

# **El estilo del *blog* periodístico: usos redaccionales en diez bitácoras españolas de información general**

Dr. Ramón Salaverría Aliaga  
Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra

## **1. Contexto teórico**

Pocas cuestiones han sido tan debatidas en los últimos años entre académicos y profesionales del periodismo como la relación entre *blogs* y medios de comunicación. Sin embargo, dada la novedad del encuentro entre un fenómeno que apenas alcanza una década de vida y una profesión relativamente veterana, gran parte de los análisis que se han realizado hasta la fecha han tenido un enfoque esencialmente exploratorio.

Como es natural, las primeras aportaciones al debate se centraron en identificar y, en su caso, distinguir la función social que cumplen el periodismo por un lado, y los *blogs*, *weblogs* o bitácoras, por otro (Andrews, 2003; Matheson, 2004a; Carlson, 2007). A partir de ahí, distintos autores han desgranado en diversos trabajos la taxonomía formal, herramientas tecnológicas y rasgos retóricos de los *blogs* (Estalella, 2005; López García, 2005: 133-147; Orihuela, 2006; Flores y Aguado, 2006; López García y Otero López, 2007; Marcelo y Martín, 2007). Esas definiciones preliminares también se han detenido en analizar si los *blogs* son un nuevo medio (Blood, 2002: 19; Blood, 2003; Gillmor, 2004; Domínguez, 2006; Orihuela, 2005: 70-82) o bien, en ciertos contextos, también cabe considerarlos como un nuevo género periodístico asimilado por los cibermedios (Salaverría, 2005a: 155-157, 164; Morán, 2005).

A partir de estos trabajos que han contribuido a acotar el ámbito de estudio de los *blogs* como expresión de la comunicación social, algunas investigaciones internacionales comienzan a emplear estudios empíricos para analizar aspectos más concretos. Por ejemplo, las estrategias redaccionales empleadas por los *bloggers* para escribir sus notas (Matheson, 2004b), o bien la identificación de las razones que mueven a los internautas a leer *blogs* (Kaye, 2005).

En la literatura académica hispana sobre *blogs* y periodismo comienzan a aparecer igualmente algunas investigaciones que, apoyadas en metodologías de análisis de contenido, examinan el impacto de las bitácoras en la definición de la agenda temática de la opinión pública (García Orosa y Capón García, 2004; Jiménez *et al.*, 2007). También se ha investigado sobre el uso de los *blogs* dentro de la oferta informativa de los diarios digitales (Rengel López, 2005). Además de estas investigaciones con fundamento empírico, encontramos asimismo gran cantidad de

trabajos que, de manera más sosegada en ocasiones y abiertamente apocalíptica en otras, especulan sobre el influjo que los *blogs* habrán de producir en el periodismo como profesión en los próximos años (se puede hallar una nutrida muestra de estas dos aproximaciones en Cebrián Herreros y Flores Vivar, 2007).

Parte de la literatura académica hispana y extranjera ha prestado especial interés por analizar específicamente las características y funciones de los llamados “*blogs* periodísticos”, conocidos como “*j-blogs*” en el mundo anglosajón (Singer, 2005; Rengel López, 2005; Robinson, 2006; Frascaroli et al., 2007; García Jiménez et al., 2007). Estas investigaciones suelen incluir en esta categoría principalmente tres tipos de *blogs*: 1) las bitácoras que se alojan en el dominio de un cibermedio y son elaboradas por periodistas profesionales en plantilla; 2) los *blogs* especializados en acompañar y analizar los avances del periodismo como profesión; y, por último, 3) los *blogs* que, sin estar adscritos a ningún cibermedio, realizan una cobertura y análisis sistemático de los acontecimientos de actualidad, preferentemente de información general.

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 todavía 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.

Esta carencia de trabajos centrados en el cotejo de los usos redaccionales entre los *blogs* y los géneros periodísticos resulta hasta cierto punto sorprendente, por cuanto el estudio de los géneros es uno de los ámbitos más fecundos en la investigación sobre periodismo en las últimas dos décadas, particularmente en España (véanse, entre otros: Gomis, 1989; Casasús y Núñez Ladevéze, 1991; Vilarnovo y Sánchez, 1992; Sánchez y López Pan, 1998; Fernández Parratt, 2001; Palau Sampio, 2005). La mayoría de estos trabajos, debido a su temprana fecha de publicación, se han ceñido exclusivamente al estudio de los géneros periodísticos en medios impresos y han dejado de lado la caracterización de los géneros en medios digitales, un ámbito de estudio que apenas ha comenzado a cobrar cuerpo con la entrada del nuevo siglo. De hecho, ni siquiera la monografía más detallada que se ha publicado hasta la fecha entorno a los géneros ciberperiodísticos (Díaz Noci y Salaverría, 2003) aborda el estudio de las características redaccionales de los *blogs* dedicados a la información general. Se trata, por tanto, de un ámbito falto todavía de análisis teóricos específicos aunque, como se ha visto, dispone de referentes teóricos suficientes para abordar su estudio.

## 2. Hipótesis

Este trabajo de investigación aborda precisamente esta cuestión aún inexplorada: pretende arrojar luz sobre las características redaccionales de los *blogs* periodísticos. En particular, aspira a identificar en qué aspectos coincide y en cuáles otros diverge la escritura de *blogs* periodísticos con respecto a las formas tradicionalmente atribuidas al estilo periodístico.

La cuestión que se pretende descubrir es si los *blogs* periodísticos poseen algún patrón estilístico y discursivo análogo a los géneros periodísticos. Y, en el caso de que lo tengan, determinar si adoptan como referente de estilo principal a los géneros periodísticos informativos clásicos o bien a los géneros interpretativo-argumentativos, también llamados “de opinión” (Núñez Ladevéze, 1995: 97-110) o “de autor” (Sánchez y López Pan, 1998).

Una vez analizada esta cuestión preliminar, será posible colegir si tienen fundamento las reflexiones de aquellos autores que auguran que los *blogs* pueden llegar a sustituir como fuente de información a los medios tradicionales (véase, por ejemplo: Martínez Mahugo y González Esteban, 2007). La veracidad de esta afirmación no contrastada hasta la fecha puede ponerse a prueba, en efecto, a través de dos procedimientos complementarios: 1) comprobando si los *blogs* periodísticos, en lugar de incidir en la publicación de contenidos informativos, difunden principalmente textos de carácter opinativo y editorializante, una práctica que, en consecuencia, no pondría en riesgo el papel de los medios como suministradores principales de información a la sociedad; y 2) analizando cuál es el destino de los enlaces hipertextuales que utilizan esos *blogs*, puesto que si su destino preferente fueran los sitios web de los medios de comunicación tradicionales, en realidad los *blogs* periodísticos lejos de ofrecer una alternativa informativa estarían contribuyendo a consolidar la hegemonía informativa en la Red de los cibermedios institucionales.

Con el fin de dilucidar estas cuestiones y, tomando en cuenta el contexto teórico expuesto más arriba, este trabajo parte de las siguientes hipótesis (H):

H1: Los *blogs* periodísticos han adoptado como referente de estilo principal a los géneros periodísticos interpretativo-argumentativos.

H2: Los *blogs* periodísticos actúan como multiplicadores de la popularidad de los medios tradicionales en la Red.

A partir de estas hipótesis, las preguntas (PI) que han guiado la presente investigación han sido las siguientes:

P1: ¿Cuáles son las características textuales y de estilo de los *blogs* periodísticos?

P2: ¿Qué sitios son más enlazados por los *blogs* periodísticos?

### 3. Metodología

Una respuesta fundamentada a las preguntas de investigación que han inspirado este trabajo sólo se podía obtener a través de un estudio empírico. En concreto, y puesto que el primer objetivo era determinar cuáles son las características textuales de las notas publicadas por los *blogs* periodísticos, se optó por emplear métodos de cibermetría (Arroyo et al., 2005), una metodología cuantitativa derivada de la bibliometría que se basa en la aplicación de métodos estadísticos y matemáticos para medir y comparar unidades de información en el ciberespacio. La cibermetría –y en particular su variante más específica, la webmetría– se ha empleado habitualmente para calcular grandes volúmenes de elementos en la Web, como por ejemplo el número total de páginas de la Red o la cifra de enlaces que apuntan hacia un determinado sitio de internet. Sin embargo, esta metodología también puede aplicarse para llevar a cabo investigaciones con volúmenes de información más reducidos. En estos casos, la cibermetría constituye una herramienta metodológica muy eficaz para realizar análisis de contenido en páginas web.

En este trabajo se han empleado procedimientos cibernéricos para llevar a cabo los dos pasos de la investigación: 1) la identificación del universo de estudio y la posterior selección de una muestra significativa; y 2) el análisis bibliométrico e hipertextual de los elementos de la muestra. El fin último de esos dos pasos de investigación cuantitativa era contrastar la validez de las hipótesis expuestas más arriba y formular finalmente una serie de conclusiones cualitativas al respecto.

#### 3.1. Universo y muestra

Dado que una finalidad de este trabajo era caracterizar la tipología textual de los *blogs* de información general y evaluar el grado de similitud de sus usos redaccionales con los textos periodísticos, se decidió circunscribir este trabajo a los “*blogs* periodísticos” españoles. En consecuencia, y conforme a la literatura académica referida más arriba, el universo de estudio podía contemplar tres tipos de *blogs*: 1) los adscritos

a cybermedios, 2) los dedicados a analizar el periodismo y, por último, 3) los *blogs* independientes que realizan una labor análoga a los medios periodísticos corporativos.

Se eligió únicamente esta última categoría, la de los *blogs* independientes, por considerarla la más acorde a los fines de esta investigación y aquella que podía proporcionar resultados más relevantes; no en vano, éstos últimos suelen calificarse con frecuencia como *blogs* “puros” o “verdaderos”, por comparación con los *blogs* promovidos por los medios. Se descartó el estudio de los *blogs* periodísticos adscritos a cybermedios porque, en muchos casos, son en efecto simples columnas periódicas que, sin enlaces incrustados en el texto y a menudo sin comentarios siquiera, en poco o nada se diferencian de las columnas personales con larga tradición en la prensa. Por último, se dejaron también al margen los *blogs* dedicados al análisis del periodismo como profesión, puesto que para ellos el periodismo no es necesariamente una forma de hacer sino el objeto de estudio.

A partir de esta discriminación preliminar, se procedió a seleccionar el universo de estudio, del que habría de extraerse a continuación una muestra significativa. Obviamente, el universo de partida para este trabajo lo conformaba toda la “*blogosfera* hispana” –es decir, el conjunto de los *blogs* publicados en español (Cerezo, 2006)–. La medición de la *blogosfera* plantea problemas de diverso tipo, no sólo los derivados de su constante expansión. Según el estudio hispano más reputado sobre esta cuestión (Tricas *et al.*, 2006), el tamaño de la *blogosfera* hispana alcanzaba a principios de 2006 una cifra estimada entre 320.000 y 480.000 bitácoras, con un ritmo de progresión en el que se duplicaban las cifras cada cinco meses, aproximadamente.

De este universo, se decidió considerar únicamente los *blogs* periodísticos independientes. Puesto que no existe ningún estudio que mida el número total ni, por tanto, el porcentaje de los *blogs* periodísticos con respecto al universo completo de la *blogosfera* hispana, se decidió seleccionar una muestra cualitativa de *blogs* que, en razón de su elevada popularidad y reconocimiento profesional, permitieran conocer cuáles son los usos redaccionales en los *blogs* periodísticos españoles más destacadados. Se asume que la popularidad de estos *blogs* actúa como modelo para otras bitácoras, por lo que parece pertinente concentrarse en este tipo de sitios a la hora de identificar los cánones estilísticos del periodismo en *blogs*.

Para seleccionar la muestra se tomaron como referencia los tres principales ránquines de *blogs* hispanos: 1) el “*Ranking* de blogs en español” <top.blogs.es>, 2) el “Top500” de las bitácoras más populares en español de *Bitácoras.com*

<[www.bitacoras.com/top500/](http://www.bitacoras.com/top500/)>, y 3) el “*Ranking de blogs*” de Alianzo <[www.alianzo.com/ranking-blogs/](http://www.alianzo.com/ranking-blogs/)>. De estos ránquines hispanos, sólo se consideraron los *blogs* españoles. Además, para obtener una muestra que combinara no sólo popularidad sino también calidad contrastada, se tomaron en cuenta recientes palmareses de los principales premios nacionales e internacionales de *blogs* periodísticos. Por último, para equilibrar los resultados, se decidió que la muestra contara con un tercio de *blogs* periodísticos independientes de menor popularidad (a saber, *blogs* no premiados ni situados entre los 300 primeros de la lista Top.blogs.es).

A partir de estos parámetros, se obtuvo la muestra siguiente de diez *blogs*:

Tabla 1. Lista de *blogs* seleccionados, posición en ránquines y premios recibidos

Blog	URL	Ránquin Top.blogs.es (05/2007)	Ránquin Bitácoras.com (05/2007)	Ránquin Alianzo (05/2007)	Premios
Sonia Blanco	<a href="http://www.filmica.com/sonia_blanco">http://www.filmica.com/sonia_blanco</a>	443	91	-	-
Periodistas 21	<a href="http://periodistas21.blogspot.com">http://periodistas21.blogspot.com</a>	48	8	16	Mejor Blog Periodístico en Español 2004 (Premios Best of the Blogs)
Mangas Verdes	<a href="http://www.mangasverdes.es">http://www.mangasverdes.es</a>	8	22	19	Premio del Público al Mejor Blog en Español 2006 (Premios Best of the Blogs)
La Huella Digital	<a href="http://lahuelladigital.blogspot.com">http://lahuelladigital.blogspot.com</a>	239	365	96	Mejor Blog en Español 2006 (Premios Best of the Blogs)
Jabalí Digital	<a href="http://diariodeunjabali.com">http://diariodeunjabali.com</a>	106	69	-	Mejor Blog Periodístico en Español 2005 (Premios Best of the Blogs); Mejor Fotolog 2004 (Bitácoras.com)
Internet Política	<a href="http://www.internetpolitica.com/">http://www.internetpolitica.com/</a>	447	263	-	-
Guerra Eterna	<a href="http://www.guerraeterna.com">http://www.guerraeterna.com</a>	121	99	48	-
Escolar.net	<a href="http://www.escolar.net">http://www.escolar.net</a>	6	5	6	Miembro del Jurado Premios Best of the Blogs; Ganador de I Premio José María Porquet 2001
DiarioIP	<a href="http://www.diarioip.com">http://www.diarioip.com</a>	784	-	-	-
Caspa TV	<a href="http://caspa.tv">http://caspa.tv</a>	63	27	38	Premio del Público al Mejor Blog Periodístico en Español 2004 y 2005 (Premios Best of the Blogs); Mención al mejor blog periodístico en los VI Premios de Mejores Webs Andaluzas 2005

### 3.2. Período de estudio

Una vez definida la composición de la muestra, se procedió a elegir un período temporal sobre el que realizar el trabajo de campo. Para obtener unos resultados válidos y estándar, se necesitaba analizar un período suficientemente largo. Una vez analizado el ritmo de publicación de los *blogs* seleccionados, se consideró que para obtener un

volumen suficiente de notas sobre las que llevar a cabo el análisis, bastaba con un período de estudio de dos semanas.

En segundo lugar, para garantizar la homogeneidad de los datos, se estimó oportuno seleccionar dos semanas durante las cuales no hubieran ocurrido grandes sobresaltos noticiosos que condicionaran la actualidad. A partir de este criterio, se eligió el período comprendido entre las 0 horas del 1 mayo y la medianoche del 14 de mayo de 2006. Tal y como se pretendía, la selección de este período de estudio ofrecía dos ventajas: 1) era una época del año no condicionada por períodos vacacionales, y 2) en esas fechas no habían sucedido acontecimientos informativos extraordinarios que modificaran sustancialmente la agenda informativa cotidiana y condicionaran, por tanto, el tipo de notas habitualmente publicadas por los *blogs* periodísticos.

Tras vaciar los archivos de los diez *blogs* de la muestra durante el período seleccionado, se obtuvieron los siguientes parámetros generales para el trabajo de campo:

Tabla 2. Cifras generales de la muestra

Blog	Nº de notas publicadas (1-14/05/06)	Nº total de palabras	Nº de enlaces	Nº de fotos	Nº de audios	Nº de vídeos
Sonia Blanco	23	1.888	93	6	0	6
Periodistas 21	53	16.582	483	9	0	2
Mangas Verdes	46	8.517	232	10	0	5
La Huella Digital	23	3.214	50	17	0	0
Jabalí Digital	14	1.275	25	2	0	3
Internet Política	13	3.305	29	10	0	0
Guerra Eterna	30	7.010	93	21	0	2
Escolar.net	68	9.423	105	15	0	6
DiarioIP	12	835	20	2	0	1
Caspa TV	10	1.439	39	3	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>53.488</b>	<b>1.169</b>	<b>95</b>	<b>0</b>	<b>25</b>

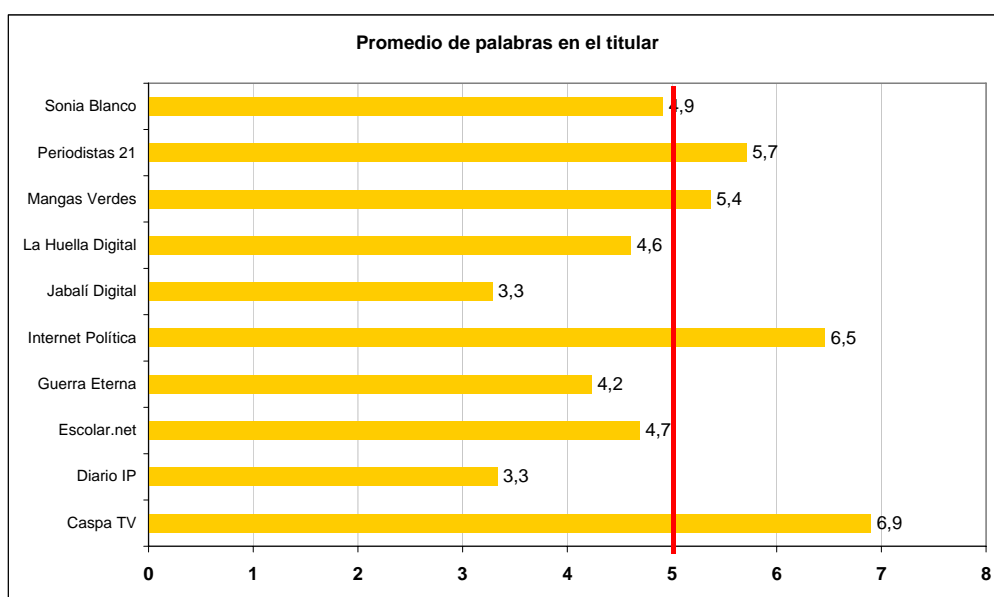
#### 4. Resultados

Siguiendo procedimientos estadísticos, se analizó en primer lugar el promedio de palabras empleadas por los *blogs* periodísticos a la hora de titular las notas o *posts*. Con ello se pretendía saber cuál es el tipo de titulación empleado preferentemente por los *blogs*, para compararlo a continuación con los modelos básicos de titulación empleados por la prensa impresa. Como es bien sabido, la titulación periodística tradicional recurre esencialmente a dos modelos: uno relativamente extenso –en torno a 10 palabras– para los títulos informativos propios de noticias y otros géneros informativos, y otro más conciso –como máximo 6 ó 7 palabras, aunque frecuentemente menos– para los títulos

apelativos o creativos, empleados habitualmente en géneros interpretativos y editorializantes.

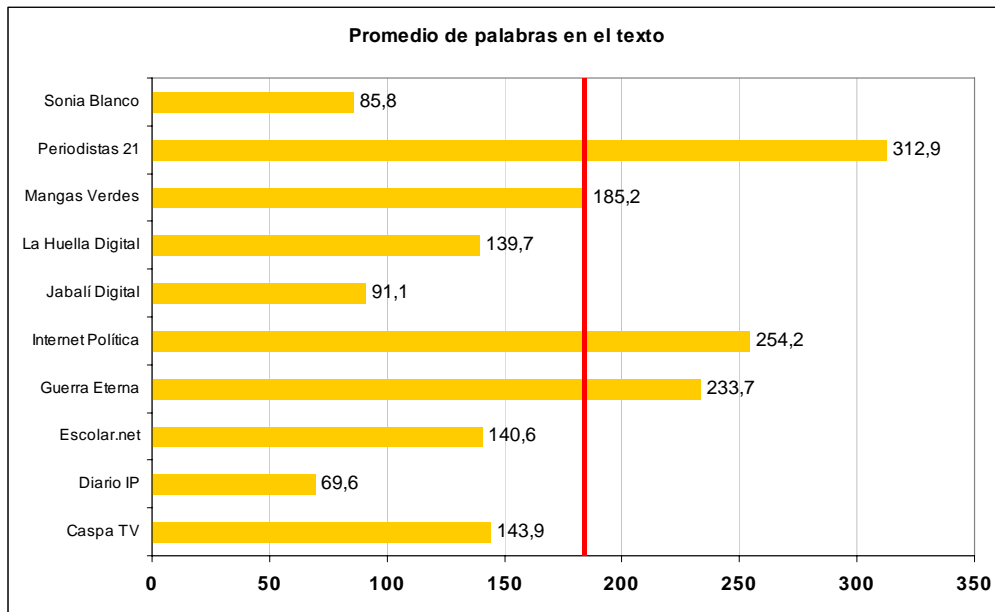
En la muestra analizada, la extensión media de los títulos es de 5,0 palabras (véase Gráfico 1). El extremo mínimo corresponde a dos *blogs* que comparten una extensión media de 3,3 palabras por titular, mientras que el máximo lo alcanza un solo *blog*, con 6,9 palabras de promedio. En general, la extensión de los títulos se sitúa en cifras que cabe considerar bajas y más próximas, por tanto, a la titulación creativa que a la informativa. Además, no se ha hallado ni un solo titular que reproduzca actos de habla, algo común en la titulación informativa (Núñez Ladevéze, 1995: 67-68).

Gráfico 1



Esta tendencia a la concisión de los titulares se reproduce igualmente en el cuerpo del texto de las notas (véase Gráfico 2). Esta parte de las notas presenta una extensión media de 184,4 palabras. Esta extensión, trasladada a un medio impreso estándar, equivale más o menos a una noticia breve o un suelto. Ahora bien, a diferencia de lo que se observa en los títulos, existen grandes diferencias en la extensión media de las notas publicadas por los diez *blogs* analizados. Tres *blogs* presentan cifras inferiores a la media en más de un 50% –*Jabalí Digital* (91,1 palabras de media en el texto), *Sonia Blanco* (85,8) y *Diario IP* (69,6)–, mientras que un *blog* –*Periodistas 21* (312,9)– casi duplica la extensión media. Esta marcada diferencia entre los umbrales mínimo y máximo sugiere una escasa estandarización del cuerpo de las notas de los *blogs* periodísticos, que contrasta con la marcada homogeneidad del estilo de sus titulares.

Gráfico 2



Esta heterogeneidad estilística en el cuerpo del texto se confirma en otro detalle relevante: el dispar uso de las citas textuales. En el estilo periodístico informativo clásico, las citas textuales atribuidas a una fuente suelen ser un recurso muy socorrido y, con frecuencia, ocupan gran parte del texto escrito. En los *blogs* analizados, por el contrario, se advierte una gran disparidad de criterio a la hora de recurrir a las citas.

La extensión media de las citas puede considerarse bien proporcionada (23,5%) a la extensión media de las notas: 43,4 palabras del total de 184,4. Sin embargo, estas cifras absolutas pueden llevar a engaño. Hay algunos *blogs* que prácticamente no usan las citas –*Periodistas 21*, por ejemplo, les dedica el 2,4% del texto (7,6 palabras de sus 312,9 de promedio)–, mientras que otros *blogs* las emplean con gran profusión; el caso extremo corresponde a *Escolar.net*, donde de media es cita textual literal el 76,5% del texto (107,6 palabras de las 140,6 que suele tener cada nota, de promedio).

Las peculiaridades del estilo periodístico de los *blogs* se detectan también en el modo en que incorporan los enlaces hipertextuales al cuerpo del texto. De entrada, esta particularidad se advierte en su profusión: nada menos que 1.169 enlaces distribuidos entre las 292 notas analizadas (es decir, una media de 4,0 enlaces por nota). Ahora bien, de nuevo encontramos extremos muy dispares: por debajo de la media encontramos siete *blogs* –*Escolar.net* (1,5), *Diario IP* (1,7), *Jabalí Digital* (1,8), *Internet Política* (2,2), *La Huella Digital* (2,2), *Guerra Eterna* (3,1) y *Caspa TV* (3,9)–; hay un *blog* justo en la media –*Sonia Blanco* (4,0)–; y, por último, hay otros dos *blogs* que incluyen más

enlaces que la media –*Mangas Verdes* (5,0) y, muy destacadamente, *Periodistas 21* (9,1)–. De nuevo se advierte una gran heterogeneidad formal, en este caso referida al uso de los enlaces hipertextuales.

También resulta interesante la propia selección de los enlaces que se incorporan al cuerpo texto. Si se considera el promedio general, los *blogs* analizados reparten de manera muy homogénea sus enlaces hipertextuales entre hipervínculos que conectan con sitios web no dedicados al periodismo (29,1%), con cibermedios periodísticos (26,6%), con otros *blogs* (25,4%) y con notas publicadas por el propio *blog* con anterioridad (18,9%).

Ahora bien, una vez más, si se va más allá de las medias generales y se analizan pormenorizadamente los datos de cada *blog*, se obtienen resultados muy divergentes que confirman de nuevo la ausencia de un patrón común, ya observada en otros parámetros. Así por ejemplo, mientras que *blogs* como *Caspa TV* o *Guerra eterna* presentan índices muy bajos de autorreferencialidad hipertextual (sólo el 5,1% y el 8,6% de sus respectivos enlaces tienen como destino notas previamente publicadas en el propio *blog*), otros como *Sonia Blanco* (48,4%) o *Periodistas 21* (39,8%) ofrecen índices extremadamente altos. Como puede comprobarse a continuación (véase Tabla 3), esta marcada disparidad alcanza, de hecho, a toda la tipología de los enlaces:

Tabla 3

	% enlaces autorreferenciales	% enlaces a <i>blogs</i>	% enlaces a <i>blogs</i> nacionales	% enlaces a <i>blogs</i> internacionales	% enlaces a cibermedios	% enlaces a cibermedios nacionales	% enlaces a cibermedios internacionales	% enlaces a otros sitios web
<b>Caspa TV</b>	<b>5,1</b>	<b>17,9</b>	12,8	5,1	<b>30,8</b>	25,6	5,1	<b>46,2</b>
<b>Diario IP</b>	<b>10,0</b>	<b>40,0</b>	30,0	10,0	<b>20,0</b>	20,0	0,0	<b>30,0</b>
<b>Escolar.net</b>	<b>13,3</b>	<b>32,4</b>	30,5	1,9	<b>42,9</b>	42,9	0,0	<b>11,4</b>
<b>Guerra Eterna</b>	<b>8,6</b>	<b>16,1</b>	4,3	11,8	<b>37,6</b>	6,5	31,2	<b>37,6</b>
<b>Internet Política</b>	<b>24,1</b>	<b>17,2</b>	17,2	0,0	<b>37,9</b>	37,9	0,0	<b>20,7</b>
<b>Jabalí Digital</b>	<b>12,0</b>	<b>48,0</b>	48,0	0,0	<b>28,0</b>	28,0	0,0	<b>12,0</b>
<b>La Huella Digital</b>	<b>18,0</b>	<b>20,0</b>	20,0	0,0	<b>30,0</b>	20,0	10,0	<b>32,0</b>
<b>Mangas Verdes</b>	<b>9,5</b>	<b>45,3</b>	43,5	1,7	<b>11,6</b>	10,3	1,3	<b>33,6</b>
<b>Periodistas 21</b>	<b>39,8</b>	<b>5,0</b>	4,8	0,2	<b>25,1</b>	16,4	8,7	<b>30,2</b>
<b>Sonia Blanco</b>	<b>48,4</b>	<b>11,8</b>	10,8	1,1	<b>2,2</b>	2,2	0,0	<b>37,6</b>
<b>MEDIA</b>	<b>18,9</b>	<b>25,4</b>	22,2	3,2	<b>26,6</b>	21,0	5,6	<b>29,1</b>

La heterogeneidad, en fin, es la tónica. En la muestra analizada hay *blogs* que se caracterizan por su predilección por enlazar con otros *blogs* españoles (*Jabalí digital*, *Mangas Verdes* y *Diario IP*), o bien por enlazar sobre todo con sitios web no periodísticos (*Caspa TV*), o para los que los cibermedios internacionales son una fuente de referencia constante (*Guerra eterna*). Si acaso, los dos únicos criterios en los que

existe un alto grado de coincidencia es en el poco interés que merecen los *blogs* extranjeros (a ellos se dirigen de media el 3,2% de los enlaces) y, por contraste, el elevado interés que suscitan los cibermedios nacionales.

Esta predilección por los cibermedios a la hora de insertar enlaces ofrece un dato relevante. No en vano, algunos de los autores “apocalípticos” a los que nos referíamos al principio de este trabajo, sostienen que los *blogs* pueden llegar a desbancar a los medios tradicionales como fuente de información prioritaria de la sociedad. Frente a esa visión, los resultados de este trabajo sugieren, por el contrario, que los *blogs* –al menos, los periodísticos– actúan como cajas de resonancia de los medios tradicionales, multiplicando en la Red su popularidad –entendida en los términos hipertextuales definidos por Codina (2003: 186)– mediante los enlaces incorporados a las notas.

Los datos de las tres tablas siguientes, donde se identifican todos los sitios que recibieron tres enlaces como mínimo, son elocuentes en ese sentido. Identifican los *blogs* (véase Tabla 4), cibermedios (véase Tabla 5) y sitios web no periodísticos (véase Tabla 6) más enlazados desde los *blogs* de la muestra, excluyendo los enlaces autorreferenciales. Los datos de esas tablas sugieren que, en las tres categorías, los *blogs* periodísticos contribuyen a reforzar la popularidad hipertextual de aquellos sitios que gozan de mayor audiencia. Pero, sobre todo, confirman la hipótesis de que los sitios web más enlazados por parte de los *blogs* periodísticos son los sitios periodísticos y, entre ellos, los cibermedios nacionales. En efecto, *elmundo.es* y el entonces llamado *Elpais.es* concentran 42 y 41 enlaces respectivamente, muy por delante del *blog* más enlazado (*Escolar.net*, con 17 enlaces) e, incluso, del sitio web no periodístico más popular (*Wikipedia*, con 27 enlaces).

Tabla 4

Nº (> 3 veces)	<b><i>Blogs</i> nacionales más citados</b>	Nº (> 3 veces)	<b><i>Blogs</i> internacionales más citados</b>
17	Escolar.net	(Ninguno recibe 3 enlaces)	
14	Destilados pentapléjicos*		
8	Periodistas 21		
7	Malaprensa		
6	Al abordaje		
5	Eurovideo		
5	podcastellano-podcastblog		
4	La Fragua		
4	Miguel Acín (Magacin66)		

\* Se trata del *blog* de Jorge León, un enfermo de pentapleja que falleció el 4 de mayo de 2006 –es decir, coincidiendo con el período elegido para el trabajo de campo–. A través de su bitácora *Destilados pentapléjicos*, León había narrado en los meses anteriores y hasta el 2 de mayo de 2006 su experiencia con la enfermedad. Tras la muerte del autor, tanto numerosos *blogs* como buena parte de los medios nacionales se hicieron eco de la noticia, lo que explica la intensa pero efímera popularidad de este *blog*.

3	David Bravo	
3	eCuaderno	
3	Guerra eterna	
3	Ramón Corominas	

Tabla 5

Nº (> 3 veces)	Cibermedios nacionales más citados	Nº (> 3 veces)	Cibermedios internacionales más citados
42	Elmundo.es	11	The New York Times
41	Elpais.es	7	Washington Post
19	Informativos.telecinco.es	6	Los Angeles Times
8	Elperiodico.com	6	Wall Street Journal
8	Abc.es	5	The Guardian
8	20minutos.es	4	Financial Times
7	Europa Press	3	ABC News
6	Libertaddigital.com		
6	Lavanguardia.es		
4	El Correo		
3	Nortedecastilla.es		
3	Cadenaser.com		

Tabla 6

Nº (> 3 veces)	Sitios web nacionales más citados	Nº (> 3 veces)	Sitios web internacionales más citados
5	Google News España	27	Wikipedia
5	Noticias Juridicas	12	Google
5	Menéame	11	Flickr
4	Barrapunto	8	Youtube.com
4	Blablablog	6	Imdb.com
4	Terra Actualidad	6	Google Video
3	Esquerra.org	6	Google Trends
3	La Moncloa	5	Technorati
		4	CAEI.com.ar
		3	Zenaholloway
		3	Yahoo!
		3	Iraq Coalition Casualties
		3	Foreignpolicy.org
		3	Blip.tv

El último apartado al que cabe hacer referencia en este estudio es el de la multimedialidad. En este aspecto, se observa que los *blogs* periodísticos analizados hacen un uso modesto de los recursos multimedia que tienen a su alcance y se valen sobre todo del texto como vehículo prioritario de comunicación (véase Tabla 7).

De promedio, incluyen imágenes el 31,3% de las notas; vídeos, el 8,6%; y no hay ni una sola nota de las 292 analizadas que incluya grabaciones de audio en formato MP3 o similar. Más allá de los datos generales, la divergencia entre *blogs* detectada en apartados anteriores se reproduce también al analizar el índice de multimedialidad. Así, en lo que atañe a la inclusión de fotografías e imágenes, hay *blogs* con índices muy bajos con respecto a la media –*Periodistas 21* (13,2%), *Jabalí Digital* (14,3%), *Diario IP* (16,7%) y *Escolar.net* (19,1%)– y otros *blogs* con índices muy elevados –*Guerra*

*eterna* (60,0%) y, sobre todo, *La Huella Digital* (73,9%)-. Llama la atención, asimismo, el olvido absoluto que recibe el audio como vehículo de comunicación, así como el uso dispar que recibe el vídeo.

Tabla 7

	Nº total de notas	Nº de notas con FOTO	% de notas con FOTO	Nº de notas con AUDIO	% de notas con AUDIO	Nº de notas con VÍDEO	% de notas con VÍDEO
Caspa TV	10	3	30,0	0	0,0	0	0,0
Diario IP	12	2	16,7	0	0,0	1	8,3
Escolar.net	68	13	19,1	0	0,0	6	8,8
Guerra eterna	30	18	60,0	0	0,0	2	6,7
Internet Política	13	5	38,5	0	0,0	0	0,0
Jabalí Digital	14	2	14,3	0	0,0	3	21,4
La Huella Digital	23	17	73,9	0	0,0	0	0,0
Mangas Verdes	46	10	21,7	0	0,0	5	10,9
Periodistas 21	53	7	13,2	0	0,0	2	3,8
Sonia Blanco	23	6	26,1	0	0,0	6	26,1
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>	<b>83</b>	<b>31,3</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>	<b>25</b>	<b>8,6</b>

## 5. Conclusiones

5.1. Los *blogs* periodísticos españoles se asemejan más a columnas de opinión que a noticias. La muestra de *blogs* periodísticos analizada en este estudio presenta rasgos textuales y de estilo más cercanos a los géneros periodísticos interpretativo-argumentativos, “de opinión” o “de autor”, que a los géneros informativos. Esa particular semejanza de los *blogs* periodísticos con géneros como la columna, el suelto o el editorial se concreta en rasgos como su modelo de titulación, donde prima la economía expresiva y la creatividad por encima de la función informativa, o su escaso uso de las citas textuales. Asimismo, esta tendencia al estilo interpretativo y editorializante se advierte en que la práctica totalidad de las notas está compuesta por reseñas, glosas o comentarios de informaciones tomadas de terceros.

5.2. Los *blogs* periodísticos carecen de un patrón textual estándar. Salvo en la brevedad de los títulos y, en menor medida, en el escaso uso de las citas textuales, los *blogs* apenas coinciden en cánones estilísticos comunes. Hay gran heterogeneidad, por ejemplo, en la extensión de las notas, en el número y tipología de los enlaces, y en el grado de uso de los recursos multimedia.

5.3. Los *blogs* periodísticos hacen un uso modesto de los recursos multimedia a su alcance y se valen ordinariamente de las fotografías para enriquecer el discurso principal, que recurre al texto como vehículo habitual de comunicación. Los vídeos tienen un protagonismo escaso y las grabaciones sonoras no son utilizadas en absoluto.

El uso modesto de los recursos gráficos y el olvido absoluto de los recursos sonoros concuerdan con el modelo estilístico interpretativo-argumentativo. No en vano, en el ámbito de los medios impresos son también los géneros interpretativo-argumentativos aquellos que recurren en menor medida a apoyos gráficos y se valen, sobre todo, de la palabra escrita para transmitir el mensaje.

5.4. Con su uso de los enlaces, los *blogs* periodísticos multiplican la popularidad hipertextual de los medios tradicionales. La mayor parte de los enlaces hipertextuales incluidos por los *blogs* periodísticos dirigen a los lectores hacia cibermedios cuya matriz está fuera de internet y, entre ellos, muy especialmente a los cibermedios nacionales de mayor envergadura y audiencia.

## **Bibliografía**

- Andrews, Paul (2003). "Is Blogging Journalism?". *Nieman Reports*, vol. 57, nº 3, Fall, pp. 63-64.
- Arroyo, Natalia; Ortega, José Luis; Pareja, Víctor; Prieto, José Antonio; Aguillo, Isidro (2005). "Cibermetría. Estado de la cuestión". En: IX Jornadas Españolas de Documentación. FESABID. Madrid.
- Blood, Rebecca (2002). *The Weblog Handbook*. Cambridge, MA: Perseus Books Group.
- Blood, Rebecca (2003). "Weblogs and Journalism: Do They Connect?". *Nieman Reports*, vol. 57, nº 3, Fall, pp. 61-63.
- Carlson, Matt (2007). "Blogs and Journalistic Authority". *Journalism Studies*, vol. 8, nº 2, April, pp. 264-279.
- Casasús, Josep Maria; Núñez Ladevéze, Luis (1991). *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona: Ariel.
- Cerezo, José M. (ed.) (2006). *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Madrid: Fundación France Telecom.
- Codina, Lluís (2003). "Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación". En: Díaz Noci, Javier; Salaverría, Ramón (coords.) (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, pp. 141-194.
- Díaz Noci, Javier; Salaverría Aliaga, Ramón (coords.) (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- Domínguez, Eva (2006). "Els "weblogs" com a mitjans de proximitat". *Trípodos*, nº 18, pp. 189-201.
- Estalella, Adolfo (2005). "Anatomía de los blogs. La jerarquía de lo visible". *Telos*, nº 65, octubre-diciembre.
- Fernández Parratt, Sonia (2001). "El debate en torno a los géneros periodísticos en la prensa: nuevas propuestas de clasificación". *Zer*, nº 11, pp. 293-310.
- Flores, Jesús Miguel; Aguado, Guadalupe (2006). "Claves de los weblogs y su influencia en la prensa tradicional". *Doxa Comunicación*, nº 4, pp. 141-160.
- Frascaroli, Manuel; Fernández Sande, Manuel; Millán Paredes, Tatiana (2007). "El impacto de los weblogs en las ediciones digitales de los diarios, sus características y posibilidades para el periodismo digital". En: Cebrián

- Herrerros, Mariano; Flores Vivar, Jesús (eds.). *Blogs y periodismo en la Red*. Madrid: Fragua, pp. 161-176.
- García Jiménez, Antonio; Martínez Pastor, Esther; Vizcaíno-Laorga, Ricardo (2007). "Los 'blogs' mediadores de la realidad". *Trípodos*, extra 2007, vol. 1, pp. 533-547.
- García Orosa, Berta; Capón García, José L. (2004). "Las bitácoras o weblogs y la lógica del campo informativo. Un análisis comparativo de la agenda mediática tradicional". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº 10, pp. 113-128.
- Gillmor, Dan (2004). *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media Inc.
- Gomis, Lorenzo (1989). *Teoría dels gèneres periodístics*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, CIC.
- Kaye, Barbara K. (2005). "It's a Blog, Blog, Blog World: Users and Uses of Weblogs". *Atlantic Journal of Communication*, vol. 13, nº2, pp. 73-95.
- López García, Xosé; Otero López, Marita (2007). *Bitácoras. La consolidación de la voz del ciudadano*. Oleiros, La Coruña: Netbiblo.
- López García, Guillermo (2005). *Modelos de comunicación en internet*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Marcelo, Juan F.; Martín, Eva (2007). *La guía de bolsillo de los blogs*. Madrid: Pearson Educación.
- Martínez Mahugo, Sergio; González Esteban (2007). "La influencia del periodismo ciudadano en los medios tradicionales: la gestión del blog de opinión". En: Cebrián Herreros, Mariano; Flores Vivar, Jesús (eds.). *Blogs y periodismo en la Red*. Madrid: Fragua, pp. 129-147.
- Matheson, Donald (2004a). "Weblogs and the Epistemology of the News: Some Trends in Online Journalism". *New Media & Society*, vol. 6, nº 4, pp. 443-468.
- Matheson, Donald (2004b). "Negotiating Claims to Journalism: Webloggers' Orientation to News Genres". *Convergence: The Journal of Research into New Media Technologies*, vol. 10, nº4, pp. 33-54.
- Morán, Próspero (2005). "Un acercamiento crítico a la consideración del weblog como género periodístico". *Razón y palabra*, nº 48.
- Núñez Ladevéze, Luis (1995). *Introducción al periodismo escrito*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Orihuela, José Luis (2005). "Los weblogs y su identidad como cibermedios". En: Salaverría, Ramón (coord.). *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, pp. 70-82.
- Orihuela, José Luis (2006). *La revolución de los blogs*. Madrid: La Esfera de los Libros.
- Palau Sampedro, Dolors (2005). *El estils periodístics. Maneres diverses de veure i construir la realitat*. Valencia: Quaderns de Filologia de la Universitat de València, Anejos, nº 60.
- Rengel López, Irene (2005). "La utilización periodística y la integración del formato blog en diarios digitales europeos tradicionales. Los casos de 'elmundo.es' y 'Guardian Unlimited'". *Athenea Digital*, nº 8, otoño, pp. 348-369.
- Robinson, Susan (2006). "The mission of the j-blog: Recapturing journalistic authority online". *Journalism*, vol. 7, nº 1, pp. 65-83.
- Salaverría, Ramón (2005a). *Redacción periodística en internet*. Pamplona: EUNSA.
- Sánchez, José Francisco; López Pan, Fernando (1998). "Tipologías de géneros periodísticos en España: Hacia un nuevo paradigma". En: *Comunicación y estudios universitarios*, nº 8: 15-36.

- Singer, Jane B. (2005). "The political j-blogger: 'Normalizing' a new media form to fit old norms and practices". *Journalism*, vol. 6, nº 2, pp. 173-198.
- Tricas, Fernando; Ruiz, Víctor; Merelo, Juan Julián (2006). "El tamaño de la blogosfera: medidas y herramientas". En: Cerezo, José M. (ed.). *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Madrid: Fundación France Telecom, pp. 38-51.
- Vilarnovo, Antonio; Sánchez, José Francisco (1992). *Discurso, tipos de texto y comunicación*. Pamplona: EUNSA.