

DIAGNÓSTICO DE LA PLATAFORMA BLOG DE VANGUARDIA.COM

CARLOS JULIÁN AMOROCHO BECERRA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA – SECCIONAL BUCARAMANGA

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO

FLORIDABLANCA

2011

DIAGNÓSTICO DE LA PLATAFORMA BLOG DE VANGUARDIA.COM

CARLOS JULIÁN AMOROCHO BECERRA

**Trabajo de grado en modalidad
pasantía para optar al título
de Comunicador Social - Periodista**

**Supervisora de pasantía
Esp. JOHANNA PAOLA BEJARANO BARRAGÁN
Comunicadora Social - Periodista**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA – SECCIONAL BUCARAMANGA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
FLORIDABLANCA**

2011

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

CONTENIDO

	Pag.
RESUMEN	5
ABSTRACT	7
INTRODUCCIÓN	9
1. ANTEPROYECTO	11
1.1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	11
1.2 OBJETIVOS	13
2. REFERENTE CONCEPTUAL	15
3. ACTIVIDADES DESARROLLADAS	28
3.1 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN	28
3.2 ENCUESTAS Y ENTREVISTAS	28
3.3 ANÁLISIS DE LOS BLOGS	29
3.4 DIAGNÓSTICO	29
4. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN	31
4.1. RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO	31
4.2. ENCUESTAS Y ENTREVISTAS	33
4.2.1. Encuesta virtual	33
4.2.2. Encuestas físicas	35
4.2.3. Entrevistas a los bloggers	37
4.3. ANÁLISIS DE LA PLATAFORMA BLOG	40
4.4. CONVOCATORIA	42
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	48
BIBLIOGRAFÍA	50

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA VIRTUAL ÚNICA	51
ANEXO 2. ENCUESTAS FÍSICAS	52
ANEXO 3. CIFRAS Y ESTADÍSTICAS DEL PORTAL	58
ANEXO 4. ENTREVISTAS A LOS BLOGGERS	65
ANEXO 5. DESCRIPCIÓN DE LOS BLOGS	74

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TÍTULO: **DIAGNÓSTICO DE LA PLATAFORMA BLOG DE VANGUARDIA.COM**
AUTOR: **CARLOS JULIÁN AMOROCHO BECERRA**
FACULTAD: **COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO**
SUPERVISOR: **Esp. JOHANNA PAOLA BEJARANO BARRAGÁN**

RESUMEN

Como parte del ejercicio periodístico en la redacción de Vanguardia.com y la actualización del periódico digital, se realizó un diagnóstico de la plataforma de los blogs que existían en el sitio web.

Este estudio involucró una investigación de carácter cualitativo, que incluyó entrevistas a los bloggers, usuarios particulares y una pregunta abierta dentro de la página, se consignaron opiniones similares en cuanto al uso que se le da a los blogs, la revisión de las características de los sitios existentes y la identificación de las falencias en cuanto a regularidad en las entradas.

En el tiempo de observación, el estado de actualización de estos blogs no ha cambiado demasiado, sustentado en las bajas cifras de visitas, en comparación con la página principal y el amplio lapso de publicación entre entradas.

Sin embargo, con el desarrollo de la nueva plataforma y con la entrada de los nuevos bloggers, la plataforma ha empezado a relanzarse.

A pesar que la plataforma donde residen los blogs es de fácil acceso y contacto con los usuarios y visitantes de las páginas, existe poco tráfico hacia esta sección del sitio, ya que existe muy poca utilización del recurso por parte de los autores de

los blogs. A esto se suma la falta de hipervínculos o facilidad en la navegación para acceder a más información del portal.

Dentro del diagnóstico, se pudieron notar dos aspectos relevantes del uso del portal Vanguardia.com:

1. El desuso de los blogs es motivado porque su localización en la página es lejana de los temas principales y puede rotar constantemente.
2. El mismo personal de redactores del diario desconocen que existe la plataforma dentro del portal.

Si a esto sumamos que los mismos bloggers han manifestado una brecha en la comunicación con la empresa, concluimos que la plataforma despierta poco interés entre los encargados del sitio y los autores.

Palabras clave: Blogs, plataforma, brecha digital, entradas, participación, comunicación participativa, Vanguardia Liberal.

GENERAL SUMMARY OF WORK OF DEGREE

TÍTULO: **DIAGNOSTIC STUDIO ABOUT THE BLOG PLATFORM IN VANGUARDIA.COM**
AUTHOR: **CARLOS JULIÁN AMOROCHO BECERRA**
FACULTY: **SOCIAL COMMUNICATION - JOURNALISM**
SUPERVISOR: **Esp. JOHANNA PAOLA BEJARANO BARRAGÁN**

ABSTRACT

A diagnosis of the blogs platform of the Vanguardia Liberal's web page was made as a part of the practice as a journalist in the newsroom for Vanguardia.com and the actualization of the digital version of the newspaper.

This process involved a qualitative character investigation, which included interviews to the bloggers, particular users and a question opened inside the web page. Also, it was consigned similar opinions according to the current use of the blogs, a review of the existing sites and the identification of the shortcomings about the regularity in the blog entries.

In the observation time, the actualization status hasn't changed a lot, supported on the low amount of visitors in comparison of the main page, and the huge amount of time between every blog entry.

However, with the development of the new Vanguardia Liberal's platform and the income of new bloggers, the blogs web has begun to be re-launch.

Although the part where the blogs reside has an easy way to go in and to contact with the users, the page hasn't a lot of traffic, because the platform isn't used

regularly by the owners of the blogs. Besides, there are a lack of hyperlinks and easier ways to navigate in the web page.

Along with the diagnosis, two important facts about the use of vanguardia.com came out:

1. The disuse of the blogs is caused by the location in the main page, which is far from the hot topics.
2. The very own Vanguardia Liberal's staff unknown the existence of the blogs platform inside the web page.

If we add the fact that the same bloggers have told a huge gap in the communication between them and the news paper, we can conclude that the bloggers didn't awake any interest in their authors and the webmasters.

Keywords: Blogs, platform, digital gap, entries, participation, communication, Vanguardia Liberal.

TÍTULO

Diagnóstico de la plataforma blog de Vanguardia.com

INTRODUCCIÓN

La pasantía dentro de la sección web de Vanguardia Liberal suponía un reto desde el punto de vista periodístico, así como en la existencia de una propuesta de trabajo viable para ser desarrollada el periódico.

El propósito de la pasantía era fortalecer el ejercicio periodístico, mediante un ejercicio constante de reportería y redacción de información, propios de un profesional, con las responsabilidades que implica la asignación de una determinada fuente ofreciendo resultados, de acuerdo con los contenidos programados y que fuera al ritmo con el desarrollo de la página y la labor de los demás periodistas.

Por esta razón, los propósitos trazados en el marco del trabajo conceptual y teórico tuvieron varios retrasos y postergaciones, pero finalmente se cumplieron adecuadamente.

En un primer vistazo al funcionamiento de la empresa y de la reportería en web, Vanguardia.com da buena cuenta de resultados, teniendo una plataforma amigable y más interactiva que muchos otros diarios regionales.

Este ambiente cuenta con diversas herramientas web como galerías, audios y participación activa por medio de foros, lo cual juega a favor de la actualización requerida en un portal noticioso. Así, entrega variedad de contenidos y una interacción más cercana con el lector-espectador.

Dentro de ese esquema, aparece la participación de los lectores que se hace muy visible dentro de las páginas con contenido polémico, enfocado más a lo local y lo deportivo, temas que generan más pasiones que cualquier otro efecto. En este sentido, hay suficiente respuesta de los visitantes. Sin embargo, estos resultados, llevados a un escenario más allá, la sección de bloggers, evidencia que ésta quedó estancada tanto en su contenido, como en su público y su importancia frente a otras secciones de Vanguardia.com.

Esto motivó el planteamiento de realizar un estudio diagnóstico sobre las herramientas de interactividad de Vanguardia, especialmente la situación de la plataforma blog en el periódico, para observar, entre otras cosas, el desarrollo de este espacio de participación no periodística en el sitio.

El trabajo originalmente se planteó sobre dos ejes: conocer quienes hacen el blog y conocer cómo se maneja una comunidad de este tipo en otros portales. Sobre esto se ha avanzado en ahondar acerca de la ética de los blogs.

Asimismo, también se busca empezar a competir incursionando en la web 2.0 con contenidos participativos, para así lograr asentar un público cada vez mayor dentro de la región que opte por complementar la información del diario impreso con las herramientas multimedia que ofrece el punto com.

1. ANTEPROYECTO

1.1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Con casi un siglo de existencia, Vanguardia Liberal es el diario más importante del oriente colombiano, perteneciente a una de las familias más influyentes de la región, la familia Galvis, quienes forjaron junto con Vanguardia, otros diarios regionales del país.

Además de Vanguardia, en Santander existen las ediciones de Valledupar y Barrancabermeja, agrupados bajo el mismo nombre. Así como el periódico Q`hubo, con sus ediciones de Bucaramanga, Barrancabermeja, Valledupar y Sur de Santander.

De igual manera, existe vinculación con otros proyectos no periodísticos tales como el Grupo Promisión.

En el resto del país, la Casa Editorial es propietaria de los periódicos El Universal, de Cartagena; La Tarde, de Pereira; El Nuevo Día, de Ibagué, y El Liberal, de Popayán, al igual que otras ediciones de Q`hubo en esas regiones del país.

Historia

Bajo la orientación del patriarca, Alejandro Galvis Galvis y don Rodolfo Azuero en la gerencia, el lunes primero de septiembre de 1919, circuló por primera vez el diario Vanguardia Liberal.

Inicialmente fue impreso en una tipografía alquilada y, más tarde, en el taller de impresión del general José María Phillips, también en alquiler y el cual fue bautizado como la Imprenta Liberal.

Desde su nacimiento en septiembre de 1919, Vanguardia Liberal se ha convertido en el principal diario e influencia de Bucaramanga y el oriente colombiano, teniendo igualmente una especial repercusión a nivel nacional.

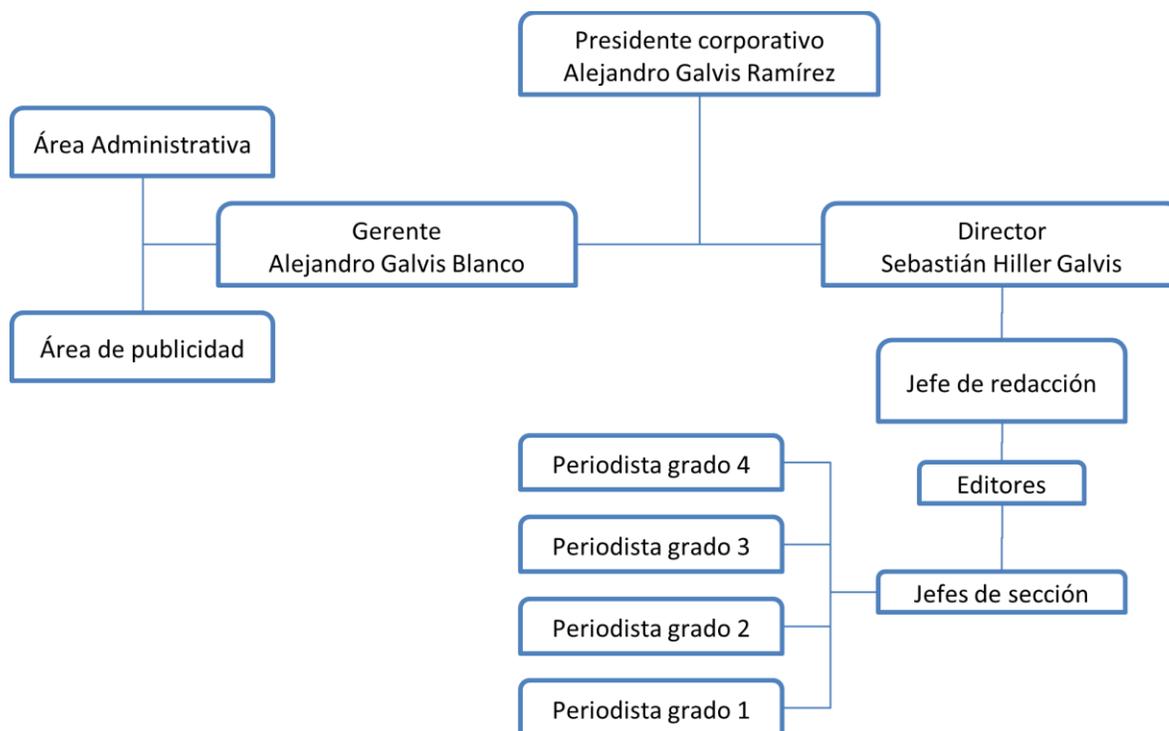
En un principio, el nivel de circulación del periódico era de sólo 100 ejemplares, sin embargo este ha evolucionado hasta registrar al día de hoy 45.000 ejemplares que circulan de lunes a sábado y 80 mil los domingos por todo el territorio santandereano, el norte de Boyacá y el sur del Cesar.

Misión

Vanguardia Liberal es una empresa Santandereana de comunicación masiva, de espíritu tradicionalmente liberal, cuya misión es informar veraz, ética, justa, oportuna e imparcialmente a sus lectores, crear y orientar opinión pública y cumplir el deber de transmitir los mensajes publicitarios de sus clientes de tal forma que la comunidad del Nororiente Colombiano logre la satisfacción del derecho de estar bien informada y el periódico contribuya así a mejorar la calidad de vida de sus gentes en procura de una sociedad más democrática, progresista y libre.¹

¹ VANGUARDIA LIBERAL. Misión. Disponible en internet. <http://www.Vanguardia.com/>..... Fecha de última consulta: 25 de enero de 2011

Estructura organizacional



1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general

Diagnosticar la situación de la plataforma de bloggers de Vanguardia.com evidenciando sus características y su uso actual.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Recopilar la experiencia de los actuales bloggers del sitio www.Vanguardia.com.

2. Conocer, a través de una encuesta, la percepción de los lectores sobre los blogs existentes en la versión digital de Vanguardia Liberal.
3. Caracterizar los blogs publicados en el periódico digital, para determinar el modo de escritura, los temas que se abordan y las opciones de participación de los usuarios en los mismos.
4. Investigar el uso efectivo a nivel mundial de los blogs y las normas establecidas para este tipo de plataformas
5. Realizar un documento diagnóstico que incluya las consideraciones finales y recomendaciones sobre los blogs de Vanguardia.com.

2. REFERENTE CONCEPTUAL

El estudio de la plataforma virtual de Vanguardia.com y el diagnóstico sobre los blogs se tuvieron en cuenta otras experiencias en este campo. Del mismo modo, se tomó como referencia diferente bibliografía relacionada con el trabajo del blogger, los códigos de ética establecidos en algunas plataformas exitosas, así como aspectos relacionados con la web 2.0 y la hipertextualidad que permite que una web sea exitosa.

Uno de los documentos referenciados es el código ético de participación de El Tiempo.com², uno de los portales más visitados del país, el cual ha sido pionero en el establecimiento de una plataforma de participación que ha crecido a pasos agigantados, mediante la actualización constante de sus blogs y el *reclutamiento* de más bloggers.

Dentro de www.eltiempo.com, los códigos de participación están diseñados para que cada usuario se haga cargo del contenido que postea, así como de regular las entradas de los visitantes.

Esto, en un principio parece tratar al blogger con la misma regla que a un columnista; sin embargo, por la herramienta que el internauta maneja, El Tiempo.com regula todo tipo de información errónea que se pueda llegar a filtrar. Con esto, la página crea una serie de códigos para regular el *spamming*, los *trolls*, entre otras molestias informáticas.

² Código de ética para participación en [eltiempo.com](http://www.eltiempo.com) [en línea]. Bogotá, Colombia: Version digital del diario El Tiempo. Disponible en Internet: <http://www.eltiempo.com/blogs/eltiempo/codigo-de-etica.php>

Cabe destacar que varios exitosos periodistas participan dentro de www.eltiempo.com debido a la organización que esta página posee sobre sus participantes.

El autor brasileño Henrique Costa Pereira, publicó un artículo llamado: *La ética invisible de los blogs*³, en el cual desarrolla toda una serie de puntos sobre el uso del webmaster sobre su blog y la forma correcta de conducirlo. Originalmente, el autor había enfocado estos puntos sobre la blogósfera brasileña; sin embargo, logra mostrar a un nivel más global la forma ética de regular un blog.

La web 2.0 nace del conferencista Tim O'Reilly quien también elabora una serie de *mandamientos*⁴ para los blogs.

En 2004, el término 2.0 explora las interacciones de los usuarios con las páginas y en torno a esto, crear toda una serie de herramientas tecnológicas que hacen de la navegación en Internet una lectura no lineal e intercalada de acuerdo con los deseos del usuario.

Todo esto se consigue por medio de hipervínculos y la interrelación de temas alrededor de toda la página. La ventaja de esta propuesta es que la lectura de un contenido deja de ser plana y se modifica al gusto y al deseo de la persona que ingresa al portal.

Los blogs por su origen no tienen una regulación, un código de ética o algún tipo de moral. Esto se produce porque el inicio del mismo sistema de internet permite expresar sin ninguna clase de regulación cualquier tipo de opinión, porque el World Wide Web es una herramienta de carácter mundial, pero no existe un consenso global acerca de lo que debe o no regular por ley dentro del espectro del internet.

³ COSTA PEREIRA, Henrique, "la ética invisible de los blogs", 26 de junio de 2006. Disponible en: <http://corsaria.zonalibre.org/archives/094933.html>

⁴ O'REILLY, Tim, "Draft Blogger's Code of Conduct" 8 de abril de 2007. Disponible en: <http://radar.oreilly.com/archives/2007/04/draft-bloggers-1.html>

Otro factor que se deriva del mismo origen radica en que no existe ningún tipo de espacio físico sobre el cual regular y los conceptos de ley para el espacio no físico son escasos.

Aunque el medio escrito de los blogs es una forma primitiva de reportear, Tim O'Reilly, junto con el creador de Wikipedia, redactó un código de conducta para los blogger en el que se incluyen sus posibilidades y limitaciones.

O'Reilly lanza los primeros siete códigos del 'Draft Blogger's Code of Conduct'⁵ (en español Código de conducta del blogger), que preceden a una versión más amplia y organizada que alista Wikipedia:

1. Asume la responsabilidad no sólo por tus propias palabras, sino también sobre los comentarios que permites en tu blog.
2. Etiqueta tu nivel de tolerancia para comentarios abusivos.
3. Considera eliminar los comentarios anónimos.
4. Ignora a los *trolls* (personas que buscan provocar a usuarios y lectores).
5. Continúa la conversación fuera de Internet, habla directamente, o encuentra a un intermediario que pueda hacerlo.
6. Si conoces a alguien que se está comportando mal, hazlo saber.
7. No digas nada online que no podrías decir en persona.

⁵ O'REILLY, Tim, "Draft Blogger's Code of Conduct" 8 de abril de 2007. Disponible en: <http://radar.oreilly.com/archives/2007/04/draft-bloggers-1.html>

En estas primeras siete normas de conducta se puede obtener una forma de registrar la interacción de bloggers e internautas, que supone la principal ventaja del blog frente a cualquier otro medio escrito: la capacidad de interacción y la retroalimentación, ayudada esta última por la posibilidad de modificar lo que se escribe conforme la noticia evoluciona.

En otro plano histórico de los códigos de ética y regulación para blogger y contenido general de internet, de la Netiqueta, que mezcla los vocablos Net y Etiqueta (por protocolo), surgieron los protocolos USENET, en los cuales gente de cualquier lugar podía entrar a estos sitios de discusión y compartir información acerca de un tema.

“Aunque a lo largo de la historia se han escrito muchos manuales de netiquetas suele considerarse el libro ‘*NETiquette*’ de Virginia Shea la versión definitiva de estas reglas; el libro fue publicado en 1994 y contiene 10 reglas básicas de comportamiento en la red”⁶. Las reglas son las siguientes:

“Regla 1: Nunca olvide que la persona que lee el mensaje es en efecto humana con sentimientos que pueden ser lastimados.

Regla 2: Adhiérase a los mismos estándares de comportamiento en línea que usted sigue en la vida real.

Regla 3: Reconozca en qué parte del ciberespacio se encuentra.

Regla 4: Respete el tiempo y ancho de banda de las otras personas.

Regla 5: Muestre el lado bueno de su persona mientras se mantenga en línea.

⁶ SHEA, Virginia. “NETiquette”, 1994. Disponible en:
<http://www.albion.com/netiquette/corerules.html>

Regla 6: Comparta su conocimiento con la comunidad.

Regla 7: Ayude a mantener las discusiones en un ambiente sano y educativo.

Regla 8: Respete la privacidad de terceras personas.

Regla 9: No abuse de su poder.

Regla 10: Perdone los errores ajenos.”⁷

En búsqueda de un modelo de análisis del manejo de un código de ética para una comunidad en internet es conveniente remitirnos a algunos modelos ya establecidos, que han incursionado con éxito en las comunidades de internet. Aún así, cabe aclarar que se trata de un ejercicio referencial, puesto que el modelo actual y la plataforma virtual de Vanguardia.com, queda corta para una aplicación futura de una comunidad virtual de gran envergadura.

El Tiempo.com aporta una serie bastante extensa de códigos que mezclan la participación tradicional del blog, consignada en los decálogos de la Netiquette y el código de Tim O’Reilly, junto con la regulación periodística del asunto. Además, como herramienta informática, el portal tiene un acceso desde cualquier blog y desde la bandeja principal para llegar hasta este código.

Así, www.eltiempo.com consigna las normas de manera eficaz y clara: “Al hacer parte de la sección /PARTICIPACION en [eltiempo.com](http://www.eltiempo.com) y/o cualquiera de los blogs que pertenecen a productos CEET, usted se compromete a respetar y ayudar a cumplir las normas de uso de la comunidad:

* Recordar que esto no es un espacio para su diario personal.

⁷ SHEA, Virginia. “NETiquette”, 1994, Las reglas de convivencia del mundo electrónico. Disponible en: <http://www.gaiasur.com.ar/infoteca/varios/netiquette.html>

* No escribir textos ni subir imágenes que atenten contra la integridad humana; la crítica es muy importante pero enfóquela para que sea constructiva.

* Ayudar a construir la comunidad: filtrando los malos comentarios; visitando el trabajo de los demás para que otros visiten el suyo; respondiendo a los comentarios que otros usuarios hacen dentro de su blog de manera coherente y respetuosa, el objetivo es construir un diálogo alrededor de los temas propuestos en cada entrada.

* Mantener la frecuencia de publicación a la cual se comprometió al abrir su blog dentro de participación”⁸, estas normas no solo aseguran un manejo similar de todos los participantes, en concordancia a la misión de la plataforma de El Tiempo, sino que asegura su continuidad y el seguimiento del proceso.

A pesar de que muchos han intentado escudarse en los blogs para emitir comentarios salidos de tono en plataformas más accesibles a todo tipo de escritura, www.eltiempo.com propone la identificación del autor y la veracidad de la fuente consultada para escribir los datos, de nuevo, adaptando los diferentes códigos de protocolo en web, consignado desde la incursión de la web 2.0.

Así, se resaltan algunas de estas reglas que van en dirección similar al sentido del diario impreso: “Identificarse correctamente: Cuando usted deje comentarios en el blog de otra persona es de buena etiqueta identificarse correctamente con un nombre real y un eMail siempre que sea posible. Esto fomenta un discurso positivo y discusiones sanas. Usted no tiene que tener un talento extraordinario de escritor para ser un buen blogger. Claro está, no puede esperar respeto si escribe todo en MAYUSCULAS o escribe de una foRma eXtrAñA. Escribir en mayúsculas en la comunidad online es considerado como gritar. Usar formas no convencionales de

⁸ Código de ética para participación en [eltiempo.com](http://www.eltiempo.com) [en línea]. Bogotá, Colombia: Version digital del diario El Tiempo. Disponible en Internet: <http://www.eltiempo.com/blogs/eltiempo/codigo-de-etica.php>

escribir no genera confianza”⁹, este punto consigna las formas básicas del lenguaje por internet y pone de forma clara la didáctica del blog.

Las partes que incluyen las citas es de suma importancia, puesto que este diario digital evita a toda costa un posible plagio o nota no referenciada debidamente a su autor, sobre esto consigna: “Dar crédito a sus fuentes. Cuando utilice alguna parte de un artículo o blog es muy importante que le dé los créditos necesarios a su autor. También es buena práctica mencionar la fuente y compartir su enlace con el lector (...) No publique textos escritos por otras personas en su blog sin cita bibliográfica. No utilice fotos que no son suyas sin conseguir el permiso del autor. Es muy importante seguir las leyes de autor, sean estas de copyleft o copyright”¹⁰.

Hasta este punto se compone una serie de normas que indican, más allá de una aparente obviedad, que cualquier plataforma para blog debe ser regulada y este no es un ejercicio que realizan ciertos portales noticiosos y otras páginas *hosts* para bloggers; sin embargo, debe ser aplicada como norma básica y como inicio al fenómeno del *reportero ciudadano*, que es lo que busca a fondo cualquier cadena noticiosa, ya que multiplican las posibilidades de información y aseguran la mayor interacción con sus espectadores.

Según marca las últimas tendencias, la web ha evolucionado para convertirse en el medio con mayor incidencia en el mundo y permite universalidad en su manejo, así con todas las ventajas que esto implica, confiere responsabilidades en cuanto al tratamiento de la noticia y a cómo se toma lo que se publica a través de un blog.

Shayne Bowman y Chris Willis, en su libro ‘Nosotros, el medio’, mencionan que “con cada acontecimiento noticioso mayor, el medio en línea evoluciona. Y aunque los sitios han llegado a ser más responsables y están mejor capacitados para

⁹ Código de ética para participación en el tiempo.com [en línea]. Bogotá, Colombia: Versión digital del diario El Tiempo. Disponible en Internet: <http://www.eltiempo.com/blogs/eltiempo/codigo-de-etica.php>

¹⁰ Ibid

manejar las crecientes demandas de lectores y espectadores, las comunidades en línea y los sitios de noticias personales y de información participan con un papel cada vez más diverso e importante que, hasta hace poco, ha operado sin significativa atención de los medios tradicionales”¹¹.

Bien los dicen en este libro, los blogs son, en este momento, la forma más veloz de comunicación, porque la fuente es universal y puede estar en cualquier lado, muchas veces el mismo protagonista de la noticia es quien la redacta y por lo tanto, tiene conocimiento pleno de la misma, “el crecimiento de los weblogs ha sido significativamente alimentado por el acceso a la banda ancha y el software de bajo o ningún costo. Estas herramientas, fáciles de usar, han hecho posibles nuevas clases de colaboración sin restricciones de tiempo o geográficas. El resultado es un avance de nuevos patrones sociales y medios de autoexpresión”.¹²

Los blogs y los blogger más activos se han convertido en una red casi infalible de ojos alrededor de todo lo que acontece, la cual ha empezado a captar mucha más audiencia, atraídos justamente porque el blogger no responde a ninguna jefatura y escribe con toda la libertad posible.

Justamente Bowman y Willis citan a Walter Mossberg, columnista de The Wall Street Journal para explicar como “los weblogs han expandido su influencia captando grandes círculos de lectores mientras atraen más audiencias objetivo. Los blogs son de alguna manera una nueva forma de periodismo, abierto a cualquiera que pueda establecer y mantener un sitio web, y se multiplicaron el año pasado”, escribe Walter Mossberg, un columnista de tecnología de The Wall Street Journal”¹³

¹¹ BOWMAN, Shayne y WILLIS, Chris. Nosotros, el medio. Edición virtual. 2003

¹² Ibid. Pag. 7

¹³ Ibid. Pag. 9

Uno de los mayores conflictos que existen con los blogs que realizan intentos de periodismo o que reportan cosas o dan sus opiniones respecto a la agenda nacional y local, es que los periodistas tradicionales suelen sentir amedrentado este espacio por personas con cero formación en el medio y que realizan reportería por simple interés, “es un periodismo diferente, uno que no está confinado por las tradiciones y estándares propios de la profesión tradicional. Estas acciones de ciudadanos que se involucran en el periodismo no están limitadas a los weblogs.

Pueden observarse también en grupos de noticias (newsgroups), foros, salas de ‘chat’, sistemas de edición colaborativa y aplicaciones punto a punto (‘peer-to-peer’, en inglés), como la mensajería instantánea”¹⁴, aclara el libro *Nosotros, el medio* de Bowman y Willis.

Sin embargo, es más importante aún tratar de explotar para el medio este fenómeno de periodismo participativo. Los experimentos de las grandes cadenas de noticias en las que han convertido a sus usuarios en reporteros ciudadanos han dado grandes resultados para muchos de los medios que han aprovechado su plataforma web, “aunque la multiplicación de los weblogs es un fenómeno reciente, la idea de introducirse en las audiencias para obtener nuevas perspectivas o convertir a los lectores en reporteros o comentaristas no lo es. Muchas organizaciones noticiosas lo han hecho durante largo tiempo con sus comunidades y en experimentar con sus lectores para convertirlos en reporteros y comentaristas”¹⁵, explica Bowman y Willis.

Esta modalidad de trabajo junto a los lectores no es novedosa en el papel; citando a los dos autores ya mencionados anteriormente, se hace una recopilación de los experimentos de hace algunos años para lograr vincular activamente al lector con la parte noticiosa.

¹⁴ BOWMAN, Shayne y WILLIS, Chris. *Nosotros, el medio*. Edición virtual. 2003

¹⁵ Ibid. Pag 12

“A comienzos de los años 90, los periódicos experimentaron con la idea del periodismo cívico, que buscó la participación de los lectores y las comunidades en la forma de sesiones de grupo (‘focus groups’, en inglés), encuestas y reacción a las historias noticiosas diarias. La mayoría de estos primeros proyectos se centraron en la cobertura electoral. Más tarde, los periódicos buscaron involucrar a las comunidades en deliberaciones de enorme importancia sobre temas públicos, tales como la raza, el desarrollo y el crimen”¹⁶.

Aún así, estos proyectos no han sido infalibles. “En lo que los medios tradicionales fallan es en entender que, a pesar de la falta de habilidades de los participantes o del entrenamiento periodístico, internet actúa como un mecanismo de edición, con la diferencia de que el juicio editorial se aplica después del hecho, no anticipadamente.

La clasificación es otra forma popular y fácil para que la audiencia participe. Los ejemplos incluyen calificar una historia, un reportero u otros usuarios. Típicamente, los sistemas de clasificación suministran el mayor beneficio cuando un número suficiente de usuarios ha participado, por ejemplo, “4.202 lectores le dieron a esta película 4 de cinco estrellas”¹⁷.

Las herramientas más útiles de las páginas web de los distintos medios noticiosos son el foro y el blog. En el primero converge todo tipo de pensamiento y no tiene mayor extensión. Normalmente, los foros registran reacciones a noticias importantes o de carácter nacional. En el segundo se necesita una mayor cantidad de tiempo para realizar una entrada que es hecha por un único usuario y busca realizar un escrito propio, no necesariamente como reacción a una noticia.

A continuación, tomado del libro *Nosotros, el medio*, de Bowman y Willis, se presentan algunas debilidades y fortalezas de los blogs y los foros:

¹⁶ BOWMAN, Shayne y WILLIS, Chris. *Nosotros, el medio*. Edición virtual. 2003

¹⁷ Ibid. Pag 13

Comunidades

Fortalezas: Como los foros, los aportes de la audiencia tienen una barrera de entrada relativamente baja, con un bajo nivel de compromiso. Una persona puede participar (usualmente sobre temas que satisfacen un interés especial), solo una vez, o algunas veces, y, sin embargo, tener una experiencia significativa. Aquellos que publican repetidamente construyen a lo largo del tiempo entre sus pares una reputación como expertos en un tema.

Debilidades: La calidad del contenido generado por el usuario puede ser desigual, con participantes que no están entrenados como escritores o revisores de datos. Como resultado, algún contenido puede requerir edición extensiva. Generalmente, este tipo de contenido depende de la buena voluntad de la audiencia para no explotar el sistema. Es fácil, en algunos casos, sesgar las encuestas y otros sistemas de retroalimentación, al votar múltiples veces. También, el bajo volumen de participación puede limitar el valor de los sistemas de retroalimentación.

Blogs

Fortalezas: Los weblogs son fáciles de instalar, operar y mantener. La tecnología es relativamente económica, algunas veces gratis. Esto permite casi a cualquier persona, y de manera simultánea, llegar a ser un editor, creador y distribuidor de contenido.

Debilidades: Este tipo de publicación requiere un elevado nivel de compromiso y tiempo del creador. También, es difícil para los weblogs atraer lectores, de una manera diferente a la comunicación oral o la publicación del weblog en motores de búsqueda. Los weblogs también han sido juzgados por ser demasiado auto-

referenciales, con críticas que los comparan más con ‘El diario mío’ que con ‘El diario nuestro’.

A manera de conclusión, los blogs tanto como los comentarios a nivel general de los foros son una forma de periodismo participativo que deben ser explotados por el medio. Los blogs le dan riqueza visual a los portales y, además, son un *plus* para la participación y la interactividad que pueda tener el sitio.

Además, estos pueden ser una fuente de fuentes, valga la redundancia, ya que los bloggers y los participantes de la comunidad en el sitio proveen información directa y se consideran fuentes primarias. Entre más internautas tenga el sitio, existe más expansión y más posibilidades de tener una especie de corresponsalía en todos los sitios de la comunidad y esto es un factor que puede explotar el mismo periodista.

En el caso particular de Vanguardia.com, la plataforma ha sido receptiva al uso de blogs y cuyos espacios en los foros permiten la participación interactiva de los internautas que llegan hasta el sitio.

3. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

3.1 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

Utilizando el sistema interno de Vanguardia.com, se accedió al registro de visitas de los usuarios a la página, incluyendo el tiempo de estadía en la misma y se pudo observar cuántas personas se dirigían a la sección blog.

Asimismo, se accedió al registro histórico de los blogs, con las entradas de los bloggers nuevos y lo que ya se han retirado.

En el transcurso de la pasantía se monitoreo y registraron las entradas de los blogs.

Finalmente, se buscó un marco referencial de otras experiencias en páginas informativas colombianas y experiencias internacionales para registrar en el referente conceptual.

3.2 ENCUESTAS Y ENTREVISTAS

En el transcurso de la pasantía se contactó a seis de los ocho bloggers fijos que tiene la plataforma, a quienes se les realizó una entrevista sobre su experiencia en el sitio y con los usuarios.

Se divulgó una encuesta piloto electrónica por medio del sitio Vanguardia.com y paralelo, se realizaron 80 encuestas aleatorias a potenciales lectores del sitio en internet, de las cuales 50 fueron virtuales y 30 físicas.

3.3 ANÁLISIS DE LOS BLOGS

Se realizó un seguimiento de tres meses a los blogs que permanecieron constantes con las actualizaciones de la página, observando el tema y el tipo de escritura.

Paralelamente, se tomaron los escritos de prueba para los nuevos bloggers que entrarían a partir de junio de 2010, y, también, realizar una comparación con los ya existentes.

3.4 DIAGNÓSTICO

Los resultados de las estadísticas y las encuestas realizadas a algunos bloggers, y al público en particular del sitio, permitió observar que las entradas de los distintos bloggers de Vanguardia Liberal en la web, no es constante y depende mucho de lo que encuentren sobre el camino, lo cual impidió un crecimiento del interés de la plataforma.

Las diversas propuestas presentadas por los posibles nuevos bloggers para el sitio demostraron que los cinco blogs existentes en el portal durante el último tiempo resultaban insuficientes y las entradas con mucha cantidad de tiempo entre sí, impedían que se retomara el gusto por acceder a la sección de blogs.

El especial del Mundial de Fútbol, Sudáfrica 2010 justificó una plataforma alterna interesante, puesto que la administración del sitio admitió un espacio de comentaristas/bloggers abierto en un principio para los trabajadores del periódico.

3.5 CRONOGRAMA

FECHA	INDICADOR	ACTIVIDAD
Abril 1-16	Elaborar una base de datos para sobre ella, empezar a indagar acerca de la plataforma.	Registrar el número de entradas, experiencias pasadas e historia de la plataforma
Abril 16-23	Recopilar la experiencia del sitio en los blogs	Contactar a los actuales bloggers de Vanguardia.com
Abril 23-30	Analizar las falencias de accesibilidad y modo de participación en la sección de los blogs	Divulgar encuestas electrónicas diagnósticas sobre los blogs de la página
Mayo 3-14	Contrastar las experiencias de los bloggers con los resultados cuantitativos de la plataforma blog.	Realizar entrevistas a profundidad a bloggers antiguos y nuevos de Vanguardia.com
Mayo 14-21	Analizar el contenido que se maneja actualmente para plantear opciones más apropiadas y cubrir un mayor rango de temas	realizar un análisis de contenido de una serie de muestras de entradas a los blogs de Vanguardia.com
Septiembre 21-31	Realizar el diagnóstico con los resultados encontrados	
Septiembre - Diciembre		Elaborar el documento escrito

3.6. PRESUPUESTO DEL PROYECTO

Duración: 6 meses
Fecha de Inicio: Diciembre 15 de 201 Fecha de Finalización: Junio 15 de 2010

RUBRO	DETALLE			VALOR TOTAL
	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNIDAD	
EQUIPOS				\$170.000
Computador	100	Hora	\$1.200	\$120.000
Internet	100	Hora	\$500	\$50.000
MATERIALES				\$64.100
Carpetas	5	Fotocopia	\$500	\$2.500

Hoja Tamaño Carta	1	Resma	\$10.000	\$10.000
Impresiones	140	Hoja	\$300	\$42.000
Trabajo Final	4	CD	\$600	\$2.400
Impresiones	4	CD Label	\$800	\$3.200
Trabajo Final	1	Encuadernación	\$4.000	\$4.000
TRANSPORTE				\$14.000
Asesorías	5		\$2.800	\$14.000
OTROS				\$3.780.000
Salario	12	Salario quincena	\$315.000	\$3.780.000
TOTAL				\$4.028.000

4. RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO

Dentro del proceso de la pasantía se recopiló información sobre los blogs de la edición digital de Vanguardia Liberal, se realizó una encuesta y una convocatoria para invitar a nuevos bloggers, entre otras actividades.

4.1. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

En el proceso de recopilación de información, lo primero que se consideró fue la relativa uniformidad en el lenguaje escrito de los blogs, puesto que desde el principio el modo de escritura no se relaciona con los planteamientos de la web 2.0, por lo tanto, la plataforma debe asegurar un seguimiento de cada uno de los contenidos.

Probablemente debido a que no existe un regulador activo del periódico sobre quienes escriben en estos espacios, la mayoría de blogs resultan tediosos en su lectura y suelen realizar entradas demasiado largas o demasiado cortas.

El tiempo de observación del comportamiento de la plataforma puede dividirse en dos partes: antes, con los blogs ya vinculados a Vanguardia.com, y después del lanzamiento de la convocatoria para el ingreso de nuevos blogs.

Hasta la primera etapa la plataforma fue poco visitada y poco actualizada. En ella se evidenciaron casos de blogs como PC-Nerds, Desparche Total o Construyendo Ciudad, que llevaban más de 2 meses sin una entrada nueva y los blogs pertenecientes a empresas o relacionados con temas gerenciales, motivacionales o similares tuvieron más respuesta por parte de los usuarios.

Resulta necesario realizar una diferenciación entre el modo de escritura de muchos de los blogs con relación al periódico impreso. Dentro de Vanguardia

Liberal existen varios estilos aplicables a la página escrita, que incluyen distintos recursos que evitan los grandes bloques de texto y hacen que la lectura sea más personalizada para el lector. Las diversas herramientas, como los datos, las líneas de tiempo y las cifras oxigenan visualmente la página; además, facilitan una lectura en el papel, de manera similar a la que se plantea en las teorías de hipervínculos para la web.

A pesar que las estadísticas de la página www.vanguardia.com registran que las entradas de los blogs representan un número minúsculo en comparación a las entradas que genera el sitio completo, sí hubo algún seguimiento del público sobre ellos. Los usuarios consultan algunos temas en particular, como medio ambiente o ciudad, con propósitos de documentación.

Por otra parte, al indagar por el backup informático del sitio se confirmó que algunas características del software utilizado impiden la explotación de la plataforma de la forma en que lo hacen otros medios como El Tiempo y El Espectador, por citar unos ejemplos. Sin embargo, cabe analizar que existen factores de tipo estético y visual que influye mucho en la calidad y visibilidad de un blog.

Para llegar de Vanguardia.com a un blog específico, no solo hay que realizar un paneo completo y arrastrar la presentación hasta llegar a la parte inferior derecha del portal, que según teóricos del diseño web, es la sección de una página que menos se ve y a la que se llega solo por interés particular, sino que además hay que dar dos clicks aparte.

Esto en términos de uso hace la diferencia entre que el blog se lea o no y, para el caso específico, con el diseño y la posición dentro del portal, es muy difícil que los blogger consigan visitantes espontáneos.

En relación con las estadísticas del portal y los blogs, si bien es cierto que no se puede comparar el interés por el portal de noticia con el interés por lo que se postea en los blogs, sí existe una marcadísima diferencia entre ambos. Así por ejemplo, en mayo quien tuvo mayor público visitante fue el blog de Medio Ambiente con 2.597 entradas, lo cual equivale al 0,17% en comparación con marzo, el mes con más visitas de los reseñados con 1.461.006.

Estas cifras tienen su raíz en la poca actualización que tienen los blogs, que, según los testimonios de algunos de los autores, estaría propiciada por el poco contacto entre casa editorial y blogueros, algunos de los cuales consideran que escribir en este espacio es un favor para el periódico.

4.2. ENCUESTAS Y ENTREVISTAS

Paralelo a esta actividad se difundió, a través de www.vanguardia.com, una encuesta piloto, la cual mostró desconocimiento de la sección de blogs por parte de los lectores, así como un número reducido de visitas a los mismos.

4.2.1. Encuesta virtual

Para realizar la encuesta piloto se utilizó la encuesta diaria que se publica en Vanguardia.com para registrar las opiniones de los usuarios sobre temas de interés.

Entre los resultados hallados como producto de esta encuesta se encontró que 353 personas, equivalentes a un 58% de los votantes nunca leen los blogs. El resultado es en sí diciente; sin embargo, si se añade a los 110, equivalentes al 18,1%, que dicen leerlos de vez en cuando, es posible afirmar que la plataforma es realmente poco vista y poco utilizada.

Asimismo, 146 votantes, equivalentes al 24% restante, respondieron que leen frecuentemente los blogs, lo cual demuestra que el público mayoritario de los bloggers es cautivo, permanece como lector, ya que la encuesta demostró que la lectura frecuente es la segunda opción más votada.

Esta encuesta fue realizada el 3 de mayo de 2010 y tuvo dos días y medio de duración en la web.

Por otra parte, se realizó un monitoreo durante tres meses, entre mayo y julio de 2010, acerca del número de entradas (actualizaciones) en los blogs existentes para aquel momento.

Este monitoreo arrojó que la audiencia de los blogs empieza a descender gradualmente en casos como los blogs de la *Corporación Colombia Digital*, de 681 en mayo a 373 en julio; *Construyendo Ciudad*, 230 en mayo a 90 en julio; *Gerencia y Mercadeo*, de 106 en mayo a 28 en julio; Medio Ambiente, de 2597 en mayo a 1079 en julio, y Paisaje Urbano, de 618 en mayo a 228 en julio, donde la curva es descendente. Ver anexos.

Cabe anotar que estos blogs que presentan una curva descendente son los más antiguos del sitio.

La audiencia sube gradualmente en los blogs nuevos para entonces, como en los casos de *En la esquina*, de 285 en junio a 355 julio, *Valores*, de 312 en junio a 376 en julio; *Tendencias e influencia*, de 40 en junio a 62 en julio, y *Desparche total* se mantiene estable. Es de resaltar el número de visitas a estos blogs, puesto que algunos tienen un público cautivo mucho mayor que otros.

Para el caso comparativo, el blog *Medio Ambiente* es uno de los más activos en cuanto a entradas, presenta un pico en mayo de 2.597 visitas y mantiene su audiencia en la muestra por encima de los mil. Por otra parte *Construyendo*

ciudad, otro de los bloggers de mayor antigüedad, cierra la muestra con tan solo 90 visitantes en julio, considerando que este blog fue actualizado una sola vez en ese lapso. Ver anexos.

4.2.2. Encuestas físicas

Para establecer cualitativamente los intereses del público que entra a Vanguardia.com y a su sección de blogs se realizaron 80 encuestas a población aleatoria, 50 de manera virtual y 30 físicas. De estas solo se tomaron como resultados las de los usuarios que aseguraron conocer la plataforma.

Lo primero que puede resaltarse es que la población muestra respondió en un 59% que no conocía sobre la plataforma blog de Vanguardia.com, lo cual evidencia el poco despliegue de la misma. Por tanto, la muestra quedó reducida a las 33 personas equivalentes al 41% que dijeron sí conocer los blogs.

La frecuencia con la que estas personas acceden a esta plataforma es, en su mayoría, mensualmente, lo cual resulta lógico, considerando que la frecuencia de actualización de los blogs no es muy alta. Sin embargo, también prima el “de vez en cuando” para las visitas al sitio, lo que reafirma que los blogs son visitados como suplemento de Vanguardia.com y no por presencia propia en el sitio.

A diferencia de otros medios del país, en el que existe un blog *estrella* que genera visitas para sus compañeros, en el caso de Vanguardia.com, la mayoría (61%) de los encuestados respondieron que no tienen preferencia por algún blog en particular. Sin embargo, los que respondieron afirmativamente optaron por el blog de *Construyendo ciudad*.

En esta pregunta cabe anotar que el blog de la *Corporación Colombia Digital* y el de *Medio Ambiente* fueron los que más se actualizaron en el transcurso de la

observación, mientras que el blog *Desparche Total*, dejó de actualizarse en enero de 2010.

Por otra parte, el índice de recordación de las entradas también queda en un segundo plano, luego de que la gran mayoría (79%) de los encuestados negara recordar una entrada en particular.

Para el registro, quienes sí recordaron, colocan *Un hacinamiento estrato 6*, de enero 25, en el blog *Paisaje Urbano* entre sus preferidas, anotando que esta entrada del blogger Jaime Rodríguez Buitrago está dividida en dos entregas amplias y con fotografías, en las que habla de la congestión en varios barrios de estrato alto. Es de las pocas entradas en toda la observación que registró comentarios.

Esta última experiencia, junto con la regularidad del blog de 'Medio Ambiente', muestra que con una actualización regular y utilizando recursos extras, se pueden conseguir resultados en la plataforma.

Finalmente, entre las sugerencias al sitio, los encuestados revelaron que la plataforma debe mejorar y agregar herramientas interactivas, propias del estado actual de la web, como vídeos, audios y demás recursos.

Es de resaltar, además, en la percepción de poca pertenencia entre Vanguardia y sus blogs, tomando que un 64% de los encuestados no relacionan al diario y sus blogs y un 55% creen que son portales independientes.

4.2.3. Entrevistas a los Bloggers

Se aplicó una entrevista modelo para seis de los ocho *bloggers* que escriben en Vanguardia.com. La entrevista era de respuesta libre y la extensión de la misma dependía enteramente de la persona.

De lo más dicente que surgió en las entrevistas fue la constante sobre el poco seguimiento que hace Vanguardia a sus bloggers y el poco contacto que hay entre estas dos instancias. Sumado a que los bloggers no tienen un editor o una cabeza dentro de Vanguardia que sea guía o que al menos envíe un reporte a los escritores.

Asimismo, los mismos bloggers sostienen que perciben una baja retroalimentación del sitio y una comunicación nula con los representantes de Vanguardia Liberal, por lo que desde el sitio no se dan demasiados detalles sobre el número de visitas, los tópicos de mayor rotación y los modos de promocionar la plataforma.

La primera entrevista fue realizada a Raymundo Vanegas, autor del blog *Construyendo ciudad*, que aseguró que su llegada al blog que tiene en la página surgió por invitación del director de Vanguardia Liberal.

Asimismo, sostuvo que las entradas que realiza son “ocasionalmente”, pues dice no tener un estándar fijo para las entradas que realiza a su blog.

A pesar de esto, sostiene que el blog es importante para él, pues sirve para “compartir inquietudes para mejorar calidad de vida” y eso se complementa con la temática de sus entradas, todas de orden local.

Vanegas es el primero en afirmar que es poca la respuesta de la gente a los blogs, puesto que “falta promoción de los blogs a través del mismo medio”, y agrega que

no tiene contacto con encargados del periódico, “no hay seguimiento, ni información sobre número de visitas”.

En la entrevista con el blogger con más visitas en Vanguardia.com, María Victoria Gualdrón, de Medio ambiente, asegura que anteriormente realizaba entradas semanales; sin embargo, ha disminuido el número con el tiempo.

Su llegada al diario fue por medio de concurso, cuando se abrió una convocatoria para el espacio y desde entonces, considera que la respuesta del público a su blog “ha sido excelente, me han contactado personas de varios países realizando consultas más especializadas. También lo utilizan mucho para realizar tareas”, explica.

Sobre su contacto con Vanguardia Liberal, sostiene que es nulo; sin embargo, añade que “a veces me escriben”.

La entrevista con la *Corporación Colombia Digital* se hizo por medio de Ángela Bohórquez, quien sostuvo representar a la compañía, pues explicó que “la Corporación Colombia Digital tenía previamente un blog en El Tiempo y nuestra idea era tener otros blogs en periódicos regionales con el fin de tener más presencia en medios y reconocimiento en otros lugares del país diferentes a la capital”.

Como posición de la empresa, Bohórquez sostiene que intentan actualizar el blog una vez por semana.

En esta entrevista se reitera que la retroalimentación en el blog es baja y consideran que “quizá no está siendo lo suficientemente percibido. No hay casi observaciones tampoco”. A pesar de esto resalta al editor web, Editson Chacón, con quien se comunican en caso de algún inconveniente, a pesar de esto, recalca que, “es una interacción poco frecuente”.

En la entrevista con Jaime Rodríguez de Paisaje Urbano sostiene que la idea surgió después de haber incursionado en la escritura; sin embargo, asegura que sus entradas se colocan según su tiempo disponible y añade que para las entradas realiza investigaciones “en Curaduría, Corporación de Defensa, Alcaldía, etc., lo cual exige tiempo”.

Aunque Rodríguez dejó algunas preguntas sin responder, afirmó que “tengo contacto con Vanguardia en el momento de la publicación, generalmente”.

La entrevista con Víctor Hugo Niño Villamizar, del blog *En la Esquina*, uno de los últimos bloggers en entrar en la última convocatoria de Vanguardia Liberal, aseguró que se presentó a la convocatoria porque creyó tener más difusión en la web del periódico. Sostiene que trata de actualizar el blog dos veces por mes aunque su contacto con el periódico es muy poco, exceptuando en el momento de crear el blog.

Por su parte, Edwin Josué Plata, es el blogger de *Valores*, otro de los últimos en entrar a la plataforma de Vanguardia Liberal y asegura que trata de actualizar el blog cada dos semanas, aunque confiesa que suele tardar un poco más.

Aunque confiesa que nunca había tenido un blog considera importante participar en el espacio “para que muchas personas lo lean, reflexionen y cambien su forma de pensar a través de mis escritos”.

Aunque su blog es de los más recientes, reconoce la retroalimentación de los visitantes y resalta los comentarios de las personas: “la mayoría hacen comentarios muy positivos y de reflexión que respaldan lo que trato de reflejar a través del blog”.

Sobre el contacto con Vanguardia admite que es “muy mínimo”, y resalta que el contacto sólo lo tuvo cuando fue elegido, con el propósito de entregar las claves de entrada al sitio. Ver anexo.

4.3. ANÁLISIS DE LA PLATAFORMA BLOG

Los resultados de las estadísticas y las encuestas realizadas a algunos bloggers y al público en particular del sitio, permitió observar que las entradas de los distintos bloggers de Vanguardia Liberal en la web no es constante y depende mucho de lo que encuentren sobre el camino, lo cual impidió un crecimiento del interés de la plataforma.

Las diversas propuestas presentadas por los posibles nuevos bloggers para el sitio demostraron que los cinco blogs existentes en el portal resultaban insuficientes y las entradas muy esporádicas impedían que se retomara el gusto por acceder a la sección de blogs.

El especial del Mundial de Fútbol, Sudáfrica 2010, justificó una plataforma alterna interesante, puesto que la administración del sitio admitió un espacio de comentaristas/bloggers abierto en un principio para los trabajadores del periódico.

Para empezar a realizar un diagnóstico, lo primero que se consideró fue la relativa uniformidad en el lenguaje escrito de los blogs, puesto que desde el principio el modo de escritura no se relaciona con los planteamientos de la web 2.0. Por lo tanto, la plataforma debe asegurar un seguimiento de cada uno de los contenidos.

Probablemente debido a que no existe un regulador activo del periódico sobre quienes escriben en estos espacios, la mayoría de blogs resultan tediosos en su lectura y suelen realizar entradas demasiado largas o demasiado cortas.

Entre los factores estéticos y visuales que influye mucho en la calidad y visibilidad de un blog se encuentran:

La plantilla usada por cada bloguero para llenar su entrada es totalmente disímil y ajena gráficamente a la plataforma de Vanguardia.com; mientras que la página principal del sitio tiene un diseño y una configuración que el visitante identifica inmediatamente con Vanguardia Liberal.

Los blogs poseen un diseño referenciado únicamente por el logo de Vanguardia.com ubicado en un sector de la plantilla.

Este podría parecer un detalle menor, pero en cuestiones de recordación y funcionalidad del blog es muy importante, ya que además de desligar el contenido de este a la página principal, también la separa de la identidad del portal.

Esto es un problema para ambas páginas: para el periódico, porque no identifica la plataforma blog como algo influyente y de importancia para Vanguardia y la hace ver como un apéndice nada más. También es problemático para el blog, que resulta aislado del portal y no puede utilizar la identidad y el posicionamiento del periódico para su utilidad.

Además de este factor, también se debe resaltar las facilidades para llegar de la página portada hasta el contenido del blog, ya que la utilidad y la diferencia entre captar un visitante radica en cuantos *clicks* se deban hacer para llegar hasta el lugar.

Para llegar de Vanguardia.com a un blog específico, no solo hay que realizar un paneo completo y arrastrar la presentación hasta llegar a la parte inferior derecha del portal, que según teóricos del diseño web, es la sección de una página que menos se ve y a la que se llega solo por interés particular, sino que además hay que dar dos *clicks* aparte. Esto en términos de uso hace la diferencia entre que el

blog sea leído o no y, para el caso específico, con el diseño y la posición dentro del portal es muy difícil que los blogger consigan visitantes espontáneos.

A pesar de las dificultades informáticas que pueda presentar el portal en la sección blog, se podría explotar mucho más efectivamente este sitio si se adoptan algunas de las medidas expresadas en este texto, desde la reducción del bloque de texto y la inclusión de videos y audios, hasta el reposicionamiento desde la página o la adhesión de los blogs al diseño estándar de Vanguardia.com.

Aunque es de resaltar el hecho de que Vanguardia Liberal tenga un experimento activo de este tipo, que muchos otros diarios online no poseen, es vital recomendar a los blogger la adopción de ciertos estilos que identifiquen al blog dentro de los protocolos necesarios para tener más usabilidad. De esta manera, la plataforma podrá avanzar y con ella, sumar otro *plus* a la edición online y aumentar el tráfico del sitio.

4.4. CONVOCATORIA

El proceso de pasantía incluyó, además, la realización de una convocatoria, por parte de Vanguardia Liberal invitando a los lectores a ser bloggers, la cual apareció en la página principal del sitio web. El propósito de la iniciativa fue promover el ingreso de nuevos bloggers. A esta convocatoria virtual se presentaron más de 20 propuestas y fue cerrada comenzando el mes de junio.

En el análisis realizado a una primera muestra de 20 blogs pilotos, se pueden hacer algunas observaciones previas:

La primera es que en muchos de los escritos se obvian una gran cantidad de tildes, no como un error de ortografía, sino una omisión en sitios donde el corrector de Word no identifica la posición de la tilde. Por supuesto, también existe el caso del error ortográfico en sitios donde se omiten comas y tildes, lo cual da a

entender que la labor del editor para los contenidos antes de ser montados en el sitio es clave, ya que más allá de todas las plataformas, la web debe asegurar la calidad y claridad de la escritura, incluso en su zona de participación.

El segundo factor está en la forma de escritura. En los 20 blogs que fueron enviados como propuesta a los que se tuvo acceso se evidencia la escritura de un texto más o menos ordenado y con una idea ulterior, lo cual es correcto para empezar, pero como escritura para la web es aún deficiente. Carece de hipervínculos o recursos que hagan de la lectura más interactiva para quienes se encuentran en el sitio. Además les hace falta conceptos de ubicación en la web, como ayudarse de otras plataformas como *Flickr*, o inclusive *Picasa*, para hacer más interactiva la experiencia del blog.

A continuación una breve reseña de los blogs que se presentaron en la convocatoria hecha por Vanguardia.com:

Tema: Moda

En una forma narrativa cercano a lo literario, la reflexión de este texto gira en torno a las tendencias de la moda de las jóvenes bumanguesas y acerca de la repetición en cuanto a los estándares de belleza en las adolescentes.

Tema: Estilo de Vida

También se le podría llamar, por referencia del mismo autor, *De la Vagancia Saludable*. La propuesta de este blogger es hacer un elogio a lo que él llama la vagancia saludable, responsabilizando a las prisas de la vida diaria para justificar el estado de pereza colectiva, en momentos comunes como domingos. Es posible considerar este experimento como una investigación a todas las formas conocidas de hacer pereza y una analogía a la misma.

Tema: México en mi piel

Este blog es el primero de una serie dedicada a la vida en otros países, en este particularmente en México, donde se realiza una descripción bastante rica de San Miguel de Allende, un pueblo antiguo mexicano.

Tema: La vida de un colombiano en Holanda

Segunda propuesta sobre la vida en otros países, para este caso: Holanda. Parte del texto se centra en las condiciones climáticas que tiene que lidiar la autora del texto y las bajas temperaturas que tiene que soportar. Además, aborda *tips* de vida que son desconocidos en Colombia, como el uso de las bicicletas para desplazarse hacia el trabajo y los trabajos de en distintas ciudades europeas, en lo cual se centra el texto. La experiencia contada es rica en detalles y el texto interesa al lector que desconoce ciertos modos de vida, sin embargo desaprovecha herramientas como videos e imágenes.

Tema: Seguridad y Salud Ocupacional

Este blog es el primero de una serie dedicado a temas más densos, como la salud o las empresas. En este particularmente se habla del trabajo en alturas y los riesgos y oportunidades que podría ofrecer el gobierno para aquellas personas que tienen este tipo de trabajos.

Tema: Salud

Este es el segundo blog de la serie de temas relacionados a la salud y las empresas, se abordan estrategias que se deben tener en cuenta para reformar de manera integral el sistema de seguridad social en salud.

Tema: De la Independencia al Bicentenario: Historia para mortales

El tema del Bicentenario toma varios espacios dentro de las propuestas presentadas para Vanguardia.com. En esta se realiza una reflexión en torno al evento en la historia y sus representaciones actuales.

Tema: ¿Qué significa la Independencia para los colombianos en la actualidad?

Segunda propuesta que aborda el Bicentenario. En esta entrada, en un estilo narrativo que intercala eventos del pasado y presente, el autor trata las repercusiones de la celebración para los jóvenes en la actualidad.

Tema: Turismo ecológico, turismo contemplativo

Esta propuesta sobre turismo ecológico habla de algunos destinos para este tipo de turismo: en este caso, cómo llegar hasta la Sierra Nevada del Cocuy. Aunque es imposible conocer cómo pretendía la autora plasmar el texto en un posible blog, hubiera sido útil alimentar la lectura con imágenes y, por supuesto, Google Maps y demás herramientas de GPS que provee el mismo Google.

Tema: Valores

Este blog consiste en una exploración a modo de reflexión sobre los valores, con poca aplicación para un modulo web, y el modo en el que está escrito no propicia el uso de la web 2.0 para su difusión.

Tema: Tecnología

Este blog dedicado a la tecnología en general, aborda en una primera entrada el modo de usar *TwitDate* en *Twitter* para conseguir pareja, y muestra todas las capacidades de la red social para ayudar a este propósito.

Tema: Ubíquo

Este blog consiste en informar a los lectores sobre la necesidad de contar con sistemas portables y conectados, en informática. Presenta una gran cantidad de datos que serían bien aprovechados si los acercaran a los lectores de todo tipo.

Tema: Participación ciudadana y desarrollo urbano

En este blog se abarca algunos temas de carácter local y una revisión de la gestión del Alcalde Fernando Vargas y el plan de gobierno *Bucaramanga: Empresa de Todos*.

Tema: Pedagogía y educación

Consiste en un texto explicativo sobre la formación de los niños y los pre-adolescentes.

Tema: Cómo elevar el nivel de compromiso en la empresa

Es el segundo blog basado en empresas y temas de carácter organizacional. En este, precisamente, se tratan temas sobre cómo contagiar de espíritu empresarial a los empleados.

Tema: Licitaciones, una estrategia PYME

Este blog trata aspectos relacionados con el mercado de las compras públicas, la Ley 80 de contratación pública y el Decreto 1150 que la modificó. Asimismo, hace referencia a alguna otra página, pero no ofrece información muy exacta.

Tema: Varios (cultura, política, fútbol, economía, medio ambiente)

La propuesta de este blog gira en torno a la televisión y la educación. Hace una revisión sobre los impactos de la televisión nacional, como la que ofrecen los servicios de televisión por cable y presenta varios datos estadísticos al respecto.

Tema: Actualidad, Cosas cotidianas, Humor.

Este blog está escrito de manera jocosa, colocando a manera de anécdotas una serie de referencias al sedentarismo y ciertos asuntos de la infancia del autor. La escritura se hace entretenida aunque no explora demasiados recursos.

Tema: El nihilismo

Este blog escrito de forma totalmente literaria, narra las desventuras del autor en Bucaramanga y lo hace de manera jocosa, con grandes dosis de sarcasmos y humor negro propio de quien no le agrada mucho su condición de bumangués. Aunque su lectura es entretenida, no aplica muchos conceptos de escritura en web.

Tema: Ser gay en la ciudad – de la diferencia a la indiferencia

Este blog explora la realidad de los homosexuales en la ciudad y hace una reflexión en torno a las calificaciones que se hacen de estas personas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La dinámica que ha impuesto Vanguardia.com le ha permitido estar a la altura para competir con otros grandes portales noticiosos del país, optimizando todos sus canales de comunicación y así tener las noticias actualizadas permanentemente, por lo cual, al estar desactualizada, la plataforma blog desentona con el ritmo del sitio web.

Además, las impresiones expuestas por los blogueros en las entrevistas, junto con las marcadas diferencias de ingreso de los usuarios al sitio web de Vanguardia en comparación con quienes entran a los blogs, permite deducir que el interés por estos últimos también se hace mínimo de parte de los visitantes al sitio.

A pesar de las dificultades informáticas que pueda presentar el portal en la sección blog, se podría explotar mucho más efectivamente este sitio si se adoptan algunas de las medidas expresadas en este texto, desde la reducción del bloque de texto y la inclusión de videos y audios, hasta el reposicionamiento desde la página o la adhesión de los blogs al diseño estándar de Vanguardia.com.

Aunque es de resaltar el hecho de que Vanguardia Liberal tenga un experimento activo de este tipo, que muchos otros diarios online no poseen, es vital recomendar a los blogueros la adopción de ciertos estilos que identifiquen al blog dentro de los protocolos necesarios para tener más usabilidad. De esta manera, la plataforma podrá avanzar y con ella, sumar otro *plus* a la edición *online* y aumentar el tráfico del sitio.

Por otra parte, se hace necesario optimizar los canales de comunicación entre el blogger y el portal, ya que la inconexión entre ambas partes propicia un desarraigo del autor por su espacio.

La realización de este diagnóstico se hizo en base a la observación de la parte con mayores falencias dentro de Vanguardia.com. Sin embargo, el contacto con los bloggers y la falta de conocimiento con respecto a cuales continuaban en firme con su espacio, dificultó la elaboración de las entrevistas. Por esta razón, se recomienda mayores y mejores canales de comunicación y un seguimiento a la sección de blogs en el portal.

BIBLIOGRAFIA

Código de ética para participación en eltiempo.com [en línea]. Bogotá, Colombia: Versión digital del diario El Tiempo. Disponible en Internet: <http://www.eltiempo.com/blogs/eltiempo/codigo-de-etica.php>

COSTA PEREIRA, Henrique, "la ética invisible de los blogs", 26 de junio de 2006. Disponible en: <http://corsaria.zonalibre.org/archives/094933.html>

O'REILLY, Tim, "Draft Blogger's Code of Conduct" 8 de abril de 2007. Disponible en: <http://radar.oreilly.com/archives/2007/04/draft-bloggers-1.html>

SHEA, Virginia. "NETiquette", 1994. Disponible en: <http://www.albion.com/netiquette/corerules.html>

BOWMAN, Shayne y WILLIS, Chris. Nosotros, el medio. Edición virtual. 2003

VANGUARDIA LIBERAL. Misión e Historia. Disponible en internet. <http://www.vanguardia.com/.....> Fecha de última consulta: 25 de enero de 2011

ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA VIRTUAL ÚNICA

Resultado primera encuesta sobre los blogs en Vanguardia.com

¿Lee usted los blogs de Vanguardia.com?

Nunca

353 58%

Frecuentemente

146 24%

De vez en cuando

110 18.1%

Número de votantes: 609

Primer voto: Lunes, 03 de Mayo de 2010 14:58

Último voto: Miércoles, 05 de Mayo de 2010 20:34



ANEXO 2. ENCUESTAS FÍSICAS

Encuestas físicas

Para establecer cualitativamente los intereses de el público que entra a vanguardia.com y a su sección de blogs. Para esto se realizaron 80 encuestas a población aleatoria, realizadas de manera virtual (50) y física (30). De estas solo se tomo como resultados aquellos que aseguraron conocer la plataforma.

Resultados de la encuesta

“Estado de interés sobre los blogs de Vanguardia.com”

Población muestra: 80

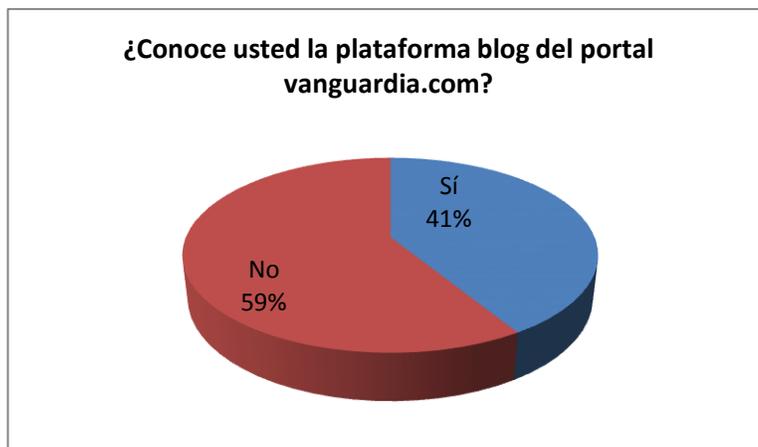
Hombres: 52

Mujeres: 28

1. ¿Conoce usted la plataforma blog del portal Vanguardia.com?

Sí: 33

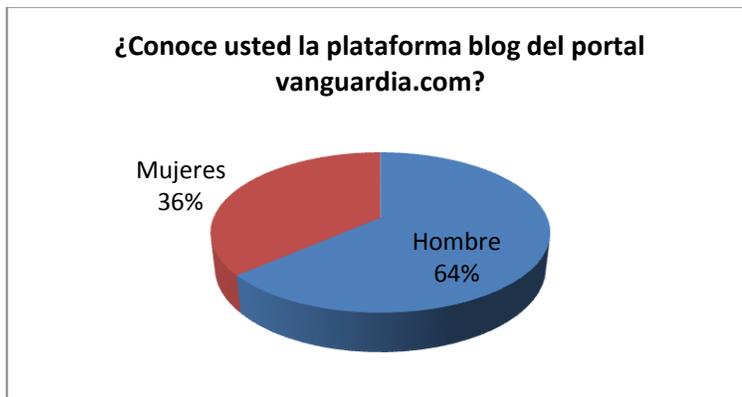
No: 47



Solo se analizarán los resultados positivos a la primera pregunta, lo cual redujo la población de la muestra a 33

Hombres: 21

Mujeres: 12



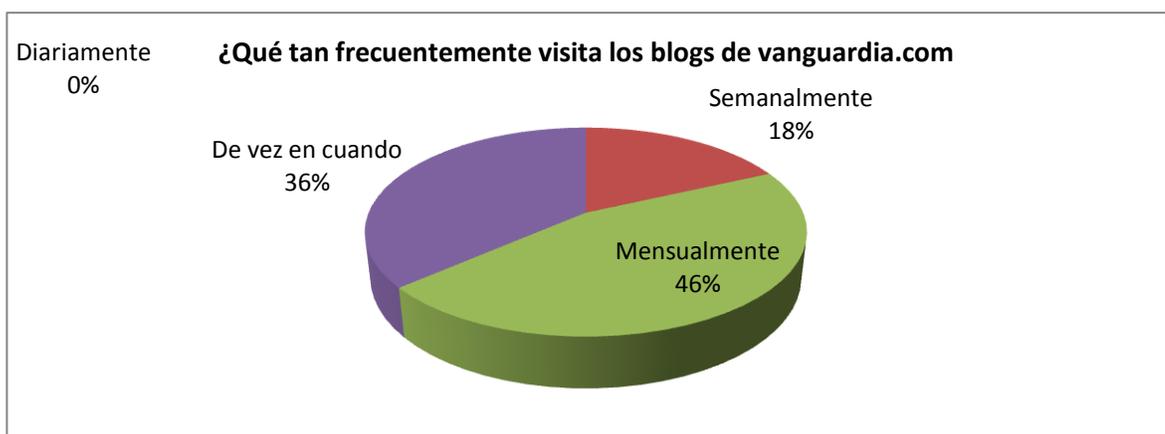
2. ¿Qué tan frecuentemente visita los blogs de Vanguardia.com?

Diariamente: 0

Semanalmente: 6

Mensualmente: 15

De vez en cuando: 12



3. ¿Tiene algún blog que le guste particularmente? Si es así, especifique cual

Si: 13

No: 20



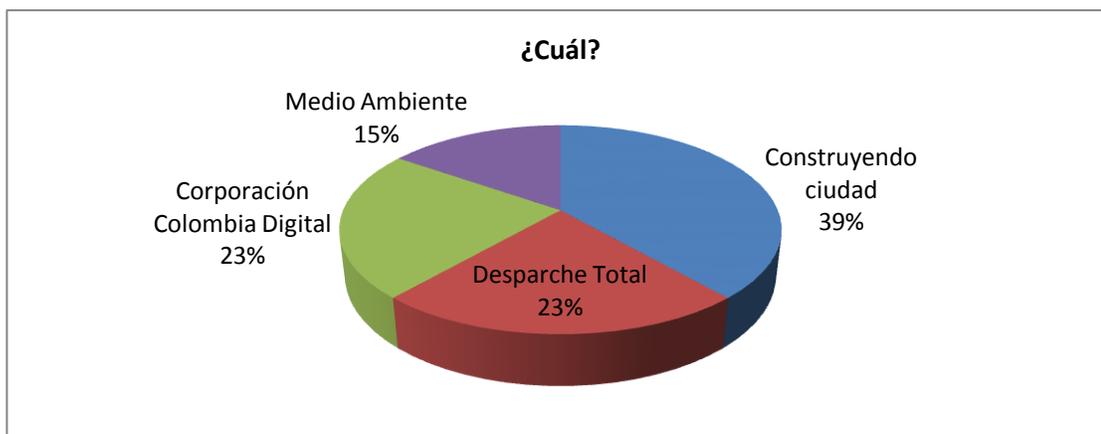
3.1. ¿Cuál?

Construyendo ciudad, de Raimundo Vanegas: 5

Desparche Total, de Juan Daniel Polanco: 3

Corporación Colombia Digital: 3

Medio Ambiente, de María Victoria Gualdrón: 2



En esta pregunta cabe anotar que el blog de la Corporación Colombia Digital y en de Medio Ambiente fueron los que más se actualizaron en el transcurso de la observación, mientras que el blog Desparche Total, dejó de actualizarse en enero de este año.

4. ¿Recuerda alguna entrada que le haya llamado la atención particularmente? Si es así, especifique cual

Sí: 7

No: 26

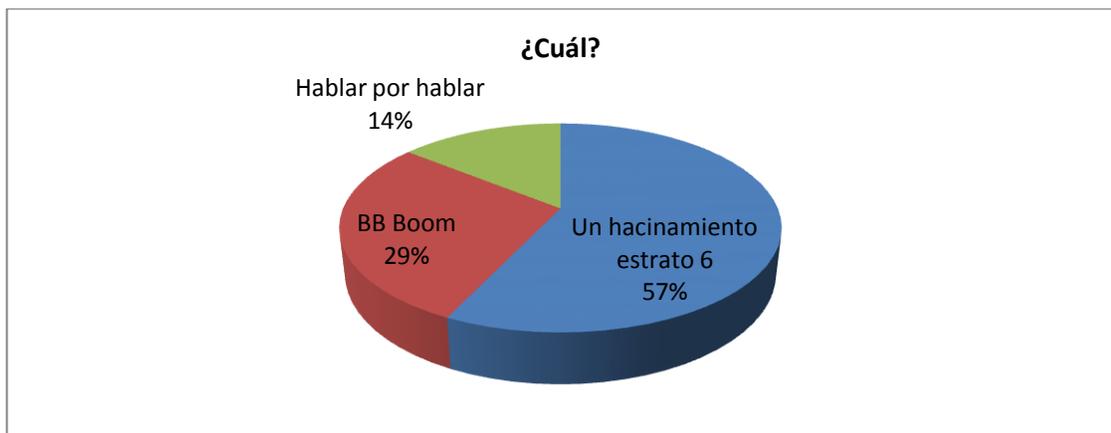


4.1. ¿Cuál?

Un hacinamiento estrato 6 (Enero 25) Blog: Paisaje Urbano: 4

BB Boom (mayo 27) blog: Corporación Colombia Digital: 2

Hablar por hablar (Febrero 17) blog: Construyendo Ciudad: 1



En esta pregunta cabe anotar que la entrada “Un hacinamiento estrato 6” del blog Paisaje Urbano de Jaime Rodríguez Buitrago, está dividida en dos entregas,

amplias y con fotografías, en las que habla de la congestión en varios barrios de estrato alto. Es de las pocas entradas en toda la observación que registró comentarios.

5. ¿Qué considera usted que le hace falta a los blogs de Vanguardia.com?

Más videos/audios/recursos: 10

Regularidad: 8

Temas interesantes: 6

Más cantidad de bloggers: 4

Mejor diseño: 5

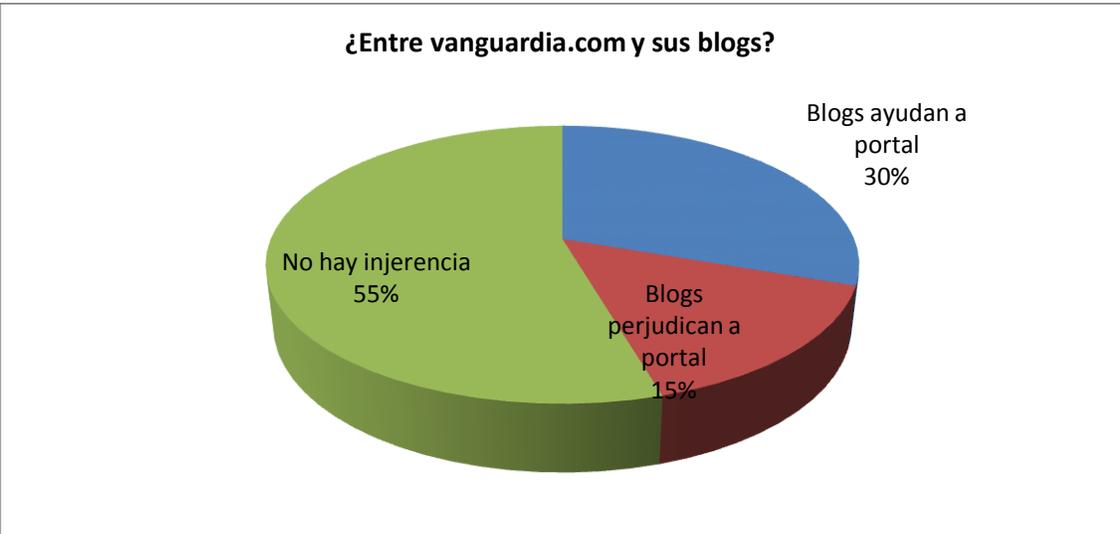


6. Entre Vanguardia.com y su plataforma blog, ud cree que:

Los blogs actuales ayudan a Vanguardia.com: 10

Los blogs actuales perjudican a Vanguardia.com: 5

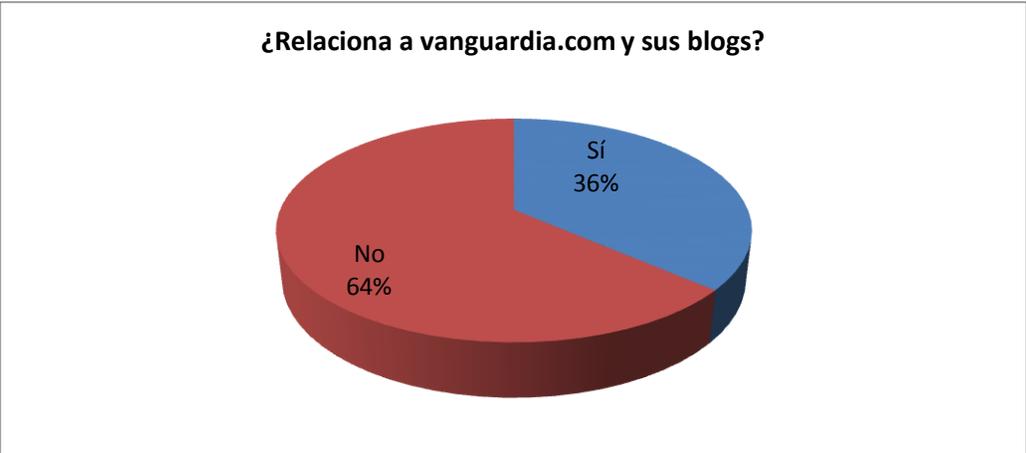
No hay ninguna injerencia. Ambos son independientes: 18



7. Relaciona usted Vanguardia.com con sus blogs

Sí: 12

No: 21



ANEXO 3. CIFRAS Y ESTADÍSTICAS DEL PORTAL

Se tomó en cuenta los índices de entrada de Vanguardia.com a los blogs de los meses de Mayo, Junio y Julio.

Inmediatamente después se anexa el uso de la página entera.

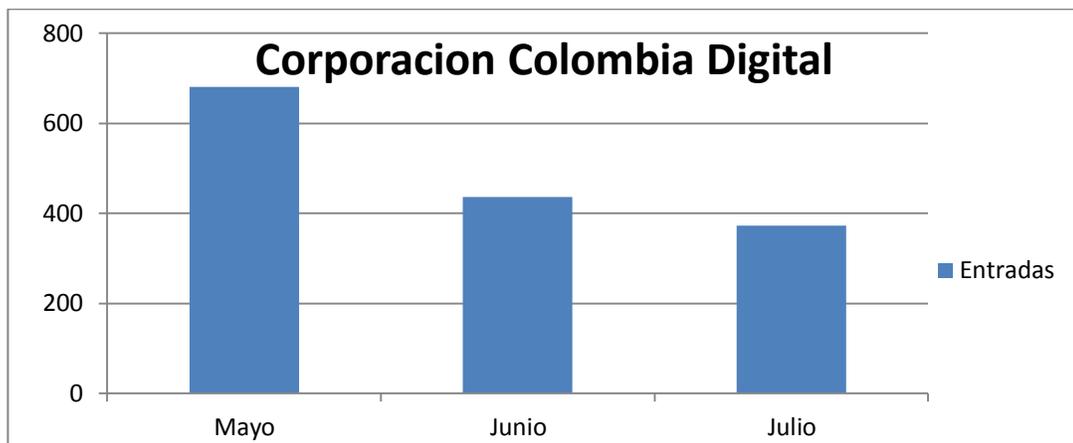
Page views de cada blog por meses

Blog Corporacion Colombia Digital:

Mayo: 681

Junio: 436

Julio: 373

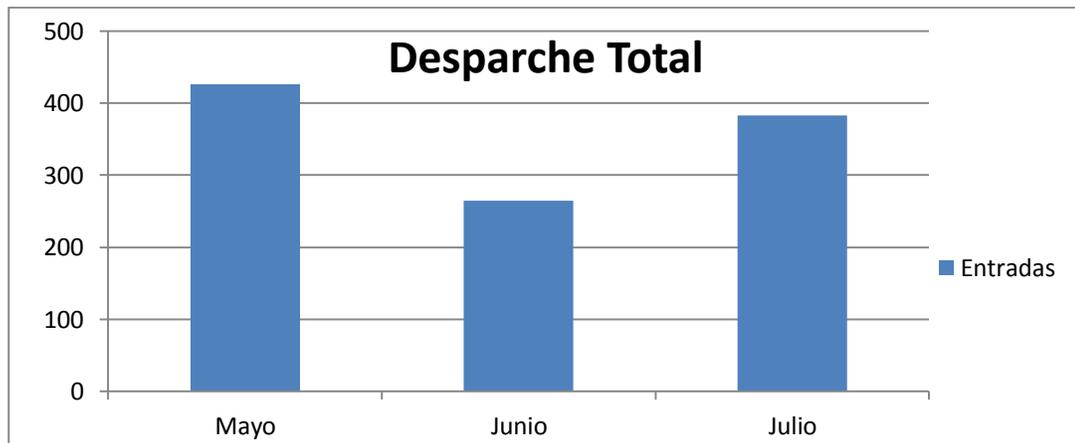


Blog Desparche Total:

Mayo: 426

Junio: 265

Julio: 383

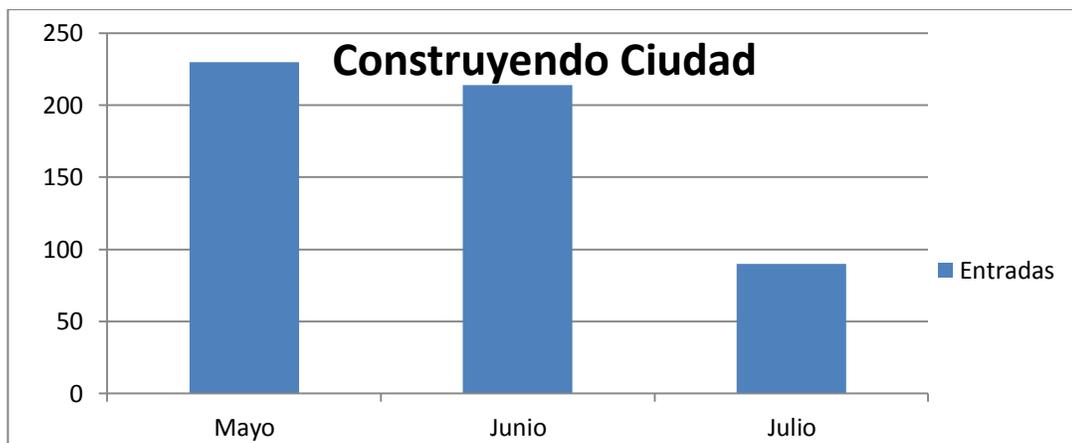


Blog Construyendo Ciudad:

Mayo: 230

Junio: 214

Julio: 90

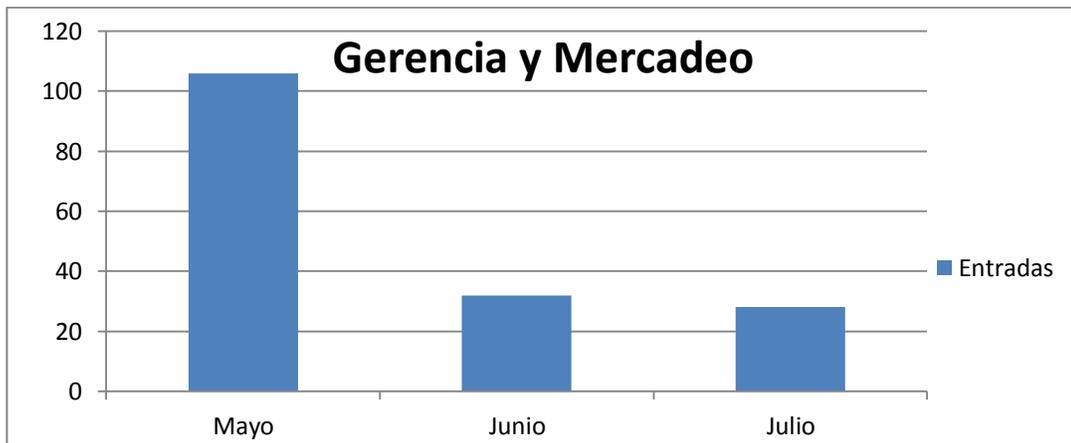


Blog Gerencia y Mercadeo:

Mayo: 106

Junio: 32

Julio: 28

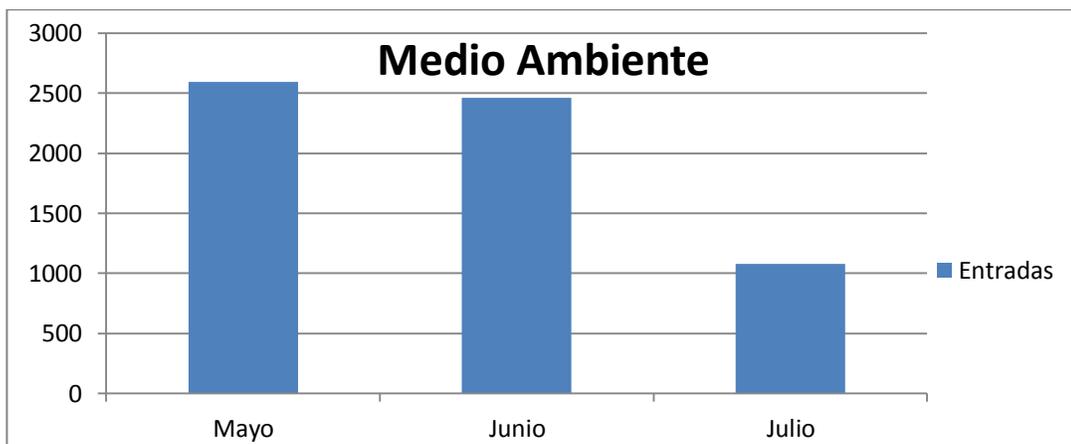


Blog Medio Ambiente:

Mayo: 2597

Junio: 2460

Julio: 1079

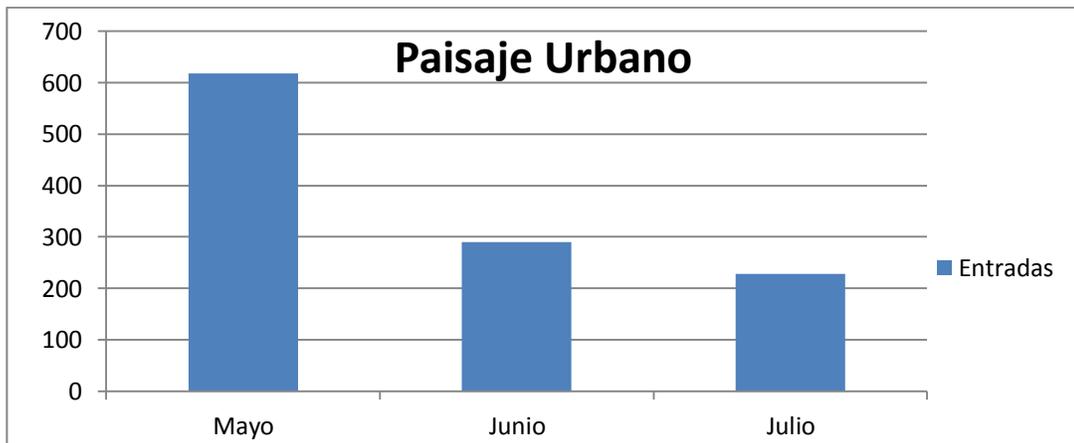


Blog Paisaje Urbano:

Mayo: 618

Junio: 290

Julio: 228

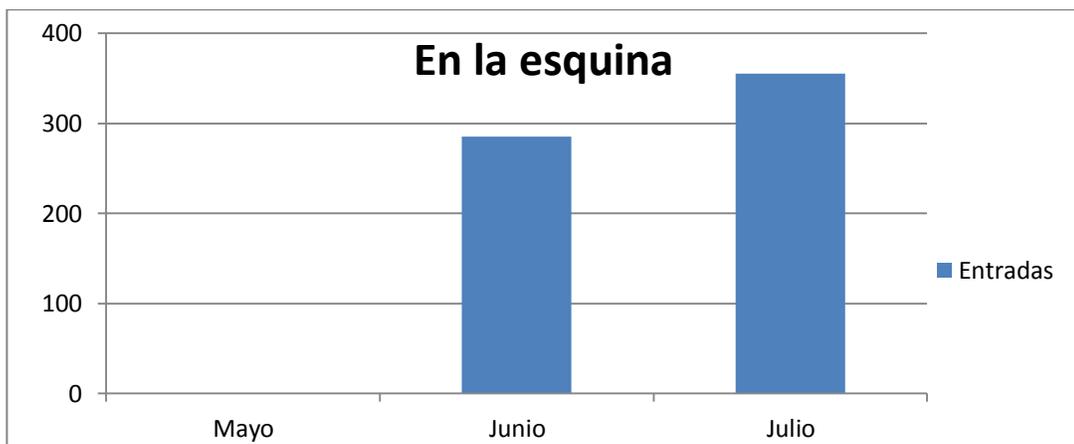


Blog En la esquina (nuevo)

Mayo: 0

Junio: 285

Julio: 355

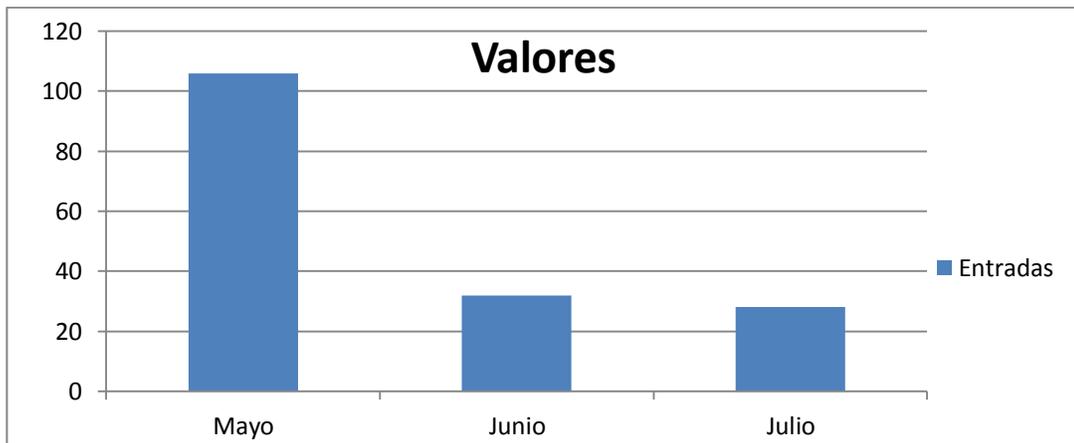


Blog Valores (nuevo)

Mayo: 0

Junio: 312

Julio: 376

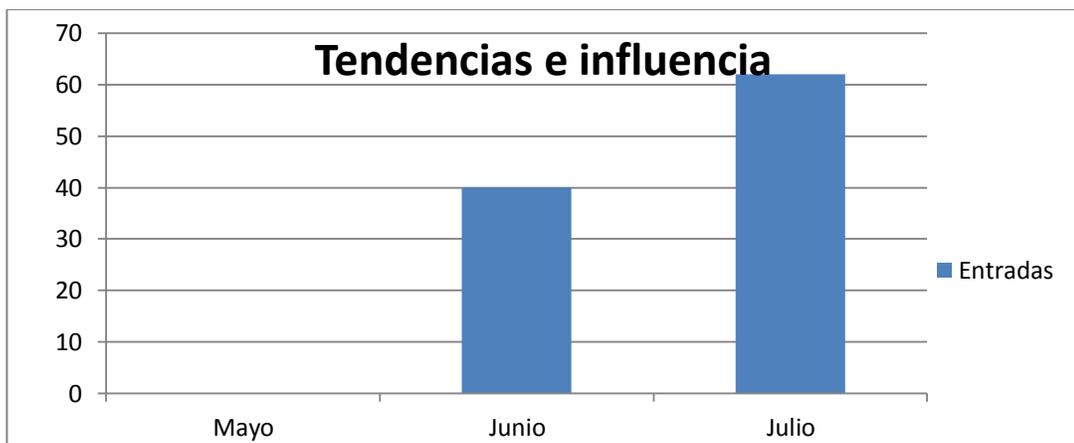


Blog Moda: Tendencias e influencia (nuevo)

Mayo: 0

Junio: 40

Julio: 62



Se denota en las gráficas el descenso paulatino de los blogs que menos se actualizaron y una respuesta positiva de los autores que se mantuvieron constantes, tal es el caso del blog de Medio Ambiente.

Uso del sitio Vanguardia.com para el mes de:

Marzo

Visitas: 1.461.006

Páginas vistas: 6.167.805

Páginas/visita: 4,22

Visitas de usuario único: 727.714

Porcentaje de rebote: 42,20%

Promedio de tiempo en el sitio: 00:05:03

Porcentaje de visitas nuevas: 42,01%

Abril

Visitas: 1.317.596

Páginas vistas: 5.653.589

Páginas/visita: 4,29

Visitas de usuario único: 660.437

Porcentaje de rebote: 41,94%

Promedio de tiempo en el sitio: 00:05:19

Porcentaje de visitas nuevas: 41,71%

Mayo

Visitas: 1.414.825

Páginas vistas: 6.191.995

Páginas/visita: 4,38

Visitas de usuario único: 719.093

Porcentaje de rebote: 42,37%

Promedio de tiempo en el sitio: 00:05:28

Porcentaje de visitas nuevas: 42,45%

N del R: estas cifras fueron proporcionadas por la Intranet de Vanguardia Liberal para el portal del periódico. Para su recopilación se utilizó Google Analytics

ANEXO 4. ENTREVISTAS A LOS BLOGGERS

Se aplicó una encuesta modelo para cuatro de los bloggers que escriben en Vanguardia.com. La encuesta era de respuesta libre y la extensión de la misma dependía enteramente de la persona.

Modelo entrevista para bloggers de Vanguardia.com

Entrevistador: Julián Amorocho B.

Objetivo: tomar el punto de vista de algunos de los bloggers del portal Vanguardia.com para comparar con los datos externos.

Primera entrevista

Entrevistado: Raimundo Vanegas

Blog: Construyendo ciudad

1. ¿Cómo surgió la idea del blog que tiene en la página?:

RV: Surgió por invitación del director

2. ¿Qué tan a menudo realiza nuevas entradas a su blog?

RV: Ocasionalmente, no hay estándares.

3. ¿Qué tan importante ese blog para usted?

RV: Es importante para compartir inquietudes para mejorar calidad de vida

4. ¿Había tenido un blog antes de tener el de Vanguardia.com?

RV: Sí, otro pero de carácter personal

5. ¿Qué respuesta ha recibido de la gente? ¿Perciben su blog? Y si es así ¿qué observaciones le han realizado?

RV: Muy poco, falta promoción de los blogs a través del mismo medio

6. ¿Qué tiene en cuenta al momento de realizar una entrada? o ¿cómo define los temas que tratará?

RV: Todos se realizan de orden local

7. ¿Existe algún blogger nacional o internacional que llame su atención? Si es así, ¿por qué motivo?:

RV: La silla vacía por su prestigio

8. ¿Qué contacto tiene con Vanguardia.com (editor, asesor, etc.) y cada cuanto lo tiene?

RV: Ninguno, no hay seguimiento, ni información sobre número de visitas.

Segunda entrevista

Entrevistado: María Victoria Gualdrón

Blog: Medio ambiente

1. ¿Cómo surgió la idea del blog que tiene en la página?

MVG: Yo empecé con un blog personal hasta que ví que en Vanguardia estaban ofreciendo espacio para Bloggeros y mandé la dirección de mi blog y me dieron el espacio.

2. ¿Qué tan a menudo realiza nuevas entradas a su blog?

MVG: Al principio realizaba entradas todas las semanas, pero desafortunadamente en estos momentos no he tenido mucho tiempo.

3. ¿Qué tan importante ese blog para usted?

MVG: Es muy importante porque me da la oportunidad de llegar a muchas personas con el fin de sensibilizarlas con el tema de Conciencia Ambiental.

4. ¿Había tenido un blog antes de tener el de Vanguardia.com?

MVG: Si

5. ¿Qué respuesta ha recibido de la gente? ¿Perciben su blog? Y si es así ¿qué observaciones le han realizado?

MVG: La respuesta ha sido excelente, me han contactado personas de varios países realizando consultas más especializadas. También lo utilizan mucho para realizar tareas.

6. ¿Qué tiene en cuenta al momento de realizar una entrada? o ¿cómo define los temas que tratará?

MVG: Reviso las noticias actuales, nacionales e internacionales que tienen que ver con el Medio ambiente y analizo su posible efecto en el lector. También saco notas sobre generalidades y videos.

7. ¿Existe algún blogger nacional o internacional que llame su atención? Si es así, ¿por qué motivo?

MVG: Hay muchos, pero en el momento no tengo datos

8. ¿Qué contacto tiene con Vanguardia.com (editor, asesor, etc.) y cada cuanto lo tiene?

MVG: Ninguno, a veces me escriben.

Tercera entrevista

Entrevistado: Ángela Bohórquez representando a la Corporación Colombia Digital

Blog: Corporación Colombia Digital

1. ¿Cómo surgió la idea del blog que tiene en la página?

CCD: La Corporación Colombia Digital tenía previamente un blog en El Tiempo y nuestra idea era tener otros blogs en periódicos regionales con el fin de tener más presencia en medios y reconocimiento en otros lugares del país diferentes a la capital, para generar un espacio de opinión sobre el uso y apropiación de las TIC (tecnologías de la información y la comunicación)

2. ¿Qué tan a menudo realiza nuevas entradas a su blog?

CCD: Tratamos que en la medida de lo posible, sea al menos una vez por semana.

3. ¿Qué tan importante ese blog para usted?

CCD: Muy importante para la organización ya que como comenté anteriormente, este blog forma parte de un medio para constituirnos en un referente TIC en el país a través de la generación de espacios de opinión.

4. ¿Había tenido un blog antes de tener el de Vanguardia.com?

CCD: Si, la Corporación Colombia Digital tiene dos blogs en medios, el primero en El Tiempo y el segundo en El Heraldó.

5. ¿Qué respuesta ha recibido de la gente? ¿Perciben su blog? Y si es así ¿qué observaciones le han realizado?

CCD: Nos han realizado pocos comentarios y en general, hay una baja retroalimentación del blog. Consideramos que quizá no está siendo lo suficientemente percibido. No hay casi observaciones tampoco.

6. ¿Qué tiene en cuenta al momento de realizar una entrada? o ¿cómo define los temas que tratará?

CCD: Debido a la naturaleza de nuestra organización, todos los temas de nuestro blog están orientados hacia lo relacionado con las TIC y su apropiación. Tenemos un equipo de redactores que tienen clara esta línea y son libres de seleccionar que arista de las TIC desean abordar en su entrada, ya que consideramos que es muy importante la perspectiva personal y la experiencia de cada quien para enriquecer nuestro blog.

7. ¿Existe algún blogger nacional o internacional que llame su atención? Si es así, ¿Por qué motivo?

CCD: No tenemos ninguna respuesta clara como organización a esta pregunta.

8. ¿Qué contacto tiene con Vanguardia.com (editor, asesor, etc.) y cada cuanto lo tiene?

CCD: El contacto inicial se hizo con Editson Chacón y es a él a quien le escribimos por e-mail cuando tenemos algún inconveniente, que generalmente son solucionados de manera rápida aunque no se conteste explícitamente el correo en cuestión. Es una interacción poco frecuente.

Cuarta entrevista

Entrevistado: Jaime Rodríguez

Blog: Paisaje Urbano

1. ¿Cómo surgió la idea del blog que tiene en la página?

JR: La idea del blog surgió después de haber escrito varios artículos sobre temas relacionados con la ciudad

2. ¿Qué tan a menudo realiza nuevas entradas a su blog?

JR: Todos los trabajos o temas son colocados según el tiempo disponible que tenga. para algunos he tenido que hacer unas pequeñas investigaciones en curaduría , cooperación de defensa, alcaldía, etc lo cual exige tiempo.

3. ¿Qué tan importante ese blog para usted?

JR: Sin respuesta.

4. ¿Había tenido un blog antes de tener el de Vanguardia.com?

JR: Sin respuesta.

5. ¿Qué respuesta ha recibido de la gente? ¿Perciben su blog? Y si es así ¿qué observaciones le han realizado?

JR: Sin respuesta

6. ¿Qué tiene en cuenta al momento de realizar una entrada? o ¿cómo define los temas que tratará?

JR: los temas los saco de lo que veo en mis desplazamientos por la ciudad o me baso en artículos que se publican en Vanguardia Liberal y otros diarios.

7. ¿Existe algún blogger nacional o internacional que llame su atención? Si es así, ¿Por qué motivo?

JR: Sin respuesta.

8. ¿Qué contacto tiene con Vanguardia.com (editor, asesor, etc.) y cada cuanto lo tiene?

JR: tengo contacto con Vanguardia en el momento de la publicación generalmente.

Quinta entrevista

Entrevistado: Víctor Hugo Niño Villamizar

Blog: En la Esquina

1. ¿Cómo surgió la idea del blog que tiene en la página?

VHN: Un día estaba viendo el portal de Vanguardia y apareció una convocatoria, yo tenía un blog en otra página pero me pareció que al hacerlo en Vanguardia.com tendría mayor oportunidad de ser leída.

2. ¿Qué tan a menudo realiza nuevas entradas a su blog?

VHN: Trato de actualizar mi blog dos veces por mes.

3. ¿Qué tan importante ese blog para usted?

VHN: Bastante, porque es un excelente medio de compartir opiniones y expresarme como narrador.

4. ¿Había tenido un blog antes de tener el de Vanguardia.com?

VHN: www.lachinavega.blogspot.com/Si, además también estoy en una página de cuento y poesía. www.loscuentos.net y mi Nick name es DonBombillo.

5. ¿Qué respuesta ha recibido de la gente? ¿Perciben su blog? Y si es así ¿qué observaciones le han realizado?

VHN: Pues si me han hecho varios comentarios, unos a favor y otros en contra, pero de eso se trata esto de generar opinión y participación de los lectores.

6. ¿Qué tiene en cuenta al momento de realizar una entrada? o ¿cómo define los temas que tratará?

VHN: Principalmente escribo sobre cosas comunes para todos, cotidianidad, lo que se está hablando en las calles. La noticia del momento. con un toque de sarcasmo y humor.

7. ¿Existe algún blogger nacional o internacional que llame su atención? Si es así, ¿porqué motivo?

VHN: Si tengo varios amigos Bloggeros, principalmente de Bogotá, <http://esmiprimerdia.blogspot.com/> y <http://akerontesadja.blogspot.com/>

8. ¿Qué contacto tiene con Vanguardia.com (editor, asesor, etc.) y cada cuanto lo tiene?

VHN: Casi ninguno, solo en el momento de crear el blog.

Sexta entrevista

Entrevistado: Edwin Josué Plata

Blog: Valores

1. ¿Cómo surgió la idea del blog que tiene en la página?

EJP: Pues siempre me ha gustado escribir, y ya que se presentó la oportunidad a través de la convocatoria que hizo el portal, pues me pareció muy interesante participar y ellos escogieron mi escrito como favorecido y de esta forma me abrieron un espacio para que lo actualizara de manera regular.

2. ¿Qué tan a menudo realiza nuevas entradas a su blog?

EJP: Trato de hacerlas cada dos semanas, aunque a veces tardo un poco más o en ocasiones menos de las dos semanas.

3. ¿Qué tan importante ese blog para usted?

EJP: Bastante, debido a que mi tema son los valores y los principios, entonces me parece importantísimo actualizarlo para que muchas personas lo lean, reflexionen y cambien su forma de pensar a través de mis escritos.

4. ¿Había tenido un blog antes de tener el de Vanguardia.com?

EJP: No.

5. ¿Qué respuesta ha recibido de la gente? ¿Perciben su blog? Y si es así ¿qué observaciones le han realizado?

EJP: Pienso que he tenido una aceptación muy positiva por parte de los visitantes y que se ve reflejada en cada uno de sus comentarios, la mayoría hacen comentarios muy positivos y de reflexión que respaldan lo que trato de reflejar a través del blog.

6. ¿Qué tiene en cuenta al momento de realizar una entrada? o ¿cómo define los temas que tratará?

EJP: Pues la idea de un blog es hablar de la vida misma, como soy publicista soy muy observador, trato de alimentarme de todo lo que veo y en este blog no ha sido la excepción, cada situación de la vida que me parece interesante y a la cual le pueda sacar un enseñanza de convivencia y valor, trato de plasmarla de una manera bastante agradable y emocionante para que sea evaluada por los lectores.

7. ¿Existe algún blogger nacional o internacional que llame su atención? Si es así, ¿Por qué motivo?

EJP: Admiro mucho a Juan Carlos Ortiz, es un publicista colombiano, el primero en ganar un león de oro en Cannes, por el comercial “caspa” realizado creo que para la Presidencia de la República, es todo un personaje de mundo, escribía para El Espectador y para Soho, sus entradas siempre tenían que ver con reflexiones de todos sus viajes o campañas publicitarias, siempre tratando de dejar una buena enseñanza al final de sus escritos, aunque hace ya algún tiempo no ha vuelto a escribir en sus blogs es un profesional digno de admirar.

8. ¿Qué contacto tiene con Vanguardia.com (editor, asesor, etc.) y cada cuanto lo tiene?

EJP: Muy mínimo, la verdad solamente cuando me dijeron que mi artículo había sido seleccionado, para tener un espacio en el portal y para la entrega de las claves para realizar las entradas, nada más.

ANEXO 5. DESCRIPCIÓN DE LOS BLOGS

Valores

Resumen: Parte de los nuevos blogs en Vanguardia.com. El autor de este espacio utiliza, a través de modelos, ejemplos y noticias, reflexiones en torno a valores morales y consejos para la vida.

Corporación Colombia Digital

Resumen: Mediante textos informativos con recursos y links variados, se busca promover el tema de las TIC dentro de la agenda de noticias actuales, además de repasar experiencias y casos en el que se usen las TICs exitosamente.

En la esquina

Resumen: Con una escritura provista de sarcasmo, este blogger relata de forma bastante literaria, eventos cotidianos y de actualidad en Bucaramanga, siempre enfocándose en el argot característico de los santandereanos.

Paisaje Urbano

Resumen: Con imágenes, datos y conceptos, este blog tiene como objeto el paisaje y medio ambiente de Bucaramanga, usando muchas veces las mismas notas de Vanguardia Liberal, como la base para lo que escribe.

Medio Ambiente

Resumen: este blog recopila de manera argumentativa, varios temas de actualidad sobre el medio ambiente, usando fuentes de carácter internacional y nacional.

Moda: Tendencias e influencia

Resumen: a pesar que solo tiene una entrada en su página principal, el blog revisa las tendencias actuales en moda, enfocado principalmente a adolescentes, usando un lenguaje de carácter argumentativo.

PC-nerds

Resumen: este blog reúne a varios ingenieros de sistemas, que provén soluciones para algunos problemas comunes de hardware y de software, en las plataformas Windows y Linux.

Construyendo Ciudad

Resumen: el autor de este blog, usando la crítica, aborda varias temáticas alrededor de Bucaramanga e incluye todo tipo de temas al respecto, desde la política municipal, hasta problemas del diario vivir.