

Tendencias

La extensión de la socialización digital

MAITE GUTIÉRREZ
Barcelona

Con sólo diez años de existencia a sus espaldas, el blog, o bitácora -diario personal electrónico-, está gestando otra nueva revolución en su breve pero intensa historia. Este año, auguran los expertos, las bitácoras culminarán su unión formando grupos de interés, nodos de comunidades que llevarán su influencia y sus propósitos más allá de internet. La blogosfera se ve como un motor de cambio que acabará de consolidarse en los próximos meses y se extenderá, poco a poco, hacia cualquier faceta de la vida, desde el activismo o la política hasta la educación o la economía de em-

DEL YO AL NOSOTROS

Los blogs dejan de estar aislados y crean una red con poder de influencia

NUEVAS HERRAMIENTAS

Surgen herramientas para agregar contenidos y mejorar la interacción



presa. "La blogosfera será testigo del paso definitivo de la cultura del yo, rey, al nosotros, red", explica el tecnólogo y economista David de Ugarte, miembro de la Sociedad de las Indias Electrónicas (SIE), que estudia el estado de la blogosfera y sus tendencias.

En un contexto en el que la barrera entre vida real y virtual es cada vez más difusa, la comunicación digital se erige como revulsivo social y esta unión de bitácoras potenciará su éxito. La conexión hace a las personas más poderosas. De Ugarte, como otros, incide en que el blog es la mejor herramienta para organizarse y crear grupos de influencia -es rápido, barato y no entiende de distancias geográficas-. Ya existen varios ejemplos de su poder y en el futuro habrá muchos más. La convocatoria del macro-

El poder del BLOG

La bitácora se consolida como motor de cambio social

botellón de hace dos años, la actividad de plataformas como V de Vivienda o numerosas manifestaciones en todo el planeta tienen como punto de partida la bitácora. "El blog es ajeno a las modas, no como las redes sociales del tipo Facebook, está abierto a todo el mundo y centraliza toda tu información. El blog eres tú, por eso es la herramienta digital más potente para la organización social", afirma De Ugarte.

La generación blog ya está madura y demanda nuevos servicios que cubran sus necesidades. Ya no se conforman con escribir lo que se les ocurra en su página. Quieren interacción y buscan todo el potencial de su weblog. El objetivo es huir de la bitácora centrada en el propio blogger y sus obras, modelo que empieza a

quedar obsoleto, para llegar al blog inserto en una red social que el mismo creador define. Esto se consigue gracias a nuevos servicios como Corank, Feevy, Jaiku o Mugshot, que agregan contenidos -imágenes, posts, música- entre diferentes blogs y demás páginas webs, fomentando la interacción entre usuarios.

Las cifras sobre los blogs que existen son confusas. La SIE tiene controladas entre 45.000 y 60.000 bitácoras en España, aunque otros hablan de cifras que se acercan a las 500.000. Entre ellas, las más abundantes son las de temáticas personales. Juan Varela, conductor del blog periodistas21, pone énfasis en la segmentación de la blogosfera. "Abundan los nichos en función de los intereses de cada uno", dice, lo

Com més aviat et decideixis, millor serà el teu estiu.

Decideix-te, ara, amb Marsans i clickair i viatja a

50 destinacions al millor preu.



clickair
vola intel·ligent

VIATGES MARSANS CALIDAD CERTIFICADA



902 30 60 90

www.marsans.com



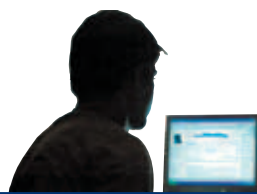
viatges
marsans

C.I.C. 304 10

¿QUÉ ES UN BLOG?

Según la Real Academia Española

Sitio electrónico personal, actualizado con mucha frecuencia, donde alguien escribe a modo de diario o sobre temas que despiertan su interés, y donde quedan recopilados asimismo los comentarios que esos textos suscitan en sus lectores



Según Cameron Barrett, pionero de los blogs

Un pequeño sitio web, normalmente mantenido por una persona, que es actualizado regularmente y con una alta concentración de visitantes que vuelven. De esta manera se crean lazos, relaciones y comunidades alrededor de ellos



XAVIER CERVERA

Lo personal ya es público. Internet ha acabado con el viejo modelo de diario

MUNDO EMPRESARIAL

Las compañías ven en la blogosfera una forma de mejorar su trabajo

LA EXPERIENCIA DEL BBVA

La entidad ha creado una blogosfera que cuenta con más de 2.000 usuarios

El manifiesto blogger dice...

- La vida no se puede censurar.
- Mi blog no representa todo lo que soy.
- Juzga mis pensamientos, pero no a mí.
- Si no te gusta lo que ves, mira a otra parte.
- Me encanta hablar de mi vida.
- Me encanta hablar de la vida de otras personas.
- Escribiré posts sobre cualquier cosa que me guste.
- No estoy obligado a pos-tear cada meme.
- No tienes por qué estar de acuerdo con todo lo que diga.
- Tener imágenes sobre mí no es obligatorio.
- El bloguero prefiere la libre y gratuita circulación del conocimiento.
- Crea comunidad.
- Aplica el sentido común, la ética y el respeto. No digas a una persona aquello que no le dirías si la tuviera delante.
- Acepta las críticas para ser mejor ciudadano, persona y bloguero.
- Ya lo decían los Beatles: "All you need is blog".

que refuerza la idea de comunidad. Pese a que el número de blogs respecto a la población total puede parecer pequeño, se considera suficiente para encender el cambio. Es lo que se conoce como teoría del porcentaje. Un 1% de la población logra un cambio sobre el resto.

Tiscar Lara, profesora de Periodismo en la Universidad Carlos III de Madrid y experta en contenidos TIC -y bloguera-, destaca además la función del blog para generar conocimiento. Tal como avala su experiencia, el blog sirve de plataforma para expresar pensamientos y te pone en contacto con otras personas que comparten esas inquietudes más allá de tu entorno físico cercano. Así se comparten ideas, surgen proyectos..., una buena es-

trategia para la comunidad académica que busque otra forma de organizarse extensible a toda la población.

La blogosfera empieza a consolidarse y a partir de ahora desfundará todo su potencial. Para Adolfo Estalella, investigador del Internet Interdisciplinary Institute de la Universitat Oberta de Catalunya, que se encuentra en plena elaboración de su tesis sobre blogs, la prueba de este estatus es la nueva función de la bitácora como elemento de legitimación personal. "Una tecnología que hasta hace poco era muy hardcore, que sólo utilizaban unos pocos, ahora se ha convertido en un fenómeno cultural que trasciende la marginalidad de ciertas tendencias de internet, inviste de cierto carisma a la persona y da legitimidad para hablar", explica. Eso sí lo que contiene el blog tiene cierta calidad, claro. El último ejemplo es el de Yoani Sánchez, la disidente cubana que recibió un premio Ortega y Gasset de periodismo este año por los post -artículos- que colgaba en su blog, llamado Generación Y. Estalella define el blog como un ciber-yo, una forma ideal de crear una imagen pública de uno mismo.

Incluso la empresa ha descubierto el potencial de la bitácora, no sólo corporativo, sino de empleados que comparten sus inquietudes a través de ella. José Manuel Noguera Vivo explica en su reciente tesis *Blogs y medios* que utilizar blogs para la comunicación corporativa ofrece beneficios como la visibilidad en internet -y por extensión en el mercado- o la ampliación de las redes de contactos. La SIE recomienda dar una vuelta de tuerca más y crear una blogosfera dentro de la propia empresa, en la que los empleados debatan sobre los temas que les preocupan. Para eso es necesario, advierten, un cambio de chip de la jefatura, que ha de estar dispuesta a escuchar las críticas constructivas de los trabajadores. Entre todos, afirman desde la SIE, se mejora la compañía. Por ahora, la única gran corporación que se ha apuntado al experimento es el BBVA, cuya blogosfera particular tiene más de 2.000 usuarios. Esta experiencia se presentará en el Blogger Forum que la ONU celebra este año.●

El auge de las redes sociales no amenaza la existencia de los blogs

La bitácora sabe convivir

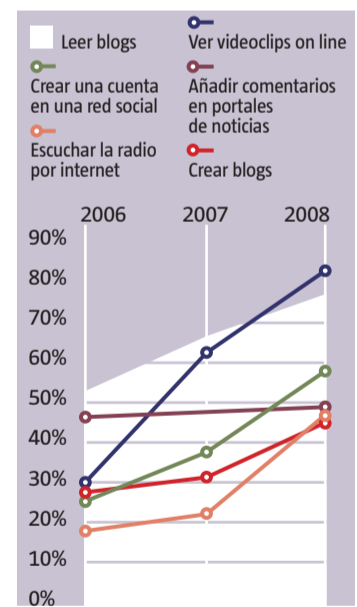
M. GUTIÉRREZ Barcelona

Acabarán las redes sociales con los blogs? Ciertas voces, las menos, así lo afirman. Ante el interés que ha suscitado -muy particularmente en los medios de comunicación- la aparición de redes sociales cerradas como Facebook o MySpace, algunos hablan ya de una amenaza que se cierne sobre las bitácoras. Los datos de uso de las herramientas digitales lo desmienten (véase gráfico). El blog crece más y tiene un mayor número de seguidores

dueño decide qué aspecto darle y cómo organizarlo, es más personalista. Otra diferencia que destaca Estalella es la de la figura de referencia. Cada grupo de blogs tiene alguna bitácora influyente; en cambio, en una red social no hay nadie que destaque por tener más o menos contactos.

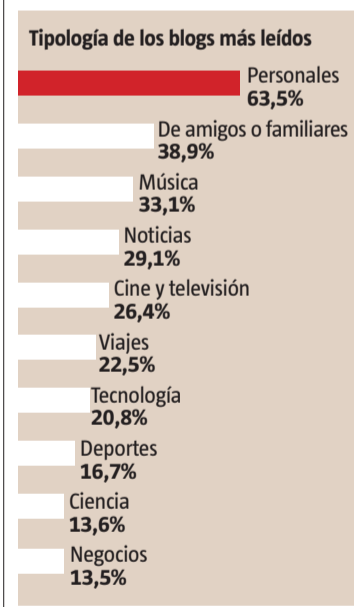
Los temas que se tratan en cada plataforma difieren. "El blog es tu mirada sobre el mundo y la red social tu mirada sobre ti mismo", señala Estalella. La voluntad de estilo y la discusión de ideas tampoco existen en las redes sociales. "Sí es cierto que el blog cam-

Hay 475 millones de internautas intensivos, 10 millones en España, que se dedican a...



FUENTE: Power to the People. Social Media Tracker Wave 3 Universal McCann

El 77,8% de los españoles que son usuarios activos de internet lee blogs



BLOGOSFERA Y DEMOCRACIA

Los políticos sacan poco partido a los blogs

■ Un blog no es un medio, pero un conjunto de blogs sí lo es. Por ello, "expandir la blogosfera es hoy uno de los grandes desafíos para reinventar la política desde el punto de vista de la democracia", afirma el libro *La gran guía de los blogs 2008*, escrita por varios autores y editada por Cobre, que hace un extenso análisis de las tendencias de la blogosfera. Según se recoge en el libro, a la

política oficial aún le queda mucho camino por andar para sacarle todo el potencial al blog. Se trata del ámbito más retrasado en su uso, excepto en contadas excepciones. Los políticos suelen utilizar el blog sólo para hacer campaña o como un canal de emisión más que como un canal de comunicación bidireccional. Incluso el blog de la joven ministra de Igualdad, Bibiana Aído, se

creó con la intención única de conseguir votos durante las elecciones andaluzas. La única esperanza, admiten en el libro, es que la próxima generación de políticos utilice el blog y otras herramientas como verdaderos medios de comunicación interpersonal. Los políticos que se apuntaron a las redes sociales durante la pasada campaña tienen, además, muy abandonadas sus cuentas.

res que la red social. Adolfo Estalella, de la Universitat Oberta de Catalunya, es de los que piensan que el blog no desaparecerá, sino que convivirá con la red social cerrada igual que lo hacen el chat y la mensajería instantánea, o que conviven prensa, radio y televisión.

"Las tecnologías tienen usos distintos y raras veces acaban la una con la otra", afirma. Este investigador afirma que las funciones de las redes sociales son muy diferentes de las de los blogs, y la libertad que dan a los usuarios, también. Las redes sociales son servicios muy estandarizados, donde todos los usuarios están cortados por el mismo patrón. En cambio, en el blog el

Blogs y redes sociales tienen usos distintos, por lo que no se perjudican entre ellos

biará", avisa Tiscar Lara. De hecho, la bitácora ya está inmersa en una transformación. Hace apenas un par de años la posibilidad de incluir fotos o vídeos era escasa. La improvisación que se daba al principio de la blogosfera se ha convertido en reflexión, algo que ha de quedar grabado. En la red social, por el contrario, casi todo es efímero.●