

José Luis Orihuela



LA REVOLUCIÓN DE LOS WEBLOGS

La Revolución de los Weblogs

- Un weblog es un sitio web actualizado frecuentemente, compuesto por observaciones personales, extractos de otras fuentes, etc. En general es mantenido por una persona y usualmente con enlaces de otros sitios.
- El autor del weblog publica sin la necesidad de una intermediación editorial.

Diferencias con Foros

Weblog

Foro

Autoria	Centralizada	Distribuida
Orden	Jerárquico	Horizontal
Comunidad	Externa	Interna
Moderación	Incompatible	Compatible
Estructura	Cronológica inversa	Temática
Discusiones	Lineales	Anidadas

¿De qué se compone un Weblog?

- URL: Dirección (puede ser propio o estar en un servidor)
- TITULO: Este se mezcla con la dirección.
- DESCRIPTOR: Descripción breve del autor, tema o el género del weblog

EJEMPLO:

Blogpocket <http://blogpocket.com/blog/> la locura dentro de un blog.

También contiene...

HITORIAS: Anotaciones, que pueden contener enlaces con la sección de comentarios, puede al mismo tiempo tener categorías y etiquetas.

ARCHIVOS: Colecciones de historias publicadas, ordenadas por años, meses, etc.

CATEGORIAS: Permite al usuario acceder a la información de forma ordenada.

BUSCADOR: Permite localización de información dentro del mismo blog.

BLOGROLL: Relación de enlaces

Un blog también tiene otros elementos como: Historias recientes, comentarios, estadísticas, etc.


Cuando exploras un weblog por primera

vez. . . Familiarizarse con otros weblogs.

- Encontrar un servicio que sea facil de utilizar.
- Seleccionar temas de interés.
- Cuando escribas debe ser de forma original.
- Los enlaces deben ser utilizados en la escritura.
- Promocionar el weblog cuando se cuente con material suficiente.
- Debes involucrarte con otros weblogs.
- Responder a los comentarios pertinentes.
- Respetar limites eticos y legales.

Aportaciones de los Weblogs

- Impacto en las empresas, en el periodismo y en la educación.
- Se da un acercamiento con la sociedad.
- Los usuarios se convierten en los protagonistas de los procesos informativos.
- Los medios sociales complementan a los medios tradicionales.
- La comunicación pública se da como un diálogo.
- Hay una actitud crítica frente a los medios tradicionales.
- Primero se publica y luego se filtra.
- Los medios tradicionales necesitan cambiar.



Aportaciones de los medios sociales a los medios convencionales

- a) Periodismo en dos vías, conversación.
- b) Adoptar enfoque personal en las noticias, tomar postura.
- c) Mayor diversidad en la utilización de las fuentes.
- d) Gestionar los errores.
- e) Cambiar el ritmo, la realidad cambia a cada segundo.
- f) Incorporar nuevos temas y formatos.

Tipos de blogs

Existen dos tipos de blogs:

1. Autobiográficos

2. Temáticos

a) Los de paso o filtro, que se centran en enlaces y noticias.

b) Los de destino , que se centran en el análisis, la opinión y el micro ensayo.

Evolución de los blogs

Blogosfera 1.0

*Enero de 1992 a agosto de 1999

*Estados Unidos

*El objetivo era compartir noticias en línea y enlaces de interés.



Blogosfera 2.0

- *1999, lanzamiento de Blogger a 2004
- *11S surgimiento de warbloggers, comienzan los blogs en español.
- *Se da la utilización de RSS, Google asciende en la blogosfera, compra Blogger en febrero de 2003.
- *Mayor utilización de recursos, comienzan las imágenes y hay inicios de audio.



Blogosfera 3.0

*Octubre de 2006 cuando AOL compra Weblogs INC.

*Incorporación de etiquetas y podcasting

Pistas para un weblog

- Título: Corto y que transmita.
- Parafos: Cortos y de doble espacio.
- Enlaces: Uso de títulos de blogs.
- Enumeraciones: Que se distingan visualmente.
- Citar fuente y el lugar en donde se encontró.
- Navegación, debes incluir enlaces con historias similares.



Consejos de escritura


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





“Autores y Lectores de Blogs”

Autores y Lectores de Blogs


- Una porción de la audiencia está constituida por los propios bloggers.
- Weblogs temáticos se convierten fuente de medios tradicionales.
- Los bloggers son cibernautas veteranos, en su mayoría varones entre 20 y 26 años, que ejercen profesiones relacionadas con nuevas tecnologías.


- 
- Una porción de la audiencia está constituida por los propios bloggers.
 - Weblogs temáticos se convierten fuente de medios tradicionales.
 - Los bloggers son cibernautas veteranos, en su mayoría varones entre 20 y 26 años, que ejercen profesiones relacionadas con nuevas tecnologías.


- 
- Chris Pirillo: The Blogger's Manifesto.
 - Perfil de la identidad del bloguer, tal como era percibida durante la época del fenómeno.
 - Mariano Amartino: Denken Uber (2002) identificó las principales motivaciones que se encontraron entre actores de bitácoras.
 - Necesidad de reconocimiento
 - Periodistas o escritores *wanna-be*
 - Necesidad de comunicarse y ser parte de una comunidad

- 
- Motivos de los bloggers:
 1. Compartir contenidos e investigación.
 2. Disponer de un banco de pruebas
 3. Herramienta educativa

 - Mi primer post (2002-2004): formulación de objetivos y motivaciones de sus autores

- 
- Motivaciones por las que personas escriben weblogs son comunes a otras formas de escritura:
 - Necesidad de expresión
 - Afán de compartir saberes
 - Deseo de integración en una comunidad
 - Búsqueda de reconocimiento
 - Exploración creativa
 - Terapia
 - Participación política, defensa de intereses
 - Búsqueda de beneficios económicos
 - Simple exposición

- 
- El verdadero poder de los weblogs: la gente los escribe porque puede, pero sobre todo porque quiere.
 - Nacho de la Fuente: Razones para bloguear.
 - Por pasión por la información
 - Para evitar que se “oxide” la capacidad de escribir
 - Desahogo mental
 - Por engrasar el cerebro y la conciencia
 - Por huir de rutinas
 - Por intentar aportar al periodismo y a la pluralidad

- 
- Paradoja del escritor de weblogs: la actividad que se inicia normalmente como placer se convierte en un hábito que se transforma en parte de sus vidas.
 - Juan Julián Merelo: visitantes de weblogs
 - “Parroquia”
 - “Turistas”
 - “Surfers”

Autores y Lectores de Blogs

- “Parroquia”
 - Visitante que sabe donde se está metiendo
 - Sabe qué va a encontrar en el blog
- “Turistas”
 - Vienen desde los buscadores
 - Tiene el objetivo de encontrar algo específico
 - Al no encontrar lo que buscan no vuelven más
- “Surfers”
 - Accede al blog desde un enlace
 - Tiene más información y expectativas que un turista

Autores y Lectores de Blogs

- Una comunidad es la mejor recompensa del blogging.
- Visitantes que llegan en forma masiva producen el efecto *Slashdot*.
- Visitantes indeseables: *spammers* y *trols*.




- *Spam*

- Mensajes publicitarios no solicitados.
- Ataca a los weblogs por comentarios y *trackbacks*.


- *Trols*


- Usuarios que sabotean discusiones, incendian debates e insultan a participantes.
- Buscan la destrucción de lo que un autor o una comunidad quieren construir.


- 
- Comentarios y encuentros de los lectores:
 - *Feedback*: seña de identidad del medio.
 - *Trols* y *spam* han impulsado la adopción de filtros y bloqueo.
 - Correo electrónico: feedback extendido.
 - Listas de distribución: mantienen debates
 - Foros: sistematización de aportaciones.
 - Comunidades virtuales de lectores.
 - Encuentros presenciales.




- Enlace

- *Trackback*: mecanismo de notificación entre bitácoras.
 - Servicios de rastreo de weblogs.
 - *Memes*: ideas originales cuyo atractivo hace que la gente las adopte.
 - Festivales de blogs: convocatorias para publicar durante cierto periodo acerca de un tema propuesto y posteriormente recopilar aportes.
- 

- 
- Conversaciones distribuidas: aplicaciones que permiten al usuario del weblog mantener un archivo en línea de sus intervenciones.
 - Sitios web colaborativos en los que los usuarios proponen y votan historias previamente publicadas en blogs y otros cibermedios.

- 
- Como escribir buenos comentarios:
 - Leer con frecuencia una bitácora antes de empezar con ella.
 - Leer los comentarios que ya se han publicado antes de escribir otro.
 - Designar un destinatario para un comentario.
 - Escoger un seudónimo.
 - Indentificarse como bloguer.

- 
- Como escribir buenos comentarios:
 - Comprobar que el sitio acepta etiquetas de HTML antes de incluirlas.
 - Procurar ser respetuoso y positivo.
 - Moderar la autoreferencialidad.
 - Nunca escribir bajo estado alterado.
 - Revisar ortografía y sintaxis antes de publicar
 - Regresar a los debates que hayas participado.




“La Blogosfera”



La Blogosfera

- Weblogs → Dimensión comunitaria
- Blogosfera = Comunidad (redes entrelazadas)
- Blogosfera o comunidad está delimitada por:
 - La lengua
 - Vecindario Geográfico
 - Vecindario virtual
 - Tema, etc.

- 
- Weblogs son básicamente textuales.
 - Barrera idiomática (Las fuentes, lenguas que conocemos) → público potencial.
 - La incorporación metadatos de geoposicionamiento permite trazar contornos físicos de una blogosfera.
 - Weblogs temáticos existen directorios, incluso premios sectoriales (Educational Weblogs) → Consolidación de blogosferas.

Tipos de blogosfera



- *Global* → conjunto mundial de weblogs.
 - Se duplica cada 5 meses y medio.
- *Lingüística* → escritos en una misma lengua.
- Geográfica → Nacionales o de ciudades.
- Temática → Especialidad o nicho.
- Alojamiento → Mismo hosting y edición.
- Ideológica → Partido o filosofía

El universo y la cultura de los Weblogs

- Existen 4 grandes perfiles de usuarios:

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

- ❖ *Uso del formato weblog:* el autor se vale de alguna herramienta de gestión de contenido.
- ❖ *Participación en la cultura bloguer:* el autor es el propio editor del sitio, practica la reciprocidad en materia de enlaces y comentario, que participa en las iniciativas de la blogosfera y refleja autoreferencialidad.



- 
- **Perfil 1:** Los pioneros, los convencidos, los evangelizadores.
 - **Perfil 2:** Escritores y periodistas que experimentan el potencial creativo y comunicativo pero procurando que el weblog se note poco.
 - **Perfil 3:** Creativos cuya experimentación les lleva a superar el formato para trascenderlo, cuestionarlo y enriquecerlo.
 - **Perfil 4:** Columnistas de medios en línea que o bien son rebautizados como bloggers por el propio medio y abordan de forma peyorativa temas de la blogosfera.
- 


Funciones de la Blogosfera

- Filtro social de opiniones públicas
 - Pulso opinión pública sobre temas y personajes actuales.
- Sistema de alerta temprana para los medios.
 - Detectar tendencias, nuevos temas, debates a seguir, etc.
- Sistema de control y crítica de los medios.
 - 5º poder: contrapeso a los medios tradicionales.

Funciones de la Blogosfera

- Filtro social de opiniones públicas
 - Pulso opinión pública sobre temas y personajes actuales.
- Sistema de alerta temprana para los medios.
 - Detectar tendencias, nuevos temas, debates a seguir, etc.
- Sistema de control y crítica de los medios.
 - 5º poder: contrapeso a los medios tradicionales.

- 
- Factor de movilización social.
 - Dinámica de circulación de información con gran capilaridad e interactividad.
 - Nuevo canal para las fuentes reconvertidas en medios.
 - Instituciones ya no dependen de intermediación editorial.
 - Nuevo formato aplicable en las versiones electrónicas de los medios tradicionales para coberturas de continuidad, catástrofes y accidentes.
- 

- 
- Gigantesco archivo que opera como memoria de la Web.
 - Alimento privilegiado de los buscadores.
 - Valor constante a la red.
 - Una gran conversación.
 - Lugar de conversación de multitud de comunidades.



“El impacto de los weblogs”



WEBLOGS

- Periodismo
 - Empresa
 - Educación
 - Política
- 

¿BLOGS = PERIODISMO?


- La blogosfera tiene una función mediática de primer orden y se está convirtiendo en un quinto poder, sensible a los errores y manipulaciones de los medios tradicionales.

WEBLOGS EN EL PERIODISMO

- Weblogs personales de periodistas
- Weblogs corporativos de medios
- Weblogs como formato de coberturas
- Weblogs de lectores
- Weblogs sobre medios y periodismo




WEBLOGS Y EMPRESA

- Los blogs corporativos aportan a las empresas:
 - Proximidad, visibilidad, feedback, medio, gestión de crisis, aprendizaje, eficacia, actualización, fidelización, innovación.
- 



BLOGS CORPORATIVOS

- Blogs de marca
 - Blogs de personal
 - Blogs de eventos
 - Blogs de sector
- 

WEBLOGS CORPORATIVO

- Compruebe que su empresa realmente necesita un weblog
- Defina y enfoque la línea editorial de weblog corporativo
- Identifique y lea regularmente buenos weblogs temáticos sobre su sector de actividad
- Comience de forma discreta

WEBLOGS EN LA EDUCACIÓN

- Manejo de herramientas
- Estilo visual
- Funcionalidad

WEBLOGS Y POLÍTICA

- Blogs de opinión política, organización y acción social.
- Blogs de políticos (campañas electorales, blogs de cargos electos, y blogs institucionales de partidos).