del mismo periódico, sino que ofrecía su punto de vista en torno a las vicisitudes del equipo del que era seguidor incondicional. Aunque su frecuencia de actualización fue mejorable, cabe destacar de la andadura de Rodríguez por la blogosfera su apuesta por encontrar entre sus lectores un público que compartiera con él sus desvelos e inquietudes. Que le permitiera saltar desde su condición de periodista y la de bloguero al estatus de líder de opinión de ese sector de la audiencia que tantas veces reclama de sus periodistas de confianza pasos en esa dirección.

Otro caso de blog abandonado, luego sin embargo de una fértil trayectoria: ‘El francotirador’, cuyo autor es **Héctor Esteban**. Aunque cabe advertir que ese adiós en realidad encubre una especie de prolongación de su vida en la blogosfera, según avisa el propio redactor cuando concluye su actividad como bloguero. Esteban, redactor fecunda trayectoria que salta desde el periodismo tradicional a los nuevos espacios digitales después de atravesar distintas secciones de su periódico, da por concluida su aventura informando de ello a sus lectores: en noviembre del 2014 clausura su blog con una pieza dedicada precisamente a resumir su actividad como bloguero, donde de paso anota que ‘El francotirador’ sobrevivirá como un producto donde se irá limitando a publicar las columnas nacidas para la edición de papel del periódico. Una intención que sobrevive hasta diciembre del 2015, cuando ya deja de actualizar definitivamente su blog. “Ya no



tenía nada que contar”, admite. Hasta entonces, Esteban ha recopilado, según su propio recuento, “143 post, casi 734.500 páginas vistas, 610.000 páginas vistas únicas, 562.700 entradas, 2.479 comentarios libres, sin censura más allá de la educación”. Abandona esta gratificante actividad, según confesión propia, sin una explicación demasiado sofisticada: se trata, advierte, de una renuncia que obedece a un impulso de naturaleza semejante al que generó la puesta en marcha de su blog. Que, como recuerda en este artículo de despedida, “nació como extensión de ‘Un ácrata en la corte’, un proyecto en la blogosfera de tipo personal, “sin más expectativas que soltar pequeñas ráfagas contra políticos y rumiantes de lo público”. Así desvela el propio autor el objeto temático de ‘El francotirador’, que hace honor a su nombre porque en su mirilla acaba por situar cada flanco informativo de la agenda pública valenciana. Aunque con dos objetivos preferentes: la actividad política y las peripecias futbolísticas del Valencia, destinatarios por lo común de los escritos de Esteban. Narrador muy bien dotado para la escritura, su despliegue como bloguero lleva la firma de este tipo de profesional que emigra desde la vertiente analógica de su profesión y publica por otros medios (los digitales) artículos inscritos en el género tan tradicional del periodismo de opinión. Mientras duró su aventura, Esteban fue además un prolífico bloguero, que añadía a ese perfil de redactor combativo un despliegue propio del reportero que callejea y luego cuenta a su público el balance de sus expediciones. Ilustraba algunas de estas piezas con imágenes que añadían información al relato, como su artículo a propósito de la falta de limpieza que observaba en las calles de Valencia, y en todas ellas ofrecía el mismo perfil de periodista nada complaciente, que podía convertir en destinatario de sus denuncias al conjunto de la clase política valenciana. Su continuidad como bloguero, a partir de esa vida con respiración asistida mediante la publicación de entradas que previamente han sido publicadas en el periódico de papel, mantiene su fidelidad a esa identidad de periodista comprometido con sus lectores que juega aquí, igual que en otros diarios de Vocento, un papel decisivo para compartir inquietudes con su comunidad de lectores. Un quehacer del que se felicita cuando, respondiendo a la encuesta que remitimos al conjunto de blogueros para nuestra tesis, repasa el impacto que ha tenido su actividad y el eco que ha obtenido en otros medios periodísticos.

Periodista especializado en la temática de sucesos, **Javier Martínez** es uno de los raros profesionales que frecuenta en la blogosfera de Vocento este ámbito temático tan atractivo para el lector, y de tan acusada raigambre en la agenda de los medios de

comunicación. ‘Crimen on the blog’ refleja cabalmente su condición de reportero vinculado a esa área denominada ‘crónica negra’, donde acumula enorme prestigio, como el propio autor da cuenta en el perfil de su blog: no sólo por los premios que ha ido acumulando, sino por la celebridad que ha ido alcanzando luego de su paso como colaborador por otros medios de comunicación y por la actividad científica y académica que ha desplegado a consecuencia de su quehacer profesional. Convertido como vemos en autoridad nacional en la materia del periodismo de sucesos, su migración a la blogosfera se caracteriza por exprimir esos mismos atributos a través de piezas largas, extensísimas algunas de ellas, aunque este rasgo no menoscaba su interés. Martínez suele ilustrar sus relatos con imágenes que aportan información adicional de gran impacto, como el retrato de víctimas y victimarios, y traslada con acierto sus artículos en la versión papel del periódico a la blogosfera con un elevado sentido del ritmo: en la diversidad de enfoques y de casos que trata, aunque todos nazcan del mismo ámbito informativo, radica uno de los puntos de relevancia de su blog. Que además maneja con maestría otro de los registros propios de quien ejerce su actividad en un diario de larga historia como *Las Provincias*: el recurso a rescatar de su archivo algunos sucesos que en su momento tuvieron alta trascendencia, a los que Martínez concede una suerte de nueva vida revisando aquellos hechos a la luz de la actualidad. Por las singularidades intrínsecas al área informativa que aborda en su blog, resulta comprensible que el grado de actualización carezca de la instantaneidad propia de otros colegas en estas prácticas, porque sus piezas suelen ser relatos muy elaborados donde el trabajo de archivo tiende a ralentizar la conclusión de su escritura, pero al menos Martínez suele publicar al menos una entrada por mes, con especial incidencia en un ámbito temático concreto, donde se puede considerar un consumado experto: las derivadas informativas del llamado crimen de Alcácer, suceso registrado hace 25 años en el territorio valenciano que mereció de *Las Provincias* una sobresaliente cobertura en la que el propio autor de ‘Crimen on the blog’ participó activamente y todavía participa. Porque en el olfato del buen periodista reside, entre otros atributos, saber que los temas nunca terminan de agotarse en manos de un profesional con la suficiente pericia. Como el mismo Martínez advierte en su carta de presentación del blog, se trata de un reportero que “siente y vive su profesión, aunque algunas veces se queja de que le toca bailar con la más fea: la crónica negra”.

De la actualidad de sucesos, a la de tribunales, tan lindante siempre: la oferta de blogs de *Las Provincias* incluye también un blog dedicado al ámbito informativo

judicial, a cargo de su periodista Alberto Rallo. ‘Togado y hundido’, que cesó su actividad en el 2015, significa una ventana abierta por su autor a la blogosfera para extender en ella las mismas actividades temáticas que aborda en su dedicación diaria: el periodismo de tribunales. Una feliz idea que Rallo ejecutó mediante un elogiado talento para no invadir el terreno propio entre la prensa de papel y la digital: es decir, mediante la publicación en su blog no de aquellas noticias que alimentan el periódico convencional, sino a través del desarrollo de la actualidad del día a día de un reportero en el frente jurídico que recopila datos, documenta las noticias en un cierto contexto o recupera fallos judiciales que disfrutan de nueva vigencia gracias a la coyuntura informativa. De manera que, por ejemplo, un antiguo pleito de una alcaldesa valenciana que ya fue noticia en su día merece un artículo en su blog porque lo conecta con recientes declaraciones de un rival político de la protagonista de la noticia. O cuando Rallo busca un enfoque sugerente durante la cobertura de un juicio: la cobertura canónica aparece en el periódico del día, pero la singular conducta de un imputado (que navega por su tableta durante la vista oral) merece un comentario en el blog.

Como hemos advertido, se trata de una inteligente utilización de los ritmos propios de cada uno de los soportes, lo cual dota de interés a la trayectoria del periodista en papel y en la blogosfera: no tiene mucho sentido reiterar en ésta lo mismo que el lector puede haber conocido por otras vías. Por ejemplo, las propias noticias que firma el redactor con carácter previo. Rallo, periodista de buen olfato, afila su perfil de reportero para contar en su blog aquellos acontecimientos que tal vez no merezcan grandes alardes de espacio en su periódico: la despedida de un juez, con el relato minucioso de los asistentes, o una visión crítica de un acto protocolario que va más lejos de cuanto se publicaba en el relato puro de la noticia. Son entradas distinguidas por gran ritmo en la escritura, que demuestran un elevado conocimiento de ese frente informativo y generan a su alrededor la evidencia de que el periodista no sólo ejerce como tal: también opera como miembro de una comunidad. La formada por los actores de la justicia en Valencia, entre quienes acaba creando el clima natural desde donde se puede aspirar a convertirse en lo que acaban convirtiéndose los periodistas que ejercen su labor en un territorio informativo y geográfico limitado: en líderes de opinión, a pesar de que resultará difícil alcanzar semejante estatus sin estar dispuesto a dotar de mayor periodicidad a sus incursiones en la blogosfera.

El flanco informativo de *Las Provincias* en este ámbito judicial se completaba con una variante que explora en su blog (titulado ‘Daños y prejuicios’, un ingenioso juego de palabras) la periodista **Beatriz de Zúñiga**. Pero no hay redundancias entre su trabajo y el de Rallo, lo cual es elogiado. De Zúñiga, que subtitula su blog ‘Curiosidades, disparates e incoherencias de nuestra legislación’, prefiere centrarse en ese rico arsenal de noticias que se deduce de semejante declaración de principios. Que ella misma, titulándose como “periodista en proceso de jurista”, concreta algo más a medida que avanza en su trayectoria como bloguera, clausurada en diciembre del año 2015, fecha de su última entrada. En ella, curiosamente, vemos un buen resumen de cuáles han sido los fundamentos de su blog: explicar aquello que no suele ocupar espacio en los estrechos márgenes en que se mueve el periodismo diario. Por ejemplo, a cuenta del debate entre candidatos a las elecciones generales: así como todos los medios ponen su interés principal en el fondo y la forma de tal debate, el blog prefiere ocuparse de la posible ilegalidad que encierra que no acuda uno de los aspirantes. Y cuando el resto de la competencia informa sobre la declaración del estado de excepción en Francia a propósito de un atentado terrorista, De Zúñiga explica a su audiencia cómo se ejecutaría una medida semejante en España si fuera el caso. De modo que, además de este inteligente uso de la blogosfera para extender su quehacer profesional más allá de las rutinas propias de la agenda diaria, la periodista de *Las Provincias* crea un espacio propio, trufado además de un envidiable sentido del humor que ella misma recalca (sin perder por ello el necesario rigor) pero actualizado sin embargo de manera desigual, hasta el punto de que lo acaba abandonando, como hemos visto que ocurre en otros casos en que la ocupación habitual (De Zúñiga ejerce en el área de diseño de su diario) no coincide con el objeto temático de su blog: en su caso, además, achaca este abandono a la falta de tiempo.

Como hemos ido viendo, resulta tan habitual que un periodista ocupe un espacio en la blogosfera a partir del desarrollo, por otras vías, de su quehacer habitual como que ingrese en ese territorio para satisfacer inquietudes de carácter personal. Así ocurre con el periodista **Jesús Trelis**, jefe de local, quien elige para estrenarse como bloguero un ámbito temático ajeno a sus ocupaciones diarias: el mundo de la gastronomía. Su blog, ‘Historias con delantal’, se aparta no obstante de un factor habitual en este tipo de experiencias, cuyos promotores suelen abandonar o al menos no actualizar con la frecuencia necesaria, consecuencia de que no se trata de la actividad central de su vida

profesional. No es el caso de Trelis: aunque el ámbito culinario, en efecto, no forma parte de sus obligaciones como responsable de la sección de local, se las ingenia para dotar a su blog de una elogiada capacidad de actualización. Un ritmo muy elevado, más de una entrada a la semana, que además sabe combinar con un nivel semejante de calidad en sus artículos: son piezas muy elaboradas, pródigas en ilustraciones harto pertinentes en un blog sobre cocina, donde incluye también elementos audiovisuales (vídeos con recetas, por ejemplo). Artículos muy bien escritos, que desvelan un profundo conocimiento del terreno que pisa el bloguero, quien además exhibe un alto grado de pericia en el manejo de recursos propios del ciberespacio, como la elaboración de listas para alguno de sus artículos, que además pone en página con un cuidado gusto por la visualización más atractiva. Un desempeño ejemplar que el propio autor defiende como parte de su compromiso con el periodismo en el texto que acompaña a su blog: en él, Trelis se define como “contador de historias”. De ahí el modélico encaje de sus actividades en la blogosfera: en ellas no deja de ser periodista. Simplemente, ocurre que ejerce su oficio por otros medios y aborda nuevas esferas temáticas, mientras de paso explora otra faceta muy cara a un profesional que desarrolla su labor en un territorio limitado: buscando la complicidad del lector, a quien dedica unas palabras iniciales como una declaración de principios. Tratando de tú a su audiencia: “Vengo a cocer pasiones, alinear emociones y desvelarte los secretos de los magos de nuestra cocina”.

Un caso semejante al que protagoniza otro integrante de la blogosfera de *Las Provincias*, su reportero **Arturo Checa**. Quien para moverse por ese espacio del ciberperiodismo también descarta explorar la veta más propia de su trabajo profesional (el reporterismo, los artículos de fondo): aunque en alguna de sus ocupaciones diarias acabe asomándose el mundo de los animales de compañía, éstos son en exclusiva quienes monopolizan su blog. ‘Almas con patas’, que lleva adherido como subtítulo una especie de declaración de principios (“Una civilización se puede juzgar por la forma en que trata a sus animales”: la cita es de Ghandi), guarda elevadas analogías con el blog de su compañero Trelis. También lo actualiza con frecuencia, el mecanismo más apropiado para generar confianza y seguimiento entre su público, e igualmente recurre con pericia al auxilio de elementos gráficos o audiovisuales. Como otros avezados blogueros, Checa no incurre en el defecto de uniformizar sus artículos: antes al contrario, busca la variedad, esa diversidad tan agradecida para la experiencia lectora, de modo que por su blog desfilan desde artículos sobre una visita al zoo, otras piezas

para denunciar el abandono de mascotas o una reivindicación del mundo animal mediante el empleo de un recurso que suele garantizar una elevada respuesta por parte de la audiencia y ya observamos también en Trelis, la elaboración de listas. Que en el caso de su blog, Checa asocia a otro elemento singular como la concesión de premios: el reconocimiento a los perros con una conducta más heroica en su labor de auxilio a la policía. Checa cuenta todo este completo arsenal de entradas mediante un estilo de gran solvencia en la escritura, destinado por lo tanto a satisfacer a quienes comparten una inquietud semejante por el reino animal y crean con el autor del blog ese valioso objetivo que tantas veces observamos y citamos, la forja de una alianza entre redactor y lectores que sólo puede derramar ventajas sobre el propio periodista, por supuesto, pero también sobre el conjunto de la blogosfera donde desarrolla su labor.

Militante dentro del amplio colectivo de periodistas que emplean sus incursiones por la blogosfera a modo de diario donde van anotando el resultado de sus reflexiones, que pueden tener (o no necesariamente) su detonante en la actualidad informativa, el blog titulado en valenciano ‘Nyas coca’ (expresión que puede traducirse por algo así como ‘Toma castaña’) corre a cargo del periodista **Paco Huguet**, quien asume esa condición de cajón de sastre de su blog cuando anota estas palabras en su perfil como bloguero: “Blog personal sobre cosas útiles, reflexiones superfluas y opiniones varias sobre actualidad social, política choricera, series, libros y demás asuntillos serios y no tanto”. En efecto, Huguet se muestra fiel a esta declaración de principios: el lector encontrará en su blog entradas, que actualiza con periodicidad encomiable, imposibles de agrupar temáticamente: desde las cavilaciones que le despiertan a su autor una serie de sucesos recientes, los comentarios sobre las últimas tendencias sexuales o artículos en torno a la violencia de género, todo material informativo cabe en las andanzas de Huguet por la blogosfera. Que distingue, por otro lado, con una valiosa capacidad para la escritura, donde encontrará el lector una justificación para seguir a este bloguero que, aunque descarta emplear otros recursos que su capacidad para la escritura en su experiencia por el ciberespacio, utiliza para enganchar al público el sello propio del buen escritor. De estilo fresco, desenfadado, alejado del canon habitual del periodismo en papel, el autor incluye en su blog un amplio listado de etiquetas donde puede el lector referenciar sus evoluciones: el repaso a estas categorías en que divide su trabajo (nada menos que una treintena larga de ellas) demuestra fehacientemente que nada de cuanto ocurre a su alrededor escapa del radar de Huguet. Quien por otro lado sí que recurre a un elemento

muy aconsejable para cualquier incursión por la blogosfera, la publicación de un listado de enlaces a otras webs que sugiere expresamente. Una aportación que termina de favorecer una navegación por su blog muy elogiada, puesto que hace honor a la declaración de intenciones que su autor incluye en las respuestas a la encuesta que nos ocupará en el próximo capítulo: su opinión según la cual todo quehacer en la blogosfera sólo responde a satisfacer las ansias del ego propio del autor.

También titula en valenciano su blog el periodista **Paco Moreno**. ‘Cap i casal’ alude a la denominación popular con que se suele designar a la ciudad de Valencia, objeto exclusivo de las exploraciones de Moreno por la blogosfera, como él mismo se encarga de explicar en la apertura de su blog: “En este blog se habla de Valencia, de la mejor ciudad para vivir (...) y de lo que podemos hacer los vecinos para mejorarla”. Es decir, que desde su visualización Moreno ya alude a un aspecto central en su proyecto: el llamamiento a que los lectores compartan con él ese espacio recién nacido en la blogosfera. Lo cual tiene un notable sentido en todas estas experiencias en la blogosfera donde se parte de un elemento conocido, el periodismo ejercido desde su vertiente más ciudadana y callejera, donde el profesional necesita en mayor medida sentir cerca el aliento de su audiencia. Pero Moreno sucumbe a uno de los problemas detectados en nuestro recorrido por la blogosfera de Vocento: la falta de actualización periódica de su blog, lo cual complica la idea de crear con su audiencia esa hermandad que preconiza desde su presentación. Sus artículos son piezas propias del periodismo analógico, como hemos visto en otros casos: el camino tan común para que los profesionales educados en las redacciones de papel exploren las posibilidades que conceden los nuevos medios. No se acompaña de gran aparato gráfico ni recurre a otros elementos que su buena mano para la escritura que Moreno guía a través de sus entradas añadiendo un toque singular: el propio de un periodista de larga trayectoria que cuando se dedica a reflexionar sobre los azares de la actualidad exhibe con pericia en las piezas donde más necesaria resulta la mirada de un periodista capaz de poner las noticias en su auténtico contexto.

El repaso a la blogosfera de *Las Provincias* incluye otro ejemplo de profesional que emplea su blog al servicio no tanto de sus ocupaciones profesionales como de sus inquietudes personales. Ya hemos observado este tipo de bloguero en otros diarios de Vocento igualmente: porque, como avisa **Juan Sanchís** desde su propio perfil en el blog ‘Anécdotas de la historia’, el lector no debe buscar en su exploración de los artículos del periodista valenciano otra cosa que “los pequeños hechos que sirven para

dar rienda suelta a una pasión”. Esa pasión es la historia, de donde Sanchís extrae interesantes flecos informativos que desarrolla no sólo con pasión, sino con elevado conocimiento de causa, mayor del que pudiera esperar el público entre quien se declara profano en la materia. Y es que Sanchís, además de periodista, es también historiador: mezclando ambos perfiles nace este recorrido por la letra pequeña de los acontecimientos históricos, que despliega no sólo con erudición del historiador sino con la pedagogía en que suele formarse el periodista. Sus entradas son didácticas, profundizan en los aspectos menos conocidos de la historia, y se publican a un ritmo suficiente como para encontrar respuesta al otro lado de la pantalla, aunque cesaron en julio del 2016. Hasta entonces, Sanchís promediaba más o menos un artículo cada semana, que categorizaba según el listado que publicaba en la portada de su blog valiéndose por lo tanto de este recurso para orientar la navegación de sus lectores. Son una decena de categorías, donde caben los suficientes enfoques como para satisfacer el apetito del lector interesado, que sólo pudo saciarse durante año y medio: fue el periodo de vida del blog de Sanchís, quien ejerce sus labores profesionales en la web del diario y antes ocupó responsabilidades en las secciones de política e infraestructuras. Otro ejemplo de blog truncado por la incompatibilidad entre las tareas periodísticas y las inquietudes personales.

En una línea semejante, la de aprovechar la actividad en la blogosfera para profundizar en una afición de índole personal (que dispone, no obstante, de su propia personalidad informativa), se inscribe el blog de **César Campoy** titulado ‘Banda sonora’. Un blog modélico, entre los mejores analizados tanto en el censo de su diario como en el conjunto de Vocento. Porque se trata de una experiencia que no se limita a consagrar en la blogosfera un ejercicio profesional propio del periodismo analógico, como tantas veces hemos observado, sino que Campoy aprovecha su maestría en el empleo de recursos propios de las nuevas tecnologías puestas al servicio de un enfoque panorámico del mundo de la música moderna, escenario de su proyecto como bloguero. A partir de un diseño que huye del formalismo propio de otros blogs ya analizados, y mediante el sabio empleo de piezas audiovisuales de elevada pertinencia para el objetivo de su blog (el repaso de la escena musical, con especial atención al universo territorial valenciano), Campoy plantea un elevado ritmo de producción editorial imprescindible para tender hacia su audiencia la clase de vínculos que configuran la conversación ineludible a toda experiencia en la blogosfera. Un cuidado estilo como



narrador, apoyado en imágenes y audios que contribuyen a enriquecer la experiencia de quien navega por su blog, depara piezas largas, pero nunca plomizas, puesto que sabe adornar sus entregas con esos recursos mencionados y porque además incorpora en algún caso una especie de *addenda* hacia el final de cada artículo (la sección ‘Los discos de la semana’, por ejemplo), que agrega atractivo a su blog. Un ejercicio ejemplar que se dota de una cuidada selección de etiquetas para categorizar sus entradas y construye un instrumento imprescindible para quien desee conocer las particularidades de la música moderna en el mismo espacio geográfico donde Campoy ejerce como periodista: la Comunidad Valenciana. Una decisiva aportación para la tarea común de configurar con el público lector una densa comunidad de intereses comunes e inquietudes compartidas.

El análisis de la blogosfera de *Las Provincias* y del conjunto de blogs de Vocento culmina con uno denominado ‘Colorín, colorado’. Su autora es la periodista **Marta Palacios**, quien explica desde el subtítulo de su bitácora qué objetivo temático va a ocupar su labor como bloguera: “Todo lo que ocurre en las *soirées* valencianas’. Es decir, una mirada (“indiscreta”, como aclara la propia autora) al universo de la vida social y festiva, desde una óptica estrictamente local. Un recorrido por el mundo del ‘famoseo’ valenciano, que Palacios, cuya ocupación profesional se ejerce desde la web del periódico, clausuró mediado el año 2016, aunque con una particularidad que ella misma señala: en realidad, su blog era una extensión digital de los artículos que publicaba en la versión papel, que acabaron alimentando en la web una sección propia llamada ‘Revista de Valencia’. Una subportada digital que incluía esos mismos artículos: persistir con el blog hubiera sido, avisa Palacios, redundante. De modo que hasta que cesó la aventura en la blogosfera, Palacios había ido publicando sus entradas con una periodicidad de una pieza mensual, un ritmo no muy intenso que impide alcanzar con el público la coalición de intereses tan necesaria para dotar de mayor dinamismo y capacidad de respuesta a este tipo de proyectos. Son artículos que responden al anuncio con que se saluda al público desde el blog: el relato de actividades propias de la crónica social, ilustradas con imágenes del evento del que se trate, que su autora tiene la destreza de publicar con una abundante relación de nombres propios (en negrita, por supuesto), sin incluir más recursos propios de la blogosfera (por ejemplo, carece de material audiovisual y descarta incorporar enlaces) ni otras herramientas que su esmerada aptitud para la escritura. Un ejemplo de tantos blogs que ya hemos

analizado: la migración desde el periodismo tradicional hasta el ciberespacio de la actividad profesional sin más aditamentos que el respecto innegociable por los atributos propios de periodismo, el rigor y la veracidad.

## **10. PERIODISTAS Y BLOGUEROS. UN ANÁLISIS DE LA BLOGOSFERA DE VOCENTO A PARTIR DE LAS OPINIONES DE SUS INTEGRANTES.**

En el capítulo anterior, hemos analizado la configuración de la blogosfera de Vocento a partir del estudio de contenidos de cada uno de esos casos. En total, 148 ejemplos de cómo se desempeñan en esa actividad los miembros de la redacción que por distintos motivos desplegaron una doble actividad en algún momento de su trayectoria profesional y pasaron desde el ámbito del periodismo tradicional, o analógico, por seguir empleando la misma terminología que utilizamos en ese capítulo, al digital. A todos ellos se les envió durante los meses finales del año 2016 una encuesta elaborada con el propósito de completar la visión de ese proyecto periodístico en el que alguna vez se embarcaron (aunque con posterioridad se agregó a nuestra base de datos el caso de un par de blogueros que se habían incorporado a esta actividad durante el 2017)<sup>304</sup>. Se trataba, por lo tanto, no sólo de analizar desde nuestro punto de vista las conquistas que hubieran alcanzado, el estilo en que cubrían esta nueva parcela informativa o su capacidad para incorporar nuevas herramientas, propias del ciberperiodismo, en esta novedosa aventura profesional, que fueron algunos de los elementos que estudiamos en el capítulo anterior.

Queríamos además conocer su propia opinión, decisiva para las conclusiones de nuestra tesis. Saber en definitiva qué balance les merecía su actividad, si proseguían adelante con sus propios proyectos o si los habían abandonando, interesándonos en este caso por las razones que justificaban su renuncia. Conocer de qué habilidades se habían dotado para esta experiencia ciberperiodística y el grado de implicación del conjunto del

---

<sup>304</sup> Para este propósito nos ha servido de guía e inspiración la encuesta de GARRIDO Y FERRERES. Op. cit., en CEREZO, J.M. pp. 52-69

periódico en esta actividad. Y concluir también qué tipo de estrategia en la blogosfera caracteriza a cada periódico de Vocento y hasta qué punto se trataba de una política adoptada con autonomía dentro de cada diario o respondía a un planteamiento coral.

Como resultado de nuestra invitación a responder a la encuesta, hemos encontrado una feliz respuesta: 116 profesionales de Vocento contestaron a las preguntas que les lanzamos. Una muestra censal, a nuestro juicio, más que pertinente para alcanzar conclusiones de índole colectiva, porque la respuesta, además de elevada, también es uniforme: roza el 100% de la blogosfera de varios periódicos y es superior al 53% en el caso con peor acogida. En total, el 78,38% de los consultados respondió a nuestra invitación. Un porcentaje superior a tres de cada cuatro encuestados que nos permite extraer conclusiones de índole genérica. Debe hacerse alguna salvedad: por razones obvias, que ya hemos explicado anteriormente, en el capítulo anterior eliminados el análisis de contenidos de *Diario LA RIOJA*, periódico donde ejerce su responsabilidad el autor de la tesis. Sí que, por el contrario, incluimos las opiniones de sus redactores y blogueros en esta encuesta, puesto que parecía pertinente para el objetivo final de la tesis.

La segunda salvedad también se ha citado con anterioridad: el diario *La Voz de Cádiz*, fruto de una serie de contratiempos editoriales, carece de una blogosfera tan nutrida como el resto de periódicos de Vocento, de modo que nos pareció que analizar su comportamiento en este ámbito podría contribuir a desvirtuar la muestra global. Por esa razón se decidió también eliminar de nuestro estudio a los dos únicos redactores que, entre los que actualmente prestan servicios en ese periódico, ejercieron también en alguna ocasión como blogueros. Por el contrario, sí que hemos incluido en el capítulo anterior un análisis, bien que sucinto, de su ejercicio en la blogosfera, necesariamente breve puesto que ambos han abandonado sus respectivas bitácoras en el diario digital gaditano.

Para que las conclusiones de nuestra tesis reflejaran con el mayor detalle posible el estado de la cuestión de partida, es decir, de dónde nace el impulso que conduce a un periodista a ejercer también como bloguero, nos pareció pertinente incluir en la encuesta una pregunta en torno a la sección en donde trabajaba cada uno de ellos cuando se animó a este proyecto. Es decir, a partir de qué perfiles profesionales se ha construido la blogosfera de cada diario de Vocento. Un capítulo que nos permite concluir que en ese

ejercicio han participado prácticamente todos los miembros de la redacción pero que reserva un elevado porcentaje a quienes provienen de sus respectivas secciones digitales, que forman el grupo mayoritario. Hay que advertir, no obstante, que entre los profesionales que militan en el área de local (corazón de las redacciones de los diarios de Vocento, por su propia vocación de grupo editor de periódicos regionales) y cultura (sección que suele nutrirse de contenidos igualmente de índole local), ese grupo pasaría a agrupar a la mayor parte de periodistas consultados.

Otro detalle que, a este respecto, nos parece relevante de consignar es el elevado número de responsables jerárquicos que disponen de blog. Una quincena de ellos, incluidos cuatro directores de periódico: los de *El Norte de Castilla*, *Ideal*, *Las Provincias* y *El Comercio*; por el contrario, puede llamar la atención, al igual que ya hemos advertido en el capítulo anterior mientras analizábamos los contenidos de cada bitácora, la escasa presencia de periodistas del área de deportes convertidos en blogueros: la razón estriba en que un buen número de diarios dedica al seguimiento de sus fenómenos deportivos de referencia (el equipo de fútbol de cada territorio, por ejemplo) un canal informativo donde agrupa enfoques similares a los propios de la blogosfera, como las columnas de opinión. Debe advertirse también que, como refleja la siguiente pregunta lanzada a los encuestados para conocer si siguen adscritos a la misma área temática de cuando se iniciaron como blogueros, que prevalece una mayoría de ellos que, en efecto, continúan con las mismas o parecidas ocupaciones. Es una cuestión relevante para las conclusiones de nuestra encuesta por una doble vertiente: que aunque hayan cambiado de tareas, la gran mayoría de los blogueros consultados no ha abandonado su ejercicio en esta faceta. Y, por otro lado, que sí hay casos de escasa cuantía en que a nuevos desempeños profesionales ha seguido un abandono, total o parcial, de su actividad en la blogosfera.

### **10.1. Apéndice preliminar.**

Previamente al análisis detallado de las contestaciones a nuestra encuesta, nos parece conveniente detallar un factor observado a partir de las respuestas recogidas en la primera pregunta: cuándo se crea el blog. Porque de ahí se podría deducir que esta

migración de profesionales de los periódicos de Vocento desde su desempeño habitual a la compatibilización de esas tareas con su ejercicio como bloggers es reciente, en términos históricos: la mayor parte creó sus bitácoras a partir del año 2007, precisamente el año que se considera como el inaugural de la crisis que afectó a las economías occidentales y se ensañó con su propia carga específica en los medios de comunicación. Entre ese año y el 2012, se registró el nacimiento de 74 blogs, un fenómeno que hasta entonces era prácticamente marginal: sólo diez de los periodistas encuestados disponía entre el 2003 y el 2006. En parecida proporción, luego del año 2012 el número de blogs creado protagonizó un acusado descenso: entre esa fecha y el año del envío de nuestra encuesta (2016), sólo se incorporó una treintena de blogs al censo total de nuestro estudio.

Dicho lo cual, la primera conclusión que observamos en nuestro análisis del conjunto de la blogosfera de Vocento también es de índole cuantitativa y refleja la uniforme actividad en el desempeño de los distintos diarios en esta actividad. La mayoría de diarios, en efecto, dispone de una nutrida blogosfera a cargo de sus redactores: bajo este concepto incluimos no sólo a quienes son miembros de cada diario a todos los efectos, sino algún caso particular de colaboradores con amplia trayectoria en su respectivo periódico, que contribuyen por lo tanto a construir ante la opinión pública de cada territorio la imagen de marca del diario. Oscila su número total entre los 22 blogs que acredita el censo de *Diario LA RIOJA* (aunque varios de ellos corren a cargo del mismo autor, de modo que se rebaja sustancialmente el número de efectivos implicados en la construcción de su blogosfera) y los cuatro que suma el periódico *Hoy*. Lo habitual es disponer alrededor de una decena de ellos: *El Diario Vasco* y *La Verdad* tienen 8 y 9, respectivamente pero el resto supera esa cifra, con la excepción señalada de *La Voz de Cádiz*. *El Correo* dispone de 10, 14 tiene *El Comercio*, 15 *Diario Montañés* y *Las Provincias*, y 16 el periódico *Sur*. *El Norte de Castilla* cuenta con 17 e *Ideal*, 18.

Como se ve, una cierta homogeneidad distingue este capítulo cuantitativo, con la peculiar, por escasa, contribución del diario *Hoy*, cuyos responsables atribuyen (ver el capítulo anterior) a los convulsos tiempos que desde el 2007 viven las redacciones de los medios de comunicación españoles, donde el desempeño de actividades que no entroncan directamente con sus propósitos fundamentales ha conducido en algún caso al

abandono de este tipo de estrategias que tienden a ser consideradas como secundarias, al tiempo que decrecía también el número de efectivos disponibles.

## **10.2. Comienzo y fin del blog.**

En este apartado, agrupamos dos de las preguntas, con sus respectivas respuestas, que nos parecen elevadamente pertinentes para configurar nuestro mapa de situación: las razones que empujan a un profesional del periodismo, curtido en la etapa anterior a la eclosión de las nuevas tecnologías, a crear un blog. Y, por otro lado, a qué obedece la decisión de abandonar esa actividad. Previamente, debe consignarse que veinticinco de los consultados han abandonado su condición de blogueros. Así lo detallan en la pregunta que se les traslada, un número que sin embargo se contradice con el alto porcentaje de blogs desactualizados que hemos ido observando, como se advertía en el capítulo anterior. La razón que justifica esta falta de conjunción entre ambas cifras obedece a que todos esos blogueros que llevan largo tiempo sin ejercer como tales en realidad no reconocen, en realidad, que hayan desertado de su desempeño. Sólo admiten en sus respuestas a nuestra consulta que tienen sus bitácoras en una especie de limbo, aguardando un momento más oportuno para volver sobre esa actividad. Una tasa de abandono que, por cierto, ofrece una evolución significativa: comienza a registrarse en el año 2007 prácticamente con cuentagotas pero experimenta un impulso decisivo a partir del año 2015.

En las respuestas a la primera pregunta, la destinada a conocer la razón de que ingresaran en la blogosfera, observamos en altísimo porcentaje que los encuestados se decantan por un factor crucial: la combinación de dos tipos de inquietudes, una de carácter más personal y otra de índole más profesional. De donde deducimos que, en el particular universo laboral del periodista, resulta muchas veces complicado determinar dónde empieza el impulso de la pura curiosidad humana y dónde la preocupación por relatar su visión del mundo, como suele corresponder al ejercicio del periodismo. El 63,2% de los blogueros y periodistas de Vocento reconocen que la suma de ambas corrientes inspiró su decisión de ejercer las dos actividades al unísono, una tasa muy elevada que casi triplica el segundo factor mencionado como detonante de la creación

del blog en nuestra encuesta: según el 24,8% de los encuestados, esa razón obedeció a una sugerencia de su empresa. Un porcentaje que merece la pena destacar porque proporciona una valiosa información: frente a la presunción de que las maniobras de los periodistas en la blogosfera nacen de esa condición de francotiradores que tantas veces caracteriza la idea que se tiene de ellos, debe anotarse que por el contrario existe una acusada estrategia informativa por parte de los diarios de Vocento para explorar las nuevas fronteras del periodismo y por lo tanto alentar a sus profesionales a ejercitarse en ese naciente territorio digital<sup>305</sup>.

Debe también anotarse para completar esta cuestión que los periodistas encuestados, preguntados sobre si recibieron o no un impulso expreso por parte de sus responsables jerárquicos cuando decidieron convertirse en blogueros, responden afirmativamente en una abrumadora mayoría: entre quienes reconocen que fueron alentados a iniciarse en ese ámbito informativo de modo parcial por sus jefes (el 38,5% de los encuestados) y quienes aceptan que de hecho ese impulso fue completo y absoluto (el 35%), nos encontramos con que tres de cada cuatro blogueros y periodistas encontraron allanado ese terreno por sus superiores una vez que decidieron trasladar su actividad al territorio digital. Un porcentaje muy elevado que debe interpretarse como un ejemplo de buena praxis profesional: como hemos observado anteriormente, la estrategia de la blogosfera de cada diario se construye a través, como es lógico, de una inquietud personal y profesional de los autores, pero encardinada en una malla de garantías profesionales que se detecta en la buena consideración que esas prácticas tienen en el conjunto de redacción, empezando por la notable opinión que merecen a los responsables jerárquicos de cada periodista.

Una cuarta parte de los encuestados advierte, no obstante, que su ejercicio como blogueros apenas mereció de sus jefes consideración alguna: semejante práctica les resultó indiferente a los superiores del 26,5% de los periodistas que respondió a nuestra encuesta. Que ofrece además otro dato que apuntala esa conclusión arriba citada según la cual las actividades de este centenar largo de profesionales en la blogosfera se incluyen dentro de una estrategia más o menos fomentada por sus responsables

---

<sup>305</sup> HERRERA, D. Op. Cit. p. 266 Se trata en todo caso de una norma dentro de la blogosfera española, donde el autor citado ya ha detectado durante la investigación para su tesis que “muchas bitácoras de los ciberdiarios españoles se han constituido como espacios temáticos reservados para que los periodistas (...) creen microespacios donde dar a conocer sus pareceres acerca de áreas temáticas concretas”.



jerárquicos: a ninguno de los encuestados le llegó en algún momento objeciones por parte de ellos. Es decir, fueron aventuras profesionales que contaron en todos los casos que hemos analizado con el apoyo, tácito o expreso, de sus jefes.

Una idea que vemos reforzada por las contestaciones recabadas en la pregunta formulada para conocer sus habilidades previas a su incursión en la blogosfera: el 41,9% recibió asesoramiento por parte de su empresa cuando se convirtió en bloguero. Otro porcentaje significativo asegura que ese respaldo tecnológico, obedeciendo a un impulso personal, se benefició del consejo de expertos: el 17% responde afirmativamente a esta pregunta. Y aunque hay otro número elevado (el 20,5%) de quienes se formaron en esta aventura según una orientación personal de tipo autodidacta, los que no recibieron ningún tipo de ayuda (el 23,1%) representa el segundo ejemplo de periodista y bloguero más extendido.

Otro dato igualmente reseñable para nuestra tesis lo ofrece el tercer elemento más valorado por los encuestados cuando se les interroga sobre su decisión de ingresar en la blogosfera: el 23,1% de ellos, es decir, un porcentaje muy cercano al citado en primer lugar, aceptan que fue una iniciativa de índole personal. Lo cual podría contradecir también una idea muy extendida en torno al amplio grado de confort profesional que parecería lógico encontrar en redacciones como las de Vocento, cuyos diarios se nutren de periodistas de larga trayectoria en el ejercicio del periodismo tradicional y, por lo tanto, en teoría renuentes a adquirir nuevas habilidades o a reinventar su desempeño profesional ante la emergencia de las nuevas tecnologías. Se trata de un dato que desmiente semejante prejuicio: si sumamos esta tasa de respuesta a la que aparece citada en primer lugar, observaremos que prácticamente el 90% de los periodistas encuestados aceptan que su propio espíritu de superación le animó a convertirse también en blogueros.

A este respecto nos parece también muy ilustrativo citar que el 9,4% de los encuestados aduce razones de tipo exclusivamente profesional cuando responden al porqué de su decisión de crear un blog. Es decir, si sumamos quienes así responden al porcentaje de los que aducen razones de índoles personales o una combinación de ambas, observaremos como resultado un amplísimo número de periodistas cuyo espíritu innovador se refleja en que casi el cien por cien de ellos se engloba en la conjunción de esos tres factores. Un elevado número de casos que habla en términos positivos del

grado de compromiso con las nuevas tecnologías y las novedosas fronteras del periodismo que distingue a los profesionales de los diarios de Vocento.

Casi residual parece para las conclusiones de nuestra tesis citar un factor que aparece citado sólo en el 10,3% de los casos, pero que puede aportar algún matiz al estado de la cuestión: para ese porcentaje de profesionales, la razón de su ejercicio como blogueros radica en su curiosidad por las nuevas tecnologías. Todavía menos impacto tiene para nuestra investigación el detalle de los cinco casos de periodistas y blogueros agrupados bajo el porcentaje del 4,3% que detallan otras razones para justificar su actividad en la blogosfera: en algún caso, las respuestas recabadas se apartan del guión previsible y se vinculan con una especie de impulso personal muy íntimo para justificar la decisión de ingresar en la blogosfera. Algún redactor reconoce que su blog nace a partir de “un cierto ego”, como **Paco Huguet** (*Las Provincias*). Otra bloguera, **Rocío Gavira**, atribuye esa decisión a una cuestión de índole más profesional: alumbró un blog sobre sexo como temática toda vez que se trataba de un ámbito informativo que ya venía explorando como redactora. Se trata de las dos respuestas incluidas en el apartado ‘Otros’ que nos ha parecido relevante destacar: aunque hay alguna más, en realidad se trata de opiniones que podían haber figurado en cualquiera de los apartados ofrecidos como respuesta automática en la encuesta. También nos parece oportuno reseñar el caso de **Belén Martínez Zaporta**, quien aduce lo siguiente para justificar su estreno como bloguera en *Diario LA RIOJA*: “Disfruto con este espacio tan libre para escribir”-

Por el contrario, frente a la notable uniformidad que observamos en la explicación de la génesis de cada blog, los resultados de la encuesta detectan una amplia heterogeneidad cuando se pregunta por la razón de que se abandonara esa actividad. No hay un elemento que se desmarque claramente de las distintas opciones que se ofrecen como respuesta: de hecho, la contestación con mayor número de seguidores es el apartado denominado ‘Otro’, donde se agrupa el 63,3% de los encuestados, que merece una explicación aparte porque, en efecto, la elevada diversidad de respuestas refleja que en la decisión de abandonar el blog cada autor encuentra razones de tipo muy personal que, en algún caso, son también acumulativas: no existe, por lo tanto, una única razón. No encontramos un detonante que justifique en gran parte de los casos la renuncia a seguir en la blogosfera: se trata más bien de una suma de causas que analizaremos a continuación.

Nos ha parecido de interés para completar esta visión de una cuestión central para nuestra tesis detallar otro tipo de razones, de diversa índole, que algunos encuestados ofrecían y que se apartaban de las respuestas automáticas incluidas en la consulta. Debe en primer lugar anotarse que, en realidad, algunas de ellas podían haberse incluido en esos apartados, pero por motivos de tipo personal este grupo de periodistas prefería introducir su propia redacción para justificar su abandono. Hay blogueros que recalcan el carácter coyuntural de su experiencia, es decir, condenada a clausurarse una vez alcanzados los objetivos que perseguía ese frente informativo de marcados límites temporales, y quien recuerda que decidió abandonar su actividad una vez incorporado a otra sección del diario donde su quehacer como bloguero carecía del mismo sentido, así como quien atribuye su deserción a cuestiones de índole técnica. En realidad, la justificación generalizada, que se suma a quienes ya opinaban así de manera automática, es la misma: la falta de tiempo. Adornada esta razón con motivos de consideración hacia el lector: una especie de abandono porque no se pueden satisfacer las expectativas de la audiencia una vez constatada la falta de tiempo o de energía para dedicarle la atención que merece.

No obstante esta línea argumental mayoritaria, debe reseñarse también un grupo de causas asociadas a esta justificación. Así, algún bloguero se queja de la falta de remuneración, hay también quien recuerda que nuevas estrategias editoriales más ambiciosas (como la implantación del pago por contenidos en su diario) aconsejaban la eliminación de su blog, es decir, debido a un aumento en la carga de trabajo y en otros casos se detecta una interesante razón, que prueba más bien el éxito de los blogs: cuando se transforma en canal y por lo tanto se convierte en un elemento con una dimensión mayor en la oferta informativa de cada web. Un cambio de enfoque editorial que aparece entre las contestaciones de otros blogueros. **Rebeca Alonso** (*El Norte de Castilla*) admite que su motivo para abandonarlo fue sencillo: “Me empezó a interesar menos que otros temas”. Algo similar a lo que opina **Héctor Esteban** (*Las Provincias*): “Ya no tenía nada que contar”. Y una confesión más amarga, la de **Ester Requena** (*Sur*): “De vez en cuando daba malos ratos”. Una explicación que apunta hacia los contratiempos originados por la conversación con el lector, de los que hemos

encontrado referencias en las fuentes de autoridad abajo citadas, que en ciertos ejemplos provoca trastornos y que veremos con más detalle en otro apartado de este capítulo<sup>306</sup>.

Junto a esta suma de explicaciones que engloban el porcentaje más elevado de quienes responden a nuestra pregunta sobre la decisión de abandonar el blog, hay que consignar otro que se eleva al 36,7% y que, añadido al anterior, basta prácticamente para agrupar al conjunto de blogueros que decide abandonar esa actividad: son los que alegan que su desempeño en la blogosfera les exigía “demasiado tiempo”. No son demasiados periodistas (once en total), pero sí que representan una tasa significativa en ese apartado de nuestro estudio. Otros porcentajes, a nuestro juicio poco representativos por su escaso número, terminan de completar este apartado: hay un único caso donde se atribuye el abandono de la blogosfera a que tal ejercicio era contradictorio con su quehacer habitual en la redacción, un par de casos donde la respuesta obtenida es que a los encuestados su condición de blogueros no les reportaba satisfacciones profesionales, otros tres que respondieron lamentando la falta de estímulos personales y, finalmente, dos ejemplos de blogueros para quienes su actividad “no era bien valorada” dentro de su empresa y, en consecuencia, decidieron abandonar sus blogs.

### **10.3. Temática. Una profunda exploración de la blogosfera.**

La muestra que hemos recogido en este apartado de nuestra encuesta es de índole radicalmente diversa. Advirtiendo de modo preliminar que la agrupación de contenidos a veces resulta difícil de gestionar incluso para los propios autores (por ejemplo, blogs que parecen encuadrados a nuestro juicio en el ámbito genérico del periodismo ciudadano, se adscriben a otra etiqueta según la opinión de los periodistas que los gestionan) y que algunas categorizaciones disponen de fronteras imprecisas (qué

---

<sup>306</sup> MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, L. ‘La necesaria transparencia en las nuevas formas de participación de los usuarios en la red’, en [La ética y el derecho de la información en los tiempos del postperiodismo](#). En Fundación COSO, Valencia, 2007. Un artículo a nuestro juicio reseñable porque explora con inteligencia y lucidez el cambio bidireccional que debe seguir, en buena lógica deontológica, la conversación en la red. Obliga, a juicio de la autora, a preservar los valores nutrientes del periodismo tanto al emisor como a su audiencia. Sobre este particular, anotamos también el pertinente estudio del profesor FERNÁNDEZ AREAL, M. ‘El periodista ante la amenaza del postperiodismo’, en *Ibidem*

es un blog sobre televisión, por citar otro ejemplo: un caso de información cultural o de entretenimiento), el resultado de las opiniones recabadas permite corroborar la impresión detectada ya en el capítulo anterior. Esto es, la elevada y enriquecedora diversidad informativa que caracteriza a la blogosfera de los diarios de Vocento, un aspecto donde reside una de sus fortalezas.

En efecto, las respuestas de los periodistas y blogueros configuran un mapa donde se distribuyen de modo muy regular las temáticas abordadas. No hay un ámbito informativo que descuelle gravemente respecto a los demás; al contrario, tampoco percibimos que un área noticiosa quede marginada de las actividades de los redactores de Vocento cuando ingresan en la blogosfera. Así, las respuestas se reparten con gran sentido de la equidad entre las distintas opciones planteadas en la encuesta: entre el 12,8% de blogs dedicados a deporte que encabezan esta relación y el porcentaje del 6% que se destinan a la información social, aparece una horquilla donde las oscilaciones son escasas. El 6,8% responde que su blog es de naturaleza ciudadana, los que abordan parcelas como el ocio/entretenimiento, por una parte, y, por otra, la información política reciben el mismo porcentaje (el 11,1%) y sobresale, tal vez de manera sorprendente habida cuenta su racionado espacio en la agenda habitual de los medios informativos, el 12% de blogs culturales. Es decir, que esta actividad ocupa una atención más elevada en la blogosfera que en la producción informativa convencional: de hecho, veremos, para justificar este llamativo porcentaje, que algunos de los redactores consultados confirman que se decantaron por convertirse en blogueros precisamente ante la pérdida de relieve que detectaban en su quehacer habitual. Y también porque muchos de ellos canalizan sus inquietudes personales hacia ese ámbito, lo cual habla elogiosamente de su compromiso como profesionales.

Sólo el 2% de los encuestados, que incluye su blog dentro de la actividad informativa económica, rompe esa muestra que se disemina con una lógica muy uniforme hasta cubrir prácticamente todo el espectro noticioso. Y entre quienes (la mayoría: el 37,6% de los encuestados) se decantan por agrupar su blog en el apartado de ‘Otros’ espacios temáticos, nos encontramos con una notable densidad de frentes temáticos que nos parece relevante detallar, porque de sus respuestas se puede deducir que podrían haberse incluido en ese capítulo de imprecisa denominación temática que hemos agrupado bajo el epígrafe de información ‘ciudadana’; así, unos cuantos (once en concreto) se decantan por variadas fórmulas de denominación, la más precisa de las

cuales es la que llamaremos ‘genérica’, que otros autores bautizan más coloquialmente como “un poco de todo” o “variada”, o recurriendo a expresiones semejantes. Sería por lo tanto una mayoría de autores los que podríamos agrupar bajo esta nomenclatura, lo cual coincide con la idea expresada en el capítulo anterior, cuando analizábamos la conducta del conjunto de blogueros y adscribíamos su desempeño a una especie de articulista de opinión que encuentra su inspiración en el conjunto de frentes informativos. Una especie de miscelánea temática que ahora queda confirmada con las respuestas a nuestra encuesta.

Ocurre que en realidad el resto de contestaciones contribuye a fijar esa imagen diseminada del total de intereses que despiertan la curiosidad de estos periodistas consultados cuando se convierten en blogueros: un par de ellos se adscriben al ámbito de sucesos, otro par a tribunales y también por parejas encontramos a quienes se ocupan de ámbitos como la moda, la cocina, la ecología, la salud o los animales. Quienes abordan en sus blogs temas de carácter coyuntural en realidad están fijando el tema en ese momento preciso, en ese espacio concreto. No se trata tanto de temáticas como de objetos informativos, así que nos parecen irrelevantes para este capítulo de nuestro estudio, que se completa con la larga serie que forman el resto de respuestas, una especie de cajón de sastre que reseñamos a continuación: hay un único representante de blogs taurinos, de cocina (aunque hay otros casos similares que prefieren adscribirse a la etiqueta de ocio y entretenimiento), de motor y de fotos. Igual que un solo autor agrupa su temática como bloguero en el mundo del vino, otro de mujer, un tercero de viajes, un cuarto de tecnología y un quinto de música, aunque cabe reseñar que otros blogueros que también ejercen en el ámbito musical agrupan su desempeño en la casilla propuesta como ocio o entretenimiento. Un bloguero asegura que su temática se denomina “microficción” y otro habla de “pensamiento crítico”. Un bloguero alude a la temática de “intrahistoria”, otro, a la de “reflexiones cotidianas” y un tercero, como “personal”.

Unas respuestas que contribuyen a forjar el escenario temático de las actividades como blogueros del conjunto de redactores encuestados si le añadimos otro factor relevante: que la mayoría (el 50,4% de ellos) cubre en la blogosfera los mismos universos informativos que ya explora en su ocupación principal como periodistas. Un porcentaje al que, agregando las respuestas de quienes admiten que esta experiencia como bloguero tiene que ver “parcialmente” con su actividad diaria, se incrementa, hasta configurar un retrato robot muy preciso: más del 75% atienden en este ejercicio

las atribuciones propias de su quehacer profesional como redactores. Por el contrario, apenas llega a un 25% el número de los encuestados que aseguran que en su exploración de la blogosfera aprovechan para satisfacer cuestiones alejadas de su ejercicio periodístico. Y un leve 2,6%, incluido en el apartado de que hemos denominado ‘Otros’, lo constituyen quienes aportan matices poco significativos para nuestro propósito (en su mayoría, porque responden con una combinación de ambas propuestas), completa la radiografía de las parcelas informativas donde ejercen su labor los periodistas de Vocento.

#### **10.4. Periodista en la blogosfera. El quehacer como bloggers.**

Este apartado analiza la conducta del periodista una vez que se desempeña ya como bloguero. Es decir, rasgos tales como su fecundidad como articulista y el grado de actualización de sus respectivos blogs, los elementos de inspiración o su habilidad en el manejo de los atributos propios del periodismo digital, como el empleo de recursos propios de la multimedialidad (por ejemplo, la tendencia a acompañar sus textos con imágenes o vídeos, incorporados para dotar de comprensión total al relato o con una idea básicamente ilustrativa) o la propensión a la práctica del hipertexto<sup>307</sup>. Se trata, a nuestro juicio, de una contribución decisiva para configurar la radiografía de la blogosfera formada por los diarios de Vocento, por cuanto de las respuestas de los encuestados se deduce el grado exacto de sus aportaciones a ese universo todavía apenas explorado cuando muchos de ellos empezaron a ejercer como bloggers. También nos parece especialmente relevante por otro factor: porque ya hemos anotado la importancia decisiva que concede a semejante atributo buena parte de la comunidad

---

<sup>307</sup> MESO, K. Op. Cit. El profesor Meso recuerda que el término fue acuñado por el estudioso Theodor Nelson (“Por hipertexto entiendo escritura no secuencial, un texto que se divide y que permite al lector elegir”), situándose entre los teóricos que recomiendan su empleo, especialmente adecuado para la blogosfera. “Navegar en un hipertexto es diseñar un recorrido en una red que puede ser tan compleja como se quiera”, afirma. En su opinión, recurrir al hipertexto en ciberperiodismo “es una manera de presentar la información en la cual texto, sonido, imágenes y acciones están entrelazadas entre sí de forma se pueda pasar de una a otra en el orden en que se desee”.

científica<sup>308</sup> como elemento clave para describir esas prácticas profesionales como propias del ciberperiodismo. Sirva esta introducción para aclarar como primer dato relevante que nos encontramos ante periodistas muy prolíficos en la gestión de sus blogs, como podría fácilmente deducirse de las características propias de un oficio que exigen de quienes lo ejercen una cierta predisposición para la escritura. De hecho, algunos autores aseguran que actualizan sus blogs prácticamente cada día (el 6,8% responde afirmativamente), aunque la gran mayoría se sitúa entre quienes recurren a una frecuencia de una entrada (o más) por semana: así contesta el 49,6%. La periodicidad mensual es la elegida por el 6% de los encuestados, cifra que casi duplica la quincenal: ese es el caso del 11,1%. En el apartado de ‘Otros’, los periodistas que se decantan por esta opción en realidad en una gran parte eligen alguna de las que figuraban entre las que se ofrecían de modo automático, pero nos parece interesante aportar otros matices: por ejemplo, quienes recurren por su cuenta, alejándose de las respuestas que se proponían, a una imprecisa contestación del tipo “depende de temporadas”, fórmula que (más o menos, con una redacción muy parecida) eligen once de los consultados. Hay algún caso particular que merece la pena destacar en este apartado, el de quienes se resisten (como advertimos en otro apartado de este capítulo) a considerar cerrado su blog, y por lo tanto engloban sin mayores miramientos su frecuencia bajo la etiqueta de “falta de actualización”, o quienes son más precisos: “cada tres meses”, advierte **Nieves Bolado** (Diario Montañés), o “dieciocho entradas en siete años”, como precisa **Héctor Barbotta** al respecto de uno de sus blogs.

Respecto a sus fuentes de inspiración, los periodistas que hemos sondeado se proclaman autores de artículos que nacen exclusivamente para el blog: así responde el 64,1% de los blogueros, una idea que sirve para reforzar el estatus de robustez de una blogosfera pensada por lo tanto en su mayoría para satisfacer expectativas propias de la audiencia digital. Hay una minoría que se limita a volcar en su blog los artículos que

---

<sup>308</sup> DÍAZ NOCI, J. Op. Cit., p. 79. A las aportaciones de Meso añadimos también una esclarecedora recopilación de los avances históricos sobre el concepto de hipertexto, puesto que el profesor Díaz Noci rastrea sus antecedentes más allá incluso que las aportaciones fijadas por Nelson y recuerda las decisivas contribuciones de autores como Vannevar Bush, quien acuñó ese concepto en su fisonomía más o menos vigente todavía hoy, en la lejana fecha de 1945. Díaz Noci ofrece su propia visión de la noción de hipertexto, que define como “escritura no secuencial”. Una idea que desarrolla en estos términos: “La escritura tradicional es secuencial por dos razones. Primera, se deriva del discurso hablado, que es secuencial, y segunda, porque los libros están escritos para leerse de forma secuencia. (...) Sin embargo, las estructuras de las ideas no son secuenciales. Están interrelacionadas en múltiples direcciones. Y cuando escribimos, siempre tratamos de relacionar cosas de forma no secuencial”.



previamente publica en la edición de papel: es el caso de 12,8% de los consultados. Entre quienes no optan por una de estas vías, o prefieren matizar algo más sus respuestas, figura el 23,1% de periodistas encuestados: la inmensa mayoría de ellos confiesa que publican en sus blogs respectivos una mezcla de contenidos ideados expresamente para ese fin con otros que previamente han publicado en papel. En algún caso, se añade cierto matiz a esta pregunta: así, **Beatriz de Zúñiga** (*Las Provincias*) explica que en sus piezas predomina lo que llama “curiosidades, incoherencias y disparates de nuestra legislación”, propias de la temática judicial que aborda.

La extensión de cada artículo refleja un universo muy particular, donde no acertamos a establecer una pauta. Una idea que hemos ya ido observando durante el capítulo anterior y que puede resumirse recurriendo a ese porcentaje del 34,2% de encuestados, para quien la longitud de sus textos se puede describir, en efecto, bajo el ambiguo concepto de “variable”, porque oscila en función del tema elegido para cada artículo. Debe también reseñarse que ese mismo porcentaje de periodistas se decanta por recurrir a textos más bien cortos: así se conduce el 34,2% de los periodistas consultados, quienes abogan por artículos en el entorno de las 500 palabras. Hay asimismo quienes se decanta por largas piezas, de extensión superior a las 1.500 palabras, pero es una minoría: sólo el 6% de los encuestados. Un porcentaje que se multiplica casi por cuatro entre quienes optan por piezas más largas (superior su extensión a las 500 palabras) pero no tan exageradamente. Y anotamos también algunas respuestas más personalizadas: desde quien reconoce que progresivamente ha ido abandonando los textos más largos, aunque no detalla exactamente en qué términos se ha desarrollado esta evolución, o quien, como la mencionada redactora y bloguera **Belén Martínez Zaporta**, responde a esta cuestión con un inconcreto pero conciso “larga” cuando se le pide que mida la extensión de sus artículos.<sup>309</sup>

También relevante nos parece para este apartado de nuestro estudio conocer la capacidad de los encuestados para manejarse en el ámbito de las nuevas tecnologías.

---

<sup>309</sup> A este respecto no hemos encontrado demasiada uniformidad en las orientaciones que los expertos consultados para esta tesis ofrecen sobre la extensión más adecuada. La recomendación más repetida, que citan distintos autores como Paula GUZMÁN (<http://www.enredandoporlared.com/blog/>), proviene en realidad de las consignas emanadas desde el propio buscador Google, cuyos expertos aconsejan bloguear con entradas de unas 1.000 palabras, a las que debería añadirse al menos tres fotos y un vídeo. Pero se trata de una sugerencia destinada no tanto a satisfacer los objetivos del periodismo, que es el propósito de nuestras pesquisas, como a facilitar la indexación de esos contenidos en el buscador.

Aunque en la mayor parte de los casos esa exploración tiene carácter precoz, y se limita en la mayoría de blogs al uso de fotografías a manera de ilustración para los artículos (así responde en elevado porcentaje el 86,3% de los casos), debe anotarse que en este campo de adquisición de habilidades tecnológicas la respuesta permite concluir con una visión halagüeña del conjunto de la blogosfera de Vocento: un alto porcentaje de los periodistas recurren también a vídeos (el 51,3% de los encuestados así se pronuncia), hay también un significativo número de blogueros que emplean *gifs* animados (el 7,7%) y quienes, agrupados en el apartado de otros, añaden algunos otros recursos: por ejemplo, **Luis Alfonso Gámez** (*El Correo*) añade que suele emplear audios y **Marcos Ripalda** (*Hoy*), que utiliza ilustraciones. **Javier F. Barrera** (*Ideal*) agrega por su parte el empleo de mapas, mientras que **Jesús Serrera** (*Diario Montañés*) recuerda que a veces se apoya en viñetas de género humorístico, práctica que también anota **Héctor Barbotta** (*Sur*) en alguno de sus blogs.

Por el contrario, entre los periodistas consultados un escaso porcentaje explica que nunca se apoya en este tipo de recursos audiovisuales: así lo afirma el 8,5% de los encuestados. Se trata, como puede deducirse, de aquellos que se limitan a publicar en digital lo que antes entregaron a la imprenta o de quienes sitúan su proyecto en la blogosfera dentro de los márgenes de ese tipo de articulista de opinión, tan propio de la fase analógica del periodismo, que en realidad también ejerce como tal en sus andanzas en la blogosfera. Un retrato robot que se completa atendiendo a la frecuencia con que los encuestados aseguran que recurren a este tipo de elementos. Una amplia mayoría (el 64,1%) afirma que los emplea siempre para sus entradas, hábito que hace suyo sólo a veces el 26,5% de los consultados.

En este punto, debemos tener en cuenta otro elemento que ayuda a interpretar los resultados de este capítulo, al que ya aludimos con anterioridad. Nos referimos a la producción científica formada por todos aquellos autores que subrayan, como ya recogimos en el capítulo dedicado a explorar el universo teórico de la blogosfera, que un blog sólo puede ser entendido como tal si quienes los gestionan recurren de manera sistemática a hiperenlaces. Es decir, que su ejercicio como blogueros, a juicio de esta parte de las fuentes de autoridad consultadas, se debería caracterizar por construir esa malla que suelen tender al infinito a medida que unos blogs se alimentan de otros y

también de los enlaces que les anteceden<sup>310</sup>; sobre este particular, la respuesta de los encuestados parece tranquilizadora: entre quienes aseguran que “siempre” enlazan a otras webs y quienes aceptan que “a veces” incluyen este hábito en la blogosfera, resulta una cifra superior al 80% de los encuestados. Se trata de una práctica que, por el contrario, es ajena al desempeño como blogueros del 18% de los periodistas consultados. En algún caso, el encuestado alega los problemas técnicos que ha hallado en su blog cuando ha recurrido a esta práctica para justificar que acabara desistiendo de proseguir con ella<sup>311</sup>.

Concluimos este apéndice con las respuestas recabadas respecto a una cuestión central, que merecerá más adelante un análisis más detallado: cómo se comporta, respecto a su perfil profesional, el periodista transformado también en bloguero. Es decir, cómo afecta a su estilo y sus exigencias informativas la adecuación de sus atributos profesionales a las peculiaridades de la blogosfera. ¿Es más riguroso en su quehacer destinado al papel, más libre? La respuesta parecía obvia: aunque el 36,8% de los consultados asegura que en este ámbito su estilo es igual de riguroso que en su desempeño habitual, esta contestación puede ser compatible con quienes también aceptan que gozan de mayores libertades estilísticas. La opinión más extendida entre los periodistas/blogueros es que, en un porcentaje del 44,4%, su tono es también “más desenfadado” que cuando escribe para la versión de papel de su diario. Hay quienes

---

<sup>310</sup> ESTALELLA, A. Op. cit. Como hemos apuntado en capítulos anteriores, sus estudios provienen del área de conocimiento de la Antropología, pero resultan pertinentes porque indagan en torno al concepto de hipertextualidad, tan caro a la blogosfera. De sus conclusiones sobre el concepto de ‘trackback’ puede establecerse que el blog se convierte en una especie de médium para que, generando una completa malla a su alrededor, nazca una hiperconversación que se alimenta de la generada en las redes sociales. Una idea que desarrolla desde un canon diferente, propio de la historia de la lengua en que está adiestrado, el profesor inglés LANDOW, G. P. en *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona, Paidós, 1995, obra recogida en su propia publicación por el profesor Koldo Meso (Op. Cit). Sobre este particular nos ha parecido igualmente acertado incorporar la visión que ofrece el ensayista LASZLO-BARBIASI, A. en un ensayo datado en el año 2002: ‘Linked, the new science of networks’.

<sup>311</sup> NOGUERA. J.M. Op cit. pp. 46-47. Nos parece conveniente en este punto recordar las aportaciones recogidas por el autor español en su ensayo ‘Una mirada atrás: rasgos y reflexiones para decidir qué es un weblog’, puesto que incorpora las opiniones de unos cuantos expertos sobre la necesaria incorporación de enlaces para que las maniobras en la blogosfera puedan considerarse como, efectivamente, propias del periodismo digital y no la mera traslación a este ámbito de prácticas inherentes al periodismo analógico. En su obra, Noguera cita expresamente a James Garrett, pionero en el hábito de construir su blogs mediante enlaces, y a Rebeca Blood, cuyas palabras recogemos a continuación: “The link is fundamental attribute of the web, and it’s the single most important thing that distinguishes weblogging from traditional forms of publishing”.

optan por una respuesta más tibia, como un par de blogueros que emiten un escueto “depende” cuando se les pregunta si se sienten más o menos libres como blogueros que cuando ejercen en el periodismo analógico. Para otra bloguera consultada, **Belén Martínez Zaporta**, su desempeño en este ámbito mezcla el rigor propio del periodismo con “un lenguaje más directo”. Y **Marta Palacios** concluye con una advertencia: puesto que en ambos territorios informativos se ocupa de la llamada “crónica social”, no encuentra grandes diferencias entre las dos tareas.<sup>312</sup>

A este respecto, nos parece pertinente incorporar algunas orientaciones teóricas que concuerdan con el universo resultante de la constatación empírica fruto de la encuesta que manejamos. Es decir, a las opiniones recabadas entre los actores de esta parcela informativa se debe añadir alguna aportación académica que viaja en esa misma dirección y nos ayuda por lo tanto a establecer un nuevo modelo de comunicación, el propio de la blogosfera, donde en efecto encontramos un ejercicio más libre de la profesión. Autores como el estadounidense Paul Grabowicz ya dibujaron en el lejano año 2003 la semilla de esta idea cuando sentaron las bases del renovado quehacer profesional: el estilo del periodista, advertía el periodista californiano, se caracterizaba en los medios digitales por una mayor libertad, “que invita al lector a participar”. Un atributo que hemos observado ampliamente en nuestro estudio al que dedicamos el capítulo anterior, indagando en torno a los contenidos de la blogosfera de Vocento, donde hallamos numerosas muestras de ese tono desenfadado propio del buen periodista que ingresa en este nuevo territorio. La opinión de Grabowicz nos parece especialmente significativa por cuanto se trata de un profesional procedente de la vieja escuela, que adaptó su mentalidad al cambio de paradigma mediático y dejó variados artículos donde sus enseñanzas todavía nos iluminan. Por ejemplo, mediante sus contribuciones a fijar una especie de nueva objetividad en el relato periodístico, consecuencia a su juicio de ese renovado papel que juega el ciberperiodista. Grabowicz reclamaba a sus colegas de profesión en esta hora cambiante “más transparencia” en la práctica de su oficio, sino que semejante exigencia debiera poner en peligro los atributos clásicos: honestidad,

---

<sup>312</sup> GRIJELMO, A. *El estilo del periodista*, Madrid, Taurus, 2001. Para situar en un contexto académico pertinente el debate sobre este particular, nos ha parecido recomendable citar este ensayo que recopila buen parte de la producción científica al respecto, desde un punto de vista genérico, es decir, ajeno a las particularidades del ciberperiodismo.

integridad, exactitud, sentido de la justicia y el resto de características inherentes al periodismo a lo largo del tiempo.<sup>313</sup>

Finalmente, nos ha parecido igualmente significativo incluir en este apartado una pregunta respecto a un aspecto del que se ocupa la literatura científica asociada a los blogs en su vertiente periodística: a qué género se deben adscribir, una preocupación que conecta con las aportaciones de cierta literatura científica en torno hacia las nuevas propuestas de clasificación de los géneros periodísticos<sup>314</sup>. Sobre este particular se han pronunciado, por ejemplo, el profesor Díaz Noci<sup>315</sup> (con una ponencia del año 2004 donde señala que “estamos frente a un nuevo medio, y por tanto el canal obliga a adaptar la producción informativa a las características del mismo) o la experta Sonia Fernández Parrat, quien recuerda el principio canónico de los padres fundadores de la prensa anglosajona según el cual “facts are sacred, comments are free”, la legendaria sentencia atribuida a Charles P. Scott, director del *Manchester Guardian*, quien la dejó escrita en 1923. La autora cita a especialistas como José Francisco Sánchez y Fernando López Pan para reclamar la posibilidad de fijar, en esta nueva categorización que propone, un género llamado ‘de autor’, caracterizado por “la transmisión de un modo personal, reflejado en géneros como columnas y colaboraciones”.

Como se puede deducir, nos encontramos ante una idea muy conectada con la propia experiencia de gran parte de los autores consultados para nuestra tesis, que abunda en la expresión mestiza del blog como género periodístico, por cuanto sus

---

<sup>313</sup> GRABOWICZ, P. ‘Weblogs bring journalist into a larger community’, Nieman Reports: Weblogs and journalism, Vol. 57. Número 3. The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University, 2003.

<sup>314</sup> GOMIS, L. *Teoría de los géneros periodísticos*. Barcelona, Paidós, 1989. La bibliografía sobre este particular es tan abundante como heterogénea. En este volumen hemos encontrado una teoría que nos permite conducir nuestra investigación desde la norma aplicada a la prensa tradicional, derivándola hacia los nuevos medios. A sus propuestas añadimos otras que nos han parecido también interesantes: la primera, ‘Géneros periodísticos’, de MARTÍN VIVALDI, G. (Madrid, Paraninfo, 1998) y una tesis sobre esta misma cuestión, cuya autora es MARTÍNEZ-COSTA, M.P., defendida para la obtención del grado de Master of Arts en Periodismo ante la Universidad de Navarra en 1989: ‘Actualización de las teorías de los géneros periodísticos desde las aportaciones de las categorías literarias’.

<sup>315</sup> DÍAZ NOCI, J. ‘Los géneros ciberperiodísticos. Una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología’, en *II Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital*, Santiago de Compostela, 2004. <http://www.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/generos.pdf>, consultado en octubre del 2015

fronteras son a menudo imprecisas<sup>316</sup>. Una teoría que los mencionados Sánchez y López desarrollan mediante la propuesta de incluir el blog en una especie de híbrido, que definen como ‘periodismo especializado’, donde tengan cabida experiencias que integran, por ejemplo, la crítica y la llamada “crónica especializada”.<sup>317</sup>

Aunque numerosos autores que hemos citado en capítulos anteriores y otros cuyas aportaciones iluminan este particular incluyen el blog en el espacio de la opinión<sup>318</sup>, resultaba muy ilustrativo saber qué opinión tienen de su propio ejercicio en la blogosfera los propios periodistas consultados, por cuanto nos parecía que podían aclarar el debate planteado por aquellos otros expertos que alertan del carácter híbrido del blog al servicio del periodismo: son esos autores que se decantan por situar el ejercicio de los periodistas como blogueros en el difuso universo del género llamado crónica<sup>319</sup>. Y, como parecía predecible, una enorme mayoría (el 64,1%) de los consultados se inscribe dentro del llamado periodismo de opinión. Un género fronterizo con otro que hemos denominado ‘dietario’, eso es, el blog entendido como una suerte de diario donde en efecto se aporta una opinión de índole personal pero que tiene una trascendencia tal vez superior, una cierta vocación de autor que trasciende los límites

---

<sup>316</sup> FERNÁNDEZ PARRAT, S. ‘El debate en torno a los géneros periodísticos en la prensa: nuevas propuestas de clasificación’. *ZER, Revista de Comunicación*, Número 11. Universidad del País Vasco. 2001. La autora cita también otra aportación, fruto de las investigaciones de la experta argentina Ana Torresi, según la cual debe advertirse que en un paradigma tan cambiante como el generado por los nuevos medios digitales las viejas clasificaciones deberían tender a ser puestas en entredicho, por la aparición de cierta propensión a “contaminarse” unos géneros con otros: a juicio de Torresi, “los cambios técnicos hacen que tengan que plantearse las categorías tradicionales”.

<sup>317</sup> A este respecto nos ha parecido igualmente ilustrativa la aportación del profesor José Ignacio Armentia, que ya en una fecha muy precoz (el año 2000) se ocupó de indagar en torno a este particular en el conjunto de la prensa digital. Ver ARMENTIA, J.I. *et al*, ‘Los géneros y la prensa digital’, en *Estudios de Periodística IX, El periodismo en la era multimedia*. VI Congreso de la Sociedad Española de Periodística, Madrid, SEP, 2000

<sup>318</sup> SALAVERRÍA, R. Sobre esta cuestión recordamos su artículo ‘El estilo del blog periodístico: usos redaccionales en diez bitácoras de información general’, mencionado con anterioridad, donde se recoge una completa visión al respecto.

<sup>319</sup> RENGEL, I. ‘La utilización periodística y la integración del formato blog en diarios digitales europeos tradicionales’. *Athenea Digital*, número 8. Revista de la Universitat Oberta de Catalunya. 2005. Una opinión que también comparte la profesora Natividad Abril, para quien por sus características el blog puede muy bien situarse en la tradición propia de este género, entendida la crónica como “el relato enjuiciado de los hechos que se narran”, haciendo de esta manera suya la definición canónica de Martín Vivaldi. A lo cual Abril añade una serie de atributos, propios en su opinión de la crónica, que emparentan su esencia con las particularidades del blog: a su entender, la crónica no debe ser una maniobra ajena a la información. Debe estar relacionada con la noticia, insiste Abril, aunque sólo sea como detonante.

del periodismo sólo puramente opinativo<sup>320</sup>. En este epígrafe se sitúa un menguado porcentaje de encuestados, sólo el 3,4%; más elevado es el de quienes opinan que su blog debe incluirse dentro del género que consideramos reportaje (el 26,5%) o el de quienes sitúan sus artículos como integrantes del género de la crónica (23,1%); como resulta igualmente amplio el porcentaje de quienes optan por el epígrafe de otras respuestas cuando tienen que pronunciarse sobre este particular, nos ha parecido conveniente reseñar aquí sus contestaciones.

Se trata, en realidad, de variaciones casi semánticas sobre alguna de las respuestas ofrecidas en el planteamiento inicial de la encuesta, que sin embargo algunos autores prefieren matizar: en lugar de dietario, por ejemplo, se propone la expresión “diario de campo”, en el caso de **Luismi Cámara** (*Diario LA RIOJA*). Y otros blogueros abogan por incluir su quehacer bajo el epígrafe de “actualidad”, una idea que puede ser similar a la propuesta por otro encuestado: “Informativo”. En tres casos obtenemos como respuesta el género “análisis” y en otro, el de “crítica”. Más inconcretas son otras contestaciones: la de un bloguero que responde cuando se le pregunta por el género al que se siente adscrito el indeterminado concepto “de todo un poco”, de parecida estirpe al de quien responde “todos” o a esta otra contestación, difícil de adscribir en una etiqueta concreta: para **Beatriz de Zúñiga** (Las Provincias), el género de su blog sería “interpretativo, con humor y opinión basado en la rigurosidad”. Hay un par de casos curiosos: blogs considerados por sus autores como incluidos dentro del género “fotonoticia”, una consideración muy pertinente a la vista de que, en efecto, sus entradas se destinaban a comentar con mayor o menor extensión la fotografía que las inspiraba. Y un caso curioso que merece la pena destacar: **María de Álvaro** (*El Comercio*) incluye su experiencia dentro del género de opinión, pero también incorpora a veces microrrelatos. Un género que puebla por completo otro de los blogs analizados, una rareza dentro de la blogosfera de Vocento como ya advertimos en el capítulo anterior: ya hemos registrado que **Marcos Ripalda** sólo publica en su blog un tipo de pieza que denomina “cuento breve ilustrado”, lo cual enlaza con algunas de las

---

<sup>320</sup> HERRERA, D. Op. Cit. p. 68. En su estudio ya mencionado, este autor se decanta también por agrupar bajo la consideración de ‘blogs de autor’ aquellos tutelados por periodistas en sus respectivos medios de comunicación. Una categorización que no impide, a su vez, otra adscripción más concreta: a su juicio, las bitácoras periodísticas “son un formato especialmente propicio para los géneros de opinión”, un dictamen reflejado ya en otros autores que Herrera cita expresamente, como LARRONDO, A. o SÁNCHEZ CALERO, M.L. que nosotros también recogemos en la bibliografía aportada para nuestra tesis.

conclusiones establecidas por las fuentes de autoridad que hemos consultado, donde percibimos una tendencia a asociar el ejercicio de bloguero con experiencias de tipo más bien personal, de carácter casi íntimo, por más que las ejecute un periodista en el ejercicio de sus tareas y, en consecuencia, con trascendencia pública.<sup>321</sup> En esta línea argumental nos parece significativo recordar que el experto José Cervera ya alertaba en el temprano año del 2004 de que este tipo de prácticas colonizaban la blogosfera norteamericana: la mayoría de los blogueros consultados en la encuesta del Pew Internet confesaba que su vida personal le servía como eje temático preferente.<sup>322</sup>

## 10.5. La conversación con la audiencia

Durante nuestra investigación, especialmente en el capítulo anterior, hemos procurado fijar el canon del periodismo digital mediante una serie de atributos que remiten a una idea original, casi fundacional, del periodismo sin adjetivos, a partir de la fenomenología depositada en una de sus vertientes: la posibilidad, real y en efecto exprimida por parte de sus protagonistas, de entablar una conexión más directa con la audiencia<sup>323</sup>. El viejo objetivo de un medio de comunicación de convertirse en la voz de quienes no la tienen (como ya anotábamos a propósito de esta cuestión en el capítulo inicial, cuando citamos la esclarecedora aportación al respecto del experto Óscar

---

<sup>321</sup> MANCHÓN, E. 'Entrevista a José Cervera. Weblogs e internet en España'. Consultado en enero del 2015. [http://www.alzado.org/articulo.php?id\\_art=365](http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=365), Alzado.org. 3 de octubre del 2004. El artículo contiene una visión francamente genuina en torno al género del blog, que enlaza con las opiniones recogidas durante nuestra encuesta y que parece por lo tanto relevante citar aquí: "Para mí", dice Cervera, "el weblog es el hijo no reconocido de la columna de opinión y la revista de prensa; a veces más columna y a veces más revista, pero idealmente tiene un poco de los dos (...) Una bitácora es sobre todo un filtro con personalidad; una visión de internet expresada en la selección de enlaces y en su comentario".

<sup>322</sup> CERVERA, P. en CEREZO, J.M. (director), Op. Cit. Donde el autor desarrolla su teoría, basada en el estudio mencionado, al respecto de la trayectoria que distingue a numerosos periodistas que ingresan en la blogosfera.

<sup>323</sup> RUTIGLIANO, L. 'When the audience is the producer. The art of the collaborative weblog'. *Comunicación en el quinto Simposio Internacional de Periodismo Online*. Escuela de Periodismo de la Universidad de Texas, 2004. El autor explora, a nuestro juicio con extrema lucidez, cómo en efecto la conversación con el público abre un nuevo territorio para la praxis periodística de manera que ese diálogo completa el mensaje inicial y genera un flamante espacio de colaboración, que no sólo contribuye al puro ejercicio del periodismo para mejorarlo sino que configura una comunidad de intereses compartidos, germen de una opinión pública más libre y responsable.



Espiritusanto)<sup>324</sup> cristaliza en el ciberperiodismo gracias a las herramientas que ofrecen las nuevas tecnologías; de modo que establecer un diálogo verdadero, pertinaz y fecundo con el público deja de ser una pretensión vana y se convierte en realidad. Se trata de una conversación no exenta de peligros, como advierten distintos teóricos cuyas aportaciones engrosaron capítulos anteriores de esta tesis<sup>325</sup>, consecuencia de la irrupción de nuevos actores en un escenario hasta ahora monopolizado por el periodista, cuya autoridad pasa a cuestionarse (véase las advertencias recogidas en su estudio para la Fundación Telefónica por el periodista Quim Gil)<sup>326</sup> y como observaremos a partir de las opiniones de los periodistas encuestados a lo largo de este apartado. Pero también resulta gratificante. Además, sirve para establecer un mecanismo de retroalimentación decisivo para configurar un nuevo paradigma, donde los antiguos roles de emisor y receptor se difuminan<sup>327</sup>.

Entre las posibilidades que el periodismo digital concede a quienes lo practican a través de la blogosfera figura, precisamente, la construcción de una conversación genuina con el público, sin apenas mediaciones y con enormes posibilidades de extensión. Porque se ejecuta tanto a través del canal que se materializa en el propio blog como mediante la difusión de los contenidos del mismo en las redes sociales, Facebook y Twitter señaladamente, como confirman los periodistas consultados. Nos hallamos ante dos territorios casi vírgenes, prácticamente inexplorados, donde el periodismo construye un nuevo modelo de comunicación y se traslada hacia una nueva frontera. Hacia sus propias raíces, como nos alertan las distintas fuentes de autoridad recopiladas

---

<sup>324</sup> ESPIRITUSANTO, O. Op. cit. De nuevo mencionamos sus aportaciones en torno al auge del periodismo ciudadano que suele acompañar las exploraciones de la ciberesfera porque orientan alguno de los rasgos distintivos de los periodistas analizados en este capítulo.

<sup>325</sup> ROJAS, O., ALONSO, J., ANTÚNEZ, J.L., ORIHUELA, J.L., y VARELA, J. op.cit. Donde desarrollan con precisión el enriquecimiento del paradigma de la comunicación, respecto al antiguo modelo analógico, consecuencia precisamente del nuevo tipo de conversación fijada entre emisor y receptor.

<sup>326</sup> GIL, Q. Op. cit. “Un metamedio requiere metainformación”, subraya en su artículo citado ya en capítulos anteriores, que guarda pertinencia recordar en este momento a propósito del desempeño en la blogosfera de los periodistas encuestados. “Esta metainformación”, sugiere el autor a los profesionales que ejercen también su quehacer en la blogosfera, “permitirá también personalizar contenidos dirigidos de forma personalizada a individuos o colectivos”.

<sup>327</sup> RENGEL, I. Op. cit. De nuevo resulta oportuno destacar algunas de sus reflexiones incluidas en la publicación antes mencionada.

para este capítulo<sup>328</sup>, y que evidencian la progresiva migración de la conversación con los lectores, propia del momento fundacional del ciberperiodismo hacia territorios emergentes. Una tendencia observada por autores como Juan Varela, cuando destacaba el carácter eminentemente “social” de los nuevos medios<sup>329</sup>, compartida curiosamente por autores que proceden no tanto del ámbito académico (aunque también, como en el caso del doctor José Manuel Noguera<sup>330</sup>) como de su experiencia en el mundo de la empresa: nos ha resultado por esta razón interesante, aunque pueda parecer ajena al universo teórico de nuestra tesis, la idea expresada por el emprendedor Jesús Encinar, exitoso creador de la web *Idealista.com*, quien incluye en su blog una sentencia concluyente: “Las conversaciones se mudan a Facebook y Twitter”. Lo pertinente de este dictamen tiene bastante que ver con la fecha en que lo pronuncia: el año 2009<sup>331</sup>.

Una polifonía de opiniones (como la expresada por la doctora Fátima Martínez en su memoria de doctorado para la Universidad Complutense)<sup>332</sup> que sirve para establecer el marco teórico donde se desarrolla la actividad de los profesionales encuestados para nuestra tesis. Cuya opinión coincidente avala la idea de aquel diálogo que los más veteranos en esta estirpe de periodistas y blogueros mantenían con sus

---

<sup>328</sup> A este respecto nos parece significativo destacar el artículo <https://www.xataka.com/especiales/la-transformacion-de-los-comentarios-en-medios-online-la-conversacion-evolucionaa#search>, (consultado en enero del 2017), cuyo autor, Xabier Pastor, alerta de cómo, ya en el otoño del 2015, “varios medios estadounidenses” habían ido “sumándose a una tendencia singular: la de cerrar sus secciones de comentarios”. Cita entre los medios que apuestan por redirigir la conversación a las redes sociales una prestigiosa relación, formada por *Popular Science*, *The Chicago Sun-Times*, *Reuters*, *Re/code*, *The Week*, *Mic*, *Bloomberg*, *The Verge* (parcialmente), *The Daily Dot*, *The Daily Beast* y *Motherboard*”. Pastor, un experto adiestrado no en el terreno de los medios de comunicación, sino en el ámbito del marketing de contenidos y la tecnología, detecta que esa decisión “plantea más que nunca el debate sobre la validez de los comentarios”.

<sup>329</sup> VARELA, J. ‘El asalto a los medios sociales’, *Cuadernos de Periodistas* (APM), Madrid, 2005. Una idea que alimenta también en otros artículos como ‘El periodista como red social’, publicado en el 2009 y disponible en <http://periodistas21.blogspot.com.es/2009/03/el---periodista---como---red---social.html> (consultado en diciembre del 2015).

<sup>330</sup> NOGUERA, J.M. ‘Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook’, en [http://www.revistalatinacs.org/10/art/891\\_UCAM/13\\_JM\\_Noguera.html](http://www.revistalatinacs.org/10/art/891_UCAM/13_JM_Noguera.html) 2010, consultado en septiembre del 2016. Nos parece reseñable otro artículo del mismo autor, sobre el estudio del impacto de las redes sociales en el ciberperiodismo: ‘Cibermedios nacionales y fuentes RSS: una oportunidad por descubrir’, un artículo publicado en el año 2006, cuando el auge de las redes aún no se intuía, ni su fructífera conexión con el ciberperiodismo (ver <http://septimo.congresoperiodismo.com/Analisis%20y%20propuestas%20en%20torno%20a%20periodismo%20digital.pdf> Consultado en octubre del 2016

<sup>331</sup> ENCINAR, J. <http://www.jesusencinar.com/2009/08/las-conversaciones-de-los-blogs-se-mudan-a-las-redes-sociales.html> 2009, consultado en diciembre del 2016.

<sup>332</sup> GUTIÉRREZ, F. *Los nuevos medios y el periodismo de redes sociales*. Madrid, Universidad Complutense. 2013.

lectores se ha ido trasladando desde el territorio de sus bitácoras al emergente escenario propiciado por el efecto que generan sus entradas en las mencionadas redes sociales. De hecho, sólo una minoría (un porcentaje casi irrelevante del 6,8%) excluye publicar sus artículos en redes sociales, práctica que por el contrario sí hacen suya casi el 90% de los encuestados: un resultado que nace de la suma entre quienes aseguran que siempre las publican y quienes las publican ocasionalmente. El 88% de los consultados recurre para ese propósito a Twitter y el 74,4% a Facebook. Un 11,1% añade otra red social menos periodística (más de índole profesional), LinkedIn. Y un 16,2% añade nuevas opciones que nos parece oportuno registrar: aunque es cierto que un grupo de encuestados aprovecha este capítulo de ‘Otros’ para responder que no recurre a ninguna red social o que simplemente carece de perfil en cualquiera de las mencionadas, también hay quien reconoce que se apoya para difundir sus entradas en Google Plus (seis casos) e Instagram (en cinco casos). Un bloguero asegura que también utiliza Pinterest y otro, Bebee. Entre quienes así contestan, hay un elevado porcentaje de blogueros que inscriben su experiencia en terrenos informativos muy asociados al mundo de la imagen (como los blogs de moda y similares), que aconsejan el empleo de redes sociales donde la potencia visual resulta un elemento clave.

Como observamos, se trata de una predisposición generalizada entre los blogueros que hemos ido analizando que se deduce con naturalidad de un dato central: que su apuesta por dialogar con los lectores distingue a la gran mayoría de los casos que han respondido a la encuesta. Hasta el 85,5% se eleva el porcentaje de quienes disfrutan de esa conversación, mientras que no por casualidad el porcentaje de quienes nunca reciben comentarios a sus artículos coincide matemáticamente con el mismo antes reseñado, que engloba a los blogueros que no publican sus piezas en redes sociales. Hay también un 7,7% de encuestados que reclama alguna matización a estos datos generales. Porque, en general, observamos un dato que favorece una idea optimista del desempeño profesional de los periodistas en la blogosfera: frente a los prejuicios imperantes, debe registrarse el muy elocuente dato de que el 81,2% de los consultados consideran que la conversación que establece con su público ayuda e incentivarle en su desempeño profesional. Ninguno de los periodistas que han respondido a la encuesta admite que esta conversación represente una molestia, a pesar de que luego analizaremos que en algunos casos sí que se producen contratiempos. No alcanzan, por lo tanto, la dimensión necesaria para convertirse en un problema que impida la visión satisfactoria que los

encuestados tienen de su experiencia en la blogosfera. De hecho, otro alto porcentaje de los periodistas/blogueros responde que del diálogo con su público ha conseguido extraer incluso información básica para su ejercicio profesional.

Una idea que, por el contrario, no comparte el 29,1% de los consultados y que se traduce en otro dato relevante obtenido de nuestra encuesta: son mayoría los periodistas que nunca han tenido que bloquear comentarios de sus corresponsales en el blog. Una práctica a la que sí han debido recurrir, por el contrario, el 25,6%. Cuando se les reclama alguna información adicional respecto a esta medida que en algún momento tuvieron que adoptar, los periodistas encuestados coinciden mayoritariamente en un argumento central que justifica su veto: los insultos. Los insultos proferidos desde el anonimato, que en ciertos casos no afectaba tan sólo al autor del blog, sino a terceras personas a quienes mencionaba en sus artículos o incluso a otras que ni siquiera aparecían citadas. Si a ese capítulo de insultos se añaden los comentarios injuriosos que aseguran haber sufrido o esa figura que otro autor califica de “incongruencias”, término fronterizo con estos otros dos conceptos, prácticamente queda configurado el mapa completo de respuestas a nuestra pregunta, simplemente con añadir algún otro caso en que la necesidad de bloquear comentarios tenía que ver con práctica pseudodelictivas de quienes aprovechan la blogosfera para publicidad encubierta o para el lanzamiento de correo basura.

Nos parece significativo citar también una contestación: la de quien veta comentarios “de mal gusto o supuestamente delictivos” pero acepta, con sobresaliente sentido de la deportividad, las opiniones críticas y tolera “incluso los que me insultan a mí”. La conclusión de que, en consecuencia, el tipo de diálogo entablado con la audiencia resulta no sólo más o menos limpio sino gratificante e incentivador para los periodistas consultados queda corroborado por la inmensa mayoría que nunca ha tenido que denunciar uno de estos comentarios: sólo seis de los 118 blogueros encuestados admite que alguna vez se vio obligado a dar semejante paso. Se trata, según su propio testimonio aportado a nuestro sondeo, de casos en que se registraron comentarios xenófobos hacia el autor del blog o la creación de un perfil falso en una cuenta de Twitter, por mencionar dos muy llamativos. Hay quien también recuerda que su denuncia llegó incluso al paso previo de identificar la ip desde donde se envió ese mensaje: esto es, el conocido como ‘internet protocol’ por sus iniciales en inglés, el número que identifica un dispositivo en una red. También nos parece interesante aportar

en este punto el testimonio de **Leticia Mena** (*Diario Montañés*), quien recuerda que en su quehacer como bloguera tropezó con un corresponsal especialmente virulento en sus comentarios, que llegó a crearse un perfil falso en Twitter.

Prueba asimismo de que el diálogo construido con sus lectores se mantiene por lo general dentro de los límites de una respetuosa conversación es un dato relevante: sólo el 16,2% de los encuestados considera “desagradable” alguna de las conversaciones que ha mantenido en su experiencia como bloguero con sus receptores. Y la razón que justifica esa opinión tiene que ver, desde luego, con la aparición de insultos durante la conversación, en la línea de lo anteriormente analizado, pero también con contingencias propias de todo diálogo: hay autores que justifican su rechazo a ciertos comentarios porque sus lectores demuestran “que no se han leído” sus artículos, otros que se sienten defraudados por la carga de agresividad que detectan en su audiencia y quienes, blogueros especializados en el ámbito de la información deportiva, encajan con sentido también de deportividad estos contratiempos: “El fútbol levanta pasiones”, acepta uno de ellos. Sí nos ha llamado la atención en este aspecto una contestación: la de un bloguero a quien no le ofendían tanto los insultos que pudiera recibir de sus lectores como las mentiras que detectaba en algunos comentarios. Y otro aspecto coincidente en algunas respuestas: que, a su juicio, los lectores que se comportan de esa manera que juzgan “desagradable” lo hacen, según estos encuestados, movidos por prejuicios hacia el periódico donde firman sus artículos. Una idea que siempre había estado sobrevolando el ejercicio de la profesión en este tipo de diarios tan enraizados en la vida local y regional de sus territorios que, a partir de estas experiencias en el universo digital, quedan probadas por la vía de los hechos. Dejan de ser meras sospechas.

De modo que para las conclusiones de nuestra tesis, nos parece de notable trascendencia consignar cómo la construcción de una comunidad de intereses compartida con sus lectores, a partir del desempeño como blogueros de periodistas de las distintas redacciones analizadas, fructifica en efecto en un diálogo fértil, frecuente y satisfactorio, que no carece por supuesto de contraindicaciones. Debe además anotarse, como ya advertíamos, que con el paso del tiempo, a medida que los blogueros han derivado su conversación con el público al ámbito de las redes sociales donde se apoyan para difundir sus artículos, los comentarios dejados en exclusiva en su blog decaen. “Cuando tenía el blog”, reconoce **Ester Requena** (*Sur*), “no había tanto boom de las redes”, un juicio que pueden hacer suyo el resto de los periodistas consultados. De

hecho, veremos cómo triunfa la conclusión (así lo afirma el 59,8% de los consultados) de que ese diálogo se desarrolla ahora por el cauce de las redes sociales. El 63,2% admite que hoy esa conversación ya es más activa que en su bitácora, aunque hay algún caso aislado donde se anota que se trata de un diálogo similar al que establece en el propio blog y otros ejemplos, más numerosos, donde se obtiene como respuesta que en realidad esa conversación no es mayor ni menor: simplemente no existe puesto que sus protagonistas carecen de perfil en dichas redes.

Incluso encontramos quien, como la bloguera **María de Álvaro**, advierte por el contrario que el diálogo con sus lectores se limita a las redes. También debe consignarse porque nos parece relevante otra advertencia: no por el número de quienes la emiten, sólo un par de bloggers, sino porque resulta interesante señalar cómo las limitaciones incorporadas por los diarios de Vocento para el comentario de sus lectores, obligándoles a registrarse previamente, han contribuido a juicio de estos periodistas a limitar igualmente la conversación. Con dictámenes opuestos: a uno de los encuestados tal práctica le merece comentarios muy críticos, mientras que en el otro caso se agradece que ese veto haya limpiado el tipo de conversación. También parece relevante anotar la respuesta que ofrece a esta pregunta **Quico Chirino** (*Ideal*): además de matizar que publica sus artículos en redes sociales “casi siempre”, subraya que el diálogo con su público era mucho mayor antes de emplear las redes y anota: “Los comentarios anónimos me son indiferentes”.<sup>333</sup>

---

<sup>333</sup> ALONSO, J. Las experiencias coincidentes de los periodistas encuestados sobre los benéficos efectos que en general se derivan del diálogo con la audiencia figuran en la línea de algunas fuentes de autoridad consultadas para esta tesis. Entre ellas, las de Julio Alonso, un reputado periodista y analista de la blogosfera desde la atalaya de otro importante conglomerado editorial español, Grupo Joly. Alonso, prematuramente desaparecido en el año 2009, alertaba tres años antes de su fallecimiento de la importancia de fomentar la conversación con los lectores como una tendencia que por entonces se observaba ya fuera de España gracias a la práctica sistemática que caracterizaba a algunos prestigiosos editores. Y citaba entre ellos a responsables de medios como la *BBC*, *The New York Times* o *The Guardian*, además de incluir dentro de los ejemplos nacionales algunas iniciativas semejantes como las descolladas por Arsenio Escolar, entonces al frente del diario gratuito *20 Minutos*.

## **10.6. Exploradores de la blogosfera, pioneros del nuevo periodismo.**

Para la mayor parte de los periodistas encuestados, su incursión en la blogosfera representó su primera experiencia en el territorio del periodismo digital. Así responde el 82,1% de los consultados. Y debe además anotarse que se trata de una experiencia saludada por una satisfactoria opinión de sus protagonistas. La mitad de los encuestados así se manifiesta; por el contrario, sólo uno de ellos expresa un dictamen radicalmente opuesto: a su juicio, el ejercicio como bloguero empeora la visión que tenía previamente sobre el ciberperiodismo. Hay quienes también alertan de que son dos ámbitos tan distintos que “no tienen nada que ver”, pero entre la relación de respuestas cosechadas hay motivos para sostener que estas maniobras en la blogosfera alimentan algún tipo de esperanza respecto a las posibilidades de los periodistas para adaptarse al nuevo escenario que delimitan las conquistas tecnológicas.

Así, un elevado número de consultados reconoce que su experiencia como bloguero le invita a observar con optimismo el futuro de la profesión, en un índice que supera exponencialmente a quienes por el contrario manifiestan un parecer menos favorable. Figura también entre los encuestados un elevado porcentaje de periodistas para quienes su desempeño como blogueros “sirve para formarse de cara a proyectos más ambiciosos en el periodismo digital” y resulta igualmente destacable el alto número de encuestados que piensan que sus actividades en la blogosfera añaden herramientas útiles para su futuro profesional. Un futuro que contemplan también con una mirada halagüeña en su gran parte: desde el limitado, pero significativo, número de periodistas a quienes su experiencia como blogueros les anima a pensar que el porvenir del periodismo pasa por su vertiente digital, al todavía más elevado porcentaje que esgrime la siguiente conclusión: que su actividad en la blogosfera les permite sostener que “el periodismo digital recupera los mejores atributos del periodismo”, como exponía textualmente la pregunta a la que contestaron afirmativamente 38 profesionales. Para ellos, este ejercicio como blogueros encierra una serie de atributos valiosos: más cercanía a la audiencia, posibilidad de interactuar con el público, inmediatez, libertad...

Opiniones que la encuesta va desarrollando a través de otras preguntas donde obtenemos conclusiones igualmente esclarecedoras. El balance que los encuestados proporcionan de su experiencia en la blogosfera se caracteriza por oscilar entre dos polos de casi idéntica dimensión: quienes opinan que su desempeño como blogueros le sirve para explorar nuevos campos profesionales y los que sostienen que esa actividad contribuye a desarrollar facetas que, siendo periodísticas, se ponen en este caso al servicio de inquietudes de tipo más personal. El blog, por lo tanto, concebido con una de las piezas que favorecen una experiencia gratificante para el profesional de una redacción que a menudo tiene que desempeñar cometidos que encajan poco o mal que con sus preocupaciones o sus habilidades. En general, las respuestas a esta pregunta sobre su balance como blogueros reciben una elevada nota: un gran número de profesionales se confiesa satisfecho porque gracias a su ingreso en la blogosfera pueden profundizar en su trabajo habitual como periodista, hay también quienes se felicitan por la gratificante sensación derivada de la libertad de estilo que distingue cada entrada en su bitácora y un apartado menos uniforme, de escaso relieve cuantitativo, donde los encuestados ofrecen una visión panorámica de su actividad como blogueros: desde quienes entienden que su desempeño en esta práctica no representa otra cosa que un pasatiempo y quienes directamente lo consideran irrelevante o una pérdida de tiempo.

De hecho, si desmenuzamos las respuestas recogidas entre los periodistas consultados observaremos que los aspectos satisfactorios de su ocupación como blogueros son mayoritarios en cada una de las preguntas que contestan. En el apartado destinado a conocer cómo valoran su capacidad para conectar con el público, en una escala de 1 a 10, la nota más elevada se sitúa entre el 7 y el 8, es decir, un notable: esa es la calificación que deja casi la mitad de los encuestados. Si añadimos los diez casos en que puntúan como sobresaliente, las conclusiones se deducen por sí solas. En cuanto a si observan mayor libertad en el ejercicio de su profesión cuando ejercen como blogueros, también es mayoritaria la opinión afirmativa: entre el notable y el sobresaliente se encuadran seis de cada diez consultados. Por el contrario, sólo un irrelevante 2,6% opina al revés: que encuentra más libertad como periodista tradicional que como bloguero.

Pero observemos también cómo ayuda a configurar esta optimista visión de los periodistas encuestados sobre el porvenir de su desempeño en el ciberperiodismo cuando responden abrumadoramente a favor de si estas prácticas en las blogosfera les



proporcionan una mejor predisposición hacia nuevos retos profesionales en distintos ámbitos temáticos. Una pregunta que obtiene una elevada puntuación: entre quienes califican con un notable y un sobresaliente semejante posibilidad, nos encontramos con un porcentaje superior al 75% de los consultados. Y, de nuevo, parece casi despreciable la tasa de quienes sostienen la opinión contraria. De ahí que no deba sorprendernos las opiniones manifestadas en el tramo final de la encuesta: cuando se pregunta a los periodistas/blogueros por las afirmaciones que sienten que definen mejor su experiencia en ese segundo ámbito, destaca un elemento central: para el 37,6% de ellos, la gestión de su blog les ha permitido acceder a un nuevo tipo de público. Nos parece también conveniente subrayar otras respuestas que recaban un amplio consenso: para cerca del 20% de encuestados, su experiencia en la blogosfera ayuda a conectar con nuevos nichos informativos y en un porcentaje cercano se sitúan quienes opinan que su actividad como blogueros les ayuda a familiarizarse con los cibermedios.

Un luminoso balance que, sin embargo, presenta también sus propias sombras. Entre ellas, la más reseñable tiene que ver con una opinión que manifiesta uno de cada cuatro encuestados: el exigente sacrificio que representa su ejercicio como bloguero. También debe anotarse otra fuente de potenciales preocupaciones: para una buena parte de los consultados, la gestión de sus bitácoras genera indiferencia en su entorno profesional. Hay algún caso en que, además, el consultado observa que ese quehacer ha generado críticas hacia sus actividades diarias y un ilustrativo porcentaje de quienes contestan que esa experiencia en la blogosfera tiende a analizarse dentro de su territorio profesional como una parte más de sus ocupaciones. Como contrapartida, una opinión dictada sin embargo por un escaso número de profesionales: sólo seis de los 118 encuestados afirman que la gestión de su blog supone un ejercicio más gratificante que su actividad diaria como periodista. De donde se extrae una polifonía de pareceres que oscilan entre los extremos que hemos detectados mientras analizábamos los resultados del sondeo: un dictamen mayoritariamente favorable al ejercicio del periodismo en la blogosfera, salpicado por alguna visión crítica hacia la gestión global de la plataforma, simultáneo al de quienes subrayan que la gestión de un blog exige un sacrificio personal de tal envergadura que acaba por invitar a abandonarlo.

Un conjunto de opiniones que, sin embargo, pueden estar representadas en tres que nos parecen especialmente ilustrativas: la de **David Remartínez** (*Diario Montañés*), para quien su blog es “sólo un entretenimiento” y la de **Héctor Esteban**,

quien se maravilla de la dimensión alcanza con este ejercicio en la blogosfera: “Algo que nunca pensé que fuera a ocurrir”, reconoce. “Por supuesto, mi blog reporta una gran satisfacción personal”, sanciona **Belén Martínez Zaporta**. Una clase de entusiasmo que puede mitigarse recolectando otras opiniones menos seducidas por las consecuencias de deambular por la blogosfera: hay quien, como **Daniel Roldán** (*El Norte de Castilla*), estima que se trata de una práctica que no merece la pena (“No me ha gustado”, concluye), o quien, como **Héctor Barbotta**, asegura que la práctica de bloguero no le deja “ninguna” experiencia nueva, dictamen que también hace suyo **Luis Enrique González** (*El Comercio*). Entre ambos extremos, registraremos tres opiniones coincidentes: para **Pío García Tricio** (*Diario LA RIOJA*), **Eduardo Peralta** (*Ideal*) y **Juan Domingo Fernández** (*Hoy de Extremadura*), su estatus como blogueros les permite cuando menos alcanzar su propósito de “ampliar” su público. Y cerraremos con una opinión que, viniendo de un periodista de larga trayectoria, ya jubilado en el momento de redactarse esta tesis, nos parece que puede resumir el total de juicios incorporados en este capítulo. La firma **Fernando Becerril**, bloguero de *El Diario Vasco*: “Una vez creado el blog he comprobado que me permite escribir de cualquier asunto de mi interés con libertad y sin compromiso de espacio y frecuencia”.

Opiniones, en resumen, que sirven como despedida de este capítulo y que también pueden deducirse de las respuestas obtenidas en esta fase final de la encuesta, cuando se les interrogó a los periodistas y blogueros sobre ciertas particularidades de su actividad en esta última faceta. Valoran, como se observa en los gráficos adjuntos que incluimos a continuación, que su desempeño en esta rama del periodismo digital ofrece una mayor capacidad de reacción para la cobertura de una noticia. También reconocen que mejora su praxis profesional y, sobre todo, debe anotarse que la inmensa mayoría de los consultados estiman que gracias a su ejercicio como blogueros contribuyen a crear con sus lectores una comunidad de intereses compartidos: el 60% de los encuestados otorga entre un notable y un sobresaliente a esta idea. Que por el contrario es un pensamiento que sólo no comparte el 10% de los consultados. La evidencia más palpable de que la creación de un nuevo universo informativo, donde emisores y receptores compartan preocupaciones e inquietudes semejantes, donde conversen y construyan un nuevo paradigma de la comunicación, resulta más que plausible a través del desempeño como blogueros de los periodistas nacidos en la era analógica. Se trata de la misma línea argumental que defienden algunos de los autores citados en el

capítulo donde sentamos las bases teóricas de nuestra investigación: así lo preconiza, por ejemplo, el profesor Ramón Salaverría, a quien recurrimos para recordar una aportación que nos parece especialmente iluminadora a este respecto, contenida en su manual ‘Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo’: “Los medios clásicos se han malacostumbrado a ser altavoces de su propia voz. Son esencialmente unidireccionales: entienden su labor como simple transmisión de informaciones y opiniones a públicos inertes. En la red, este monopolio de la palabra se ha roto. Como demuestran los pujantes fenómenos de los weblogs, hoy cualquier persona tiene posibilidad de difundir sus mensajes a públicos diversos”. Y concluye: “Saber escuchar y prestar la voz a estos nuevos lectores activos y exigentes es quizá la última gran lección que deberían aprender los nuevos periodistas”.<sup>334</sup>

---

<sup>334</sup> SALAVERRÍA, R. Op. Cit. Aunque hemos mencionado sus distintas aportaciones teóricas con profusión, esta idea del profesor Salaverría nos parecía especialmente oportuna para clausurar este capítulo dedicado, precisamente, a conocer cómo los propios periodistas interiorizan su quehacer como blogueros. Creemos que resume con lucidez las pautas que deberían regir ese desempeño.



## 11. CONCLUSIONES

Como hemos podido observar a lo largo de la tesis, nuestra investigación se ha dirigido a calibrar cómo la blogosfera periodística de los diarios regionales de Vocento cumple con el objetivo central de permitir un nuevo ejercicio profesional a sus integrantes. Durante los capítulos precedentes, hemos ido anotando los avances que fortalecían esa línea de investigación, de acuerdo con las hipótesis plantea de salida que recogemos explícitamente en el capítulo dedicado a su formulación, lo cual nos permite establecer una serie de conclusiones, que registramos a continuación.

1.- Para una amplia mayoría de los periodistas seleccionados, su ejercicio en la blogosfera representa su primer trabajo informativo dentro del ámbito digital. Lo cual nos permite corroborar nuestra hipótesis de que nos encontramos ante la vía predilecta para ensayar nuevas técnicas en el ejercicio de la profesión: entre los autores predomina una curiosidad profesional y una inquietud personal que les lleva a ejercitarse mediante un estilo más libre de lo habitual, opción que asegura manejar la mayoría de ellos, apostando por la mezcla de estilos periodísticos en sus artículos y por su enriquecimiento con los recursos propios de las nuevas tecnologías, en una línea profesional que se aleja de su quehacer habitual y que enlaza con la idea de entender el ciberperiodismo como una nueva frontera de la profesión. Se trata de la primera conclusión que podemos fijar, reforzada a partir de otras certezas adicionales: la buena opinión que predomina entre los consultados sobre su actividad en la blogosfera, un elemento de valor que sanciona la pertinencia de su actividad en este ámbito. De hecho, son mayoría los redactores que crearon en su día un blog y años después lo mantienen actualizado: una vez ingresados en este nuevo orden del periodismo digital mantienen su entusiasmo, como una rutina más de sus obligaciones profesionales. Incluso quienes llevan tiempo sin actualizar sus blogs se resisten en muchos casos a

aceptar que los han abandonado: se limitan a advertir que carecen de tiempo para publicar nuevas entradas pero advierten que se siguen considerando blogueros. Es decir, que ingresaron en el periodismo digital de la mano de sus blogs y concluyen que se trata de una experiencia satisfactoria.

2.- La exploración de la blogosfera por parte de los profesionales analizados mezcla dos impulsos: una estrategia sistemática, alentada por sus responsables tanto dentro de su diario como desde el grupo editorial al que pertenecen, con una inquietud personal donde se percibe un poderoso sentido del compromiso profesional. Así se concluye de la mayoría de respuestas ofrecidas en nuestra encuesta: tres de cada cuatro periodistas consultados afirman que recibieron el espaldarazo de sus responsables para iniciarse en estas prácticas en la blogosfera, un elevado porcentaje que sirve para establecer esta conclusión, alimentada también por otros dos flancos. Uno de ellos, la alta participación de los estratos superiores de cada redacción en su blogosfera: hay hasta cuatro directores enrolados y una quincena de otros altos responsables, lo cual confirma una política informativa que sigue un patrón determinado y se prolonga en el tiempo, como ocurre con las estrategias sistematizadas. A esta conclusión se llega por una segunda vertiente: a partir de las opiniones recabadas entre los jefes del área digital de cada diario. Aunque de sus respuestas se deduce una tendencia que les lleva a despegarse de la blogosfera por cuanto no detectan ya en ella ese impulso inicial que enriquecía su oferta informativa, prevalece el reconocimiento de que han contado para su despliegue con un enfoque previo de carácter global, que ha unificado sus actividades. Algunos diarios mantienen la visualización en portada de los blogs de sus redactores como una práctica sistemática que mejora sus cifras de audiencia o incluso organizan el desempeño de sus periodistas como blogueros según un calendario que adecúa sus publicaciones al interés del lector.

3.- Nos encontramos ante una estrategia en la blogosfera que cada diario ejecuta según su criterio. Aunque de la opinión de los responsables editoriales se deduce alguna directriz genérica por parte de sus superiores, la gestión de sus blogs goza de una profunda autonomía donde juega un importante papel

su capacidad de adaptación a la coyuntura informativa y a las tendencias observadas en la blogosfera global. En cada diario se sigue una política más o menos uniforme pero independiente, como lo prueba un número total de blogs que, aunque guarda homogeneidad entre los distintos diarios, se distribuye en función de los intereses de cada cual y se nutre de una aportación diversa de los miembros de la redacción: en cada blogosfera se integran periodistas que comparten un quehacer temático parecido, aunque los respectivos periódicos reivindican su identidad desde estrategias propias, fortaleciendo la conclusión de la alta autonomía que distingue a cada periódico para construir su blogosfera (como se observa en los distintos criterios seguidos para la actualización de sus blogs). Que la imagen final que ofrece cada diario guarde semejanzas entre sí obedece menos a una doctrina impartida por su grupo editorial que a una tendencia similar de carácter global nacida de la observación de la blogosfera mundial. Así se justifica la eliminación de su blogosfera de los elementos que menos aportaban al conjunto de su oferta, según un proceso de decantación natural vinculado a la saturación detectada a partir del año 2012, muy influido por la decisión adoptada desde Vocento un año antes de instalar un filtro previo de registro para los comentarios de sus lectores.

4.- Para una gran mayoría de los periodistas incluidos en nuestra tesis, su ejercicio en la blogosfera les permite mejorar su desempeño, perfeccionar sus habilidades o encontrar un espacio que sirve como motivación personal para la actividad diaria: en conclusión, los periodistas que ejercen como blogueros confiesan que esta doble condición supone un incentivo profesional. Que desarrollan más y mejores vertientes de su trabajo y profundizan en su perfil profesional. Es decir, que la práctica en la blogosfera incluye elementos, como la mayor libertad de estilo, que compensan otras sombras propias de su quehacer habitual y se felicitan por haber alcanzado una conexión más íntima, frecuente, profunda y saludable con su público, a quien no hubiera podido llegar mediante el ejercicio del periodismo sólo en el ámbito analógico. Una conclusión que también se edifica a partir de otra enseñanza: gran parte de los redactores configuran su experiencia como ciberperiodistas recurriendo a las herramientas inherentes a las nuevas tecnologías. Una clase de adiestramiento

que no tendría sentido si en sus protagonistas no anidara el deseo genuino de mejorar sus prestaciones y alcanzar un estadio superior de desempeño profesional. Para alcanzar esta conclusión basta fijarse en el elevado número de miembros de la blogosfera que mantiene esta actividad a pesar del tiempo transcurrido desde que se inició en ella y también del sacrificio que supone. Que dejaría de prestarse si no hallaran elementos gratificantes que mejoran su percepción personal y les convierten en profesionales más preparados para las nuevas exigencias periodísticas.

5.- La conversación que mantienen los periodistas/blogueros con sus lectores ha ido migrando desde los comentarios alojados en su propio blog al perfil que la mayoría tiene en redes sociales, donde cerca del 90% publica siempre o con frecuencia sus artículos. Lo cual sirve para certificar una de las hipótesis que hemos incluido en el capítulo preliminar: llegamos a la conclusión de que la irrupción y popularización de las redes sociales han generado que se multipliquen las consecuencias del desempeño del periodista, incrementando su posición entre la opinión pública y reactivando su diálogo con la audiencia. Una conversación que contribuye a incentivar su trabajo, como se deduce de la evidencia de que ninguno de los encuestados la considere como una molestia. Nuestra conclusión es que el ecosistema periodístico, tomando como modelo esta amplia muestra censal de la blogosfera de Vocento, incorpora notables cambios como resultado de la fertilidad de semejante diálogo: un alto porcentaje de estos profesionales ha extraído de su contacto con los lectores información básica para su posterior ejercicio profesional. La audiencia, por lo tanto, empieza a mutar desde su rol tradicional para ser vista como agente detonante de la noticia, en esos casos tan extendidos en que el periodista opta por desarrollar también su trabajo en la blogosfera.

6.- El periodista que se desempeña también como bloguero se distingue por una mayor libertad de estilo. Adopta un tono más creativo. No sólo escribe con una desenvoltura distinta, sino que crea con sus artículos esa clase de supermalla que nace de la sucesión de enlaces fomentados por los periodistas que desdoblán su trabajo en la blogosfera: en conclusión, no sólo detectamos



en su quehacer una escritura más desenfadada e imaginativa, sino que acaba por edificar un producto único y distinto, integrado por la sucesión de artículos que integran su blog y forman un auténtico relato. El factor distintivo del bloguero permite contemplar la obra del periodista con una dimensión de la que carece cuando sólo ejerce su rol original. En esta nueva faceta en la blogosfera, abrillanta sus artículos con piezas de audio y visuales, integradas en la propia estructura de la narración, hasta completar un estatus completamente novedoso gracias a otro factor decisivo: la conversión con sus lectores, que entiende como una extensión del conjunto de sus artículos, que en cierto sentido los culmina. Una libertad estilística y profesional que los periodistas/blogueros saben compaginar con el rigor y las exigencias propias del oficio.

7.- Su doble quehacer sitúa al periodista que ingresa en la blogosfera en un estatus idóneo dentro de cada redacción para un ejercicio más ambicioso de su profesión. Son periodistas que apuestan por las creaciones propias, adaptan sus enfoques a las exigencias del nuevo tipo de audiencia y añaden a su pericia intrínseca capacidades adicionales: manejo del ciberespacio para construir en él su propia malla informativa, agregación de contenidos audiovisuales, desempeño como editor no sólo de sus textos, sino de la visualización de su blog... Habilidades que les predisponen a dotarse de mayores facultades para erigirse como catalizadores de nuevas experiencias editoriales. Ejercen como algo más que periodistas: una suerte de heraldos del nuevo periodismo, voces más autorizadas para atisbar el devenir de su oficio y ofrecer una respuesta más acorde con la envergadura de este desafío. Aceptan que este papel como blogueros les permite formarse mejor de cara a los retos de su profesión y hay incluso quien va más lejos y alerta de que el futuro del periodismo se dirige hacia la exploración más concienzuda de su vertiente digital. Una gran mayoría opina que el periodismo digital “recupera los mejores atributos” de su profesión, de donde se concluye que este perfil, configurado por redactores que migran hacia el universo digital para explorar nuevos horizontes de su oficio, acoge a quienes se distinguen por un compromiso férreo con los valores nutrientes del periodismo y asumen los condicionantes de su experiencia como blogueros (falta de remuneración,

sacrificios en tiempo y energía) como un requisito aceptable e inherente en su pretensión de enriquecer su experiencia como periodistas.

8.- El escaso grado de abandono de sus blogs a cargo de los profesionales de Vocento (sólo una veintena de casos) refleja un elevado compromiso con su ejercicio en este ámbito. En conclusión, debe descartarse alguna de las hipótesis que incluimos en el capítulo dedicado a este apartado, en el sentido de que la falta de una estrategia propia (hipótesis desmentida en este mismo capítulo) pudiera originar cierto desánimo entre los blogueros que justificara su deserción. Al contrario, debe consignarse un dato relevante: aunque la tasa de abandono confesada es baja, en realidad unos cuantos periodistas llevan tiempo sin actualizar sus blogs, de modo que puede aducirse en conclusión que, como ya avanzamos, su actividad en la blogosfera representa un esfuerzo de tal calibre para muchos periodistas que no justifica la energía que consume tal desempeño. Una conclusión que puede obtenerse no sólo a partir de las razones que esgrimen quienes han abandonado sus blogs, sino de otro hecho singular detectado: que incluso algunos de quienes persisten en esa actividad alertan de la desfavorable proporción entre el sacrificio y el tiempo invertidos y la recompensa profesional que se deriva de ese quehacer. Esta conclusión puede explicar la carencia de una estrategia más ambiciosa en la blogosfera en los periódicos de Vocento, que pasaría por incrementar la producción como blogueros de sus periodistas, aunque también debe advertirse que los responsables de los diarios digitales se consideran en su mayoría satisfechos con su actual censo de blogs. Y que descartan crecer en cantidad o en un posicionamiento de mayor envergadura en la blogosfera de sus respectivos territorios si esa estrategia complica el desempeño de sus periodistas en su vertiente tradicional.

9.- Una de las hipótesis que manejábamos al principio de nuestra tesis aludía a la pretensión de que, en realidad, nos encontrábamos ante un quehacer que se limitaba a trasladar al ámbito digital unas actividades propias de la era analógica: periodistas que ejercían como blogueros sin añadir mayores cargas de valor añadido. Debemos advertir que tal expectativa se fue descartando a medida que avanzaban nuestras pesquisas: de los contenidos de cada blog

concluimos que, por el contrario, domina en el quehacer de este conjunto de redactores la ambición de facturar productos informativos de creación propia, con rasgos ajenos al ámbito analógico. Aunque detectamos un significativo número de autores que se limitan a publicar artículos previamente publicados en el periódico, la gran mayoría de esos casos estudiados agregan a menudo elementos distintivos: enlazan con otros artículos, incluidos por supuesto los propios, categorizan sus entradas para enriquecer la experiencia lectora, incluyen etiquetas que contribuyen a perfeccionar la navegación o se apoyan en recursos audiovisuales. En definitiva, también se inclinan por un estilo más libre y desenfadado, un elemento que hemos analizado anteriormente. Y además expresan su apuesta por incorporar los atributos propios del ciberperiodismo mediante titulares con cierta dimensión viral o el empleo de listas como técnica narrativa: una vocación ciberperiodística más acusada desde luego en unos blogs que en otros pero que domina la mayor parte de los casos analizados.

10.- La evolución de la blogosfera periodística empieza a dar señales de agotamiento. Una evidencia que se plasma en la observación de la tasa de abandono registrada a partir del año 2015: los responsables de las secciones digitales de Vocento reconocen, en su mayoría, que su censo de blogs conoció una eclosión durante los primeros años de su desembarco en el mundo del periodismo pero que con el paso del tiempo ese auge ha ido decayendo, hasta el estado actual. Un escenario presidido por la estabilización de la oferta informativa, la eliminación de blogs que no aportan valor añadido y la alineación más organizada de los tutelados por profesionales, de modo que dominen el mayor espectro informativo posible, en detrimento de los gestionados por colaboradores ajenos a la profesión. La conclusión que alcanzamos requiere por lo tanto de alguna matización. Siendo cierto que la blogosfera, tal y como la hemos conocido en los últimos años, ha paralizado su desarrollo, también es verdad que ofrece ahora mismo una imagen más razonable y atractiva para los fines del periodismo y permite por lo tanto impulsar mejores prácticas profesionales a los periodistas que ingresan en ella, como se deduce de esta certeza: la inmensa mayoría de los redactores que se iniciaron en ella mantienen actualizados sus blogs. Incluso quienes

carecen desde hace algún tiempo de actividad en ellos se resisten a considerarlos completamente abandonados.

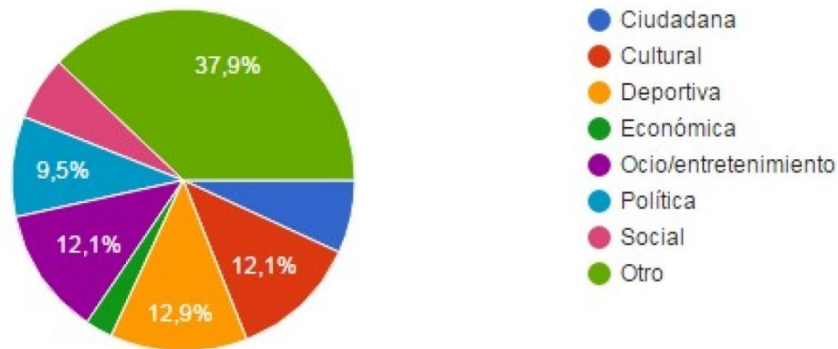
11.- De nuestro estudio se desprende otra conclusión decisiva para forjar la alianza entre blogosfera y periodismo: que el censo de blogs ha ido internándose en los mecanismos de producción informativa de cada periódico, hasta formar parte de ellos. No se trata sólo de que la blogosfera de cada diario se constituya en el escenario por excelencia para el ensayo de nuevos códigos editoriales: también detectamos que en los diarios se recurre a ella para ofrecer un punto de vista que mejore la aportación editorial. Unos blogs se emplean para que el ciberdiario construya su propio arsenal de comentaristas y otros colonizan terrenos informativos que en ciertos casos no gozan de tantos cuidados: el ámbito cultural, por ejemplo, ocupa a gran parte de los blogueros estudiados en una frecuencia que no tiene parangón en la estructura habitual de sus diarios. La blogosfera no sólo ayuda a configurar una oferta informativa más atractiva en cada diario sino que exige su propia autoría en la génesis y gestión de noticias: invita a ampliar el universo editorial, sirve para coberturas casi imposibles de alcanzar mediante modelos más tradicionales y completa la raíz central de una información, como sucede cuando el diario recurre a sus blogueros para añadir su opinión a noticias que así ganan en dimensión. De modo que se confirma una de las hipótesis centrales con que se inició esta tesis: el papel relevante que ejercen en cada periódico los periodistas/blogueros, que garantizan una mirada distinta hacia el universo informativo por su capacidad para desdoblar ambas actividades. En conclusión, contribuyen a perfeccionar el rol de sus periódicos en la formación de una opinión pública más responsable y mejor informada.

## **12. APÉNDICE DOCUMENTAL I (Cartografía de la blogosfera de Vocento. Mapa de resultados)**

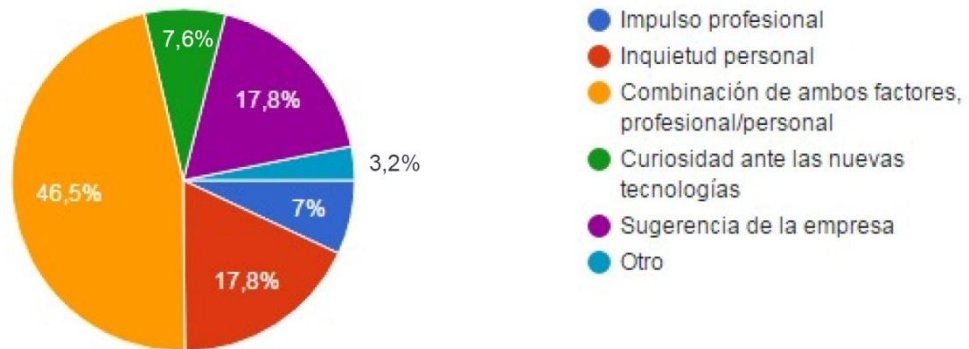
Dedicamos el siguiente capítulo a la publicación pormenorizada de los resultados de nuestra encuesta, porque contribuyen a configurar la radiografía de la blogosfera de Vocento. Componen, en su conjunto, una razonada aportación de los periodistas consultados para los propósitos de nuestra tesis y ayudan a enriquecer la lectura de nuestras conclusiones. La voz de los periodistas, como hemos advertido cuando fijamos las características del tipo de encuesta que elegimos para esta investigación, aparece desde una doble dimensión: cuando contestan de manera ‘cerrada’ a las preguntas que les dirigimos pero también, y este es un rasgo que nos parece de extraordinario valor, cuando expresan sus propias opiniones en los epígrafes destinados a tal fin, sin mayores dirigismos. Debe también recordarse que, al igual que mencionamos en el capítulo correspondiente, nos decantamos por un modelo de sondeo que prefigurase un elevado número de contestaciones en abierto, de modo que pudieran incorporarse a sus resultados en la misma proporción cuantas reflexiones quisieran transmitir los periodistas y blogueros de los diarios analizados.

Sirva también este preámbulo para reiterar nuestro agradecimiento a todos ellos y para subrayar que, precisamente gracias a la sobresaliente acogida que encontramos en los redactores consultados, la muestra censal abarca a cerca del 80% de periodistas cuyos blogs hemos estudiado con antelación. Quienes declinaron contestar se ampararon en justificaciones que exigen la natural discreción y reserva, pero se trata de negativas largamente amortiguadas por el peso de su contrario: ese altísimo porcentaje de periodistas que aceptaron explicar cómo se comportan en el emergente escenario de la blogosfera.

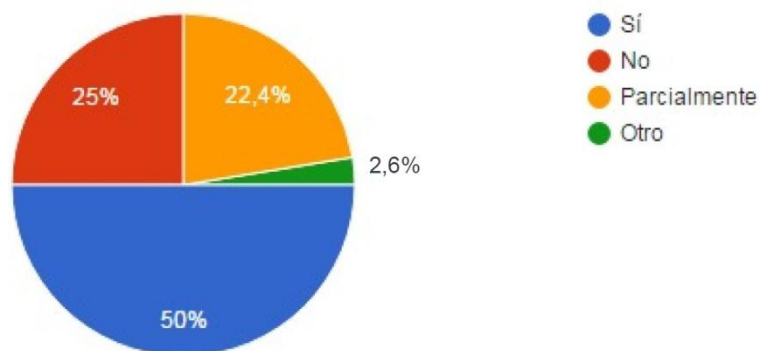
### ¿Cuál es su temática?



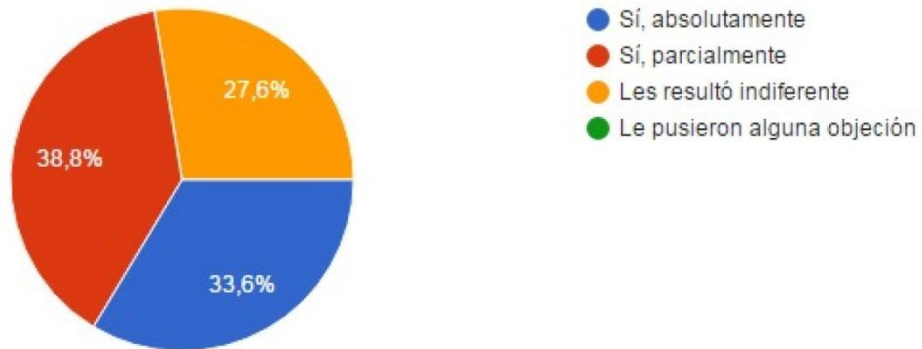
### ¿A qué respondió la decisión de crearlo?



### ¿Su blog cubre parcelas informativas que ya explora en su labor habitual?



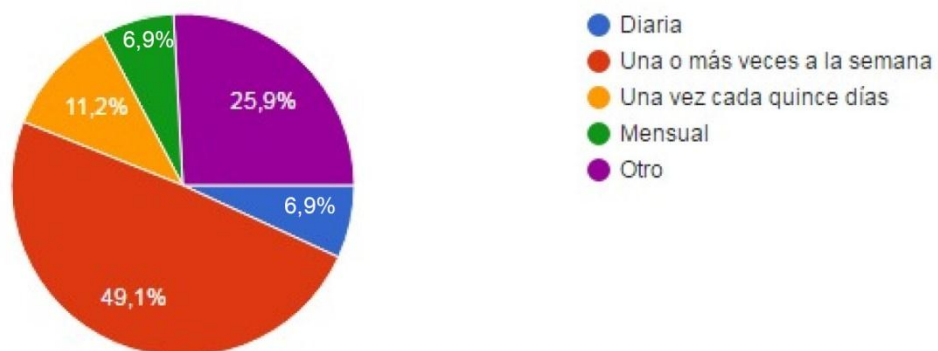
### ¿Recibió un impulso por parte de sus responsables jerárquicos para crear su blog?



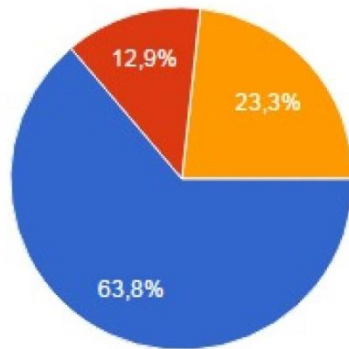
### ¿Recibió algún asesoramiento de tipo tecnológico?



### Frecuencia de actualización

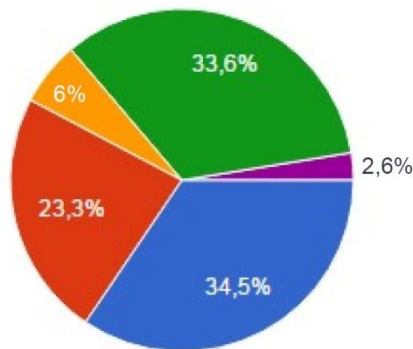


## Contenidos del blog



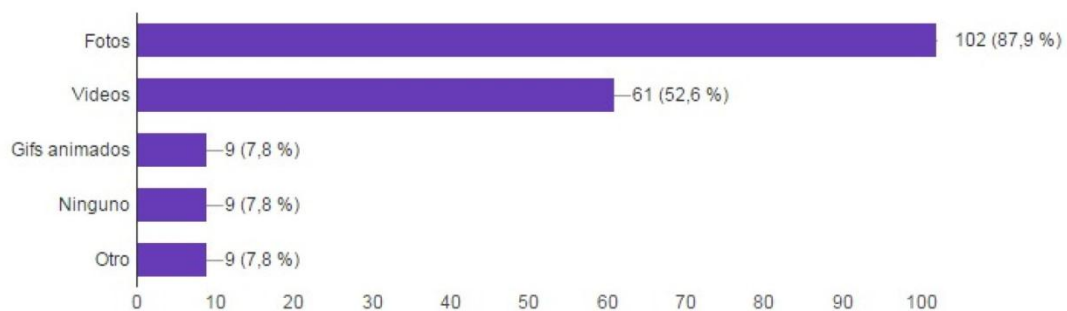
- A partir de creaciones propias, exclusivas para el blog
- Vuelco los artículos que escribo en versión de papel
- Otro

## ¿Cuál es la extensión de los artículos de su blog?



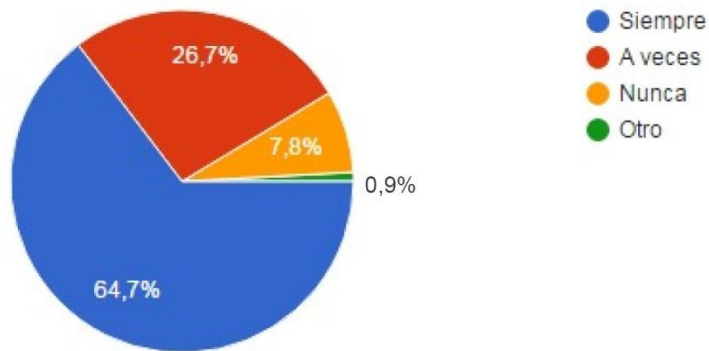
- Textos cortos (500 palabras)
- Medio (entre 500-1.500 palabras)
- Extenso (más de 1.500 palabras)
- Varía dependiendo del artículo
- Otro

## ¿Añade elementos multimedia?

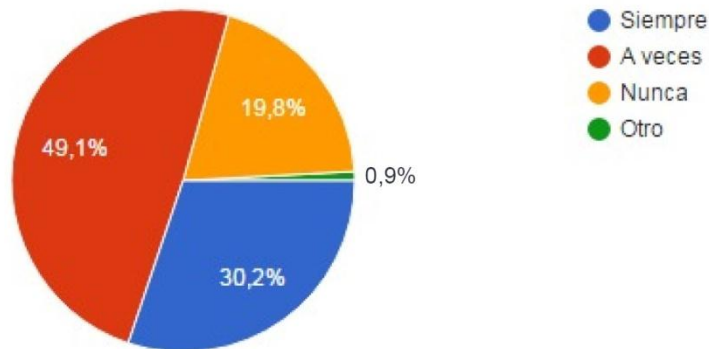




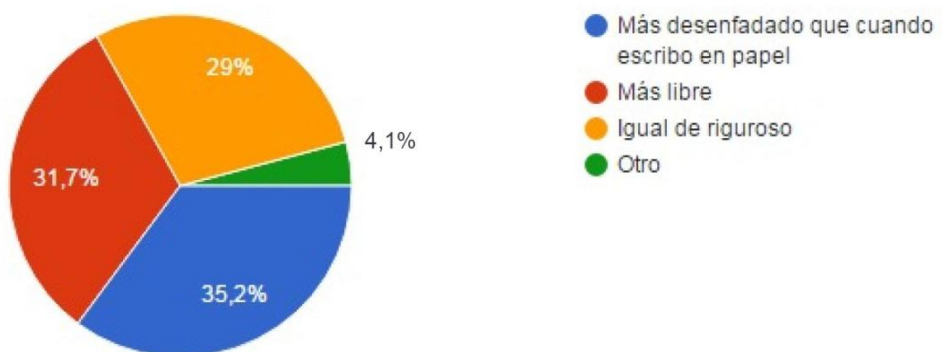
### ¿Con qué frecuencia?



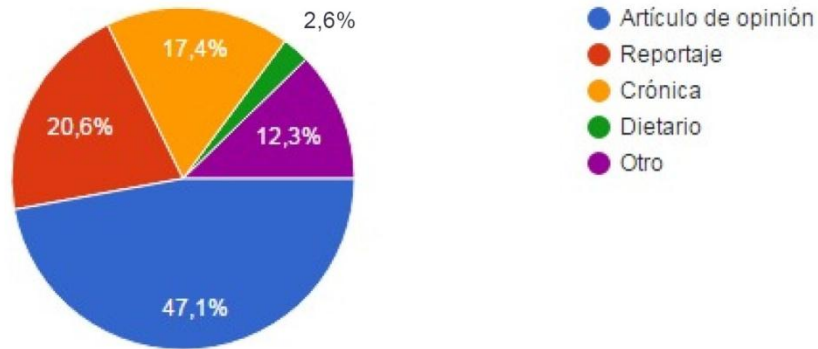
### ¿Recurre a hiperenlaces?



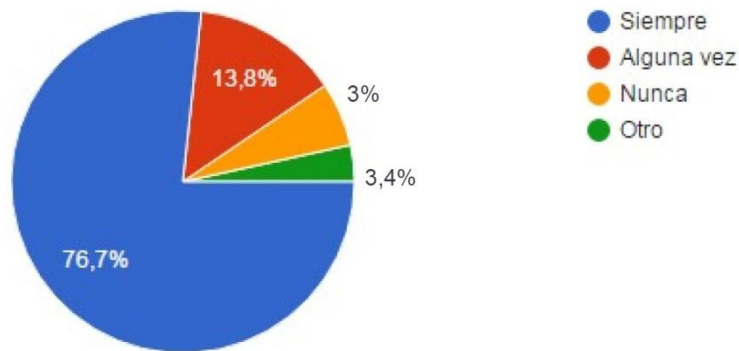
### Su estilo cuando escribe en el blog es...



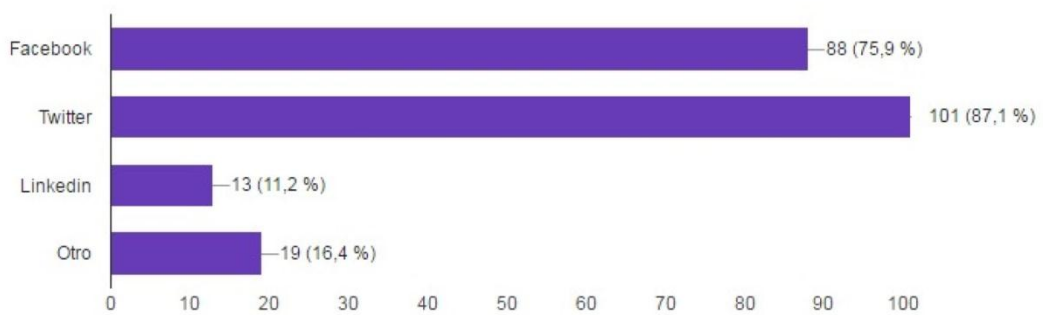
### ¿En qué género periodístico incluiría el blog?



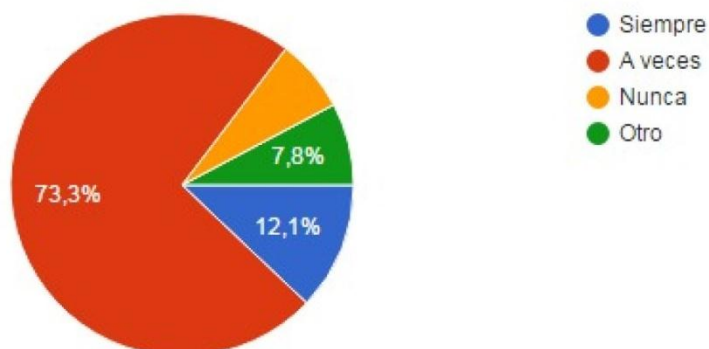
### ¿Publica las entradas de su blog en redes sociales?



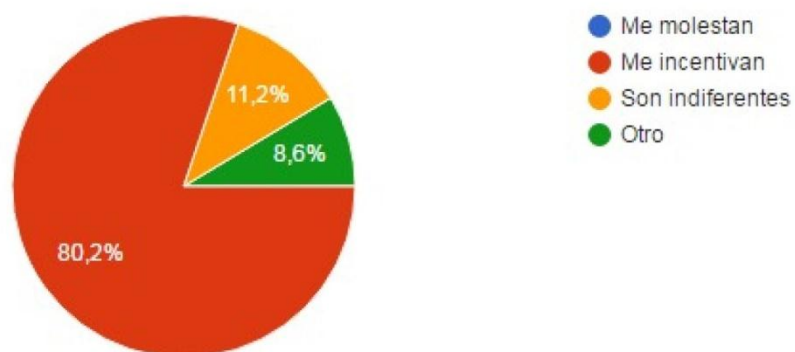
### ¿En qué redes sociales?



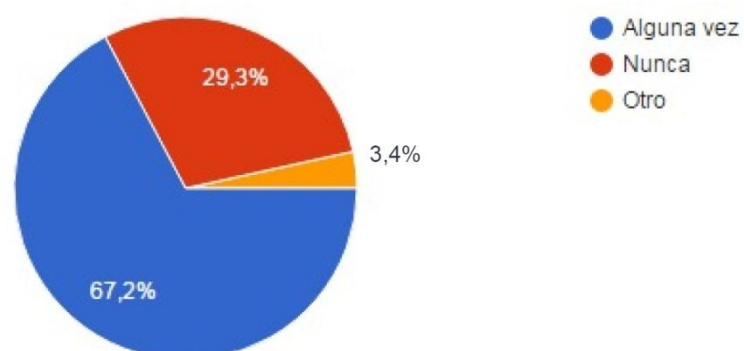
## ¿Suele recibir comentarios de sus lectores?



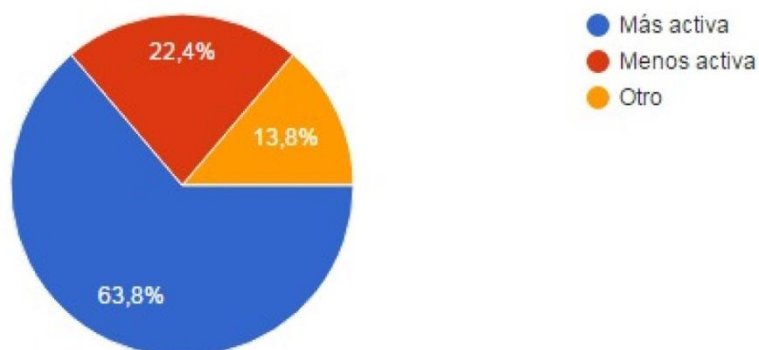
## Las conversaciones con sus lectores...



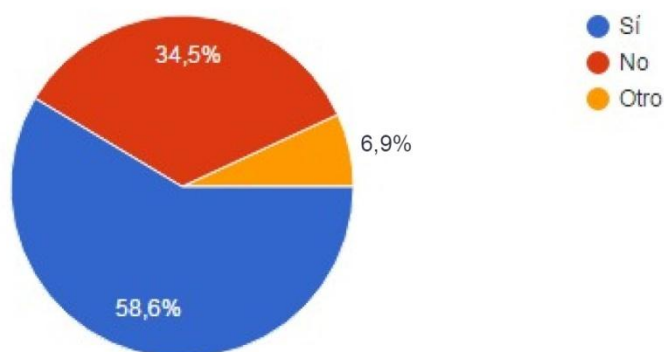
## Del diálogo con sus lectores, ¿ha extraído información básica para elaborar alguna otra noticia?



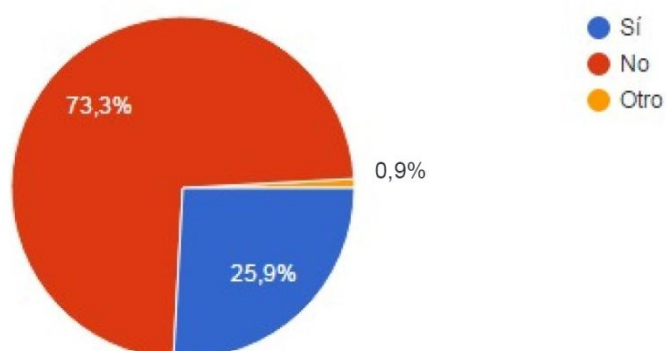
La conversación que generan las entradas de su blog en redes sociales, ¿es más activa o menos que en el propio blog?



¿Ha notado si esa conversación cada vez se traslada más a las redes sociales en perjuicio de los comentarios propios del blog?



¿Ha tenido que bloquear algún comentario?



## ¿Ha tenido que bloquear algún comentario?

Porque insultaba a otros comentaristas y a mí mismo

Por lo general de forma anónima, hay usuarios que me descalifican de forma personal

Por algún comentario robotizado o comentaristas maleducados o insultantes, pero muy pocos.

Mi actividad ha ido escasa, pero he leído comentarios en otros blogs que, en mi opinión, nunca se tenían que haber publicado por su falta de respeto y comentarios mucha veces no contrastados

Insultos personales y descalificaciones

Tuve algún problema al principio, con comentarios fuera de tono. Tuve que pedir incluso la ayuda de la Policía. Jamás localizaron al 'troll', pero supongo que se cansó.

Por insultos

Insultos. El tema era deportivo y generaba polémica.

Por insultos agresivos a una tercera persona que protagonizaba el post

Comentarios basura no filtrados

En Granada en estos momentos hay una gran movilización ciudadana por la fusión hospitalaria. Escribí un artículo en clave de humor, con retranca, sin ofender, por supuesto, y me insultaron a saco.

Algún comentario de tipo ofensivo, insultante.

Los trolls existen

Spam

No aporta nada el comentario

Los ofensivos

Insultos

Spam de porno o publicidad

Borré los que difamaban o atacaban el derecho al honor o la intimidad de las personas o empresas que protagonizaban algún post

Bloqueo comentarios insultantes o que no vienen al caso con el tema de la anotación

En caso de insulto o spam

Por comentarios injuriosos hacia personas aludidas en los artículos

Sólo los de mal gusto o supuestamente delictivos. No los críticos ni incluso los que me insultan a mí

Inapropiadas y ofensivas

Muy ocasionalmente, al tratarse del blog de un juez no se permiten insultos, etc. Pero el 99% de la gente es muy respetuosa.

Básicamente, intentos de publicidad más o menos evidentes

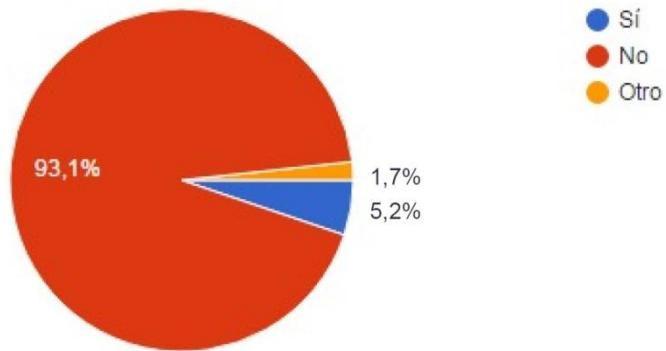
Fue una sola vez, porque alguien utilizó una noticia de un anuncio de un concierto para criticar la vida personal-profesional de uno de los músicos

No contesto anónimos

Un par de locos que decían incongruencias

Insultos o frases ofensivas, sobre todo hacia las personas a las que aludes en el texto.

## ¿Ha tenido que denunciar algún comentario?



Hay comentarios que llegan a ser bastante zafios, faltos de gusto, maleducados y faltones

Respondo como a la pregunta anterior

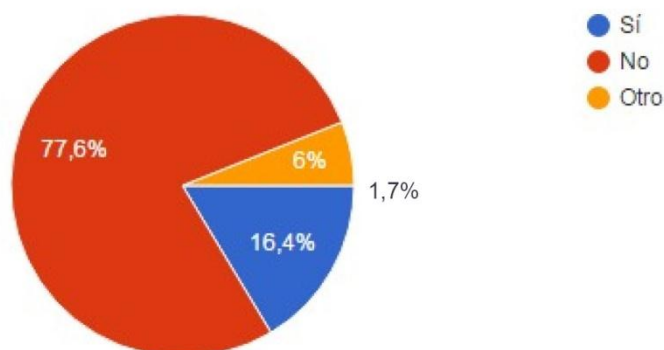
Insultos, creación falsa de un perfil en Twitter...

Tema dopaje.

Comentario xenófobo contra mi persona

La denuncia nunca se ha formalizado pero sí ha llegado al paso previo de identificación de IP

## ¿Se ha visto inmerso en algún tipo de conversación desagradable?



Son comentarios que no obedecen tanto a la temática en sí de cada entrada como a prejuicios de los lectores respecto al diario o al propio bloguero

Intentaba crear algo de polémica y era lógico que derivase en eso

Diferentes puntos de opinión con el lector

Llamarlo conversación es seguramente excesivo, pero, en aquellos tiempos en los que recibía comentarios, me llegaba mi dosis de odio. Recuerdo que un fan de Burzum me llamaba "cucaracha".

Descalificaciones personales intolerables

Al principio contestaba a todo, ahora ya simplemente paso y he dejado de mantener conversaciones desagradables

El fútbol levanta pasiones

Gente que, oculta bajo alias, te insulta abiertamente o te trata con un desprecio absoluto

COon un miembro de los antidisturbios de la Policía Nacional, al que incluso invité a toamr un café y se negó en redondo. No admitía las críticas, de ningún tipo.

A los trolls les suele moelestar que les llames eso. Pero por lo demás, el trato siempre era tremendamente positivo

No lo recuerdo mucho pero de vez en cuando siempre hay alguien cuya crítica es agresiva



Tiende al insulto

A raíz del perfil falso de Twitter con mi cara en el perfil

Me han molestado más las mentiras que las descalificaciones.

USAR MI NOMBRE EN BATALLAS ENTRE TERCEROS.

Insultos personales

Cuando he denunciado algún caso de maltrato animal, siempre está el mega animalista / mega vegano que mezcla los temas e insulta a quienes comen animales...

Por el hecho de escribir de sexo, parece que alguno se cree con derecho a llamarte de guarra para arriba....

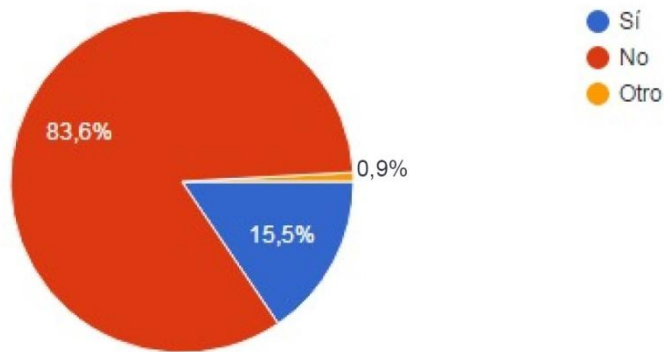
Me desagradan los comentarios que demuestran que no se han leído el texto

He cortado a la segunda

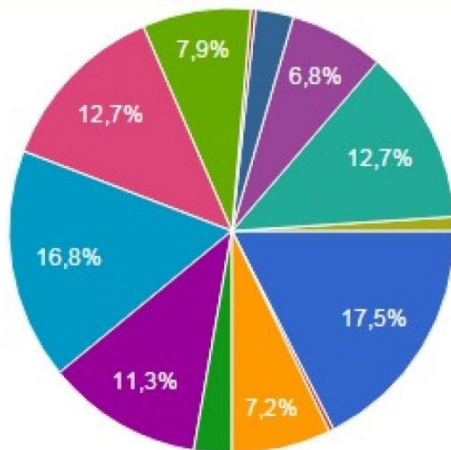
Gente que me ha tachado de cosas inciertas. Habitualmente lo he podido reconducir.

Acoso por parte de tuiteros, anónimos o no, vinculados a la izquierda abertzale

## La creación del blog ¿fue su primer contacto con el periodismo digital?

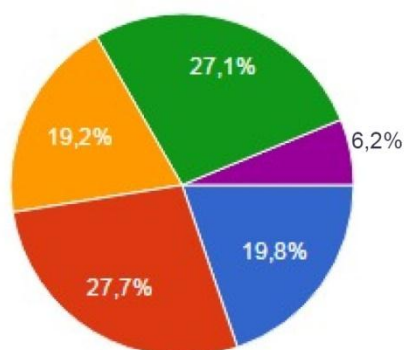


## Su experiencia como bloguero



- Mejora su opinión sobre las posibilidades del periodismo digital
- Empeora
- La mantiene igual
- No tiene nada que ver
- Le sirve para formarse de cara a proyectos más ambiciosos en el periodismo digital
- Le permite dotarse de herramientas/habilidades propias del periodismo digital
- Le parece una extensión del periodismo analógico por otros medios
- Le ayuda a observar con optimismo el futuro de su profesión
- Le invita a observar con pesimismo el futuro de su profesión
- Le parece que son ámbitos que no tienen nada que ver
- Le invita a pensar que el futuro del periodismo se dirige a su versión digital
- Le invita a pensar que el periodismo digital recupera los mejores atributos del periodismo: más cercanía a la audiencia, posibilidad de interactuar con el público, inmediatez, libertad
- Otro

## Una vez creado el blog, ha comprobado que...

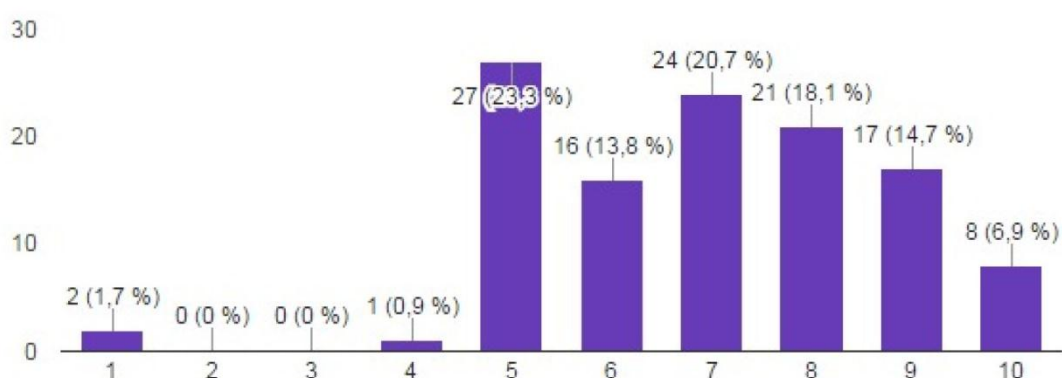


- Me permite profundizar en mi ámbito profesional habitual
- Me permite explorar nuevos campos profesionales
- Me permite una libertad de estilo que encaja mal en el ejercicio diario del periodismo
- Me permite desarrollar mi faceta periodística pero puesta al servicio...
- Otro

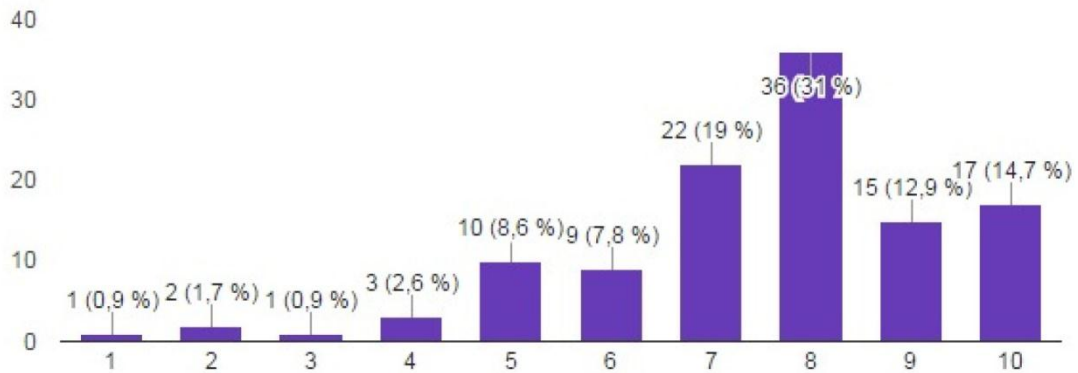
## Valoración: Contacto con la audiencia



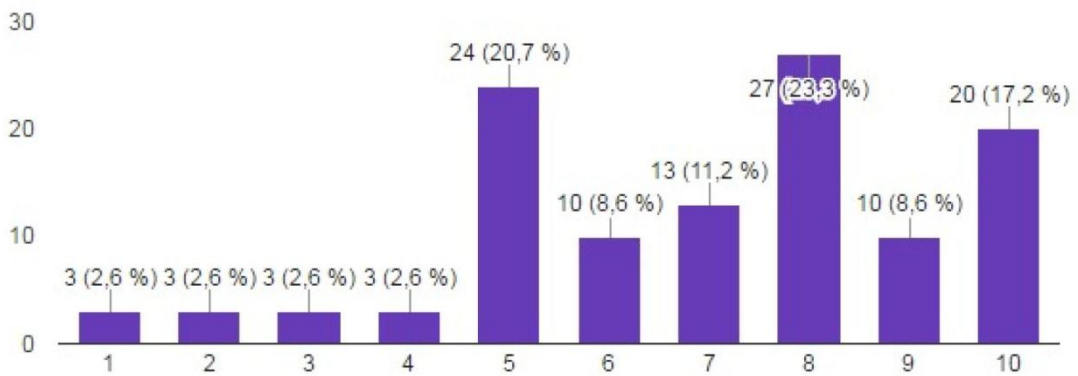
## Valoración: Mayor libertad en el ejercicio de su profesión



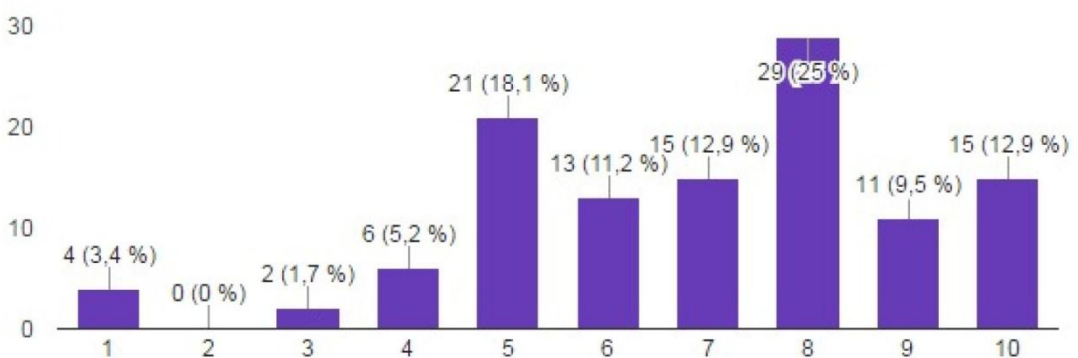
### Valoración: Posibilidad de afrontar nuevos ámbitos temáticos



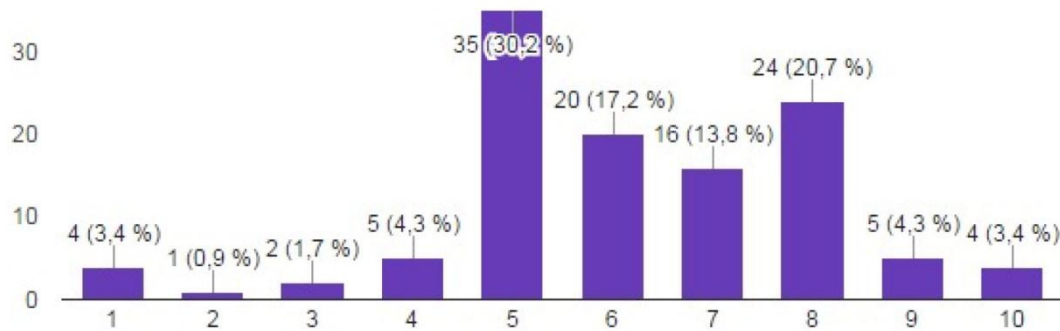
### Valoración: Inmediatez en reaccionar ante una noticia



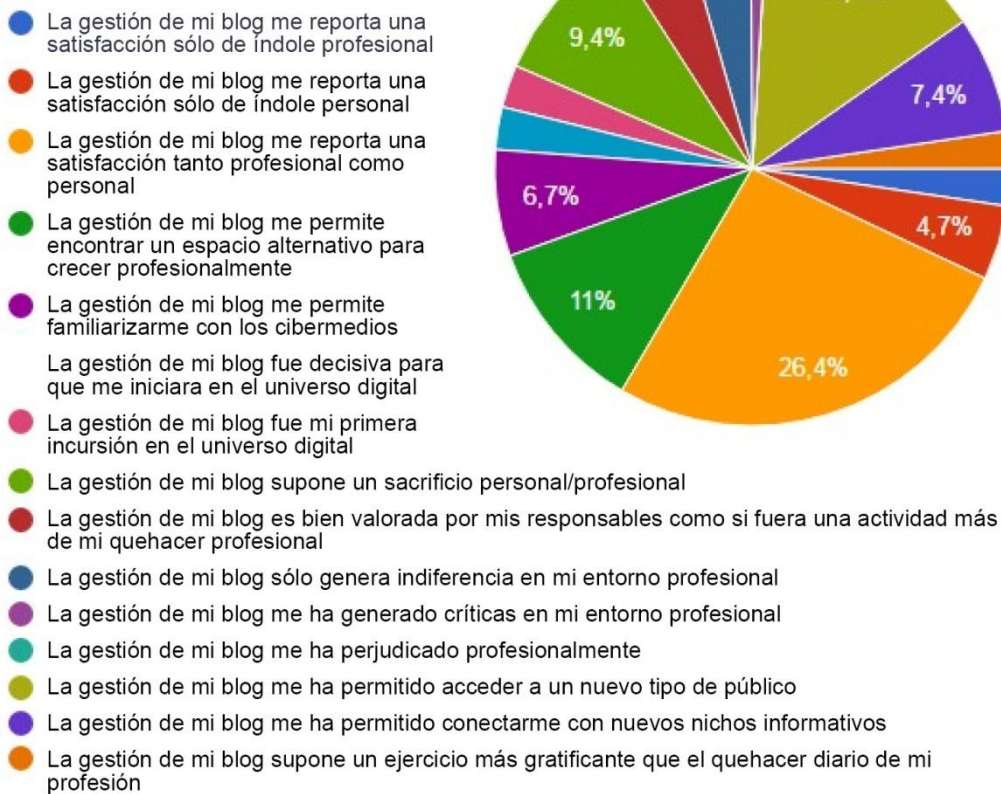
### Valoración: Capacidad para crear comunidad con los lectores



## Valoración: Mejorar la praxis profesional



## Con cuál de estas afirmaciones se considera más de acuerdo



Hace tiempo que estoy desconectado de los blogs porque entiendo que hay otras vías para ese tipo de contenidos, nuestros portales son muy flexibles y los topics (también los del autor) permiten crear contenido propio y agruparlo. Las redes sociales también le han comido terreno al blog (en cuestión de comentarios). No soy, además, lector habitual de blogs. Creo que o tienen un planteamiento muy potente (con un asunto muy concreto que interese a un sector determinado de la población) o han de estar escritos por una voz propia que te interese seguir (en mi caso, por ejemplo, me gustan los post de Antonio Muñoz Molina). Pero ahora mismo no entiendo los blogs como una parte muy relevante de nuestros portales.

Creo que es necesario mejorar las herramientas para editar los textos y las fotos o subir videos.

Aquel blog fue una "sugerencia" que terminó pronto. Luego hicimos otro en plan participativo para contar a los lectores el desarrollo de un tema que después se publicaba en el papel, pero no era un blog como tal. Fuera del periódico tengo mi propio blog, antoniogarciaencinas.com, que utilizo como portfolio profesional. No tengo tiempo de crear otro blog en el periódico y la plataforma que se utilizaba entonces, además, era una porquería en comparación con Blogger o Wordpress. Además las redes sociales, como las entendemos hoy, no existían o eran irrelevantes.

Sí. Hace unos meses (el pasado verano aprox) se realizó una actualización de la plataforma tecnológica sobre la que se asientan este y otros blogs que fue una absoluta falta de respeto a todos nosotros. Quedaron suprimidos de un plumazo los comentarios de cinco años (en mi caso, varios miles, algunos de sumo interés personal y periodístico), los megustas (te presta ver un post con 3.500 megustas, mi humilde récord personal) y se incorporaron novedades tales como: columna de texto del post más estrecha y publicidad más ancha (para quien escribe, peor), supresión del acumulador de grabaciones cuando estás escribiendo, muy útil por si cometes un error y borras (luego repuesto tras una queja personal ante Vocento) y exigencia de registro a los lectores para comentar, lo cual ha reducido los comentarios en mi caso en un 80%. Todos estos "avances" me han hecho dudar muy seriamente si continuar con el blog al tener la clarividencia de que somos tercer o cuarto o decimotavo plato de cada web, un relleno que viene bien al periódico para mostrar pluralidad opinativa, pero con el que se molestan muy poco, por no decir nada. Estoy plenamente convencido de que la tecnología permite no perder miles de comentarios. Pero hay que tomarlo como algo importante. Sin interés es evidente que no se hace. De momento, sigo. Pero con el ánimo bastante mermado. Y por supuesto, pese al beneficio que reporta al periódico (algo serán 50.000 clics en 2015) sin una palabra amable al respecto jamás. Es todo. Saludos cordiales. Y alegría. Que son dos días.

Dejé el blog porque su temática era la prensa rosa y no me aportaba una satisfacción profesional ni personal equiparable al esfuerzo de mantener una publicación periódica en mi tiempo libre.

El blog me ha llevado a que El Francotirador haya salido en programas como La Ventana, en la Revista Time, en un diario noruego, en varios periódicos de Vocento e incluso en un artículo de opinión de Manuel Jabois. Algo que nunca pensé que fuera a ocurrir.

Nuestra profesión es personal, ¿cómo olvidarnos de que somos periodistas? Quien es periodista lo es 24 horas. Por supuesto, mi blog me reporta una gran satisfacción profesional

Tengo cuatro blogs. Tres activos y uno abandonado. Estas respuestas se refieren sólo al más activo.

El blog lo dejé por falta de tiempo, ya que lo sacaba de mi tiempo libre y a veces por los 'piques' entre los clubes (al ser sobre vela), no compensaba malgastar ese tiempo y ya decidí no actualizarlo más y tener que estar sábados y domingos pendiente, ya que toda la información me la buscaba yo de estar pendiente de las competiciones

El blog, para mí, es solo un entretenimiento

### **13. APÉNDICE DOCUMENTAL II (Recopilación de la encuesta con los periodistas y blogueros de Vocento)**

En el capítulo anterior hemos incorporado como material documental los gráficos con las contestaciones a nuestra encuesta que nos remitieron los periodistas y blogueros de los diarios regionales de Vocento. Anotábamos en el texto preliminar que servían para configurar una visión global de los capítulos donde analizamos no sólo esas contestaciones, agrupadas en función de los factores que nos parecieron más pertinentes para los objetivos de nuestra investigación, sino además el análisis de sus contenidos que habíamos elaborado previamente.

Una aportación científica que quedaría incompleta, no obstante, si no añadiéramos el material completo de dichas contestaciones. Uno por uno, en el apéndice documental que incorporamos a continuación en formato CD-ROM al conjunto de nuestra tesis en este capítulo, se encuentra recopilada cada contestación de cada periodista. En ellas encontramos el relato exacto de sus pareceres y las reflexiones que incluyen en los apartados prefigurados para sus respuestas en abierto.





## 14. LISTADO DE BLOGS.

### 'LA VOZ DE CÁDIZ'

José Landi

María Almagro

### 'IDEAL'

Eduardo Peralta

'Carta del director'

Juan Jesús Hernández

'Ya no hay temor de Dios'

Quico Chirino

'Rumore, rumore'

Carlos Morán (en colaboración con José Emilio Calatayud)

'Blog del juez Calatayud'

José Enrique Cabrero

'Salto de eje'

Diego Quero

'El garaje ideal'

Rocío R. Gavira

'Alza la pata'

'Punto g'

Antonio Sánchez

'Tiro al pato'

Amanda Martínez

'Te recuerdo'

Rafael Lamelas

'Gracias, Arrigo'

Javier F. Barrera

'Cableados'

Fran Hidalgo

'La batidora'

José Liébana

'Jaén, puerto de mar'

Juan Esteban Póveda

'A bocajarro'

Jorge Pastor

'Patadón y tentetieso'

Miguel Cárceles

'Chérigan de atún'

Ramón L. Pérez

'Diario de un fotoperiodista'

### 'SUR'

Héctor Barbotta

'Marbella blog'

'Rugby mundial'

'Expectativas'

Isabel Méndez	'Qué le compro'
Antonio Javier López	'Línea de fuga'
Almudena Nogués	'Málaga, pasarela urbana'
Carmen Parra	'Gracias a Dior'
Ángel de los Ríos	'Soy friki'
Lorena Codés	'No sólo bodas'
Raquel Merino	'Adicta TV'
Nuria Trigueros	'Expectativas'
Iván Gelibter y Txema Martín	'Los come gambas'
José Miguel Aguilar	'Baloncesto al sur'
Fernando González	'Objetivo Málaga'
Francisco Grifán	'Patio de butacas'
Esther Requena	'A toda vela'

## 'HOY DE EXTRAMADURA'

Marcos Ripalda	'De subir a la montaña no me canso'
Juan Domingo Fernández	'Gratis total'
Antonio Chacón	'Al este del edén'
Ángela Murillo	'Senderos de Extremadura'

## 'LA VERDAD'

Alberto Aguirre de Cárcer	'Primera plana'
Joaquín García Cruz	'Menuda política'
Miguel Ángel Ruiz	'Los pies en la tierra'
Miguel Ángel Rubio	'Microhistorias'
Manuel Buitrago	'El blog de Buitrago'
Miguel García Bastida	'La esquina doblada'
	'Esto se mueve'
Iván Rosique	'Jueguicos y pantuflas'

Antonio Botías	'La Murcia que no vemos'
Patxi Larrosa	'El almirez'

## 'EL DIARIO MONTAÑÉS'

Jesús Herrera	'A capella'
Teresa Cobo	'La Engaña'
	'Vida de estos animales'
José Emilio Pelayo	'No hay silencio'
Guillermo Balbona	'Fuera de campo'
Andrés Fernández	'Primero dispara, después pregunta'
Víctor Puente	'Callejero vecinal'
Diego Ruiz	'El economato'
David Remartínez	'Remartini seco'
Ana del Castillo	'La tostadora'
Álvaro Machín	'El paseante'
Aser Falagán	'Trenti topic'
Leticia Mena	'Así lo veo'
	'Cantabria de moda' (en colaboración con María Lemes)
Juan Carlos Flores-Gispert	'Polvo callejero'
Nieves Bolado	'Por gaoneras'

## 'EL CORREO'

César Coca	'Divergencias'
Oskar Belategui	'Gran cinema'
Carlos Benito	'Evadidos'
Anje Ribera	'Música callada'
Iñaki Cerrajería	'La ilustración'
Francisco Góngora	'Topo verde'
Fernando J. Pérez	'Basabide'

Itsaso Álvarez	'Colomba'
Mauricio Martín	'Motoblog'
Sergio Eguía	'Plaza de garaje'
Luis Alfonso Gámez	'Magonia'

## 'DIARIO VASCO'

Ricardo Aldarondo	'Mon oncle'
Alberto Moyano <sup>o</sup>	'El jukebox'
Mitxel Ezquiaga	'Que paren la rotativa'
Lourdes Pérez	'La mirada'
Antxon Blanco	'Correr por correr'
Karel López	'Pajarito inglés'
Fernando Becerril	'El bisturí'
Elisa Belauntzaran	'Rincones de Guipúzcoa'

## 'EL NORTE DE CASTILLA'

Carlos Aganzo	'El avisador'
Víctor Vela	'El pincho'
	'La postal'
AA VV	'20 N'
AA Vv	'Pan comido'
Laura Martín	'El frikiblog'
Rebeca Alonso	'Sáhara'
Daniel Roldán	'Sala de espera'
AA VV	'Retorno a primera'
Antonio García Encinas	'El fútbolín'
Eloy de la Pisa	'Siete metros'
Ángel Blanco	'Sellos sin valor'
Sonia Quintana	'Moda y más'

Juan A. Pardal	'Que nos quiten lo bailao'
Juan A. Pardal	'Pasameelmando'
Chema Cillero	'Teleblograma'
Angélica Tanarro	'Calle 58'
Francisco Cantalapiedra	'Pasen y lean'
Javier Prieto	'De paso'
Ramón Gómez	'Camino de Santiago'
Antonio Corbillón	'Billete de ida. El Salvador'
Ignacio Foces	'La espita'
	'Punto de vista'

## 'EL COMERCIO'

Marcelino Gutiérrez	'El comentario del director'
Eva Mayordomo	'Amor de tupper'
Aída Collado	'Ataque al corazón'
Adrián Ausín	'Campo y playu'
Guillermo Fernández	'Caza en Asturias'
Daniel Castaño	'El desván de los ñoños'
	'Tira que libres'
Eva Vélez	'El baúl de Pandora'
Cristina Tuero	'El ojo verde'
María de Álvaro	'Jo, tía'
Carlos Prieto	'La tribuna'
Manuel Rosety	'Sportingmanía'
	'Sporting, fotos históricas'
Juan Neira	'Largo de café'
Ángel M. González	'Viento del nordeste'
Andrés Suárez	'Papel y boli'
José María Urbano	'Dame buenas noticias'
José Cezón	'Musicom'
Luis Enrique González	'Soltando amarras a bordo del Creuola'

Iván Llera	'Soy teleadicto y qué'
Ana Fernández	'Trending topic Asturias'

## 'LAS PROVINCIAS'

David Burguera	'Nos lo hemos leído'
Mikel Labastida	'Síndrome de Darrin'
Antonio Badillo	'Fútbol hasta en la sopa'
Moisés Rodríguez	'Latidos granotas'
Héctor Esteban	'El francotirador'
Javier Martínez	'Crimen on the blog'
Alberto Rallo	'Togado y hundido'
Beatriz de Zúñiga	'Daños y prejuicios'
Jesús Trelis	'Historias con delantal'
Arturo Checa	'Almas con patas'
Paco Huguet	'Nyas coca'
Paco Moreno	'Cap i casal'
Juan Sanchís	'Anécdotas de la historia'
César Campoy	'Banda sonora'
Marta Palacios	'Colorín, colorado'

## 15. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

AA.VV. 'Historia de los weblogs'.

[http://tintachina.com/archivo/historia\\_de\\_los\\_weblogs](http://tintachina.com/archivo/historia_de_los_weblogs)

AA. VV. <http://technorati.com/state-of-the-blogsphere-2010/> Consultado en enero del 2015

AA VV Informe anual de la comunicación 2000-2001. Estado y tendencias de los medios en España. Grupo Zeta. Barcelona

AA VV 'La ética y el derecho a la información en los tiempos del postperiodismo' Fundación COSO de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.

AA VV Medios de comunicación en el escenario iberoamericano. Madrid y Barcelona: Colección Fundación Telefónica y Ariel, 2007

AA VV 'Análisis y propuestas en torno al periodismo digital'. VII Congreso de Periodismo Digital, Zaragoza: Asociación de la Prensa de Aragón, 2006

AA VV 'La blogosfera en España, 2010', en Nielsen Online

AA VV 'Periodismo 3.0. La socialización de la información. Wikimedio de Periodistas 21 (Juan Varela editor)

AA VV 'La revolución de la prensa digital'. Cuadernos de Comunicación. 2009

AA. VV. <https://laprestampa.wordpress.com/2016/05/07/la-blogosfera-hispanica> Consultado en febrero del 2016

AA VV Perspectivas del mundo de la comunicación. Revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. 2001 (marzo-abril)

AA VV. 'Weblog and journalism'. Vol. 57 Harvard Nieman Report

AA VV., 'The State of the News Media 2005'. Project for excellence in Journalism. Columbia University Graduate School of Journalism'. (consultado en [https://www.fpjq.org/fileadmin/FPJQ/pdf/06-02\\_state-of-media.pdf](https://www.fpjq.org/fileadmin/FPJQ/pdf/06-02_state-of-media.pdf)..2005 Consultado en marzo del 2015

AA VV 'Weblogs and journalism'. Nieman Reports. The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University. Vol. 57. N. 3 2003

AA VV. 'Blogs, weblogs, bitácoras', en Telos. Cuadernos de comunicación e innovación, Nº 65. Madrid, Fundación Telefónica, 2005

AA VV La ética y el derecho a la información en los tiempos del postperiodismo. Valencia, Fundación COSO de la Comunidad Valencia para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad. 2007

AA VV. 'La nota dei blogger', Einaudi, 2004

AA VV. 'Periodismo 3.0. La socialización de la información'. Telos número 65. Fundación Telefónica, 2005

AA VV 'eEspaña 2011. Informe anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España'. Fundación Orange. 2011

AA VV Informe APM 2005

AA VV Informe APM 2006

AA VV Informe APM 2007

AA VV Informe APM 2008

AA VV Informe APM 2009

AA VV Informe APM 2010

AA VV Informe APM 2011

AA VV Las tecnologías periodísticas: desde ayer al mañana. Sociedad Española de Periodística, 2005

AA VV 'New media, old media: How blogs and social media agendas relate and differ from traditional press. Project for excellence in journalism', en <http://pewresearch.org/pubs/1602/new-media-review-differences-from-traditional-press> Consultado en enero del 2016

AA VV 'Moving into multiple business models. Outlook for newspaper publishing in the digital age', en [http://www.pwc.com/en\\_GX/gx/entertainment-media/pdf/NewsPaperOutlook2009.pdf](http://www.pwc.com/en_GX/gx/entertainment-media/pdf/NewsPaperOutlook2009.pdf) Editado por Price Waterhouse (consultado en enero del 2016)



AA VV 'New Media, Old Media: How Blogs and Social Media Agendas Relate and Differ from the Traditional Press'. Project for excellence in journalist

AA VV 'Presente y futuro de la comunicación digital'. VIII Congreso de Periodismo Digital en Huesca

AA VV. Informe anual del Banco de España. Servicio de Publicaciones del Banco de España, 2007.  
<http://www.bde.es/f/webbde/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/InformesAnuales/07/Fic/inf2007.pdf>

AA VV Explorando el ciberperiodismo iberoamericano. México, CECSA, 2002

ABRIL, N. *Periodismo de opinión*, Madrid, Síntesis, 1999

ABRIL, N *Información interpretativa en prensa*, Madrid, Síntesis, 2003

AGUADO, G. 'Claves de los weblogs y su influencia en la prensa tradicional', en *Doxa Comunicación*, Nº 4. Madrid: Universidad CEU San Pablo, 2006

AGUILLO, I.F. 'Indicadores hacia una evaluación no objetiva (cuantitativa) de sedes web', en *La gestión del conocimiento: retos y soluciones de los profesionales de la información*. Actas de las VII Jornadas Españolas de Documentación (Bilbao, 19, 20 y 21 de octubre de 2000). Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. 2000

AGUINAGA, E. DE. 'El periodista en el umbral del siglo XXI', en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Nº 8. Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, 2002

AGUIRRE ROMERO, J. 'Texto, hipertexto y contexto: nuevas perspectivas en la edición digital en red de la información', en *La lengua y los medios de comunicación. Actas del Congreso Internacional celebrado en la Universidad Complutense de Madrid*. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, 1999

AGUIRRE ROMERO, J. 'Las fronteras de la información en la era digital', en [https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero12/era\\_digi.html](https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero12/era_digi.html) 1999. Consultado en marzo del 2015

AIMC (ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN), 'Navegantes en la Red'. *13ª Encuesta AIMC a usuarios de Internet*. Madrid. <http://download.aimc.es/aimc/navred2010/macro2010.pdf> Consultada en enero del 2015

ALACID, J. 'El medio es el paisaje', en *Diario LA RIOJA*, 17 de mayo del 2015

ALBARRÁN DE ALBA, G. 'Los blogs no amenazan al periodismo', en *Diálogos de la comunicación número 76*. 2008

- ALCALÁ-SANTAELLA, M. 'Los géneros periodísticos en los soportes digitales', en *Redacción para periodistas: informar e interpretar* (Cantavella, J. y Serrano, J. F. editores). Barcelona: Ariel, 2004
- ALMIRÓN, N. *Los amos de la globalización. Internet y poder en la era de la información*, Barcelona, Plaza y Janés, 2002
- ALMIRÓN, N. La verdad en internet: la contribución de los weblogs, el caso de los *warblogs* en la guerra contra Iraq'. [http://www.almiron.org/Almiron.org/Journal\\_Articles\\_files/sep%202004.pdf](http://www.almiron.org/Almiron.org/Journal_Articles_files/sep%202004.pdf)  
Consultado en marzo del 2015
- ALONSO, J. 'Se impone dialogar más con los lectores', en *Visión sobre periodismo* <http://blogs.grupojoly.com/vision/2006/08/06/se-impone-dialogar-mas-con-los-lectores.html/comment-page-1> 2009
- ALONSO, J. y MARTÍNEZ, L. 'Medios interactivos: caracterización y contenidos' *Manual de redacción ciberperiodística*. Díaz Noci, J. y Salaverría, R. (coordinadores), Barcelona, Planeta, 2003
- ALONSO, J. 'Nuevas tecnologías y periodismo: repercusiones (realistas) en la producción informativa' en *La utopía digital en los medios de comunicación: de los discursos a los hechos*, Universitat Ramon Llull, Barcelona, 2005.
- ALONSO, J. 'Análisis descriptivo de los nuevos medios en internet', Tesis doctoral Universidad Pontificia de Salamanca, 2004.
- ALONSO DEL BARRIO, E. 'Los ciberperiódicos en España: periodismo digital vs. Periodismo 3.0', en *Actas del II Congreso Internacional de Comunicación 3.0*, Salamanca, 2010
- ALONSO, E. 'El periodista ciudadano. ¿Periodista?', en *Periodismo web 2.0. III* (Flores Vivar, J. y Esteve, F. editores), *Congreso Internacional de Periodismo en la Red*. Madrid: Fragua. 2008
- ALPHONSO, D. y PHAL. K. (eds.). *Blogs! Texts und form in internet*. Schwarzkopf & Schwarzkopf, Berlín, 2004
- ÁLVAREZ MARCOS, J. 'Una experiencia de periodismo cibernético. Diario Expo 92'. Tesis Doctoral Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla. 1997
- ÁLVAREZ MARCOS, J. 'Ciberprensa: el medio de los diez mil hombres', en *Ámbitos Revista Andaluz de Comunicación*. 2000
- ÁLVAREZ MARCOS, J. 'El periodismo ante la tecnología hipertextual', en *Manual de Redacción Ciberperiodística*. (Díaz Noci, J. y Salaverría, R. editores), Barcelona, Ariel, 2003
- ÁLVAREZ, T. y CABALLERO, M. *Vendedores de imagen*, Barcelona, Paidós, 1997.

- AMARTINO, M. 'Breve historia de los weblogs: la ola que le cambió la cara a la red'.. [https://www.clarin.com/ediciones-antiores/breve-historia-weblogs-ola-cambio-cara-red\\_0\\_Hy4xQtGg0Kg.html](https://www.clarin.com/ediciones-antiores/breve-historia-weblogs-ola-cambio-cara-red_0_Hy4xQtGg0Kg.html) 2003
- ANDERSON, C. *The long tail: why the future of business is selling less of more*. Nueva York, Hyperion, 2006
- ANDREWS, P. 'Is blogging journalism?', en *Nieman Reports*. Número 57. *Nieman Found for Journalism at Harvard University*, 2003
- ANTÚNEZ, J.L. 'El impacto de la aparición de los gestores de contenidos (CMS) en el despegue del fenómeno blog', en *Blogs, la conversación en internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*. Madrid, ESIC, 2006
- ARANTES, R. 'La blogosfera en España: poder prescriptor y tendencias de futuro'. Trabajo de fin de grado. Universidad de Valladolid. 2014
- ARMAÑANZAS, E., DÍAZ NOCI, J., y MESO, K. *El periodismo electrónico*. Universidad del País Vasco, Leioa, 1996
- ARMENTIA, J. I. y ELEXAGARAY, J. 'La prensa digital española ante el tercer milenio', en *Actas del III Congreso de Investigadores Audiovisuales*. Madrid, Servicio Editorial de la Universidad Complutense, 1999
- ARMENTIA, J.I., CAMINOS, J.M., ELEXGARAY, J. y MERCHÁN, I. 'Los géneros y la prensa digital', en *Estudios de Periodística IX, El periodismo en la era multimedia*. VI Congreso de la Sociedad Española de Periodística, Madrid, SEP, 2001
- ARMENTIA, J. I., ELEXAGARAY, J. y PEREZ, J.C., *Diseño y periodismo electrónico*. Leioa, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 1999
- ARMENTIA, J.I., CAMINOS, J. M., ELEXAGARAY, J., MARÍN, F. y MERCHÁN, I. *El diario digital*. Barcelona, Bosch, 2000
- ARMENTIA, J.I., CAMINOS, J. M., ELEXAGARAY, J. y MERCHÁN, I. 'La información en la prensa digital', en *Zer número 8*. Leioa, 2000
- ARMENTIA, J.I., CAMINOS, J. M., ELEXAGARAY, J. y MERCHÁN, I. 'La estructura textual en la prensa electrónica'. *En Zer número 8* Leioa, 2000
- ARRANZ LAGO, D. F. 'La blogosfera, metáfora incierta del periodismo', en *La ética y el derecho a la información en los tiempos del postperiodismo*. Valencia, Fundación COSO de la Comunidad Valencia para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad. 2007
- AZÚA, F. DE. *Autobiografía de papel*, Barcelona, Mondadori, 2013
- AZURMENDI, A. (ed.), *Derecho a la información*, Pamplona, EUNSA (segunda edición), 2001

- BADILLO, J. 'Los blogs como herramienta para configurar la información colectiva', en Martínez, S. y Solano, E. (editores) *Blogs, bloggers, blogosfera*, Universidad Iberoamericana, México DF., 2010
- BALSLEV, J. y WINTHER, J. 'Weblogs', en PC Cuadernos Técnicos, número 19, 2004
- BARBOSA, E. y GRANADO, A. *Weblogs: Diario de Bordo*. Porto Editora, Oporto. 2004
- BARGER, J. <http://robotwisdom2.blogspot.com.es/> Consultado en octubre del 2014
- BARGER, J. 'FAQ: Weblog resources', en <http://robotwisdom2.blogspot.com.es/> Consultado en octubre del 2014
- BARRETT, C. 'Anatomy of a weblog', <http://camworld.org/1999/01/26/anatomy-of-a-weblog-2/> 1999
- BARRET, E. (ed.) *The society of text: hypertext, hipermedia and the social construction of information*. Cambridge, Massachussets, MIT Press, 1991
- BARROSO, P. 'Cuatro principios de ética en Internet', en *Zer. Revista de estudios de comunicación*, N° 3: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. Bilbao, 1997:
- BAUSCH, P., HAUGHEY, M., Y HOURIHAN, M. *We blog. Publishing on line with weblogs*. Wiley Publishing, New Jersey (Estados Unidos), 2002
- BEL MALLÉN, J.(coord.) 'Comunicar para crear valor', Pamplona, EUNSA, 2004
- BERGANZA CONDE, M.R. y RUIZ SAN ROMÁN, J.A. *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Madrid, McGraw Hill, 2005
- BERNAL TRIVIÑO, A.I., *Herramientas digitales para periodistas: guía práctica para el periodismo on-line*. Barcelona, UOC, 2015
- BLANCO, S. 'Las bitácoras como garantes de la calidad de los medios de comunicación de masas. Los mediainfluenciadores', en *Blogs y periodismo en la red. I Congreso Internacional de Blogs y Periodismo en la Red* (Cebrián, M. y Flores, J. editores) Madrid: Fragua. 2006
- BLAIR, J. *My life at The New York Times*, New Millenium Press, 2004
- BLOOD, R. 'Weblogs: a history and perspective'. [http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html) 2000
- BLOOD, R. *The weblog handbook: practical advice on creating and maintaining your blog*. Cambridge, MA: Perseus Publishing. 2002

- BLOOD, R. *We've got blog. How weblogs are changing our culture*. Cambridge, MA: Perseus Publishing, 2002
- BLOOD, R. 'Weblogs and journalism in the age of participatory media', en Rebeca's Pocket, 2003
- BLOOD, R. 'Weblogs and journalism. Do they connect?', *Nieman Reports: Weblogs and journalism*. Vol. 57. Número 3. Nieman Found for Journalism at Harvard University., 2003
- BOCZKOWSKI, P. *Digitilizing the news. Innovation in online newspapers*. MIT Press. Estados Unidos, 2004
- BOLTER, J.D. *Remedation: understanding new media*, Massachussets, MIT Press, 1999
- BORGES, J. D. 'Por que os blogs de jornalistas não funcionam' [http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=2062&titulo=Por\\_que\\_os\\_blogs\\_de\\_jornalistas\\_nao\\_funcionam](http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=2062&titulo=Por_que_os_blogs_de_jornalistas_nao_funcionam) 2006
- BOWMAN, S. y WILLIS, C. *We media. How audiences are shaping the future of the news and information*. The MediaCenter. American Press Institut. Arlington (Virginia), Estados Unidos. [http://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf). 2004
- BOYD, D. 'A blogger's blog: exploring the definition of a medium', en *Reconstruction*, vol. 6, N° 4. <http://reconstruction.eserver.org/064/boyd.shtml> Consultado en marzo del 2016
- BRADSHAW, P. 'Are these the biggest moments in journalism-blogging history?', en <https://onlinejournalismblog.com/2008/11/20/are-these-the-biggest-moments-in-journalism-blogging-history/> 2008, consultado en enero del 2016
- BRUGERA, E y CAMPÁS, J. *Los blogs y el hipertexto*, Barcelona, UOC, 2007
- BRUGERA, E y LARA, P/MARTÍNEZ, J.A. *La organización del conocimiento en internet*, Barcelona, UOC, 2007
- BULLÓN, P. 'La Prensa frente a las nuevas tecnologías. Algo está cambiando', en <http://www.saladeprensa.org/art35.htm> 1999, consultado en octubre del 2014
- BURG, T. (ed.) *Blogtalks: First European Conference on Weblogs*. Zentrum für Wissenschaftliche Forschung und dienstleistung. Viena, 2004.
- BURTON, B. y GRAHAM, A. *Never Threaten to Eat Your Co-Workers: best of blogs*. Springer, 2004.
- BUSTILLO, A. 'Ediciones electrónicas. El cuarto poder en la red', en *La Revista*, 1997

- CABEZUELO LORENZO, F. y RODRÍGUEZ ESCANCIANO, I., 'Del Periodismo 2.0 al 3.0. Blogs y otras nuevas formas de participación de los públicos' en *La ética y el derecho a la información en los tiempos del postperiodismo*. Fundación COSO de la Comunidad Valencia para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad. Valencia, 2007
- CABRERA, M.Á. 'Evolución y tendencias en la configuración gráfica de la prensa on line'. Tesis doctoral, Málaga, Universidad de Málaga, 2000.
- CABRERA, M.Á. 'La prensa online. Los periódicos en la www'. Barcelona, CIMS, 2000.
- CAMBRONERO, A. BlogGuest2. ([www.blogpocket.com](http://www.blogpocket.com)), 2002
- CAMINOS, J.M., MARÍN, F. y ARMENTIA, J.I.' Elementos definitorios del periodismo digital, en *Estudios sobre el mensaje periodístico, N° 13*. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, 2007.
- CAMINOS, J.M., MARÍN, F. y ARMENTIA, J.I. 'Novedades en el diseño de la prensa digital española (2000-2008)' *Palabra clave, Revista de Comunicación. Universidad de La Sabana*. Bogotá (Colombia), 2008.
- CANDEIRA, J. 'La web como memoria organizada: el hipocampo de la red'. *Recopilación de 'Para poder pensar', Revista de Occidente*, Madrid, 2001
- CANGA, J. 'Periodismo en la Red. Diseño periodístico y ediciones digitales', en *Revista Telos, Sociedad de la Información Fundación Telefónica*. Abril-junio 2005
- CANGA, J y MENDIGUREN, T. 'Análisis de la participación ciudadana a través de un pionero modelo participativo en prensa: el proyecto 'enlaCe' de El Correo', en *Estudios sobre el mensaje periodístico, número 18*, 2012
- CANGA, J. *La prensa y las nuevas tecnologías: manual de la redacción electrónica*, Bilbao, Ediciones Deusto, 1988
- CANGA, J..*El diseño periodístico en prensa diaria*, Barcelona, Bosch, 1984
- CANGA, J. 'Periodismo e Internet: Nuevo medio, vieja profesión', en *Estudios sobre el mensaje periodístico, número 7*, 2001
- CANGA, J. 'Tecnología, diseño periodístico y ediciones digitales en internet: a la búsqueda de nuevas propuestas visuales para un nuevo medio', en *Las tecnologías periodísticas: desde el ayer al mañana*, de José Manuel Gómez y Méndez (ed. lit.), 2005
- CANGA, J., COCA, C., MARTÍNEZ, E., CANTALAPIEDRA, M.J. y MARTÍNEZ ODRIOZOLA, L, 'Del umbral al portal', en *Zer: Revista de estudios de comunicación número 6*, 1999

CANGA, J., COCA, C., MARTÍNEZ, E., CANTALAPIEDRA, M.J., y MARTÍNEZ, L. *Diarios digitales. Apuntes sobre el nuevo medio*. Universidad del País Vasco, Leioa, 2000

CANGA, J., COCA, C., MARTÍNEZ, E., CANTALAPIEDRA, M.J., y MARTÍNEZ, L. 'Quién teme al diario digital', en *Revista Latina de Comunicación*, número 17. 1999

CANGA, J., COCA, C., MARTÍNEZ, E., CANTALAPIEDRA, M. J., y MARTÍNEZ, L. 'Un nuevo medio para un nuevo siglo', en <http://www.saladeprensa.org/art133.htm>. 2000. .

CANTALAPIEDRA, M. J. 'Enlazar información', en *Hipertext.net (Anuario Académico sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva)*. Universidad Pompeu Fabra, 2003 en [http://ddd.uab.cat/pub/artpub/2011/88754/hipertext\\_a2011n9a2/enlazar.html](http://ddd.uab.cat/pub/artpub/2011/88754/hipertext_a2011n9a2/enlazar.html).

CANTALAPIEDRA, M. J. 'Teoría de los géneros periodísticos hipertextuales', en GAGO MARIÑO, M., LIMIA FERNÁNDEZ, M., OTERO, M.L. LÓPEZ GARCÍA, X. y PEREIRA FARIÑA, X, (editores). *Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital*, Santiago de Compostela, 2004,

CANTALAPIEDRA, M. J., ARRATIBEL, A. G., PEÑA, S. Y PÉREZ, J. 'Interactividad y participación ciudadana en los medios vascos en Internet', en *Mediatika: cuadernos de medios de comunicación* N. 12.

CANTALAPIEDRA, M. J., ITURREGUI, L., RIVERO, D. y MARTINS DE FREITAS, A.C. 'El futuro periodista ante la web 2.0', en *Periodismo web 2.0* (coordinado por Jesús M. Flores y Francisco Esteve), 2012, pp. 399-406,

CANTAVELLA, J. y SERRANO, J.F. *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona, Ariel, 2004

CANTAVELLA, J. 'Textos dinámicos y atractivos para un periodismo cambiante', en *Aproximación a las tendencias de futuro en los géneros periodísticos*, en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, N° 5. Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.1999

CÁRDENAS, M.L. y NOTARIO, M.L. 'La apuesta por los blogs en elmundo.es', en *El drama del periodismo, narración e información en la cultura del espectáculo. Actas de las conferencias y comunicaciones del XI Congreso de la Sociedad Española de Periodística* (Noguera, J.M. editor). Murcia, Sociedad Española de Periodística,2009

CARLSSON, U. (ed.) 'The 14th Nordic Conference on Media and Communication Research', en *Nordicon Review*. Vol. 21. Número 2. Goteborg (Suecia), 2000.

CARPINTIER, R. 'El cambio de comunicación en la empresa', en <http://www.baquia.com/com/20031231/art00003.html> 2003.

- CARRASCO, R. 'Influencia de la blogosfera en el sector informativo y la ciudadanía. Situación en España' en MARTÍNEZ, S. y SOLANO, E. (editores), en *Blog, bloggers, blogosfera*. Universidad Iberoamericana, México DF., 2010
- CARRASCO, R. 'Blogs, ¿periodismo ciudadano? y la crisis de los medios impresos', en *Comunicación, alternativa, ciudadanía y cultura*. 2007
- CARRERA, P. 'Procedencia de los contenidos', en *Periodismo en la era de Internet. Claves para entender la situación actual de la información periodística en España*. (Diezhandino, M.P. coord.), Barcelona y Madrid: Ariel y Fundación Telefónica, 2008
- CARRILLO DURÁN, M.V. y CASTILLO DÍAZ, A. 'Los blogs en la prensa regional on line', *Global Media Journal, Vol. VI. Número 12*. Publicación editada por la Universidad Texas A&M International University (Estados Unidos) y el Instituto Tecnológico de Monterrey (México), 2009
- CASASÚS, J.M. 'Nuevos conceptos teóricos para la investigación en Periodismo Digital', en <http://fama2.us.es/fco/digicomu/cap11.pdf> 2002
- CASCIARI, H. 'La ficción online: un espectáculo en directo', en CEREZO, J.M. *La blogosfera hispana: pioneros de la cultural digital*, Madrid, Fundación France Telecom España 2006
- CASTAÑEDA, J. 'Periodismo digital o incertidumbre', en <http://www.lavanguardia.es/egibin/noticialvd.pl?noticia-tribuna060201&sección-internet>, 2001.
- CASTELLS, M. *La galaxia Internet*. Barcelona, Plaza y Janés, 2001
- CASTELLS, M. 'La era de la información', en *La sociedad red. El poder de la identidad. Fin de Milenio* Madrid, Alianza, 1997/98
- CASTRO, E. *Créer un blog ave blogger*, Peachpit Press, 2005
- CEBRIÁN HERREROS, M. y FLORES VIVAR, J. 'Blogs y periodismo en la red'. I *Congreso Internacional de Blogs y Periodismo en la red*. Madrid, Universidad Complutense, 2006
- CEBRIÁN HERREROS, M. "La información en red". *Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, Murcia 2000
- CEBRIÁN HERREROS, M. 'Géneros informativos audiovisuales'. *Ciencia 3. Distribución*, Madrid, 1992
- CEBRIÁN HERREROS, M. 'Información multimedia', en *Desarrollos del periodismo en internet*, Zamora, Comunicación Social, 2010



- CEBRIÁN HERREROS, M. 'Breve introducción al fenómeno blog', en *Los secretos del nuevo periodismo. ¿Está muriendo la información tradicional?*. I Congreso de Nuevo Periodismo, Valencia, Generalitat Valenciana, 2007
- CEBRIÁN HERREROS, M. 'Atrapados en las redes'. *Telos*, Madrid, 1996
- CEBRIÁN HERREROS, M. *Desarrollos del periodismo en internet*. Comunicación Social, Sevilla 2007
- CEBRIÁN HERREROS, M. 'Comunicación interactiva en los cibermedios'. *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*, n. 33. 2009
- CEREZO, J.M (director). *La blogosfera hispana: pioneros de la cultural digital*, Madrid, Fundación France Telecom España 2006
- CEREZO, J.M. y ZAFRA, J. 'El impacto de Internet en la prensa', en *Cuadernos/Sociedad de la Información*, Nº 3. Madrid: Fundación Auna, 2009
- CEREZO, J. 'Los modelos de negocio online', en *La revolución de la prensa digital*, Cuadernos de Comunicación Evoca, 2009
- CERVERA, J. 'Una teoría general del blog', en *La blogosfera hispana: pioneros de la cultural digital*, bajo la dirección de CEREZO, J.M. (director), Madrid, Fundación France Telecom España, 2006
- CERVERA, J. 'Internet: el paraíso del periodismo', en (<http://baquia.com/com/20010202/art00010.print.html>) 2001,
- CERVERA, J. 'Mucho más que periodismo'. *Retiario*, 25 de julio del 2006. [http://cdn.20m.es/edicionimpresa/bilbao/06/07/BILB\\_25\\_07\\_06.pdf](http://cdn.20m.es/edicionimpresa/bilbao/06/07/BILB_25_07_06.pdf)
- CHROMATIC, B. y KRIEGER, D. *Running weblogs with slash*. O'Really and Associates, 2002
- CLYDE, L. *Weblogs and libraries*. Oxford Chandos Publishing, 2004
- COBO, C. 'Bitácoras del conocimiento: inteligencias en línea', en *Blogs, bloggers, blogosfera*, Universidad Iberoamericana (MARTÍNEZ, S. y SOLANO, E. editores), 2010
- COCA, C., BEZUNARTEA, O. Y CANTALAPIEDRA, M.J., 'La situación laboral y profesional de los periodistas', en *Zer: Revista de estudios de comunicación*, Nº. 9, 2000
- CODINA, LL. *Periodismo digital en Internet*, BYTE, 1996
- COMPAINE, B. 'Internet, un medio moderno de distribución', en *El futuro del periódico en perspectiva. Informe del Foro Mundial 1997 de Estrategia Periodística de la WAN*. 1997

- CORES, R. 'Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos', en *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla, Comunicación Social, 2005
- CORREDOIRA, L. (ed.) *Los retos de la información en internet. Las libertades de acceso y difusión*. Madrid, Seminario Complutense de Telecomunicaciones e Información, 1999
- CORREIA, J.C. 'Online journalism and civic life', en *The Handbook of global online journalism*, de Siapera E. y Veglis, A. (editores), Willey, 2012
- CORREYERO, B. 'La figura del comunicador digital en la era de la sociedad de la información'. *II Congreso Ibérico*, Covilha (Portugal), 2004
- CZITRON, D. *Media and the american mind: from Morse to McLuhan*. Chapell Hill, Univesity of North Caroline Press, 1982
- DANS, E. 'Blogs y empresa: de la oscuridad a la luz, pasando por las tinieblas', en *Nuevas tecnologías, nuevos empleos y nuevas organizaciones*. Madrid, Fundación Telefónica, 2007
- DANS, E. 'Algo más que noticias', en [http://profesores.ie.edu/enrique\\_dans/download/prensa-pca.pdf](http://profesores.ie.edu/enrique_dans/download/prensa-pca.pdf) 2006
- DANS, E. 'Microblogging, medios y redes sociales', en *La revolución de la prensa digital*, Cuadernos de Comunicación Evoca, 2009
- DANS, E. 'El quinto poder se teje en la blogosfera', en <https://www.enriquedans.com/2007/10/el-quinto-poder-se-teje-en-la-blogosfera-en-expansion.html> 2007
- DELGADO BARRERA, ANTONIO. 'Quince años de prensa digital en España', en *La revolución de la prensa digital*. Evoca, Madrid, 2009
- DESAVOYE, B. et al. *Les blogs*, M2 Editions, 2005.
- DÍAZ ARIAS, R. 'Evolución de la comunicación audiovisual: de la televisión clásica al videoblog', en *Blogs y periodismo en la red. I Congreso Internacional de Blogs y Periodismo en la Red*, Madrid, Fragua, 2006
- DÍAZ NOCI, J. *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Leoa, Universidad del País Vasco, 2001
- DÍAZ NOCI, J. 'Historia de los cibermedios en España', en *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. (SALAVERRÍA, R. Coordinador) Sevilla, CS Comunicación Social, 2005, página 21.

DÍAZ NOCI, J. 'Ciberperiodismo, profesión y academia. Medios digitales españoles en internet'. *TELOS*. Fundación Telefónica, Madrid, 2004.

DÍAZ NOCI, J. 'Tendencias del periodismo electrónico. Una aproximación a la investigación sobre medios de comunicación en internet'. *ZER*, número 2. 1997

DÍAZ NOCI, J. '¿Hacia dónde va el periodismo de internet?'. *Sphera Pública*, número 1 2001

DÍAZ NOCI, J. 'El juego de la información. Tecnología del hipertexto, teoría de juegos y su aplicación en el periodismo', en *VII Congreso de la Sociedad Española de Periodística*. Sevilla 2002

DÍAZ NOCI, J. 'La escritura digital', en *Talaia*, número 7. <https://www.uv.es/lejarza/amv/adeфинi/pdf/escriDIG.pdf>, 2000

DÍAZ NOCI, J. 'Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología', en II Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital, Santiago de Compostela, 2004. <http://www.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/generos.pdf>, consultado en octubre del 2015

DÍAZ NOCI, J. 'Conceptos en torno al periodismo electrónico interactivo multimedia', en *XV Cursos de Verano*, EHU, San –Sebastián, 1999.

DÍAZ NOCI, J., LÓPEZ, G., LARRONDO, A., EDO, C., IGLESIAS, M. y LARRAÑAGA, J. 'Convergencia y contenidos', en *Convergencia digital. Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España*. Santiago de Compostela: Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Santiago de Compostela, 2010

DÍAZ NOCI, J., LÓPEZ, X. Y PALOMO, M.B. 'Spain: multimedia richness and variety of business models', en *Print and online newspapers in Europe. A comparative analysis in 16 countries*. Amsterdam, Het Spinhuis Publishers, 2005

DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRIA, R (Coord). *Manual de redacción ciberperiodística*, Barcelona, Planeta, 2003

DÍAZ NOCI, J. y MESO; K. *Periodismo en internet. Modelos de la prensa digital*. Leioa, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 1999.

DÍAZ NOCI, J. y MESO; K. *Medios de comunicación en internet*. Madrid, Anaya, 1997.

DÍAZ NOCI, J. y MESO, K., 'Desarrollo del periodismo electrónico' en *El profesional de la Información*. Revista internacional científica y profesional. 1998, [http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/1998/diciembre/desarrollo\\_d\\_el\\_periodismo\\_electronico.html](http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/1998/diciembre/desarrollo_d_el_periodismo_electronico.html).

DÍAZ NOCI, J. y MESO, K., *Periodismo electrónico Multimedia*. Donostia, EHU, 2000

- DÍAZ NOSTY, B. *Informe anual de la comunicación*, Barcelona. Grupo Zeta, 1998
- DÍAZ NOSTY, B. *Informe anual de la comunicación*, Barcelona. Grupo Zeta, 1999
- DÍAZ NOSTY, B. *Informe anual de la comunicación*, Barcelona. Grupo Zeta, 2000
- DÍAZ NOSTY, B. *Comunicación social 1996*. Tendencias, Madrid, Fundesco, 1998
- DÍAZ NOSTY, B. 'La mejora de la práctica docente en Comunicación Periodística'. *Unidad Docente de Periodismo*, Málaga, Universidad de Málaga, 1998
- DIEZHANDINO, M.P.: *Periodismo digital en tiempos de crisis. Un caso de estudio: el tratamiento de la inmigración en los medios*. Barcelona y Madrid: Ariel y Fundación Telefónica, 2009.
- DIEZHANDINO, M.P. y CARRERA, P. 'La puesta en escena de los géneros periodísticos', en *Periodismo digital en tiempos de crisis. Un caso de estudio: el tratamiento de la inmigración en los medios*. Barcelona y Madrid: Ariel y Fundación Telefónica, 2009.
- DOCTOROW, C. et al. *Essential blogging*. O'Reilly Media, 2002
- DOMINGO, D. y HEINONEN, A. 'Weblogs and journalism', *Nordicom Review*, número 29. 2008
- DOMÍNGUEZ, E. 'Integración o separación, dos modelos imperfectos para las divisiones online de los periódicos', en *La Vanguardia Digital*. 20 de junio del 2000.
- DOMÍNGUEZ, M. 'La opinión en la web: de la columna al weblog', en *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: cibermedios, confidenciales y weblogs* (López, G. editor). Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. 2008
- DOVIGI, M. *Weblog, personal publishing*, Apogeo, 2003
- DVORAK, J.C. 'The blog phenomenon', *PC Magazine*. Ziff Davis Media, 2002
- EDO, C. 'Las ediciones digitales de la prensa. Los columnistas y la interactividad con los lectores' en *Estudios sobre el mensaje periodístico*. <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0000110063A/12911>, 2000
- EDO, C. 'Una radiografía de la prensa digital', en *Estudios sobre el mensaje político*, número 7, 2001 <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/ESMP0101110431A/12885>
- EDO, C. 'Rasgos y normas del estilo ciberperiodístico', en *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, 2003

EDO, C. 'Los medios on line todavía no existen', en *Estudios de Periodística IX. El periodismo en la era multimedia. VI Congreso de la Sociedad Española de Periodística*. Madrid, 2001

EDO, C. 'Las ediciones digitales de la prensa: los columnistas y la interactividad con los lectores', en <file:///C:/Documents%20and%20Settings/Jorge/Mis%20documentos/Downloads/13759-13838-1-PB.PDF>, 2000

EDO, C. *Del papel a la pantalla. La prensa en Internet*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2002

EDO, C. 'Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros', en *Ámbitos*, núm. 12, Universidad de Sevilla, 2004

EDO, C. FLORES VIVAR, J.M., GARCÍA-ALONSO, P., MARCOS, J.C. y PARRA, D. 'Estrategias y perspectivas documentales en la información digital', en *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*, Nº 17. Universidad de Sevilla, 2008

ECO, U. Número cero, Barcelona, Lumen, 2015

EKDALE, B., NAMKOONG K., Y FUNG, T.K.F. y PERLMUTTER, D.D. *Why blog? (then and now): exploring the motivations for blogging by popular American political bloggers*. New Media Society, 2010

ENCINAR, J 'Las conversaciones de los blogs se mudan a las redes sociales', en <http://www.jesusencinar.com/2009/08/las-conversaciones-de-los-blogs-se-mudan-a-las-redes-sociales.html> 2009

ESCOLAR, I. 'MSN Space y Myspace: ¿la blogosfera adolescente?', en 2006, Consumer, marzo, 2006 <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/internet/2006/03/16/150197.php>

ESPADA, A. *Diarios 2004*. Madrid, Espasa, 2005.

ESPINOSA, C. 2006, 'El Mundial en Internet: a Lionel Messi le descubrieron su blog o blogonovela', en *Cobertura Digital*, <<http://www.cobeturadigital.com/2006/06/26/el-mundial-en-internet-a-leonel-messi-le-descubrieron-su-blog-o-blogonovela/>>

ESPIRITUSANTO, O. 'Participación y periodismo ciudadano', en *La revolución de la prensa digital*. Cuadernos de comunicación Evoca, Madrid, 2009

ESPIRITUSANTO, O. y GONZALO RODRÍGUEZ, P. (coordinadores y autores) *Periodismo ciudadano*. Madrid, Ariel y Fundación Telefónica. 2011

ESTALELLA, A. 'La construcción de la blogosfera: yo soy mi blog (y sus conexiones)', en CEREZO, J.M. (director) *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Madrid, Fundación France Telecom España, 2006

- ESTALELLA, A. 'Tras los trackbacks, en busca del asentamiento virtual del blog'. <http://estalella.wordpress.com/2006/03/31/tras-los-trackbacks-en-busca-del-asentamiento-virtual-de-los-blog/> 2006
- ESTEFANIA, J. *Estos años bárbaros* Galaxia Gutenberg, Madrid, 2017
- ESTEVE, F. y MORENO, P. 'Los blogs especializados en la prensa digital', en *Desarrollos del periodismo en internet* (coordinado por Mariano Cebrián), Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2010
- ESTÉVEZ, J. *Periodismo en la red*. Madrid, Anaya, 2002
- ESTÉVEZ, J. 'El año de los blogs', en *Los secretos del Nuevo Periodismo. ¿Está muriendo la información tradicional? I Congreso Internacional de Nuevo Periodismo*, Valencia: Generalitat Valenciana, 2006
- FARRÉ, J. 'La irrupció d'Internet: mites e (in)certeses. Trípodols. - La utopía digital en los medios de comunicación: de los discursos a los hechos. Un balance. Volumen extra, publicado con las ponencias presentadas en el III Congreso Internacional Comunicación y Realidad, Barcelona: 2005
- FERNÁNDEZ AREAL, M. 'El periodista ante la amenaza del postperiodismo. Permanencia de los criterios deontológicos en la era de internet'. [\*La ética y el derecho de la información en los tiempos del postperiodismo\*](#). Fundación COSO de la Comunidad Valencia para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad. 2007
- FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. *Periodismo especializado*, Barcelona, Planeta, 2004
- FERNÁNDEZ HERMANA, L. Á. *La batidora digital*, Enredando.com. 1999
- FERNÁNDEZ PARRAT, S. 'El debate en torno a los géneros periodísticos en la prensa: nuevas propuestas de clasificación'. *ZER, Revista de Comunicación*, Número 11. Universidad del País Vasco. 2001
- FERRERAS, G. y GARRIDO F. 'Midiendo la blogosfera. Perfil del blogger español' en *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*, CEREZO, J.M. (director), Madrid, Fundación France Telecom España, 2006
- FIDLER, R. *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*. Buenos Aires, Granica, 1998
- FIDLER, R., 'El diario que viene', en *Cuadernos. Info*, (9), 24-28. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.9.298>, 2002
- FLORES, J. y MIGUEL, A. *Ciberperiodismo. Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*. Madrid, Ediciones 2010, 2001

- FLORES VIVAR, J.M. 'Periodismo blog. Evolución de la información alternativa y participativa y la eclosión del quinto poder' en MARTÍNEZ, S. y SOLANO, E. (editores), en *Blogs, bloggers, blogosfera*, Universidad Iberoamericana, 2010
- FLORES VIVAR, J.M. 'Los blogs en la reinención del periodismo y los medios' MARTÍNEZ, S. y SOLANO, E. (editores), en *Blogs, bloggers, blogosfera*, Universidad Iberoamericana, 2010
- FLORES VIVAR, J.M. 'Los weblogs temáticos en el contexto del periodismo especializado', en *Congreso Internacional de Cyberperiodismo. Actas de ponencias y comunicaciones*, Madrid, Universidad Antonio de Nebrija, 2006
- FOGEL, J.F. y PATINO, B. *Une press sans Gutenberg*. París, Grasset, 2005
- FOURNIER, V. 'Weblogs: otro útil de trabajo en el abanico de los medios electrónicos'.  
[file:///C:/Documents%20and%20Settings/Jorge/Mis%20documentos/Downloads/S\\_46-49%20\(2\).pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/Jorge/Mis%20documentos/Downloads/S_46-49%20(2).pdf) 2003
- FRANQUET, R. y LARRÉGOLA, G. (eds.). *Comunicar en la era digital*. Barcelona, Sociedad Catalana de Comunicació, 1999
- FRASCAROLI, M. 'El periodismo digital como futuro de las empresas periodísticas hispano-argentinas de prensa en la sociedad de la información'. Tesis doctoral, Universidad Complutense, Madrid, 2004
- FRASCAROLI, M., FERNÁNDEZ, M. y MILLÁN, T. 'El impacto de los weblogs en las ediciones digitales de los diarios, sus características y posibilidades para el periodismo digital', en *Blogs y periodismo en la red. I Congreso Internacional de Blogs y Periodismo en la Red*, Madrid: Fragua, 2006
- FUMERO, A. 'El abecé del universo del blog', *Telos 65 Octubre/Diciembre* 2005
- FUMERO, A. 'Anatomía y fisiología de un blog' en *La blogosfera hispana: pioneros de la cultural digital*, CEREZO, J.M. (director), Madrid, France Telecom España. 2006.
- FUMERO, A. 'Un tutorial sobre blogs. El abecé del universo blog', en *Telos. Cuadernos de comunicación e innovación, N° 65*. Madrid, Fundación Telefónica, 2005.
- GAGO, M. 'Qué ha sido de la pirámide invertida. Un aproximación a la investigación sobre géneros periodísticos en los medios electrónicos'. III Congreso de Investigadores Audiovisuales. Madrid, 1999
- GARCÍA, A.A. y ARCILA CALDERÓN, C. 'El periodista venezolano en la blogósfera', en *Quórum Académico. Vol. 8, N° 15*, Universidad de Zulia, 2011
- GARCIA, F. 'Nuevas estructuras narrativas de los relatos hipertexto interactivos', en *Comunicación audiovisual en la era digital, Santiago de Compostela*, Universidade de Santiago de Compostela, 2005

GARCÍA ALONSO, P. 'Asociación de Periodistas Bloggers', en MARTÍNEZ, S. y SOLANO, E. (editores), en *Blogs, bloggers, blogosfera*, Universidad Iberoamericana, 2010

GARCÍA DE MADARIAGA, J.M. 'Del periodismo cívico al participativo: nuevos medios, viejas inquietudes'. En *Zer*, Leioa, UPV, 2006

GARCÍA DE TORRES, E. y POU, M.J. 'Características de la comunicación digital', en DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA, R. (coordinadores), *Manual de Redacción ciberperiodística*. Barcelona, Planeta, 2003

GARCÍA GONZÁLEZ, A. 'Los blogs y el nuevo periodismo musical en la red', en *Blogs y periodismo en la red. I Congreso Internacional de Blogs y Periodismo en la red*. Madrid, Universidad Complutense, 2006

GARCÍA IRIARTE, I. 'La prensa en internet. Una crisis de oportunidad', en *Jornadas sobre Publicación Electrónica*, Leganés, Universidad Carlos III, 1999

GARCÍA JIMÉNEZ, A. y RUPÉREZ RUBIO, P. (editores). *Aproximaciones al periodismo digital*. Madrid, Universidad Rey Juan Carlos I, 2007

GARCÍA OROSA, B. y CAPÓN GARCÍA, J. L. 'Las bitácoras o weblogs y la lógica del campo informativo. Un análisis comparativo con la agenda mediática tradicional', en *Estudios sobre el mensaje periodístico, N° 10*. Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, 2004

GARRIDO, F. y LARA, T. 'Perfil del blogger hispano: III Encuesta a bloggers', en *Diálogos de la Comunicación número 76*, 2008

GARRIDO MEDINA, J. (ed.) 'La lengua y los medios de comunicación'. *Actas del Congreso Internacional celebrado en la Universidad Complutense de Madrid*. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, 1999

GASCUEÑA, R. 'La blogosfera, un fenómeno de integración conceptual en el subdominio de internet', en *El diccionario como puente entre las lenguas y culturas del mundo*. Actas del II Congreso Internacional de Lexicografía Hispánica, Alicante, 2006

GELADO, J.A. 'De los blogs al podcasting. Continuidad y disrupción', en CEREZO, J.M. (director), *La blogosfera hispana: pioneros de la cultural digital*, Madrid, Fundación France Telecom España 2006

GIL, A. 'Blogs: letras en la red'. *Revista Qué leer*, MC Ediciones, nº 34. Febrero 2004

GIL, A. 'El auge de los blogs'. *Revista Qué leer*, MC Ediciones, nº 107. Febrero 2006

GIL, Q. 'Diseñando al periodista digital'. En <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.aspx?articulo=3&rev=63.htm>, 1999.



GILL, K.: How can we measure the influence of the blogosphere?', *Workshop on the Weblogging Ecosystem: Aggregation, Analysis, and Dynamics*. Nueva York, 2004. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.124.2509&rep=rep1&type=pdf>

GILLMOR, D. *We the media. Grassroots Journalism by the people*. O'Reilly, 2004

GILLMOR, D. 'Moving toward participatory journalism', en *Nieman Reports*, vol. 57, N° 3. Cambridge: The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University. <http://www.nieman.harvard.edu/assets/pdf/Nieman%20Reports/backissues/03fall.pdf>

GINER, J. 'Siete lecciones que explican la anunciada crisis de los diarios norteamericanos', en *Cuadernos de Periodistas, N°15*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid, 2008.

GODOY, S. 'Blogs: medios tradicionales y nuevos medios en el Chile 2.0', en *Cuadernos de información número 23* 2008

GOMES DE OLIVEIRA, R. y RAU DE ALMEIDA CALLOU, M. 'La comunicación y el periodismo digital: estudio de caso del diario La Vanguardia.es', en *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital*. VII Congreso de Periodismo Digital, Zaragoza: Asociación de la Prensa de Aragón, 2006

GÓMEZ ESCALONILLA, G. 'Géneros informativos en la redacción periodística hipertextual', en *Aproximaciones al periodismo digital*. Madrid, Universidad Rey Juan Carlos I, 2007

GÓMEZ MÉNDEZ, J.M. 'Hacia un modelo de periódico cibernético'. *VI Congreso de la SEP*, 2000

GÓMEZ MÉNDEZ, J.M. *et al.* 'Las tecnologías periodísticas: desde ayer al mañana'. Sociedad Española de Periodística, 2005

GOMIS, L. *Teoría de los géneros periodísticos*. Barcelona, Paidós, 1989

GONZÁLEZ, J. 'Expresión creativa y sonora de los blogs en el contexto interactivo y multimedia de la ciberradio', en *Desarrollos del periodismo en internet*. Comunicación Social, Sevilla 2007

GONZÁLEZ MÍNGUEZ, J. y URTASUN, A. 'La dinámica del consumo en España por tipos de productos', Servicio de Estudios del Banco de España Número 78 Boletín Económico, 2015  
<http://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/BoletinEconomico/15/Sep/Fich/be1509-art4.pdf>

GONZALO, P. 'Bloggers y periodistas cuentan con la misma protección legal según un Tribunal de EE.UU' en *Periodismociudadano.com.*, 2014

<http://www.periodismociudadano.com/2014/01/22/bloggers-y-periodistas-cuentan-con-la-misma-proteccion-legal-segun-un-tribunal-de-ee-uu/>.

GOOD, L. 'Social news, citizen journalism and democracy', en <http://nms.sagepub.com/content/11/8/1287>, 2009

GRABOWICZ, P. 'Weblogs bring journalist into a larger community', *Nieman Reports: Weblogs and journalism*, Vol. 57. Número 3. The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University, 2003.

GRAVES, C. 'The executive blogger's guide to building a nest of blogs, wikis & RSS', en *Ogilvy Insights* <http://www.ogilvypr.com/pdf/bloggers-guide.pdf>, 2006.

GRIJELMO, A. *El estilo del periodista*, Madrid, Taurus, 2001

GRODAL, T., LARSEN, B. y LAURSEN, I. T. *Visual Authorship*, Universidad de Copenhague, 2004

GRUMET, A. 'Deep thinking about weblogs', en <http://www.grumet.net/writing/web/deep-thinking-about-weblogs.html>, 2003. Consultado en diciembre del 2014

GUALLAR J. 'Blogs en publicaciones periódicas y científicas en España: dos situaciones divergentes. El caso del blog de EPI', en *Anuario Think-EPI* N°1, 2009

GUEDES, O. y JAMIL, F.P. 'Brazilian news blogs and mainstream news organizations', en *The handbook of global online journalism*, de SIAPER, E. y VEGLIS, A. (editores), Willey, 2012.

GUTIÉRREZ, F. *Los nuevos medios y el periodismo de redes sociales*, Universidad Complutense, Madrid. 2013

GUZMÁN, P. 'Novedades en Enredando por la Red: Show must go on', en <http://www.enredandoporlared.com/blog/> 2016, consultado en diciembre del 2016

HALL, J. *Online journalism. A critical primer*. Pluto Press, 2001

HARLOW, S. y SALAVERRÍA, R. 'Regenerating journalism' <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2015.1135752?scroll=top&needAccess=true> 2016. Consultado en octubre del 2016

HARPER, C. 'Blogging and journalism practice', en <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.89.1536&rep=rep1&type=pdf> 2005, Consultado en diciembre del 2015

HERMAN, A. y SWISS, T. (eds.) *The world wide web and contemporary cultural theory*. Londres y Nueva York, Routledge, 2000

HERMIDA, A. en SIAPERA, E. y VEGLIS, A. (Editores), 'The handbook of global online journalism', Willey, 2012

HERMIDA, A. 'The blogging BBC', en [https://www.researchgate.net/publication/233228924\\_The\\_blogging\\_BBC](https://www.researchgate.net/publication/233228924_The_blogging_BBC) 2009. Consultado en octubre del 2015

HERRERA, D. 'Los blogs en los ciberdiarios españoles de referencia: un análisis de los géneros ciberperiodísticos y de las nuevas técnicas de redacción'. Tesis doctoral, Universidad San Pablo-CEU, Madrid, 2012.

HERRING, S. KOUPER, I., PAOLILLO, J. C., SCHEIDT, L.A., TYWORTH, M., WELSCH, P., WRIGHT, E. y YU, N. 'Conversations in the Blogosphere: An Analysis From the Bottom Up' [http://pdf.aminer.org/000/245/349/conversations\\_in\\_the\\_blogosphere\\_an\\_analysis\\_from\\_the\\_bottom\\_up.pdf](http://pdf.aminer.org/000/245/349/conversations_in_the_blogosphere_an_analysis_from_the_bottom_up.pdf) 2005

HERRING, S., SCHEIDT, L. A., BONUS, S. y WRIGHT, E. *Bridging the gap: a genre analysis of weblogs*. School of Library and Information Science Indiana University. Bloomington, 2003

HEWITT, H. *Blog. Understanding the information reformation that's change your world*. Nashville, Nelson Books, 2005

HOURIHAN, M.. 'What we're doing when we blog', en *Web DevCenter*. O'Reilly Media, 2002

HUESCA, R. 'Reiventing journalism curricula for electronic environment', en *Journalism and Mass Communication Educator*, vol. 2 número 55 2000

HUFFAKER, D. 'Gender, Identity, and Language Use in Teenage Blogs', en <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00238.x/full> 2005, consultado en abril del 2015

ITURREGUI, L., CANTALAPIEDRA, M.J., MENDIGUREN, T. y MARTINS DE FREITAS, A.C. 'Medios, blogs y agenda: *treatment setting*', en *El drama del periodismo, narración e información en la cultura del espectáculo: actas de las conferencias y comunicaciones del XI Congreso de la Sociedad Española de Periodística*, Murcia, Universidad Católica San Antonio de Murcia, 2009, pp .583-598

JARQUE, J.M. y ALMIRÓN, N. "Periodismo para internet o periodismo, y punto" *Palabra clave, Revista de Comunicación*. Universidad de La Sabana (Bogotá), 2008

JARQUE, J.M. *El mito digital. Discursos hegemónicos sobre Internet periodismo*. Barcelona: Anthropos., 2008

JAUREGUI, F. y MENENDEZ, M.A. (Coord.), 'Breve introducción al fenómeno blog', en *Los secretos del Nuevo Periodismo. ¿Está muriendo la información*

tradicional? *I Congreso Internacional de Nuevo Periodismo*, Valencia: Generalitat Valenciana, 2006

JIMÉNEZ GUERRERO, L. y HUERTA, F. *Periódicos Online*. Madrid, Libro blanco de AEDE 2002.

JIMENO, M.A. ‘¿Desafíos de los diarios para no morir?’, en *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 2007. Consultada en noviembre del 2016.

JIMENO, M.A. ‘¿Deben los periódicos temer la competencia de otros medios?’, en *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 2002

JONES, J. y HIMELBOIM, I. ‘Just a guy in pajamas? Framing the blogs in mainstream US newspaper coverage (1999—2005)’, en *New Media & Society*, vol. 12, N° 2. Sage. <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444809342524> Consultado en julio del 2016

JOU, B. ‘Blogs, ¿para qué?’ *En MarcoELE: Revista de didáctica*, N°8, 2009.

KLIN, D. y BURSTEIN, D. *Blog! How the newest media revolution is changing politics, business and culture*. Powell’s Books. 2005

KOCH, M. y HAARLAND, A. *Generation blogger*, Bonn, mitp-Verlag, 2003

KOVACH, B. y ROSENSTIEL, T. *Los elementos del periodismo*. Madrid, Aguilar, 2012

KUNHS, P. y CREW, A.. *Blogosphere: the best of blogs*. Que Publishing, EE UU, 2005  
Libro electrónico, en <https://www.kobo.com/us/en/ebook/blogosphere-best-of-blogs-1>

LANDA, P. ‘Los blogs. Estado de la cuestión’. *Per Abbat. Boletín de actualización académica y didáctica* N° 8, 2009.

LANDOW, G. P. *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona, Paidós, 1995

LARA, T. ‘Weblogs y periodismo participativo’. Foro IAMCR 2004  
<http://www.bocc.ubi.pt/pag/lara-tiscar-weblogs-periodismo-participativo.pdf>  
Consultado en mayo del 2016

LARRAÑAGA, J. ‘La economía de los weblogs’, en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, N° 13. Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, 2007.

LARRONDO, A. ‘El reportaje hipermedia. Análisis de género en los especiales de elmundo.es, elpaís.com y lavanguardia.es’ Tesis doctoral. Universidad del País Vasco, 2008

- LARRONDO, A. 'La investigación sobre hipertexto: fundamentación teórica del ciberperiodismo y caminos de la docencia', en *Revista Anàlis. Quaderns de comunicació y cultura*. Número 36. Universidad Autónoma de Barcelona, 2008
- LARRONDO, A. 'Presencia del formato weblog en los cibermedios: una aproximación a sus usos y funciones', en *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 60. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. 2005
- LARRONDO, A. *Los géneros en la Redacción Ciberperiodística. Contexto, teoría y práctica actual*. Leioa, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2008
- LARRONDO, A. 'Propuesta metodológica para una aproximación empírica a los géneros ciberperiodísticos', en *Zer. Revista de estudios de comunicación*, N° 29. Leioa, Universidad del País Vasco, 2010
- LASICA, J. D. 'Blogs and journalism need each other', en Harvard Nieman Report Weblogs and Journalism. Vol. 57. Número 3. The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University, 2003. Consultado en enero del 2016
- LASICA, J. 'A new source of news', <http://www.jdlasica.com/2001/05/31/weblogs-a-new-source-of-news/>, 2001 Consultado en abril del 2015
- LASICA, J. *Darknet. La guerra de las multinacionales contra la generación digital y el futuro de los medios audiovisuales*. Madrid; Ediciones Nowtilus, 2005
- LASICA, J.D. 'Blogging as a form of journalism', <http://www.jdlasica.com/2001/05/24/blogging-as-a-form-of-journalism/> 2001. Consultado en marzo del 2015
- LASICA, J. D. 'Weblogs, a new form of journalism'. <http://www.ojr.org/ojr/lasica/1019165278.php> 2001 Consultado en marzo del 2015
- LASICA, J. D. 'Let journalist's blog!', en *Cyberjournalist.net*. 2003
- LASZLO-BARBIASI, A. *Linked, the new science of networks*, Perseus Publishing, Cambridge (EE UU), 2002.
- LAWSON-BORDERS, G. y KIRK, R. 'Blogs in campaign communication', en *American Behavioral Scientist*, vol. 49, N° 4. <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0002764205279425> Consultado en abril del 2016.
- LEVINE, R., LOCKE, C., SEARLS, D. y WEINBERGER, D. *The Cluetrain Manifesto. The end of Business as Usual*. Nueva York, Basic Books, 2000.
- LIMIA, M., ISASI, A., PEREIRA, J. y LÓPEZ, X. 'Tipología de los cibermedios', en *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005

LIMIA, M., ISASI, A., PEREIRA, J. y LÓPEZ, X. 'Información periodística en la red. ¿Versiones digitales de los diarios impresos o cibermedios', en *La utopía digital en los medios de comunicación: de los discursos a los hechos*. AA VV (Pere Masip y Josep Rom editores), Trípodos, Extra 2005. Vol. 1. Facultad de Ciencias de la Comunicación Blanquerna. Universitat Ramon Llull. Barcelona, 2005

LÓPEZ HIDALGO, A. 'El análisis: ¿un género periodístico?', en *Ámbitos. Nº especial 9-10*, 2003

LÓPEZ, R., FERNÁNDEZ, F. y DURÁN, A. 'Internet ante el reto de la credibilidad', en *La comunicación local por internet*. IV Congreso de Comunicación Local, Castellón, Universitat Jaume I, 2005

LÓPEZ, G. 'Géneros interpretativos: el reportaje y la crónica', en *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, 2003.

LÓPEZ, G. 'El 11-M y el proceso de formación de la opinión pública en situaciones de crisis'. En <http://www.monografias.com/trabajos903/proceso-formacion-opinion/proceso-formacion-opinion2.shtml> 2004, Consultado en marzo del 2016

LÓPEZ, G. (ed.) *El ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y público en internet*. Valencia, Universidad de Valencia, 2005.

LÓPEZ, R., FERNÁNDEZ, F. y DURÁN, Á. (eds.). 'La comunicación local por Internet'. *IV Congreso de Comunicación Local (Castellón de la Plana, 24 de noviembre)*. Publicacions de la Universitat Jaume I., Castellón, 2005

LÓPEZ, G. 'Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: cibermedios, confidenciales y weblogs'. En <http://www.cibermediosvalencianos.es/ComunicacionLocal.pdf> Consultado en marzo del 2016

LÓPEZ, G. 'Comunicación digital y líneas de fractura en el paradigma de la agenda setting', en [http://dspace.ceu.es/bitstream/10637/5949/1/N%C2%BAIV\\_pp37\\_58.pdf](http://dspace.ceu.es/bitstream/10637/5949/1/N%C2%BAIV_pp37_58.pdf) 2006. Consultado en marzo del 2016

LÓPEZ LITA, R., FERNÁNDEZ BELTRÁN, F. y DURÁN MAÑES, A. (editores). 'Buscar conversaciones en internet: quién dice qué sobre nuestra empresa y dónde', en *La comunicación corporativa en el ámbito local*. Publicacions de la Universitat Jaume I, Castellón, Actas del V Congreso de Comunicación Local, 2005

LÓPEZ, X. *Ciberperiodismo de la proximidad*, Sevilla/Salamanca/Zamora, Comunicación Social, 2008

LÓPEZ, X. 'Retórica del hipertexto periodístico', en *Manual de redacción ciberperiodística*, en DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA, R., (coordinadores), Barcelona, Planeta, 2003

- LÓPEZ, X. (coord.) *Sistemas digitales de información*. Madrid, Pearson, 2006
- LÓPEZ, X. ‘El ciberperiodismo cultiva sus señas de identidad’, en *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*, Nº 13-14. Universidad de Sevilla, 2005
- LÓPEZ, X. y PEREIRA, X.P. *Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostela, Universidade de Santiago de Compostela, Universidade de Santiago de Compostela. Servizo de Publicacións e Intercambio Científico, 2010
- LÓPEZ, X. y SOENGAS, X. *Comunicación audiovisual en la era digital*. Santiago, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Santiago de Compostela, 2005
- LÓPEZ, X., GAGO, M., y PEREIRA, X. (Grupo de investigación en Nuevos Medios, Universidad de Santiago de Compostela). *El ciberperiodismo en España. Una visión de modelos, negocios y formatos en comunicación audiovisual en la era digital*. Servizo de Publicacións e Intercambio Científico Campus Universitario Sur, Universidad de Santiago de Compostela, 2005
- LÓPEZ, X., GAGO, M., y PEREIRA, X. *O novo xornalismo electrónico*. Santiago de Compostela, Lea, 2000
- LOSADA, J. C. ‘Los medios de comunicación como generadores de imagen corporativa: los públicos internos’. *Comunicación y Sociedad*, Vol. XV, Número 2. , *Revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra*, Pamplona, 2002.
- LOWREY, W. ‘Mapping the journalism-blogging relationship’, *Journalism* 7 <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884906068363> 2006. Consultado en marzo del 2015
- LUZÓN, V. ‘Periodista digital: de McLuhan a Negroponte’. *Latina de Comunicación Social*, 2000
- MACKINNON, R. *The world wide conversation. Online participatory media and international news*. The Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy. Harvard University, 2004
- MAINAR, R.: *El arte del periodista* (1ª ed. de 1906). Madrid. Destino, 2005
- MANCHÓN, E. ‘Hacia dónde van los blogs’, en [http://www.alzado.org/articulo.php?id\\_art=260](http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=260) 2004, Consultado en febrero del 2015
- MANCHÓN, E. ‘Entrevista a José Cervera. Weblogs e internet en España’, en [www.alzado.org](http://www.alzado.org) Consultado en enero del 2015
- MANZANO, C. ‘El ciberperiodismo avanza’, en <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulolibrograbar.asp@idarticulo=5&rev=69.htm>, 2006. Consultado en mayo del 2015

- MARCOS RECIO, J.C. 'Una década de periódicos en Internet: estrategias documentales', en *Scire. Representación y organización del conocimiento*, vol. 11, Nº 2. Universidad de Zaragoza, 2005
- MARTÍN AGUADO, J.A. y ARMENTIA VIZUETE, J.I. *Tecnología de la información escrita*, Madrid, Síntesis, 1995
- MARTIN VIVALDI, *Géneros periodísticos*. Madrid, Paraninfo, 1998
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L. 'Retos y amenazas para el periodismo tradicional', en *Las tecnologías periodísticas: desde el ayer al mañana*. En <http://www.periodistica.es/wp-content/uploads/2010/07/sevilla.pdf> Consultado en junio del 2016
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L. 'El mensaje periodístico en la prensa digital', en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico Número 7*. 2001:
- MARTÍNEZ-COSTA, M.P., *Actualización de las teorías de los géneros periodísticos desde las aportaciones de las categorías literarias*. Trabajo para la obtención del grado de Master of Arts en Periodismo ante la Universidad de Navarra, 1989
- MARTÍNEZ DE SOUSA, J. *Libro de Estilo de Vocento*, Gijón, Trea. 2003
- MARTÍNEZ MAHUGO, S. 'La influencia del periodismo ciudadano en los medios tradicionales', en *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital*. VII Congreso de Periodismo Digital, Zaragoza: Asociación de la Prensa de Aragón, 2006
- MARTÍNEZ MAHUGO, S. 'Blogs, la mayor fuente de información al servicio del periodismo especializado', en [http://octavo.congresoperiodismo.com/descargas\\_banners/libroElectronico.rar](http://octavo.congresoperiodismo.com/descargas_banners/libroElectronico.rar) Consultado en junio del 2016,
- MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, L. 'La necesaria transparencia en las nuevas formas de participación de los usuarios en la red', en [La ética y el derecho de la información en los tiempos del postperiodismo](#). Fundación COSO de la Comunidad Valencia para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad. 2007.
- MARTÍNEZ, M. 'El uso blog de los lectores para configurar la opinión en diario Qué!', en *Blogs y periodismo en la red*. I Congreso Internacional de Blogs y Periodismo en la Red, Madrid, Fragua, 2006
- MARTÍNEZ. S. y SOLANO, E. (editores), *Blogs, bloggers, blogosfera*, Universidad Iberoamericana, México DF, 2010
- MASIP, P. 'Rutinas periodísticas e internet en la información diaria', en *La utopía digital en los medios de comunicación: de los discursos a los hechos. Un balance*. Revista Trípodos. Barcelona, 2005



MATHESON, D. 'Weblogs and epistemology of the news: some trends in online journalism', *New Media & Society*. <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/146144804044329> 2004.

MATHESON, D. 'Negotiating claims to journalism: bloggers' orientation to news genres'. *En Webloggin and new genres* [http://www.academia.edu/331681/Negotiating\\_Claims\\_to\\_Journalism\\_Bloggers\\_Orientation\\_to\\_News\\_Genres](http://www.academia.edu/331681/Negotiating_Claims_to_Journalism_Bloggers_Orientation_to_News_Genres) School of Political Science and Communication University, Christchurch, New Zealand, 2004

MAX, D.T. *Todas las historias de amor son historias de fantasmas*. Madrid, Debate, 2013

MEDINA, S. y SANTO TOMÁS, J. 'El periodista ciudadano: redactor fuente y consumidor', en *Periodismo 2.0. III Congreso Internacional de Periodismo en la red*. Madrid, Universidad Complutense, 2009

MELLADO, C. y LÓPEZ HIDALGO, A. 'Periodistas atrapados en la Red: rutinas de trabajo y situación laboral', en *Estudios sobre el mensaje periodístico, Nº 12*. Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, 2006.

MERELO, J.J. et al. 'Blogosfera: creación de una comunidad a través de los enlaces', *En.red.ando*. 2003

MERELO-GUERVÓS V., J.J., ORIHUELA, J.L., RUIZ, JJ y TRICAS, F. 'Revisiting the spanish blogosfera', en *BlogTalk 2.0: The European Conference on Weblogs*. Viena, 2004

MERELO, J./RUIZ, V./ TRICAS, F. 'Do we live in a small world? Measuring the Spanish-speaking Blogosphere', *Comunicación en la I Conferencia Europea de Weblogs*. Viena, 2003. En <http://www.blogalia.com/pdf/20030506blogtalk.pdf>. Consultado en enero del 2015

MERNIT, S. 'Kevin Setes and the Blogging Controversia', en <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1049381758.php> 2003 Consultado en enero del 2016

MESO, K. *Introducción al ciberperiodismo*, Universidad del País Vasco, Leioa, 2006

MESO, K. 'Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del periodismo: el periodista digital', en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002mesojunio5103.htm>, 2002

MESO, K. 'Presencia y contenidos de los blogs de autor en los ciberdiarios del grupo Vocento' en *Incomunica. Revista de estrategias, tendencias e innovación en la comunicación*. 2011.

MESO, K. ‘Nueva profesión, periodista digital’. *Revista Latinoamericana de Comunicación (Chasqui)*, Número 81. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, 2003

MESO, K. *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 1999

MESO, K. ‘Weblogs. Nuevos servicios de la Información en la red. Del cero al infinito’, en . <http://www.baquia.com/com/20020625/art00005.html>, 2002. Consultado en febrero del 2015

MESO, K. ‘La penúltima revolución’, III Seminario de Periodismo Digital, Leioa, Universidad del País Vasco, 2002

MESO, K. ‘Los nuevos servicios de la Información. Los casos de los me-zines, mailnews y weblogs’, en <http://www.periodistica.es/wp-content/uploads/2010/07/sevilla.pdf> Consultado en julio del 2016

MESTRE, R. ‘Coordenadas para una cartografía de las bitácoras electrónicas: ocho rasgos de los weblogs escritos como diarios íntimos’, en *El ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y público en internet*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Valencia. López, G. (editor). Valencia, 2005.

MITCHELL, B. ‘Weblogs: a road back to basics’, The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University, 2003.en <http://niemanreports.org/articles/weblogs-a-road-back-to-basics/>

MONTAGUT, A. ‘NewPaper. Cómo la revolución digital transforma la prensa’, en <https://261213produccionumh.wordpress.com/2013/02/12/newpaper-como-la-revolucion-digital-transforma-la-prensa/> 2012. Consultado en mayo del2015.

MONTEMAYOR, C.A. y ZUGASTI, R. ‘Journalist-bloggers and the public sphere en Philippines: Some exploratory questions’, en *Cuadernos de Información número 25* 2009

MONTEMAYOR, C.A. y ZUGASTI, R. en ‘Los blogs políticos y la esfera pública en Filipinas’, en *Internet como sinónimo de convergencia mediática y tecnológica*, . IX Congreso de Periodismo Digital. Zaragoza: Asociación de la Prensa de Aragón, 2008

MOONEY, CH. ‘How blogging changed journalism-almost’, Pittsburgh Post-Gazette, . <http://www.post-gazette.com/forum/comm/20030202edmoon02p1.asp> 2003

MOOR, A. y EFIMOVA, L. An argumentation analysis of weblogs conversations. <http://blog.mathemagenic.com/2004/05/13/de-moor-a-efimova-l-2004-an-argumentation-analysis-of-weblog-conversations/>, 2004

MOORE, G. A. ‘Crossing the chasm’. Harper&Collins, 2002

MORAL, J. A., Del. 'Visibilidad de la blogosfera', en CERESO, J. M. (director), *La blogosfera hispana: pioneros de la cultural digital*, Madrid, Fundación France Telecom España. 2006

MORÁN, P. 'Un acercamiento crítico a la consideración del weblog como género periodístico', en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n48/bienal/mesa14.pdf> Consultado en diciembre del 2015

MORENO, P. 'Opinión y géneros en el periodismo electrónico: redacción y escritura', en *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*, N° 16. Universidad de Sevilla, 2007

MOYANO, I. 'Aprender a contar', en *La revolución de la prensa digital*, Cuadernos de Comunicación Evoca, 2009

MUÑOZ, R. 'La crisis de los grupos de media', en *La revolución de la prensa digital*, Cuadernos de Comunicación Evoca, 2009

MURAD, A. 'El hipertexto, base para configurar la realidad periodística', en <http://saladeprensa.org/art252.htm>, 2001, Consultado en enero del 2016

NAVARRO, L. '1994-2004: Diez años del periodismo on line. Desde las primeras experiencias hasta el éxito de algunos medios y el fracaso de la mayoría', en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, N° 10. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, 2004.

NILES, R. 'Newspaper columnists ought to be the perfect bloggers. So why aren't more doing it well?', en <http://www.ojr.org/ojr/people/robert/200907/1757> Consultado en septiembre del 2016

NEGROPONTE, N. *El mundo digital*. Barcelona, Ediciones B, 1995

NOGUERA, J. M. *Blogs y medios. Las claves de una relación de interés mutuo*. Libros en la red, 2008.

NOGUERA, J. M. 'La percepción mediáticas de los blogs: del miedo al intrusismo al intrusismo de los medios, en <http://www.cost-transforming-audiences.eu/node/2772011>, consultado en febrero del 2016

NOGUERA, J. M. 'Una mirada atrás: rasgos y reflexiones para decidir qué es un weblog' <http://www.monografias.com/trabajos902/mirada-rasgos-eflexiones/mirada-rasgos-eflexiones2.shtml> 2004

NOGUERA, J. M. 'Cibermedios nacionales y fuentes RSS: una oportunidad por descubrir', en <http://septimo.congresoperiodismo.com/Analisis%20y%20propuestas%20en%20torno%20al%20periodismo%20digital.pdf> 2006

NOGUERA, J. M. 'Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook', en [http://www.revistalatinacs.org/10/art/891\\_UCAM/13\\_JM\\_Noguera.html](http://www.revistalatinacs.org/10/art/891_UCAM/13_JM_Noguera.html) 2010

NÚÑEZ LADEVEZE, L. (coord.), *Periodismo en la red*. Madrid, Universitas, 2015

OLABE, F. y MARTÍNEZ MAHUGO, S. 'Los blogs de deportes como estrategia empresarial de los medios de comunicación españoles', en *Prensa y Periodismo Especializado IV. IV Congreso Internacional de Periodismo Especializado*, Guadalajara, Editores del Henares, 2009

OLAFSON, S. 'A reporter is fired por writting a weblog', en <http://niemanreports.org/articles/a-reporter-is-fired-for-writing-a-weblog/> 2003. Consultado en abril del 2015

OLIVARES, P. y MANFREDI, A. 'Nuevas oportunidades en internet para los medios de comunicación andaluces', en *Revista COM* 2001

O'REILLY, T. 'Inventing the future', <http://archive.oreilly.com/pub/a/network/2002/04/09/future.html> 2002

ORIHUELA, J.L. '¿Qué son las bitácoras y por qué deberían importarnos?', en <http://www.unav.es/noticias/opinion/textos/op200103.html> 2003 Consultado en enero del 2014

ORIHUELA, J.L. 'Los medios de la gente', en <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n46/jlori.htm>, 2005

ORIHUELA, J.L. 'El ciberperiodista: entre la autoridad y la interactividad'. [http://www.researchgate.net/publication/26464610\\_El\\_ciberperiodista\\_entre\\_la\\_autoridad\\_y\\_la\\_interactividad](http://www.researchgate.net/publication/26464610_El_ciberperiodista_entre_la_autoridad_y_la_interactividad) 2003

ORIHUELA, J.L.' Los 'weblogs' cumplen diez años de agitación' [http://elpais.com/diario/2007/01/18/ciberpais/1169089343\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2007/01/18/ciberpais/1169089343_850215.html) Consultado en enero del 2015

ORIHUELA, J.L. '8 tesis sobre weblogs y medios', en <http://www.ecuaderno.com/2004/09/21/8-tesis-sobre-weblogs-y-medios/> 2004, Consulta en enero del 2015

ORIHUELA, J.L. 'De Maguncia a Telépolis. Claves de la enésima revolución mediática y pasaje para la próxima', en <http://www.saladeprensa.org/art410.htm> 2003, consultado en febrero del 2015

ORIHUELA, J.L. 'Los weblogs y su identidad como cibermedios', en *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla, Comunicación Social, 2005

ORIHUELA, J.L. *80 claves sobre el futuro del periodismo*, Madrid, Anaya, 2011

- ORIHUELA, J.L. 'Weblogs, el medio y el mensaje', en *Nuestro Tiempo*. Pamplona, 2004
- ORIHUELA, J.L. 'Weblogs y blogosfera: el medio y la comunidad', en *Blogs, la conversación en internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*. Madrid, ESIC, 2006
- ORIHUELA, J.L. y GARCÍA; I. 'Periodismo en red. En busca del paraíso digital', en *Actas de Expo Internet 97*. Barcelona, 1997
- ORIHUELA, J.L. y SANTOS, M.L. *Introducción al diseño digital, concepción y desarrollo de proyectos de comunicación interactiva*, Madrid, Anaya, 1999
- ORIHUELA, J.L. *La revolución de los blogs*, Madrid, La Esfera de los Libros, 2006
- ORTIZ DE ZÁRATE, A. *Manual de uso del blog en la empresa*. Barcelona, Edicions Cantalonia, 2008
- OSTLEITNER, A. y SCHUSTER, M. (editors), *Readme. Txt Weblogs. Twoday.net 2003-2004*. BoD GmbH, 2004.
- OTERO, M.L. *Bitácoras. La consolidación de la voz del ciudadano*. La Coruña: Netbiblo, 2007
- OUTING, S. 'When journalists blogs, editors get nervous', <http://www.editorandpublisher.com/news/when-journalists-blog-editors-get-nervous/> 2004 Consultado en marzo del 2015
- PALACIOS, M. y DÍAZ NOCI, J. (eds.): *Ciberperiodismo: métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en una perspectiva comparada*. Leioa, Universidad del País Vasco, 2008
- PALOMO, M. B. 'Periodistas en la red', en *Informe de la Asociación de la Prensa de Madrid 2005*. Madrid, 2005.
- PALOMO, M. B. *El uso redaccional de internet en la prensa diaria española*. Málaga, Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Málaga, 2003
- PALOMO, M. B. 'El periodista on line: de la revolución a la evolución'. *Comunicación Social, Colección Periodística número 10*. Sevilla/Zamora, 2009
- PALOMO, M. B. 'Periodistas 3.0: de plumillas a activos ciudadanos digitales', en <http://septimo.congresoperiodismo.com/Analisis%20y%20propuestas%20en%20torno%20al%20periodismo%20digital.pdf> Consultado en mayo del 2016
- PALOMO, M. B. 'Blogs en el espacio iberoamericano', en *Medios de comunicación en el escenario iberoamericano*. Madrid y Barcelona: Colección Fundación Telefónica y Ariel, 2007

PALOMO, M. B. 'Periodistas iberoamericanos con voz en la blogosfera', en <http://www.dialogosfelafacs.net/76/articulos/pdf/76BellaPalomo.pdf> Consultado en junio del 2016

PALOMO, M. B. y MESO, K. 'Perfil y comportamiento de los autores de los blogs destacados en los ciberdiarios de Vocento', *Anàlis Quaderns de comunicació y cultura*. Número 38. Universidad Autónoma de Barcelona, 2009

PALOMO, M. B. y MESO, K. 'Los blogs de autor en los ciberdiarios de referencia españoles', en <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/view/675/pdf> Consultado en enero del 2016

PALOMO, M. B. y MESO, K. 'Los blogs como herramientas de especialización periodística en los cibermedios de referencia españoles', en *Textual & Visual Media*, N° 2. Madrid, Sociedad Española de Periodística, 2009.

PALOMO, M. B. y GANZABAL, M. 'Estudio del impacto de los blogs de autor en los ciberdiarios vascos, sus características y posibilidades para el periodismo digital', en *Retos del periodismo digital. Reflexiones desde la universidad. X Congreso de Periodismo Digital*. Zaragoza: Asociación de la Prensa de Aragón, 2009

PANIAGUA, P. *Información deportiva. Especialización, géneros y entorno digital*. Madrid, Fragua, 2003.

PARRA, D. y ÁLVAREZ, J. *Ciberperiodismo*. Madrid, Síntesis, 2014

PASTOR, J. 'La transformación de los comentarios en medios online: la conversación evoluciona' en *Matar o no matar los comentarios en los medios, ésa es la cuestión*. <https://www.xataka.com/especiales/la-transformacion-de-los-comentarios-en-medios-online-la-conversacion-evolucion#search>, 2015

PAVLIK, J. 'The future of online journalism. A guide to who's doing what', en *Columbia Journalism Review*, 1997

PAX, S. *El internauta de Bagdad*, Barcelona, Mondadori, 2003.

PEDLEY, P. 'International phenomenon? Amateur journalism? Legal minefield? Why information professionals cannot afford to ignore weblogs', en <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0266382105054766>, 2005. Consultado en mayo del 2016

PEÑALVA, J.L Y HOYO, M (eds.) *De la prensa tradicional al desafío cibernético*. Leioa, Universidad del País Vasco, 1997

PEREIRA, J., GAGO, M., LÓPEZ, X., SALAVERRÍA, R., DÍAZ NOCI, J., MESO, K., CABRERA, M.A. y PALOMO, M. B. 'El impacto de Internet en los medios de comunicación en España. Aproximación metodológica y primeros resultados', en *Actas*

del II Congreso Ibérico de Comunicação. 2004.  
[www.iberico2004.ubi.pt/candidaturas.html](http://www.iberico2004.ubi.pt/candidaturas.html) Consultado en febrero del 2015

PERETTI, N. 'My Nike media adventure'. <https://www.thenation.com/article/my-nike-media-adventure/>. 2001.

PÉREZ DASILVA, J.A., GENAUT ARRATIBEL, A, MESO AIERDI, K., MENDIGUREN GALDOSPIN, T., MARAURI CASTILLO, I., ITURREGUI MARDARAS, L., RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, M.M. y RIVERO SANTAMARÍA, D., 'Las empresas de Facebook y Twitter. Situación actual y estrategias comunicativas', en *Revista Latina de Comunicación social*, 68. 2013

PÉREZ LUQUE, M.J. *El periodismo y las nuevas tecnologías*. Pamplona, Newbook Ediciones, 1997

PÉREZ LUQUE, M.J. 'El reto de crear noticias on line. Análisis de la comunicación online actual y perspectivas de futuro', en <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuad6-7/noticias.htm> 1998. Consultado en enero del 2015

PÉREZ LUQUE, M.J. 'La revolución de la información online', en <http://www.es.ibm.com/infosociedad/ideas/index.htm> 1999, consultado en enero del 2015

PÉREZ MARCO, S. *El concepto de hipertexto en el periodismo digital*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, 2003

PÉREZ MARTÍNEZ, V.M. 'El blog de autor: ¿nuevos horizontes para el periodismo literario en la Red?', en <http://www.revistalatinacs.org/09/Sociedad/actas/86victor.pdf> Consultado en octubre del 2016

PICARD, R. 'Blogs, tweets, social media, and the news business', en *Nieman Reports*, vol. 63, N° 3. Cambridge: The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University. <http://www.nieman.harvard.edu/reports/article/101884/Blogs-Tweets-Social-Media-and-the-News-Business.aspx>. Consultado en mayo del 2016

PIRILLO, C. 'The blogger's manifesto', en <http://chris.pirillo.com/2002/02/10/the-bloggers-manifesto>, 2002. Consultado en enero del 2015

PISANI, F. 'Howard Dean, internet y el mundo real', en [http://www.francispisani.net/2004/02/howard\\_dean\\_la.html](http://www.francispisani.net/2004/02/howard_dean_la.html), 2004. Consulta en diciembre del 2014

PISTONE, J. 'Los blogs, una nueva herramienta'. *MK: Marketing+Ventas*. N° 23, 2010

PITA, R. 'Los blogs de cada día', en [http://www.asnabi.com/revista/tk23/pita\\_macaya.pdf](http://www.asnabi.com/revista/tk23/pita_macaya.pdf) 2011. Consultado en septiembre del 2013

PRADO, E. y FRANQUET, R. ‘Convergencia digital en el paraíso tecnológico: claroscuro de una revolución’, en *ZER número 4*, 1998

POU, M. J. ‘La creatividad en la opinión del medio: el suelto y los nuevos formatos para Internet’, en *Redacción para periodistas: opinar y argumentar*. Madrid, Universitas, 2007.

QUADROS, C. ‘Clinton-Lewinsky: el escándalo que comenzó en la red’. Revista Latina de Comunicación Social. <http://www.revistalatinacs.org/a1999eag/54cla.htm>. Tenerife, 1999

QUICK, W. ‘I propose a name’, en *The Daily Pundit*, 2001 [http://www.iw3p.com/DailyPundit/2001\\_12\\_30\\_dailypundit\\_archive.php#8315120](http://www.iw3p.com/DailyPundit/2001_12_30_dailypundit_archive.php#8315120)

RANDALL, D. *El periodista universal*. Madrid, Siglo XX, 2008

RATZKE, D. *Manual de los nuevos medios. El impacto de las tecnologías en la comunicación del futuro*. México, G.G., 1986

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (RAE). *Diccionario de la lengua española*. Vigésima primera edición. Madrid, Real Academia Española, 1992

REAL RODRÍGUEZ, E. ‘La identidad del periodista en el futuro Estatuto profesional, entre la confusión y la desprofesionalización’, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico n. 118*, 2009

REAL RODRÍGUEZ, E. ‘La condición del periodista en la red’ [https://www.researchgate.net/publication/268396267\\_La\\_condicion\\_de\\_periodista\\_en\\_la\\_red](https://www.researchgate.net/publication/268396267_La_condicion_de_periodista_en_la_red) 2005

REESE, S., RUTIGLIANO, L., HYUN, K., y JEONG, J. ‘Mapping the blogosphere. Professional and citizen-based media in the global news arena’, en *Journalism*, vol. 8, Nº 3. <https://utexas.influent.utsystem.edu/en/publications/mapping-the-blogosphere-professional-and-citizen-based-media-in-t> Consultado en mayo del 2016

REGAN, T. ‘Weblogs threaten and inform traditional journalism’ En <http://niemanreports.org/articles/weblogs-threaten-and-inform-traditional-journalism/> Nieman Reports. Weblogs and journalism. Vol. 57. Número 3. The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University. 2003.

REINOSO, C. ‘Los internautas leen el periódico de papel’, en *Informe anual de la comunicación 2000-2001. Estado y tendencias de los medios en España*. Barcelona, Zeta, 2001

RENGEL, I. ‘La utilización periodística y la integración del formato blog en diarios digitales europeos tradicionales. *Athenea Digital*, 8. Revista de la Universitat Oberta de Catalunya. 2005



ROBINSON, S. 'The mission of the j-blog. Recapturing journalistic authority online', en Journalism, vol. 7, N° 1, en [http://www.academia.edu/2773153/Mapping\\_the\\_blogsphere](http://www.academia.edu/2773153/Mapping_the_blogsphere) Consultado en junio de 2016

ROCCO., E. Di. Mondo blog. Storie vere di gente in rete. Editore Techniche Nuove, Milan, 2003

RODZVILLA, J. (ED.), We've got blog. How weblogs are changing our culture. Cambridge, Perseus Publishing, 2002

ROJAS, O., ALONSO, J. ANTÚNEZ, J.L., ORIHUELA, J. L. y VARELA, J. *Blogs, la conversación en internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*. Madrid, ESIC, 2006

ROJAS, O. *Web 2.0 Manual (no oficial) de uso*. Madrid, ESIC, 2007

ROSEN, J. 'Bloggers vs. Journalists is Over', en [http://archive.pressthink.org/2005/01/21/berk\\_essy.html](http://archive.pressthink.org/2005/01/21/berk_essy.html), 2005 Consultado en enero del 2016

ROSEN, J. et al. 'Facts about the state of blogging at America's 100 largest newspapers' en [https://journalism.nyu.edu/publishing/archives/blueplate/issue1/best\\_nwsps/index-2.html](https://journalism.nyu.edu/publishing/archives/blueplate/issue1/best_nwsps/index-2.html) 2006, consultado en enero del 2016

ROSENBERG. S. 'Fear of links', en <http://www.salon.com/1999/05/28/weblogs/>, 1999. Consultado en marzo del 2014

ROST, A. *La interactividad en el periódico digital*. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona, Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Defendida en el año 2016

RUBIO LACOPA, M.C. 'La documentación informativa en el periodismo digital. análisis del servicio documental, del documentalista y del mensaje documental en el nuevo medio digital'. Tesis doctoral. Universidad Pontificia de Salamanca. 2004

RUIZ, V. y MERELO, J.J. 'La aldea *blogal*: una panorámica de herramientas', en *Blogs, bloggers, blogosfera. Una revisión multidisciplinaria*. México D.F.: Universidad Iberoamericana, 2010

RUPÉREZ, P. 'Reflexiones en torno a una historia del periodismo digital', en *Aproximaciones al periodismo digital*. Madrid, Universidad Rey Juan Carlos I., 2007

RUTIGLIANO, L. 'When the audience is the producer. The art of the collaborative weblog'. *Comunicación en el quinto Simposio Internacional de Periodismo Online*. Escuela de Periodismo de la Universidad de Texas, 2004

SABÉS, F. y VERÓN, J.J: *Internet como sinónimo de convergencia mediática y tecnológica*. IX Congreso de Periodismo Digital, Zaragoza, Asociación de la Prensa de Aragón, 2008.

SABÉS, F. y VERÓN, J.J: ‘La tecnología y la profesión periodística: la necesidad de foros de discusión entre profesionales y académicos’, en *Internet como sinónimo de convergencia mediática y tecnológica*. IX Congreso de Periodismo Digital, Zaragoza, Asociación de la Prensa de Aragón, 2008.

SABÉS F. y VERÓN, J.J., *Comunicación y la red. Nuevas formas de periodismo*. Zaragoza, Asociación de Periodistas de Aragón, 2013 (CD-ROM)

SÁDABA, Ch., GARCÍA, J.A., y MARTÍNEZ COSTA, M.P. *Innovación y desarrollo de los cibermedios en España*. Pamplona, EUNSA, 2016

SALAVERRÍA, R. (Coord.) *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla, Comunicación Social, 2005

SALAVERRÍA, R. *Redacción periodística en internet*. Pamplona: EUNSA, 2005

SALAVERRÍA, R. (Coord.) *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Fundación Telefónica, Universidad de Navarra, Ariel, 2016

SALAVERRÍA, R. ‘El estilo del blog periodístico: usos redaccionales en diez bitácoras de información general’. En *Conferencia en el congreso fundacional de AE-IC*, Santiago de Compostela, 2008.

SALAVERRÍA, R. ‘Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental’, en <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0101110383A/12866> 2001. Consultado en enero del 2015

SALAVERRÍA, R. *La noticia en los manuales de periodismo: naturaleza y evolución redaccional*. Tesis doctoral. Pamplona, Universidad de Navarra, 1998

SALAVERRÍA, R. ‘Periodismo en 2014: balance y tendencias’. En <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2015/01/09-22-SALAVERRIA.pdf> Consulta en noviembre del 2016

SALAVERRÍA, R. ‘Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo’. <http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5060/1/chasqui86-ramon.pdf> Consulta en septiembre del 2016

SALAVERRÍA, R. ‘De la pirámide invertida al hipertexto. Hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital’, en [http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5186/4/de\\_la\\_piramide\\_invertida\\_al\\_hipertexto.pdf](http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5186/4/de_la_piramide_invertida_al_hipertexto.pdf) 2001. Consultado en diciembre del 2015

SALAVERRÍA, R. ‘Retos éticos del ciberperiodismo’, en *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005

SALAVERRÍA, R. ‘Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental’, en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, N° 7. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, 2001

SAMPEDRO, V. *El cuarto poder en red. Por un periodismo (de código) libre*. Barcelona, Icaria, 2014

SÁNCHEZ ARANDA, J.J. ‘Análisis de contenido cuantitativo de medios’, en *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid, McGraw-Hill, 2005

SÁNCHEZ CALERO, M.L. *Géneros y discurso periodístico* (ed.), Madrid, Fragua, 2011

SÁNCHEZ CALERO, M.L.: ‘Una revisión de los géneros periodísticos en la información especializada’, en *Doxa Comunicación*, N° 6. Madrid, Universidad CEU San Pablo, 2008

SÁNCHEZ GONZÁLEZ, M. ‘Los confidentiales digitales como nuevos formatos de opinión en la Red’, en <http://www.cibermediosvalencianos.es/comloc/Sanchez.pdf> Consultado en septiembre del 2016

SÁNCHEZ VIGIL, J.M., MARCOS RECIO, J.C. y OLIVERA ZALDUA, M. ‘Presencia y contenidos de los blogs en los principales diarios españoles’, en *El profesional de la información*, vol. 19, N° 6, 2010.

SANDOVAL, M.T. ‘Géneros informativos: la noticia’, en *Manual de redacción ciberperiodística*. DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA, R. (coordinadores), Barcelona, Planeta, 2003

SANDOVAL, M.T. ‘Los periodistas en el entorno digital: hacia el periodista multimedia’, en <http://www.saladeprensa.org/art164.htm> 2000. Consultado en enero del 2016

SANDOVAL, M.T. y YUSTE, B. ‘Periodistas en la encrucijada de la red’, en *La utopía digital en los medios de comunicación: de los discursos a los hechos. Un balance. Revista Trípodos*. Barcelona, 2005

SCHULZ, T. ‘Interactive options in online journalism: a content analysis of 100 US newspapers’. <http://www.ascusc.org/jcmc/vol5/issuel/schultz.html> Consultado en marzo del 2016

SCOBLE, R. E ISRAEL, S. *Naked conversations. How blogs are changing the way businesses talk with customers*. New Jersey, John Willey and Sons. 2006

- SEIXAS, L., DÍAZ NOCI, J., LÓPEZ, X., EDO, C., LARRONDO, A. y TEIXEIRA, T. ‘Géneros en ciberperiodismo: una propuesta tipológica’, en [http://www.argitalpenak.ehu.es/p291-content/es/contenidos/libro/se\\_indice\\_ciencinfo/es\\_ciencinf/adjuntos/ciberperiodismo.pdf](http://www.argitalpenak.ehu.es/p291-content/es/contenidos/libro/se_indice_ciencinfo/es_ciencinf/adjuntos/ciberperiodismo.pdf) 2008, consultado en octubre del 2016
- SEOANE, M.C. y SUEIRO, S. *Una historia de El País y el Grupo Prisa*. Madrid, Plaza y Janés, 2004
- SHANG, J. y ZHANG, H. ‘J-blogging in China’, en *The Handbook of global online journalism*, de Siapera E. y Veglis, A. (editores), Willey, 2012
- SIAPERERA, E. y VEGLIS, A. (editores). *The handbook of global online journalism*. Willey, 2012
- SINGER, J. B. ‘The political j-blogger. Normalizing a new media form to fit old norms and practices’, en <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884905051009>, 2005
- SINGER, J.B. ‘The socially responsible existentialist: a normative emphasis for journalists in a new media environment’. *Journalism Studies* 7 (1). 2007
- SKOLER, M. ‘Why the news media became irrelevant-and how social media can help’, en *Nieman Reports*, vol. 63, Nº 3. Cambridge: The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University. En <http://www.nieman.harvard.edu/reportsitem.aspx?id=101897> 2009, consultado en octubre del 2015
- SORIANO, J. y CANTÓN, M.J. ‘La mala prensa d’internet entre els periodistas’, en *Trípodos. ‘La utopía digital en los medios de comunicación: de los discursos a los hechos. Un balance. Volumen extra publicado con las ponencias presentadas en el III Congreso Internacional Comunicación y Realidad*, Barcelona: 2005
- SPARKS, C. ‘La influencia de internet en los medios de comunicación tradicionales’, en *La ventana global*, de VIDAL BENEYTO, J. (ed), Madrid, Taurus, 2002
- STAUFFER, T. *Blog on. The essential guide to building dynamic weblogs*. Berkeley, California (Estados Unidos), McGraw&Hill, 2002
- STEPHENS, M. *Beyond the news. The future of journalism*. Columbia Journalism Review Books. USA, 2014
- STONE, B. *Blogging. Genius strategies for instant web content*. Indianapolis, New Riders Publishing, 2002
- TASCÓN, M. ‘Nuevas tecnologías y géneros periodísticos’, *Comunicación y Estudios Universitarios*, Nº 8. Valencia, Fundación Universitaria San Pablo CEU, 1998.

- TEJERO, L. ‘Una nueva revolución en internet’. En <http://www.elmundo.es/navegante/2004/01/30/esociedad/1075481418.html> 2004. Consultado en marzo del 2015
- THOMPSON, G.. ‘Weblogs, warblogs, the public sphere, and bubbles’, en *Transformations*, N° 7. [http://www.transformationsjournal.org/journal/issue\\_07/article\\_02.shtml](http://www.transformationsjournal.org/journal/issue_07/article_02.shtml) 2003, consultado en octubre del 2015
- TORIO, J. ‘Blogs. A global conversation’. Tesis doctoral de la Syracuse University. (<http://www.everyhuman.com/work/theses8.12.low.pdf> 2005
- TORREGROSA, J.F. ‘La credibilidad del periodismo en el entorno digital’, en *Periodismo web 2.0. III Congreso Internacional de Periodismo en la Red*, Madrid: Fragua, 2009
- TRICAS, F. MERELO-GUERVÓS, V. y RUIZ, J.J. ‘El tamaño de la blogosfera: medidas y herramientas’, en *La blogosfera hispana: pioneros de la cultural digital*, bajo la dirección de José M. Cerezo. Fundación France Telecom España. 2006
- TRICAS, F. MERELO-GUERVÓS, V. y RUIZ, J.J. ‘Do we live in a small world?’, <http://www.blogalia.com/pdf/20030506blogtalk.pdf>, consulta mayo 2014.
- VAN DER WURFF, R. y LAUF, E (eds). *Print and online newspapers in Europe. A comparative analysis in 16 countries*. Amsterdam, Het Spinhuis Publishers, 2005
- VARELA, J. ‘Redes, plataformas y algoritmos’, en *La revolución de la prensa digital*. Cuadernos de comunicación Evoca, Madrid 2009.
- VARELA, J.’ Periodismo 3.0, la socialización de la información’ en *TELOS*, Fundación Telefónica, 2003
- VARELA, J. ‘El asalto a los medios sociales’, *Cuadernos de Periodistas*, APM, Madrid, 2005
- VARELA, J.’ Los medios adoptan a los blogs’, en CEREZO, J.M. (director), *La blogosfera hispana: pioneros de la cultural digital*, Madrid, Fundación France Telecom España 2006
- VARELA, J. ‘El periodista como red social’, <http://periodistas21.blogspot.com.es/2009/03/el---periodista---como---red---social.html> 2009. Consultado en junio del 2016
- VASCONCELLOS ARAUJO, ‘A. Weblogs o jornalismo. Os Casos de NoMínimo Weblog e Observatorio da Imprensa (Bloi)’, Sao Paulo [file:///C:/Documents%20and%20Settings/Jorge/Mis%20documentos/Downloads/weblog\\_e\\_jornalismo.pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/Jorge/Mis%20documentos/Downloads/weblog_e_jornalismo.pdf). 2006, consultado en octubre del 2016.

VELASCO, E. y LAVILLA, D. 'El blog: autoría, actualidad y perspectiva genérica', en *Presente y futuro de la comunicación digital. VIII Congreso de Periodismo Digital*, Zaragoza: Asociación de la Prensa de Aragón, 2007

VERÓN, J.J. y SABÉS, F. (eds.). 'La investigación en periodismo digital. Algunos trabajos desde el ámbito universitario'. *XII Congreso de Periodismo Digital*, Zaragoza, Asociación de la Prensa de Aragón, 2011

VICENTE MARIÑO, M. 'Las nuevas formas de organización del trabajo en los medios de comunicación: utopía o realidad', en *Revista Trípodos, Extra. Número 4 Volumen II*, 2005

VIDAL BENEYTO, J. (ed.), *La ventana global*, Madrid, Taurus, 2002

VILAMOR, J. *Redacción periodística para la generación digital*. Madrid, Universitas, 2000

VIVAR, H., GARCÍA, A., CLEMENTE, J., y GALIANO, R. 'Efectos de la integración de las tecnologías digitales en la formación de los nuevos comunicadores', en *Trípodos Extra., Número 5 Volumen II*, Barcelona, 2005

WALL, M. 'Blogs as black market journalism: A new paradigm for news', en <http://commons.pacificu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1007&context=inter04> 2004, consultado en febrero del 2016

WALL, M. 'Blogs of war. Weblogs as news', en [http://site.iugaza.edu.ps/tissa/files/2010/02/Blogs\\_of\\_war.pdf](http://site.iugaza.edu.ps/tissa/files/2010/02/Blogs_of_war.pdf), 2005 Consultado en febrero del 2016

WHEATON, W. y STONE, B. *Who let the blogs out? A hyperconnected peek at the world of bweblogs?* Rebound by Sagebrush. St. Martin Press, 2004

WIBBELS, A. *Blogwild! A guide for small business blogging*. Penguin Group, 2006

WILLEY, K. A. 'Readers glimpse an editorial board's thinking', en *Nieman Reports*, vol. 57, N° 3. Cambridge: The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University. 2003 : <http://www.nieman.harvard.edu/assets/pdf/Nieman%20Reports/backissues/03fall.pdf>

WILLIAMS, B. y DELLI CARPINI, M.: 'Unchained reaction: the collapse of media gatekeeping and the Clinton-Lewinsky scandal', en *Journalism*, vol. 1, N° 1. <https://pdfs.semanticscholar.org/29da/7b2e47156f088eeeffde0b141ea9541cf590.pdf>. 2000.

WINER, D. 'The history of weblogs', en . <http://oldweblogscomblog.scripting.com/historyOfWeblogs> 2002, consultado en febrero del 2015

WRIGHT, J. *Blog Marketing: The revolutionary new way of increase sales, build your brand and get excepcionals result*’, McGraw&Hill, 2006.

YANES, R. *Géneros periodísticos y géneros anexos. Una propuesta metodológica para el estudio de los textos publicados en prensa*. Madrid, Fragua, 2004

YANES, R. ‘El artículo, un género entre la opinión y la actualidad’, en *Revista Latina de Comunicación Social*, La Laguna (Tenerife), 2004

YUNQUERA, J. *Revistas y diarios digitales en España. Historia de una evolución*. Barcelona, UOC, 2016

YUSTE, B. *Cuestiones de autoría en el periodismo digital*. Tesis doctoral. Madrid, Universidad Complutense, 2006

ZAFRA, J. ‘Blogs: ¿Periodismo? Participativo’, CERESO, J.M. (director), en *La blogosfera hispana: pioneros de la cultural digital*, Madrid, Fundación France Telecom España 2006