

Mapa De Los Blogs En Los Periódicos Españoles

Map Of Spanish Newspaper Blogs

Juliana Colussi Ribeiro¹

julianacolussi@hotmail.com.

Universidad Complutense de Madrid

Resumen

Este artículo elabora un mapa de los blogs hospedados en la edición digital de 66 periódicos de España. Además de conocer el número de bitácoras por diario, el análisis cuantitativo propuesto en este estudio revela la antigüedad y la sección temática de cada blog. De esta forma, es posible descubrir el perfil de los blogs en los periódicos *online* de referencia y comprender algunos aspectos evolutivos del nuevo medio dentro de los diarios españoles. Los resultados de esta investigación apuntan aspectos discrepantes entre diarios de referencia y diarios regionales o locales.

Palabras clave: Blogs; periódicos online; España.

Abstract

This article develops a map of the blogs hosted on the online edition of 66 newspapers of Spain. Besides knowing the number of logs per newspaper, the quantitative analysis proposed in this study shows the age and the thematic section of each blog. Thus, it is possible to trace the profile of blogging in the newspapers online reference and understand evolutionary aspects of the new medium in the Spanish newspapers. The results of this research show discrepant aspects between reference newspapers and day regional or local newspapers.

Keywords: Blogs; online newspapers; Spain.

Introducción

Los periódicos españoles empezaron a apostar por los blogs en sus ediciones digitales a partir de 2005 (Varela, 2006; Noguera Vivo, 2008), lo que representa un gran retraso en relación al universo anglosajón. Una de las primeras experiencias de publicar un blog en la edición digital de un periódico fue en 2004, cuando José Cervera sacó a la luz Retiario² en el diario El Mundo³ (Albornoz, 2007; Meso Ayerdi y Palomo Torres, 2011), pero los cibermedios comenzaron a ver el potencial de las bitácoras como nuevos medios un año después.

Debido a una trayectoria reciente de los blogs en los cibermedios españoles, hay una carencia de investigaciones que revelen el estado actual de la práctica blogging en las ediciones digitales de los periódicos.

El informe de 2010 referente a la blogosfera española publicado por Bitacoras.com clasifica de forma general los 100 blogs más leídos, según los criterios de

medición utilizados por la empresa. Sin embargo, los resultados del informe no apuntan datos específicos sobre blogs en los periódicos.

Considerando ese contexto, esta investigación propone la elaboración de un mapa de los blogs publicados en las ediciones digitales de 66 periódicos de información general en España. El objetivo del mapa es identificar los siguientes aspectos:

- 1) El número de blogs por periódico;
- 2) La sección temática del blog;
- 3) La antigüedad de cada bitácora.

A través de un análisis cuantitativo, este estudio revela el perfil general de los blogs publicados en las ediciones digitales de los periódicos españoles, así como el número, las categorías y la longevidad de las bitácoras en los periódicos con mayor audiencia en Internet.

Metodología

La metodología aplicada para la elaboración de este trabajo está dividida en dos partes. La primera parte corresponde a un apartado teórico acerca de la relación entre periodismo y blog, sobre todo para comprender el momento en que los periódicos en España comienzan a adoptar a los blogs en sus ediciones digitales.

En la segunda parte, se realiza el análisis cuantitativo para elaborar el mapa de los blogs en los periódicos españoles de información general. El objetivo de este estudio es conocer el número de blogs editados en cada periódico, la fecha de inicio del blog y la sección temática a que se dedica su publicación (actualidad, política, cultura, deportes, etc.). Los 66 diarios españoles que se han observado para la elaboración del mapa de los blogs pertenecen a 14 grupos de medios de comunicación:

1. **Grupo Vocento** – ABC, Qué!, El Correo, El Diario Vasco, El Diario Montañés, La Verdad, Ideal, Hoy, Sur, La Rioja, El Norte de Castilla, El Comercio, La Voz de Cádiz, Las Provincias.
2. **Grupo Prisa** – El País.
3. **Grupo Zeta** – El Periódico de Catalunya, El Periódico de Extremadura, El Periódico de Aragón, El Periódico Mediterráneo, Diario de Córdoba, Ciudad de Alcoy, La Crónica de Badajoz.
4. **Prensa Ibérica** – La Provincia, La Nueva España, Levante, Información, Faro de Vigo, Diario de Ibiza, Diario de Mallorca, La Opinión A Coruña, La Opinión Tenerife, La Opinión de Málaga, La Opinión de Murcia, La Opinión de Zamora.
5. **Unidad Editorial** – El Mundo.
6. **Grupo Godó** – La Vanguardia.
7. **Grupo Planeta** – La Razón, ADN.

8. **Promecal** – La Tribuna de Albacete, La Tribuna de Ciudad Real, La Tribuna de Talavera, La Tribuna de Toledo, La Tribuna de Puertollano, Diario de Ávila, Diario de Burgos, Diario Palentino, El Día de Valladolid, El Adelantado de Segovia.
9. **Grupo Joly** – Diario de Cádiz, Diario de Sevilla, Diario de Jerez, Diario de Almería, Europa Sur, El Día de Córdoba, Huelva Información, Granada Hoy, Málaga Hoy.
10. **La Información** – Diario de Navarra.
11. **Grupo Noticias** – Diario de Noticias de Gipuzkoa, Diario de Noticias de Alava, Diario de Noticias de Navarra.
12. **Editorial Compostela** – El Correo Gallego.
13. **Titania Editorial** – El Confidencial.
14. **Grupo Heraldo** – Heraldo.

El análisis cuantitativo de los blogs se ha desarrollado siguiendo algunos parámetros. Los datos se refieren mayoritariamente a los blogs de autor, publicados en las plataformas disponibles en las ediciones digitales de dichos periódicos. En el caso de diarios que no separan las bitácoras mantenidas por periodistas y expertos, de las publicadas por usuarios en general, se ha contabilizado todos los blogs existentes. Como ejemplo de esto, están el Diario Vasco⁴ y El Comercio⁵.

Para la realización del análisis cuantitativo de los 1.954 blogs seleccionados para la muestra, se siguió el siguiente método: a partir de la página de cada diario, se accedió a las bitácoras disponibles en las plataformas, con el objetivo de conocer la sección temática y otros datos de cada blog. Durante la observación de los blogs se verificaron aspectos inherentes a la plataforma de blog de cada periódico.

A la muestra se han incluido las bitácoras que empezaron a publicar contenido hasta febrero de 2011, ya que el análisis cuantitativo ha sido llevado a cabo a lo largo del mes de marzo de 2011. Los periódicos en idiomas regionales⁶, tales como Catalunya Press⁷ y Diari de Girona⁸, han sido excluidos de la muestra.

Los periódicos crean una sección para blogs

Las iniciativas pioneras en trasladar la edición impresa de periódicos españoles a Internet surgieron en noviembre de 1994, cuando El Periódico de Catalunya⁹ y El Mundo pasaron a poner a disposición del público sus contenidos en la Red (Díaz Noci, 2005). El último de los periódicos de referencia en adoptar una edición digital fue El País¹⁰, coincidiendo con su vigésimo aniversario en mayo de 1996 (Díaz Noci y Meso Ayerdi, 1999). “A finales de 1999, la mayoría de los medios españoles había dado ya el salto a Internet. Por hablar sólo de los diarios, se pasó de 33 diarios digitales en 1997 a

81 en 1999” (Díaz Nosty, 2000: p. 48 apud Díaz Noci, 2005: p. 33).

A pesar de los cambios constantes en sus ediciones digitales, los periódicos en España tardaron más de una década en incorporar los blogs. Conviene recordar que la blogosfera dejó de ser un movimiento liderado por los pioneros y se convirtió en masivo,

sobre todo tras los atentados del 11 de septiembre de 2001, momento en el que los blogs alcanzan notoriedad pública a través de los medios de comunicación.

En el período que se extiende hasta 2001, conforme indica Foletto (2009), hubo algunos casos aislados de usos de blogs con finalidades periodísticas. La mayoría de los registros eran de EE.UU. y de otros países de lengua inglesa, como Inglaterra, Escocia y

Australia. Entre los blogs estaban Guardian's Weblog, el australiano The Melbourne Age y el estadounidense San Francisco Chronicle, actualmente desactivados.

Tras el boom de los blogs durante la cobertura del ataque contra el Pentágono y el World Trade Center, en Nueva York, los blogs ganaron protagonismo durante la cobertura de la Guerra de Irak (Blood, 2002; Recuero, 2003). Los llamados warblogs eran escritos tanto por ciudadanos iraquíes y militares americanos, como por corresponsales de los medios de comunicación.

Para Recuero (2003), la influencia de los blogs en la práctica periodística queda clara desde el comienzo de la guerra con el surgimiento de los warblogs. El periodista Christopher Allbritton, autor de Back to Iraq, lanzó el blog para recaudar dinero y poder cubrir el conflicto de forma independiente. Como cuenta en su presentación del blog¹¹, con el apoyo de los internautas, recaudó casi 15 mil dólares y pudo realizar su trabajo como reportero independiente en Irak.

En el caso de España, tanto profesionales del área de la comunicación como del universo académico comenzaron a utilizar el blog como herramienta para generar contenidos referentes a temas relacionados con los medios de comunicación e Internet. En este período, aparecen los primeros blogs de profesores universitarios que opinan sobre los cybermedios. Ramón Salaverría, investigador y profesor de la Universidad de Navarra, lanza e-periodistas¹² en abril de 2002. Cuatro meses después, surge ecuaderno¹³, la bitácora mantenida por José Orihuela, profesor de la misma universidad. Otro ejemplo es Juan Varela, periodista y consultor de medios, que estrena

Periodistas21¹⁴ a finales de este año.

En febrero de 2003, Clarín fue el primer “medio masivo en español” en lanzarse al universo de los blogs. Así lo describe Amartino (2004) en el blog Denken Über¹⁵, tras un año de experiencia en Conexiones, la primera bitácora del periódico argentino. En España, de acuerdo con Varela (2006), el primer periódico en publicar un blog fue La Voz de Galicia, cuando a principios de 2003, empezó a utilizar la herramienta para transmitir gran parte del material generado por David Beriain, el corresponsal del diario en la Guerra de Irak.

Este es, sin embargo, el principio de la incorporación de los blogs al universo del periodismo en castellano. Escolar.net, una de las bitácoras de periodista más destacables en España, surge el 16 de mayo de 2003, como un espacio dedicado a la actualidad política en el país. Ignacio Escolar sigue manteniendo su blog, el cual lo ha trasladado a la plataforma del Público.

Al realizar una investigación sobre los diarios digitales de referencia entre 2004 e inicio de 2005, Luís Albornoz (2007) averiguó que el único periódico online que mantenía blogs en su plataforma era El Mundo¹⁶. En 2004, José Cervera escribía sobre

Internet en Retiario¹⁷ y Javier Pérez de Albéniz mantenía El descodificador con temas sobre actualidad televisiva.

Ciertamente esta casi nula importancia al mundo de las bitácoras virtuales por parte de algunos de los principales diarios online en lengua española contrasta con la relevancia que les otorga el que es considerado por varios especialistas como uno de los mejores diarios online. Nos referimos a Guardian Unlimited¹⁸ que en su página de inicio ofrece enlaces a su sección Blogs que agrupa cuatro grupos de bitácoras: Gamesblog, Newsblog, Guideblog y Onlineblog. (Albornoz, 2007: p.211)

En este momento, los grandes directorios de bitácoras de España – Bitacoras.com y Blogómetro – registraban una media de 20 mil blogs a comienzos de 2005 (Orihuela, 2005). Conviene recordar que muchos periodistas españoles ya mantenían sus blogs de manera independiente de los medios donde desarrollaban su labor profesional y, más adelante, cuando los periódicos abrieron sus plataformas de blog, estos trasladaron sus bitácoras a la página del diario.

La gran inversión del periodismo español en los blogs ocurre con la llegada de Qué!¹⁹ en enero de 2005. El periódico de distribución gratuita apuesta por la interactividad y los blogs, aspirando a “convertirse en el diario de referencia entre los jóvenes”. Como anunciaba Varela (2005) en Periodistas 21, la diferencia del nuevo diario está en la Red: “La web de Qué! ofrece bitácoras gratuitas a los navegantes para que hagan sus propios blogs, de los que se alimentará el diario de Recoletos”.

La edición digital de Qué! se formó casi integralmente por blogs de sus lectores. Conforme acentúa Noguera Vivo, basándose en esa idea la página del diario se estructuró en diferentes secciones: Actualidad, Tecnología, Salud, Educación, Ocio, Deportes, Motor, Empleo, Local, etc. Tenía incluso secciones del tipo “Los blogs más visitados” y otros recursos de interactividad con los usuarios, como encuestas o foros.

Cuando sale a la luz el diario 20 minutos en septiembre de 2005, Arsenio Escolar²⁰ se convierte en el primer director de un medio no digital español que empieza a escribir en un blog con el objetivo de dialogar con sus lectores (Varela, 2006).

La influencia de los blogs en los medios de comunicación conlleva a otro escenario. Los cybermedios comienzan a actuar como creadores de blogging a principios de 2005, cuando la edición digital de algunos periódicos pasa a ofrecer el servicio de servidores de blogs. Según Noguera Vivo (2008: p. 132) cabe diferenciar dos modelos de este servicio: “los medios que ofrecen blogs gratis a sus lectores para fidelizarlos en torno a su plataforma, y los que lo plantean también animando de forma explícita a la audiencia a que se conviertan en periodistas ciudadanos, proporcionando contenido al medio.

La iniciativa más destacada en España es del Grupo Vocento que, en 2005, comenzó una campaña para que los lectores accedieran a los blogs. El proyecto empezó con Diario Vasco, seguido por La Rioja, El Ideal y El Comercio. En este nicho, conviven bitácoras de lectores y de columnistas²¹.

Sin duda, los medios tradicionales empezaron a reconocer la importancia de los blogs en sus ediciones digitales tras observar el fenómeno descrito por Gillmor (2004) en We the media. Los blogs han sido una herramienta fundamental al promover los

usuarios de Internet a autores, asociando el fenómeno de la blogosfera con un tipo de periodismo participativo. Los lectores dejan de ser pasivos y actúan como generadores de contenido en el ciberespacio, además de expresar sus opiniones sobre las noticias publicadas en otros sitios.

Para Orihuela (2006), los blogs han multiplicado las opciones de los internautas aportar a la Red contenidos propios, sin intermediarios, actualizados y de gran visibilidad para los buscadores (Orihuela, 2006: 169). Además, como herramienta el blog ofrece ventajas frente a otros tipos de páginas web, tales como la sencillez, el estilo visual y varias funciones integradas.

Mapa de los blogs en los periódicos españoles

En este apartado, se presentan los resultados del análisis cuantitativo: el mapa de los blogs en 66 periódicos españoles y la clasificación de los blogs de los periódicos de referencia por categoría. Un total de 1.954 blogs – de periódicos de referencia, diarios regionales y locales – compone el mapa (véase la tabla 1). En este sentido, se observa una cierta discrepancia en los datos registrados: un 26% de los periódicos online analizados no tienen blogs en sus páginas. Sin embargo, esta cifra corresponde a diarios regionales y locales, la cual engloba un total de 18 periódicos.

Tabla 1. Mapa de los blogs en periódicos españoles

Periódico	Usuarios únicos	Visi- tas	Visi- mero s	Nú- mero de blog	de Grupo
1. 20 Minutos	12.559.643	25.4 10.299		31	20Minutos
2. ABC	10.246.063	22.5 24.131		72	Vocento
3. El País*	4.400.000	-		42	Prisa
4. El Mundo*	4.300.000	-		86	Unidad Editorial
5. Público	194.895	3.40 3.451		50	Madiapro
6. Grupo Joly** periódicos)	(9 191.434	3.10 2.102		25	Joly

7. El Confidencial	186.263	2.63	0	Titania
		7.043		
8. Qué!	177.861	4.43	38	Vocento
		3.045		
9. El Periódico de Catalunya	165.747	2.85	14	Zeta
		0.478		
10. La Verdad	160.193	3.58	33	Vocento
		7.127		

11. El Correo	154.70	2.55	51	Vocento
	9	2.743		
12. Ideal	134.31	2.98	10	Vocento
	9	3.097		
13. La Nueva España	104.69	1.64	8	Prensa Ibérica
	8	9.374		
14. El Diario Vasco	103.16	1.90	247	Vocento
	5	1.875		
15. El Comercio	84.408	1.69	907	Vocento
		2.950		
16. Sur	80.673	1.47	29	Vocento
		6.710		
17. Las Provincias	77.393	1.56	7	Vocento
		7.277		
18. La Razón	70.770	1.39	8	Planeta
		8.377		
19. Diario de Ávila	70.402	152.	0	Promecal
		353		
20. Hoy	69.839	1.28	10	Vocento
		4.529		
21. El Norte de Castilla	69.227	1.36	29	Vocento
		6.600		
22. Heraldo	63.200	932.	0	Heraldo

			546			
23. El Diario Montañés	62.077	1.03	10			Vocento
			1.320			
24. Levante	58.828	1.04	9			Prensa Ibérica
			6.089			
25. Diario de Navarra	57.458	890.	0			La Información
			721			
26. Faro de Vigo	51.467	872.	6			Prensa Ibérica
			775			
27. Diario Información	48.424	749.	7			Prensa Ibérica
			708			
28. La Provincia	47.735	832.	4			Prensa Ibérica
			379			
29. El Periódico de Aragón	43.818	820.	0			Zeta
			771			
30. La Rioja	36.598	767.	26			Vocento
			434			
31. Diario de Mallorca	29.877	478.	3			Prensa Ibérica
			826			
32. El Periódico de Extremadura	25.350	435.	0			Zeta
			315			
						Editorial
33. El Correo Gallego	24.110	418.	18			Compostel
			374			a
34. Diario de Córdoba	23.600	409.	1			Zeta
			434			
35. La Opinión de Málaga	21.989	400.	18			Prensa Ibérica
			844			
36. La Opinión de	19.925	354.	18			Prensa

Murcia			193			Ibérica
37. Diario de Burgos	19.299	270.	859	2		Promecal
38. La Opinión A	19.215	420.	390	4		Prensa Ibérica
Coruña						
39. La Opinión de	16.458	249.	666	7		Prensa Ibérica
Zamora						
40. La Opinión de	14.269	274.	971	4		Prensa Ibérica
Tenerife						
41. El Periódico	12.289	248.	415	0		Zeta
Mediterráneo		162.				Prensa Ibérica
42. Diario de Ibiza	9.879	124		1		
43. Diario Palentino	6.741	95.9	61	0		Promecal
44. El Día de Valladolid	4.644	82.8	55	1		Promecal
45. La Tribuna de Albacete	3.789	65.2	26	0		Promecal
46. La Tribuna de Toledo	3.531	66.3	69	0		Promecal
47. La Tribuna de Ciudad		46.1				
Real	2.770	23		0		Promecal
48. La Tribuna de Talavera	1.801	27.1	43	0		Promecal
49. La Tribuna de		14.1				
Puertollano	918	12		0		Promecal
50. ADN	-	-		18		Planeta
51. La crónica de Badajoz	-	-		0		Zeta

52. Ciudad de Alcoy	-	-	0	Zeta
53. Diario de Noticias de Alava	-	-	0	Noticias
54. La Vanguardia	-	-	55	Godó
55. Diario de Noticias de Gipuzkoa	-	-	0	Noticias
56. El Adelantado de Segovia	-	-	0	Promecal
57. La Voz de Cádiz	-	-	5	Vocento
58. Diario de Noticias de Navarra	-	-	1	Noticias

Fuente: elaboración propia

*Fuente: ComScore (Enero/2011)

** Los datos del Grupo Joly corresponde a cifras de audiencia de sus nueve periódicos: Diario de Cádiz, Diario de Sevilla, Diario de Jerez, Diario de Almería, Europa Sur, El Día de Córdoba, Huelva Información, Granada Hoy y Málaga Hoy. Se ha juntado los datos porque todos los periódicos tienen los mismos blogs en común.

De acuerdo con los resultados del análisis, El Comercio y Diario Vasco despuntan respectivamente con 907 y 247 blogs. En ambos diarios las bitácoras aparecen separadas por categorías temáticas y no por tipos de autor (blog de autor, usuario, etc.). La mayor parte de dichos blogs son mantenidos por usuarios.

En el caso del periódico El País, hay 42 blogs siendo editados en su plataforma, siendo 33 de ellos mantenidos por periodistas del diario y 9 por ciudadanos. El dato más interesante es que un 66% de los blogs escritos por periodistas del diario de referencia en castellano empezaron a ser publicados en 2010. Por otra parte, los blogs actualizados por ciudadanos son los que tienen más longevidad.

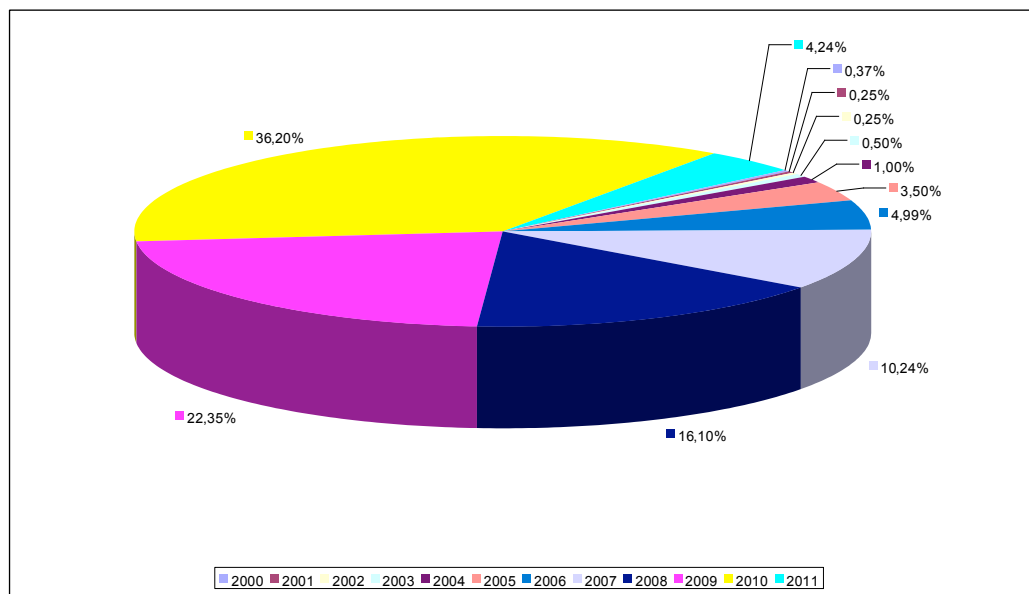
Conforme la observación realizada a lo largo del análisis cualitativo, gran parte de los diarios analizados se refiere a los blogs insertados en la sección de opinión. Otros periódicos, tales como los del grupo Vocento, tienen una sección de blogs que aparece directamente en la portada, fuera de la sección de opinión.

El Grupo Joly es el único en España que tiene blogs comunes a sus nueve periódicos online. Es decir, accediendo al Diario de Sevilla²² o Granada Hoy²³ se

encuentran los mismo blogs. A raíz de eso, se ha contabilizado la audiencia de todos los diarios del grupo. La cifra que aparece en el grupo Joly representa la audiencia de todos los periódicos en el mes de enero de 2011.

Tal y como ilustra el gráfico 1, 58,5% de los blogs de los periódicos analizados fueron creados entre 2009 y 2010. Este dato indica que muchas de las bitácoras con inicio en años anteriores pueden haber desaparecido y ya no constan en la plataforma de los diarios españoles.

Gráfico 1. Porcentaje de blogs creados por año



Fuente: elaboración propia

Por otra parte, el porcentaje de los blogs creados entre 2000 y 2005 parece contrariar lo que dicen algunos investigadores (Díaz Noci, 2005; Orihuela, 2005; Varela, 2006; Albornoz, 2007) sobre la incorporación de los blogs por los periódicos online en España. Los resultados de esta investigación demuestran que periodistas y expertos mantenían sus blogs de forma independiente y, cuando los diarios digitales abrieron espacios para las bitácoras, empezó el proceso de traslado de los blogs de dichos profesionales a las páginas de los periódicos.

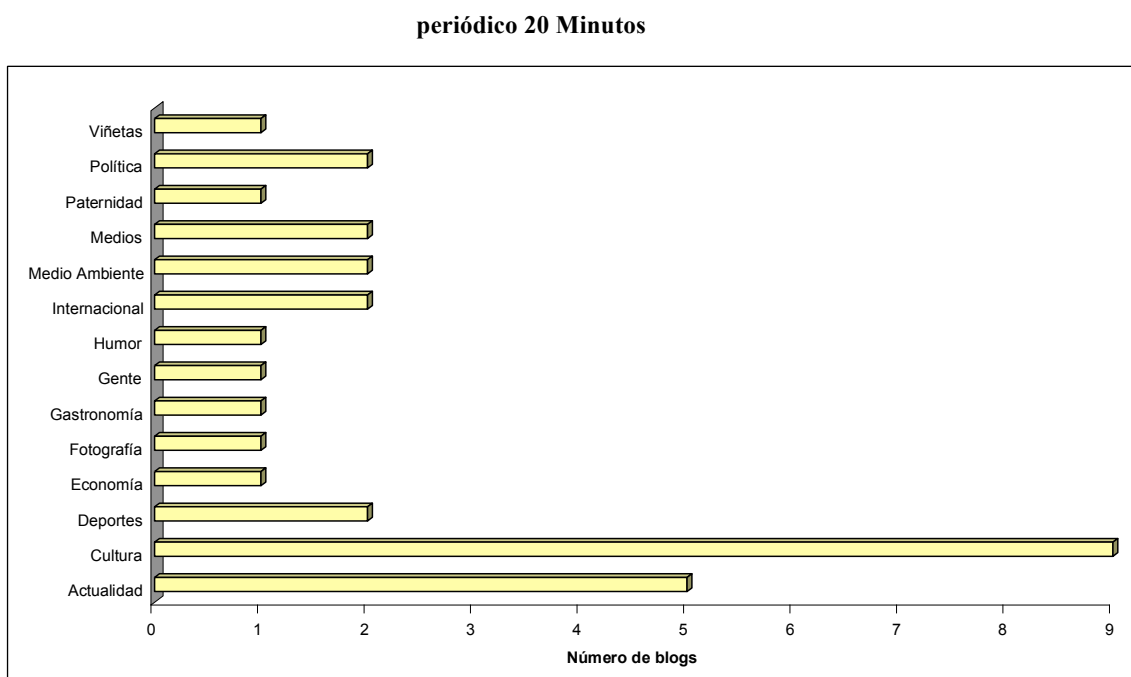
Un ejemplo de este hecho es Escolar.net, el blog del periodista Ignacio Escolar, que salió a la luz en 2003. Actualmente figura entre las bitácoras del diario Público, el cual inició sus actividades en septiembre de 2007.

Los tres blogs con más longevidad, creados en el año 2000, La Libreta, Diario de America Latina y El cuarto bit²⁴, están alojados en La Vanguardia. Uno de los blogs más leídos sobre actualidad política en España, Escolar.net, mantenido desde 2003 por Ignacio Escolar, se encuentra en el Público²⁵.

1.2. Categoría de los blogs

A continuación, se presentan los datos correspondientes a las secciones temáticas de las bitácoras de los cinco periódicos con mayor audiencia en Internet, que según la medición de enero de 2011 realizada por OJD Interactiva²⁶ son: 20Minutos, ABC, El País, El Mundo y Público.

Gráfico 2. Número de blogs de 20Minutos por categoría



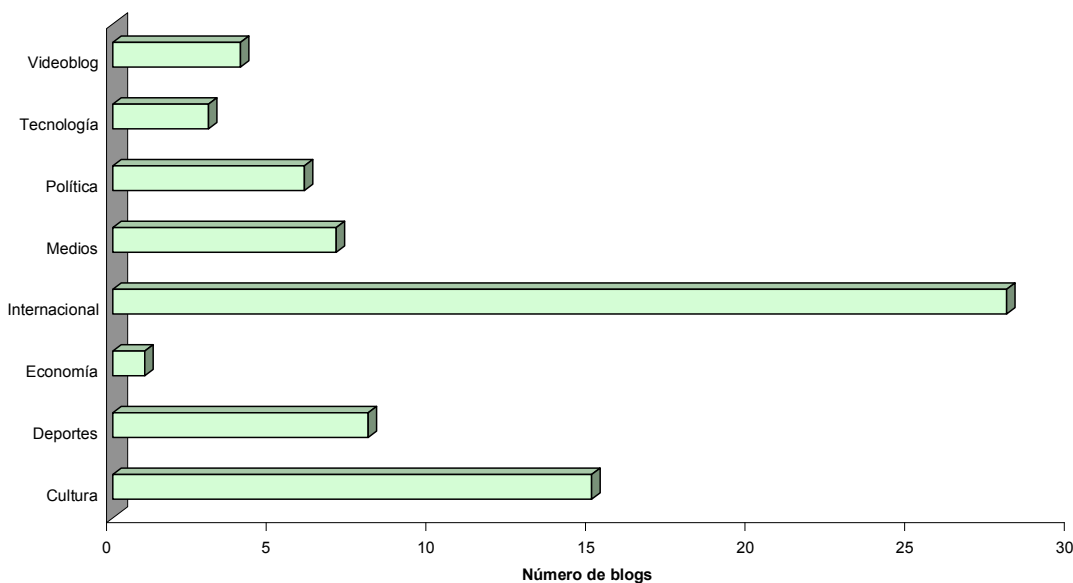
Fuente: elaboración propia

El gratuito 20 Minutos, actualmente el periódico con mayor audiencia en Internet (véase la tabla 1), tiene un total de 31 blogs editados desde su plataforma. Las categorías que prevalecen son cultura y actualidad. En una proporción menor (véase el gráfico 2), aparecen otras categorías, como política, medios, deportes, internacional y medio ambiente.

Con 72 blogs, ABC ha incentivado sus corresponsales a publicar en blogs. En el gráfico 3, se observa que casi un 40% de las bitácoras del diario abordan temas internacionales.

A continuación, aparecen las categorías de cultura y deportes.

Gráfico 3. Número de blogs de ABC por categoría

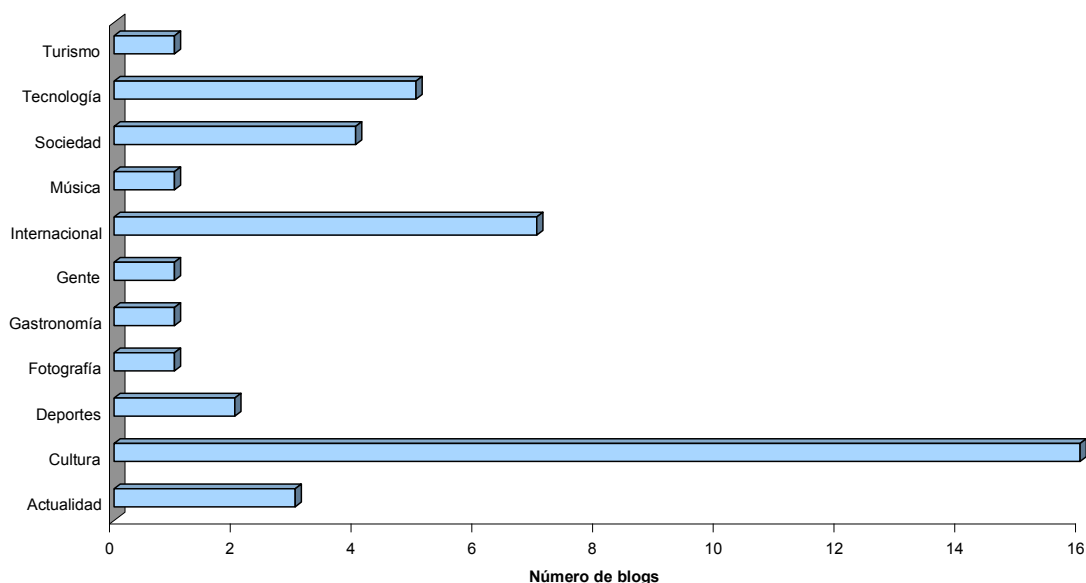


Fuente: elaboración propia

En El País casi un 40% de los blogs publican contenidos relacionados con algún tema cultural. Las demás categorías (véase el gráfico 4) con mayor número de blogs son internacional, tecnología, sociedad y actualidad. Un 66% de los blogs del periódico estrenaron en 2010, siendo que una de las más antiguas, Spoiler TV, donde el periodista Hernán Casciari escribía sobre televisión desde 2007, acaba de convertirse en una web social²⁷.

Tal y como recuerdan Massip y Palomo (2010), cuando los periódicos digitales adhirieron al fenómeno de los blogs, sus corresponsales estaban hartos de tener gran parte del contenido que generaran desperdiciados por las ediciones impresas. Al crear espacios para los blogs, la sección de temas internacionales pasó a ser abastecida con los contenidos generados por los corresponsales, antes desaprovechados. En el periódico El Mundo las categorías internacional, cultura y tecnología están entre los temas más abordados en los blogs (véase el gráfico 5).

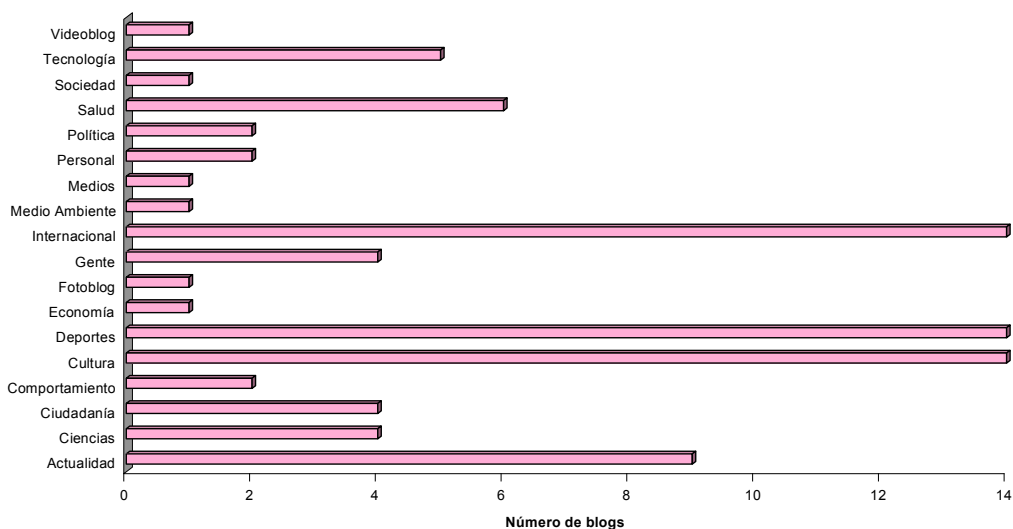
Gráfico 4. Número de blogs de El País por categoría.



Fuente: elaboración propia

El primer diario en incluir los blogs en su edición digital en 2004 tiene actualmente 86 bitácoras. El Mundo tiene los blogs distribuidos en un mayor número de categorías. Casi un 50% de las bitácoras abordan temas de cultura, deportes o internacional. Las categorías con un menor número de blogs son economía, sociedad, medios, fotoblog, viedoblg y medio ambiente.

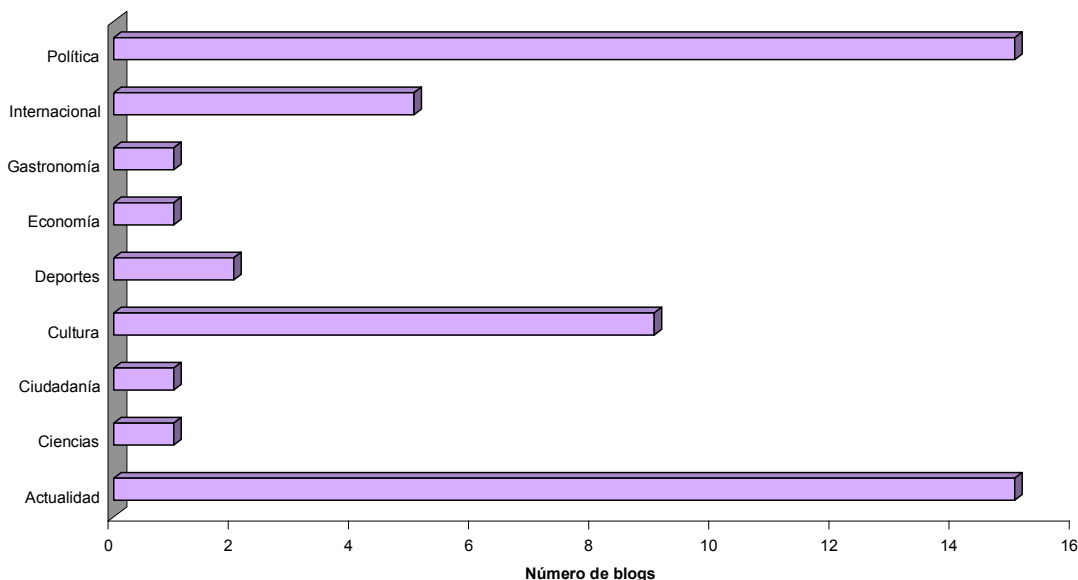
Gráfico 5. Número de blogs de El Mundo por categoría



Fuente: elaboración propia

El enfoque temático de los blogs del periódico de referencia más joven de España difiere bastante de los demás diarios. En Público, se destacan las categorías de política y actualidad, totalizando un 60% de blogs entre las dos temáticas (véase el gráfico 6).

Gráfico 6. Número de blogs de Público por categoría



Fuente: elaboración propia

Conclusión

A pesar de que el blog es un medio bastante utilizado en varias áreas, un 26% de los diarios españoles analizados en esta investigación aun no disponen de espacio para blogs en sus ediciones digitales.

Un 58,5% de los blogs de los periódicos analizados fueron creados entre 2009 y 2010. En este caso, se supone que muchas de las bitácoras con inicio en años anteriores pueden haber desaparecido y ya no componen la plataforma de los periódicos españoles. El mapa también indica que el porcentaje de los blogs creados entre 2000 y 2005 parece contrariar lo que dicen algunos investigadores (Díaz Noci, 2005; Orihuela, 2005; Varela, 2006; Albornoz, 2007) sobre la incorporación de los blogs por los periódicos online en España. Esta investigación apunta que periodistas y expertos mantenían sus blogs de forma independiente y, cuando los diarios digitales abrieron espacios para las bitácoras, empezó el proceso de traslado de los blogs de dichos profesionales a las páginas de los periódicos.

Los resultados del mapa revelan que los grupos de medios de comunicación en España propietarios de los periódicos analizados valoran el blog en sus ediciones de formas distintas. La mayoría de los diarios incluye los blogs en la sección de opinión, mientras una pequeña parcela, como los periódicos del Grupo Vocento y El País, opta por una sección de blogs directamente en la portada.

Algunos resultados sorprenden por la discrepancia existente entre periódicos de referencia y periódicos regionales o locales. Por otra parte, dos diarios regionales, El Comercio y Diario Vasco, se destacan por ser los periódicos con mayor número de blogs.

Los cinco periódicos con mayor audiencia en Internet – 20Minutos, ABC, El País, El Mundo, Público – presentan perfiles de blogs diferentes. Respecto a las categorías temáticas de los blogs, 20 Minutos y El País coinciden en un mayor número de blogs de cultura. ABC se diferencia de los demás diarios porque la mayoría de la temática de sus bitácoras es referente a temas internacionales. El Mundo se destaca por publicar mayoritariamente blogs de deportes, cultura e internacional, mientras el diario Público aborda más temas políticos y de actualidad en sus blogs.

Recordando las palabras de Orihuela (2006), los blogs no necesariamente hacen periodismo y muchas veces prefieren no tener ese rotulo. El “nuevo medio” sigue influyendo en los medios tradicionales. Eso está claro cuando observamos los cambios en las ediciones digitales de los medios de comunicación: los periodistas han sido incentivados a producir sus propias bitácoras; hay espacio disponible para que lectores puedan crear su blog; en cada noticia publicada, hay espacio para comentarios de los lectores; cada vez más se utiliza fotos y videos enviados por el público.

A través de este análisis también se observa que cada vez crece, en las páginas de los periódicos digitales, los espacios para el desarrollo del periodismo participativo, donde periodistas incentivan los usuarios a generar contenidos. Un ejemplo es El Comercio, que dispone de una sección de blogs y de otra llamada participa. En el espacio de participación, el usuario encuentra noticias, fotodenuncias y vídeos enviados por la audiencia, anuncios de premios y sorteos de entradas, encuestas y videochat²⁸. Esta tendencia se asemeja a lo que Sánchez González (2010) describe que determinados medios incorporan otras secciones o apartados del tipo Yo periodista, de publicación más o menos regular, construidos con contenidos (noticias, imágenes o vídeos) más orientados en muchos casos al ocio que a la agenda del medio, aportados por los usuarios (Sánchez González, 2010: 99).

Referencias

- ALBORNOZ, L. (2006). *Periodismo digital. Los grandes diarios en la Red*. Buenos Aires: La Crujía.
- AMARTINO, M. (2003). *Breve historia de los weblogs, la ola que le cambió la cara a la Red*, 11 de febrero. Recuperado el 27 de mayo de 2010, de <http://weblogs.clarin.com/conexiones/archives/000018.html>.
- BLOOD, R. (2002). Introduction. En: RODZVILLA, J.. *We've got Blog: how weblogs are changing our culture*. Perseus Books Group.
- DÍAZ NOCI, J. & MESO AYERDI, K. (1999). *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- DÍAZ NOCI, J. (2005). Historia de los cibermedios en España. En: SALAVERRÍA, R. (2005). *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social, p. 21-38.
- FOLETTTO, L. F. (2009). *O blog jornalístico: definição e características na blogosfera brasileira*. Tesis de master. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina.
- MESO AYERDI, K. & PALOMO TORRES, B. (2011). La interactividad en el entorno de los ciberdiarios deportivos españoles de referencia. Análisis de varios blogs de autor. En: FLORES VIVAR, J. (org.) *Reinventar el periodismo y los medios*. Madrid: Fragua, p. 31-42.
- NOGUERA VIVO, J.M. (2008): *Blogs y medios: las claves de una relación de interés mutuo*. Recuperado el 3 de febrero de 2010, de www.librosenred.com.
- ORIHUELA, J. L. (2005). Tipología de los cibermedios. En: SALAVERRÍA, R. *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social, p. 39-82.
- RECUERO, R. (2003). *Warblogs : Os Blogs , a Guerra no Iraque e o Jornalismo Online*. Recuperado el 5 de octubre de 2010, de <http://pontomidia.com.br/raquel/warblogs.pdf>.
- VARELA, J. (2005). *Qué ya esta en la Red*. Recuperado el 10 de diciembre de 2010, de <http://www.periodistas21.blogspot.com/2005/01/qu-ya-est-en-la-red.html>.
- VARELA, J. (2006). Los medios adoptan a los blogs. En: CEREZO, J. *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Fundación France Telecom España, p. 82-106.

Notas

¹ Doctoranda en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, donde investiga la relación entre periodismo y blogs. Edita julianacolussi.com/blog. Contacto: julianacolussi@hotmail.com. ² El blog dejó de actualizarse 18 meses después de empezar su actividad.

³ www.elmundo.es

⁴ www.diariovasco.com

⁵ www.elcomerciodigital.com

⁶ Además del español como idioma oficial, España tiene otros cuatro idiomas co-oficiales: catalán, gallego, euskera y aranés. ⁷ www.catalunyapress.cat

⁸ www.diaridegirona.cat

⁹ www.elperiodico.com

¹⁰ www.elpais.com

¹¹ “In March 2003, I made it back in time for the war, becoming the Web’s first fully reader-funded journalist-blogger. With the support of thousands of readers, we raised almost \$15,000. You can read my dispatches here.” In: <http://www.back-to-iraq.com/about>.

¹² Acceder a <http://e-periodistas.blogspot.com/>.

¹³ Está disponible en <http://www.ecuaderno.com>.

¹⁴ Sigue siendo actualizado en <http://periodistas21.blogspot.com/>.

¹⁵ La información está publicada en <http://www.uberbin.net/archivos/weblogs/adios-a-una-iniciativa-interesante.php>.

¹⁶ www.elmundo.es

¹⁷ El blog dejó de actualizarse 18 meses después de empezar su actividad. ¹⁸ www.guardian.co.uk ¹⁹ <http://www.que.es>.

²⁰ Arsenio Escolar empieza a escribir en *Que paren las máquinas!*.

²¹ Carrasco Polaino (2008) diferencia blogs periodísticos de blogs informativos.

²² www.diariodesevilla.es

²³ www.granadahoy.com

²⁴ Se puede acceder a los tres blogs a través de la plataforma de blogs de *La Vanguardia* en <http://www.lavanguardia.es/blogs/index.html>.

²⁵ www.publico.es

²⁶ OJD Interactiva realiza la auditoria de la Medición y Audiencia en Internet. Los datos de la última medición en España está disponible en <http://www.ojdinteractiva.es/ultimos-medios-auditados.php>. ²⁷ El post en que el autor del blog anuncia el cambio del blog en una web social está disponible en <http://blogs.elpais.com/espoiler/>.

²⁸ Véase <http://www.elcomerciodigital.com/participa/>.