

¿Qué es un blog?

Enric Bruguera Payà

P08/93006/01567



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu

Índice

Introducción.....	5
1. Elementos para una definición.....	7
2. Elementos de caracterización.....	10
4. Tipologías de blogs.....	14
3. Breve historia.....	18

Introducción

Un blog, desde un punto de vista técnico, no es más que una página web en la que el sistema de edición y publicación se ha simplificado hasta el punto que el usuario no necesita conocimientos específicos del medio electrónico ni del formato digital para poder aportar contenidos de forma inmediata, ágil y constante desde cualquier punto de conexión a Internet.

Sobre este apunte de definición, esencial y básica, han ido construyéndose durante los últimos años diversas definiciones de blog, que han ido evolucionando a medida que el mismo fenómeno crecía cuantitativamente, profundizaba cualitativamente sus posibilidades de interactividad y perfilaba nuevos escenarios electrónicos de interactividad y relación entre usuarios: un cóctel explosivo en el que su extensión exponencial y los nuevos usos sociales se convierten a la vez en causas y efectos del mismo fenómeno.

Así, desde los primeros intentos funcionales de definición, que limitaban el blog a una simple página web personal con enlaces comentados, hasta las últimas definiciones del blog como un espacio global de autoedición y publicación inmediata y directa por parte de su autor, se han apuntado decenas de calificaciones, muchas de las cuales sólo divergen según el aspecto analizado en cada caso: diario personal online –cuando se examinaba la autoría y el estilo de los contenidos–, dietario y relación de actualización cronológica –cuando se hacía hincapié en el ritmo y registro de publicación–, o nódulo de recorrido hipertextual de la red –cuando se centraba el interés en la utilización de los enlaces para crear telarañas de información distribuida–...

Muchos usuarios han entendido el blog como un sistema de publicación de información personal y han volcado en la red datos y reflexiones personales, legítimas pero incapaces de atraer la más mínima atención, interés o respuesta de nadie. Otros usuarios, en cambio, han asumido el blog como un sistema personal de publicación idóneo para vehicular aquellos contenidos e informaciones de interés individual o colectivo tradicionalmente marginados en los grandes medios convencionales de comunicación.

La misma simplicidad técnica y facilidad de gestión que han promovido la incorporación rápida y masiva de usuarios a la publicación personal electrónica en línea han originado una multiplicidad de definiciones e interpretaciones del blog en una dinámica imparable de adaptación a la misma evolución acelerada del fenómeno, de modo que, actualmente, más que de una definición estándar hay que hablar de elementos vertebradores, rasgos de caracterización, funciones y tipologías diversas, según las intenciones de los autores de los blogs, de sus lectores y de los analistas del medio.

El apunte: Blog, weblog, bitácora...

La misma nomenclatura alrededor de este medio de publicación personal electrónico refleja la dificultad que todavía presenta la definición y el etiquetado de los blogs. El término **weblog** fue utilizado por primera vez en el año 1997 por Jorn Barger para definir los diarios electrónicos personales, editados y publicados con herramientas informáticas de uso muy sencillo, que permitían abocar en la red con periodicidad regular textos breves que iban ordenándose cronológicamente.

En su origen, *weblog* juntaba la referencia al formato **web** de publicación electrónica con el verbo inglés **to log** ('anotar') y la expresión náutica **log on ship** ('cuaderno de bitácora o diario de abordaje'), una asociación de las acciones de registro y navegación que en inglés pronto evolucionó hacia la expresión abreviada de *blog*, y que en español derivó hacia *bitácora* y *cuaderno de bitácora*.

La adaptación en castellano provocó que inicialmente a menudo fuera traducida al catalán como *bitàcola* y *quadern de bitàcola*, hasta el punto de ser adoptada oficialmente por muchos usuarios, varios estudiosos del fenómeno, gran parte de los medios de comunicación en catalán e incluso varios servicios de alojamiento y gestión de diarios personales.

El Centro de Terminología Termcat ha fijado *bloc* como la expresión más adecuada en catalán, mientras atribuye *weblog* y *blog* al inglés; *blog* y *bitàcora* al español, y *blogue* y *carinetweb* al francés.

Sin embargo, a pesar de la decisión del centro de terminología catalán, en varias instancias y círculos lingüísticos ha ido ganando terreno el criterio según el cual es más adecuado utilizar *blog* con *g* final porque es la adaptación natural del catalán de esta palabra inglesa y porque los argumentos a favor de la grafía con *c* no son suficientemente fuertes.

1. Elementos para una definición

La misma novedad del fenómeno de los blogs, su efervescencia comunicativa y la proliferación exponencial de casos y de iniciativas concretas en cualquier parte del planeta han dificultado, hasta ahora, establecer una definición cerrada y definitiva de blog. Pero empieza a perfilarse un consenso bastante extendido sobre algunos de los rasgos esenciales para definir lo que podemos entender por blog.

A. En la presentación:

- Estructuración de contenidos en apuntes aportados por el autor o autores del blog y por sus lectores.
- Ordenación cronológica inversa de publicación, con presentación prioritaria y más visible de los contenidos más recientes.



The screenshot shows a blog interface with the following elements:

- Header:** 'blocat' logo, navigation links 'Concurs de blocs (Fesintemet)' and 'Aconsegueix el teu bloc!', and the blog title 'txerrades'.
- Image:** A fountain pen.
- Post 1 (11 Maí, 2006):** Titled 'La carta', categorized as 'Actualitat'. It discusses a letter from President Pasqual Maragall and includes a photo of him. The text mentions the letter's date (May 9th) and the referendum.
- Post 2 (09 Maí, 2006):** Titled 'Luis', categorized as 'Cinema i TV'. It mentions Luis Polanco, a music critic, and his connection to Las Arenas.
- Sidebar:** Contains a search bar, a 'Menú' section with 'Àlbums', and a 'Categories' section listing: Actualitat [64], Cinema i TV [13], Sugerències [13], General [21], Llibres [7], Exposicions [+], and Viatges [3]. There is also an 'Arxius' section with dates: Maig 2006, Abril 2006, Març 2006, Febrer 2006, and Gener 2006.

B. En el contenido:

- Actualización frecuente y regular.
- Definición de un ámbito temático más o menos acotado, que en muchos casos llega a la especialización explícita.
- Estilo de redacción, edición y publicación adaptado a la personalidad del autor o autores.

C. En la navegación:

- Uso generalizado de hipervínculos
 - para recorrer el contenido interno del blog,
 - para contextualizar y completar su información,
 - para enlazar con contenidos externos de otros sitios de Internet.

D. En la interacción:

- Inclusión de herramientas de relación
 - entre usuarios del blog (sistema de comentarios),
 - con los usuarios de otros blogs (selección de enlaces o *blogroll*, enlaces permanentes o *permalinks*, retroenlaces o *trackback*, sindicación de contenidos).

E. En la gestión:

- Iniciativa de publicación personal de contenidos abierta y accesible a cualquier usuario de la red.
- Acceso desde cualquier punto de conexión a Internet utilizando cualquier tipo de navegador web.
- Facilidad e inmediatez de publicación mediante el uso de herramientas de gestión de contenidos muy sencillas y accesibles en línea.
- Gastos mínimos de mantenimiento gracias a la proliferación de opciones gratuitas de alojamiento y de herramientas de gestión también gratuitas.

La coincidencia de todos estos elementos –o al menos una parte sustancial de ellos – es lo que, hoy por hoy, permite una primera caracterización del blog:

- Como medio de información:
 - ya que facilita la edición y publicación personal de información en la red, sin intermediarios, con difusión inmediata y alcance planetario.
- Como medio de comunicación:
 - dado que permite la respuesta inmediata del usuario lector –también sin intermediarios–, el eventual diálogo electrónico y el intercambio de roles entre autor y lector, y la visibilidad de este diálogo para terceros que, a su vez, pueden intervenir.
- Como medio de relación:

- desde el momento que la coincidencia total o parcial de estos elementos tecnológicos y comunicativos permite delimitar situaciones estables de intercambio y circulación de información entre usuarios motivados por intereses temáticos definidos o relaciones interactivas continuadas.

2. Elementos de caracterización

Dentro de la definición conceptual genérica del blog hay una serie de elementos que, por encima de la heterogeneidad de contenidos, presentaciones y dinámicas de relación, coinciden en la mayoría de casos, lo que permite la caracterización estándar, el análisis mínimo de las iniciativas existentes y la concepción de nuevas propuestas.

En sus rasgos más generales, la caracterización de una bitácora la proporcionan los elementos siguientes:

A. Título y descriptor del blog

- Define el ámbito temático del blog, su género y la intención de su autor.
- Es importante porque orienta y, tácitamente, delimita las visitas al blog, así como las líneas de comunicación e interacción que pueden establecerse.

B. Identificación del autor

- Suele consistir en una breve referencia biográfica del autor del blog y, cuando es posible, en enlaces a webs y otros blogs que añadan información personal o profesional del autor.



The screenshot shows a blog page for 'pjorge.com'. At the top left is a small cartoon avatar of a man with glasses and the text 'pjorge.com'. Below it is a quote: "I go online sometimes, but everyone's spelling is really bad. It's... depressing." To the right of the quote are navigation links: {¿QUÉ ES ESTA PÁGINA?} {BIO} {C.V.} {WISHLIST (USA)} {WISHLIST (UK)}. Below the quote is a navigation menu with 'archivo' and a list of months from May 2006 to 2002, and 'últimos comentarios'. Below the menu are links for 'RE: Vota por Lordi (AsDePiquas)', 'RE: Superpodas (JPP)', and 'RE: Superpodas (Kinética)'. The main content area is titled 'Bio' and dated '30 de junio de 2002'. It features a photo of a man with a beard and glasses. The bio text reads: "Nací, lo cual casi debería ser obvio. Tal cosa sucedió en la de Lanzarote allá por 1967 cuando el mundo era joven y dinosaurios caminaban sobre la tierra. Durante mucho tiempo viví en Tenerife, donde estudié la carrera de física, y ahora resido en Santiago de Compostela, en Galicia. No es mal cambio para una persona acostumbrada a que las temperaturas no desciendan a partir de cierto punto y a que el agua sólo caiga desde arriba si alguien se sube al tejado a tirarla." Below the photo is a professional bio: "Profesionalmente, me dedico a la informática y especialmente me gusta programar en Java (he descubierto que no es en absoluto un lenguaje de programación sino más bien un orán iueao de aventuras). También hago traducciones."

- Aun cuando no es imprescindible, constituye un elemento fundamental en la definición del grado de credibilidad de las informaciones e intenciones de comunicación y relación del blog.

C. Selección de enlaces recomendados (*blogroll*)

- Completan y amplían la definición temática del blog, su grado de credibilidad y el ámbito de relación temática y social en el que el autor pretende inscribirlo.

D. Apuntes o anotaciones (tablas)

- Son las aportaciones de contenido, tanto las que hace el autor o autores del blog como las que hacen los lectores en respuesta o con relación a las aportaciones precedentes.
- Generalmente aparecen ordenadas en orden cronológico inverso (las más recientes encima de las anteriores).
- Cada una de las anotaciones acostumbra a presentar un hipervínculo permanente (*permalink*), lo que permite que puedan ser archivadas individualmente con una dirección URL propia y ser enlazadas así desde webs y blogs externos. Estos hipervínculos permanentes facilitan el tráfico hacia el blog desde otros sitios.
- El sistema de archivo de apuntes en el blog suele ser cronológico, ordenado por meses y por años. En algunos casos, los servidores que dan servicio de alojamiento al blog también permiten archivar los apuntes por temas o categorías, y determinadas herramientas de gestión incluyen buscadores internos de información en el mismo blog.
- Cada apunte o anotación consta de los elementos siguientes:
 - 1) Título.
 - 2) Cuerpo (texto, imagen, sonido o vídeo) con enlaces de hipertexto.
 - 3) Dirección permanente, acompañada por la fecha y la hora de la anotación.
 - 4) Sistema de redacción y publicación de comentarios añadidos por otros lectores.
 - 5) Firma o referencia imprescindible para identificar a su autor.

Del uso que se haga de estos elementos y del contenido que se aporte dependerá la definición que el usuario quiera hacer de su blog como autor y el análisis que cada usuario haga de un blog determinado como visitante, lector o colaborador activo.

Así, las señales de identidad de un blog las proporcionan las variables siguientes:

A. Autoría

- Además de la identidad concreta del autor, hace falta definir si se trata de una iniciativa individual o colectiva, si es una publicación de intención y contenido personal o profesional, si se sustenta sobre la acción particular de una persona o está vinculada a una organización, empresa o entidad corporativa.

B. Actualización

- El archivo y las fechas de las anotaciones indican la antigüedad y la frecuencia en la incorporación de las aportaciones. Esto evidencia el ritmo de actividad del blog, tanto por parte de su autor como del flujo de visitantes y lectores.

C. Tipología

- El descriptor del blog debe establecer claramente el género, el ámbito temático y la intención, pero conviene verificar en las anotaciones –del autor y de los lectores– si los contenidos son coherentes con el título y el descriptor, o si lo contradicen y en qué medida.

D. Política de enlaces

- Los enlaces constituyen uno de los indicadores más consistentes y reveladores de la identidad de un blog y de su vitalidad comunicativa.

E. El grado de inclusión de hipervínculos en las anotaciones es importante en cuanto permite enlazar con informaciones externas al blog y contribuye a dar credibilidad a la información y a los datos internos.

- La selección de enlaces recomendados (*blogroll*) y el tipo de sitios adonde dirigen también denota el tipo de comunidad en la que el blog pretende inscribirse y permite, por tanto, verificar el grado de coherencia entre el propósito del blog y su realidad.



F. Tipo de audiencia

- Las anotaciones o tablas de los lectores permiten rastrear elementos definitorios de la audiencia de un blog:
 - Las firmas evidencian si se trata de una audiencia amplia o reducida, cerrada y formada por seguidores constantes o abierta, con variedad de lectores. También permiten observar con qué ritmos se renuevan los conjuntos de usuarios.
 - Los contenidos permiten medir el grado de debate existente en el blog o constatar si su orientación es más bien vertical y centrada en las aportaciones del autor.
 - Las anotaciones –del autor y de los lectores– también muestran un estilo de redacción y una calidad de escritura que acaban incidiendo en la caracterización del blog y en la percepción que el visitante tiene de su identidad.

4. Tipologías de blogs

El carácter abierto del fenómeno de los blogs, su evolución acelerada y la heterogeneidad de sus diferentes concreciones complican bastante el establecimiento de tipologías definidas y estables para clasificarlos. Así, hasta ahora han ido perfilándose varias tipologías complementarias que inventarían y caracterizan los tipos de blog según los diferentes elementos adoptados como referencia básica de análisis.

A. Por autoría

a) Cuantitativa

- Blog individual: el caso más clásico de diario personal en línea.
- Blog colectivo: La autoría corresponde a un conjunto de personas particulares que se identifican explícitamente o que mantienen una identidad simbólica como conjunto.

b) Cualitativa

- Blog personal: en el sentido de autoría libre e independiente por parte de usuarios particulares individuales o colectivos identificados o bajo seudónimo grupal.
- Blog corporativo: impulsado individualmente o colectivamente desde el seno de empresas, instituciones u otro tipo de organización, como complemento más o menos informal de sus estrategias comunicativas.
 - En el ámbito interno, de comunicación y circulación de información y relación entre personas del interior de la organización.
 - En el ámbito externo, de proyección de contenidos y flujo comunicativo hacia ámbitos y escenarios ajenos a la organización.

B. Por tipo de contenido

- Direccionamiento de enlaces: el tipo de blog originario, en el cual el autor se centraba sobre todo en proponer y comentar enlaces a otros sitios que consideraba interesantes, planteando así su blog como un directorio comentado de hipervínculos.
- Información personal: el blog personal clásico, centrado en los contenidos y reflexiones que el autor considera de interés publicar en cada momento desde su punto de vista subjetivo.

a) Circulación de noticias

- Blog centrado en la recomendación, ampliación y comentario de hechos noticiables desde el punto de vista del autor y de las respuestas de los lectores.



- Es el tipo de blog que ha ido ganando visibilidad mediática desde los atentados del 11 de septiembre del año 2001 en Nueva York, y que ha ido afianzando este medio electrónico como canal de información alternativo o complementario a los grandes medios convencionales de comunicación. La invasión norteamericana de Iraq en el año 2003, los atentados de Madrid y Londres en el 2004 y 2005, las sucesivas campañas electorales en los EUA o el tsunami en el sudeste asiático en 2005, entre otros acontecimientos informativos, han consolidado este tipo de blog en dos modalidades informativas contrapuestas y, a la vez, complementarias:
 - Como canal para hacer circular información diferente y alternativa a la de los grandes conglomerados mediáticos convencionales, dando voz y visibilidad a las fuentes informativas generalmente obviadas o ignoradas por éstos.
 - Como elemento de información complementaria por parte de los grandes medios, la mayoría de los cuales han creado y promovido blogs vinculados a sus propias estructuras empresariales para hacer llegar su información más allá de sus audiencias convencionales.
- Temáticas especializadas: con diferentes modalidades híbridas de las categorías anteriores –recomendación de enlaces, reflexión personal, comentario de noticias... –, los blogs también pueden ser clasificados según su ámbito temático de referencia o especialización. Y así, algunos analistas hablan de blogs de tecnología, religión, ecología, política, economía, literatura...

C. Por formato

- a) Basados en texto: lo que, en sentido estricto, entendemos ahora por blog. Son los blogs basados en la publicación, la circulación y el intercambio de

anotaciones textuales redactadas. Constituyen la mayor parte del universo de blogs que listaría el buscador de referencia Technorati.

b) Basados en imagen:

- Fotografía
 - En los denominados *fotoblogs* la circulación de información se basa en fotografías e imágenes digitales, no en el texto redactado.
 - Sitios como Fotolog (inglés) y Fotoblog (castellano) indexan abundantes ejemplos.



- El tamaño digital de las fotografías obliga todavía a los servidores de fotoblogs –sobre todo a los que ofrecen servicios gratuitos de alojamiento– a ser muy restrictivos en el almacenamiento de imágenes. Por eso los denominados álbumes fotográficos en línea, como Flickr, ofrecen alternativas de alojamiento de fotos en línea con mayor capacidad de alojamiento pero con menos prestaciones comunicativas que las que cabría pedir a un blog.

- Vídeo
 - En el videoblog –o *vblog*– el flujo comunicativo se basa en el vídeo y la imagen en movimiento. El tamaño de las secuencias digitales todavía origina más problemas de alojamiento que las fotografías, por lo cual hay que buscar la circulación comunicativa sobre vídeo en sitios como YouTube, Google Video, Yahoo! Video o MSN Video, superficies virtuales de intercambio comunicativo que, sin generar exactamente videoblogs, abren un animado fenómeno de comunicación entre usuarios a partir de la imagen en movimiento.

c) Basados en sonido: los *audioblocs* o *podcasts* son blogs en los que se intercambian ficheros de sonido y audio, tanto los grabados originalmente por los usuarios como los cortes de sonido capturados de otros medios que

los usuarios se reenvían entre ellos. El sitio Podcast.es ofrece abundantes ejemplos, además de indicaciones detalladas sobre cómo se elaboran.

D. Por fórmula de gestión

- Propia: incluye los blogs, cuya gestión de contenidos se hace desde herramientas y programas instalados en el ordenador del autor. El alojamiento del blog en estos casos suele realizarse en un servidor corporativo o contratado directamente por el usuario particular.
- En línea
 - Cuando el autor del blog utiliza uno de los numerosos servicios gratuitos que ofrecen de forma conjunta alojamiento y herramientas de mantenimiento y gestión del blog. Es la opción más utilizada por parte de usuarios particulares, dado su coste económico prácticamente nulo y la extrema facilidad de publicación y gestión del blog. Esta opción incorpora servicios muy estandarizados, con poca variedad formal y de presentación, pero con la mayoría de herramientas y posibilidades comunicativas del medio.
 - Cuando el autor del blog puede gestionar, mantener y actualizar los contenidos desde dispositivos portátiles como los teléfonos móviles, las PDA (*Personal Digital Assistant*) o los PocketPC u ordenadores de bolsillo. Se conoce como blog móvil o *moblog*.

3. Breve historia

La publicación personal de contenidos en Internet se remonta a los orígenes de la red, pero hasta finales de los años ochenta las opciones de acceso a la publicación electrónica estaban muy limitadas por la necesidad de que el usuario tuviera conocimientos de un cierto nivel sobre codificación en HTML y el uso de sus aplicaciones de edición, nociones de composición gráfica con programas específicos de diseño y acceso entonces nada generalizado a sistemas de alojamiento y transferencia de ficheros al servidor.

Durante toda la década de los noventa la progresiva simplificación de los sistemas de edición electrónica favoreció la proliferación de páginas web personales, algunas de las cuales adoptan criterios regulares y periódicos de actualización, hasta el punto de que es a finales del año 1997 cuando Jorn Barger empieza a hablar de "weblog" para referirse a páginas personales como la suya (Robot Wisdom).

El término evoluciona rápidamente hacia la abreviatura *blog*, pero es en 1999 cuando saltan los chispazos que encenderán el fenómeno blog: se crea Eaton-web Portal, considerado el primer portal de blogs; se lanza a la red Pitas, la primera herramienta web de publicación electrónica y finalmente aparece Blogger, el servicio gratuito de edición, gestión y alojamiento de publicaciones personales.

A partir del año 2000, la eclosión del fenómeno blog presenta el ritmo frenético que recoge Technorati, el principal buscador de blogs, en sus actualizaciones permanentes. En octubre del año 2004 indexa 4,5 millones de blogs; en enero del 2005 ya recoge más de 6,5 millones, con cerca de 800 millones de enlaces, y en mayo del 2006, presenta 39,1 millones de blogs indexados, con casi 2,5 billones de enlaces. Algunos de los directivos del buscador, que rastrea básicamente la blogosfera en lengua inglesa, aseguran que registran un blog nuevo cada minuto y 50.000 nuevas anotaciones cada día.

Últimas historias

Terando las nupias	Ventanas	12 Mayo 15:30
Los virus y la evolución y el ser...	Evolucionarios	12 Mayo 13:30
Desechables	Cambalache v.3.14 - La vidrier...	12 Mayo 13:19
O mas como... ¡vaya trapalada!	días estranhos	12 Mayo 13:16
Nuevas abejas	El forastero	12 Mayo 11:14
uno de cada diez...	El Lolaberto	12 Mayo 10:22
Cebivi: Delgado ya salta al febrer de l...	Disúrbia	12 Mayo 08:48
SMail le pone caras al correo	Yogur griego	12 Mayo 08:19
Business is business	Una cuestión personal	12 Mayo 00:16
¿Cómo es gusta más?	Desbaratado de Akon	12 Mayo 00:04
Volar	La guardia del mapache	11 Mayo 22:59
Supercheria de alto nivel	Ethica more cybernetica	11 Mayo 21:00
CIA DE PLAZA	Crizei	11 Mayo 17:58
Juras de palabras... Ofen de mm@thales...	Festina lenta	11 Mayo 17:20
SCI-FI PEDRO	VELOCIDAD DE ESCAPE	11 Mayo 16:55

Últimas 100 bitácoras | Últimos 100 comentarios

Nuevas bitácoras

BiolMasi	BioMasi	10 Mayo 2006
Los motores de la basura	xdreus	04 Abril 2006

Sobre Blogalia

- ¿Qué es Blogalia?
- Novedades sobre el desarrollo
- Lista en Yahoo! Groups

Directorio

Lista completa de las bitácoras alojadas en Blogalia.

Entrar

Usuario:

Clave:

La ola expansiva de la explosión de blogs ha generado también el estallido de servicios de alojamiento –el primero originario en español fue blogalia, en enero del año 2002–, sistemas y servicios de gestión, portales verticales y horizontales, y multiplicidad de buscadores especializados, en una dinámica acelerada de características contradictorias: mientras que los datos de crecimiento apuntan que el volumen de la blogosfera ahora ya se duplica cada cinco meses, los diversos estudios de seguimiento indican que cerca de un 40% de los usuarios abandona o deja de actualizar su blog antes de los cuatro meses desde su creación.

Junto a muchas iniciativas personales fallidas, en la cresta de la ola de publicación personal en la red se desencadenan fenómenos sociales que impulsan y popularizan el fenómeno blog en ámbitos tan decisivos como los de la comunicación mediática, la política o el mundo económico y empresarial.

En el campo de la comunicación global, probablemente el más significativo, el fenómeno blog evidencia su crecimiento y su evolución al ritmo de los grandes acontecimientos que zarandean el mundo:

- Durante los atentados del 11 de septiembre del 2001 en Nueva York y tras ellos, los blogs vehiculan información entre afectados, familiares y audiencia planetaria, hasta el punto que los grandes conglomerados mediáticos convencionales empiezan a valorar e incorporar información y datos publicados por usuarios personales.
- Inmediatamente después de los atentados del 11 de marzo del 2004 en Madrid, por los blogs circula información abiertamente contradictoria respecto de las versiones oficiales del gobierno español, en una dinámica de difusión alternativa en la que convergen muchos de los medios convencionales de comunicación y que propicia la denominada movilización de los SMS –con el lema *Pásalo*– en vigilias de las últimas elecciones generales.
- Tras los atentados del 7 de julio del 2005 en Londres, los medios convencionales dedican los mayores volúmenes de sus ediciones a las informacio-

nes, imágenes y vídeos –captados con los teléfonos móviles– proporcionados por usuarios particulares, testigos directos de los hechos y vehiculados en gran parte mediante la blogosfera.

Al ritmo de acontecimientos informativos como la invasión norteamericana de Iraq (2003), la última campaña presidencial en los Estados Unidos (2004), el tsunami del sudeste asiático (2005) y otros centenares de episodios noticiables, desde los más locales hasta los de repercusión internacional, los blogs han contribuido decisivamente a impulsar dentro del ámbito de la infoesfera global el denominado *periodismo ciudadano*, un sistema de generación, publicación y circulación de información directa desde usuarios particulares y entre estos mismos usuarios que escapa al control y filtro de los grandes medios convencionales de comunicación y que tiene una doble incidencia: como canal comunicativo alternativo y como vigilante que obliga a los grandes medios y a sus profesionales a hacer un ejercicio más directo y contrastado de las tareas y responsabilidades informativas que tienen a su cargo.

Se trata de un poder de comunicación y de interacción que en los ámbitos políticos de todos los niveles también ha implicado la creación y publicación de blogs para intentar establecer canales de comunicación con el ciudadano, más llanos e independientes de las jerarquías institucionalizadas. En paralelo, este mismo poder también ha facilitado la creación de redes alternativas de debate y actividad política directa de los ciudadanos al margen de los canales establecidos de participación.

Es el mismo poder, ya más interactivo que simplemente comunicativo, que en ámbitos económicos y empresariales también ha ido desarrollando una notable proliferación de actividad de blogs, tanto para dinamizar la circulación de información dentro de las corporaciones, como para difundir al exterior una imagen corporativa más informal y en complicidad con mercados, clientes y consumidores.