



Universidad de Valladolid

CURSO 2017-2018

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

Cultura y blogs

*Análisis del periodismo cultural en los Premios
Bitácora*

Alumna: Aurora Recio Gómez

Tutora: María Monjas Eleta

Convocatoria: Diciembre 2017

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
1.1. Justificación.....	4
1.2. Objetivos e hipótesis.....	5
1.3. Metodología.....	7
2. MARCO TEÓRICO.....	14
2.1. Los blogs y sus características.....	14
2.2. Cultura y medios.....	19
2.3. Premios bitácora.....	24
3. ANÁLISIS Y RESULTADOS.....	27
4. CONCLUSIONES.....	40
5. BIBLIOGRAFÍA.....	44
6. ANEXOS.....	47

RESUMEN:

Desde la aparición de la Web 2.0 se han desarrollado distintas formas de comunicación basadas en la bidireccionalidad. En particular, los blogs se han convertido en un medio más de comunicación de masas en internet. En la Red existen blogs de distintos formatos: textuales, fotoblogs, videoblogs o audioblogs, e incluso algunos que mezclan varios de ellos. Además, las temáticas son muy variadas: cultura, música, ciencia, política, etc. Para reconocer la labor informativa de estos blogs se crearon en 2004 los Premios Bitácora, un concurso en el que pueden participar todos los weblogs hispanos. En esta investigación se analizarán los finalistas de los Premios Bitácora 2016 en la categoría de *Arte y Cultura*. Para esta labor se empleará una ficha de análisis que comprende distintas categorías de estudio: hipertexto, contenido multimedia, actualización y participación, los géneros periodísticos más empleados en las entradas, así como el grado de aplicación de las normas de redacción ciberperiodísticas. Tras el análisis se obtendrán una serie de resultados que darán respuestas a los objetivos e hipótesis planteados para el estudio.

PALABRAS CLAVE:

Cultura, Blog, Premios Bitácora, Entrada, Hipertexto, Ciberperiodismo

ABSTRACT:

Since Web 2.0 appeared, different forms of communication have been developed based on bidirectionality. Blogs have especially become another mass media of communication in internet. There are blogs in the network with different formats: textual, photoblogs, videoblogs or audioblogs, even a mix of them. In addition, the subject matters are very varied: culture, music, science, politics, etc. To recognize this informative work, the Binnacles Awards were created in 2004, a competition in which all hispanic blogs can participate. In this research the finalists of 2016 Binnacles Awards on *Arts & Culture* category will be analysed. An analysis sheet will be used for this work. It includes different categories: hypertext, multimedia content, update and participation, as well as the journalistic genres that are most used in the posts, as well as the knowledge of the cyberjournalistic writing rules. After the analysis some results will be obtained that will respond to the objectives and hypotheses proposed for the study.

KEYWORDS:

Culture, Blog, Binnacles Awards, Post, Hypertext, Cyberjournalism

1. INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN

La llegada de la Web 2.0 trajo consigo un sinnúmero de herramientas y portales en la red que dan la posibilidad a los usuarios de expresarse libremente. Entre estas novedades se encontraban los blogs o weblogs, una especie de diario online que permite a los internautas plasmar en ellos sus vivencias, sus ideas acerca de un tema o convertirse en portadores de información mediante bitácoras de índole periodística.

Con el paso del tiempo, estas plataformas han conseguido un nivel de influencia en la sociedad equiparable a la de los medios de comunicación tradicionales. Se trata de portales abiertos a cualquier tipo de usuario y que tratan cualquier temática pero que, a diferencia de los medios tradicionales, no tienen unas reglas de redacción determinadas. Por ello, los autores utilizan un lenguaje más coloquial y cercano a los usuarios lo que, si se suma a la variedad temática que ofrecen, los ha llevado a conseguir ese alto nivel de influjo en la población.

Asimismo, con los weblogs llegó una nueva forma de hacer información con un lenguaje más coloquial que, junto con las herramientas de participación que ofrecía la Web 2.0, proporcionó a los usuarios la oportunidad de opinar sobre las mismas. Algunas de estas nuevas herramientas son la posibilidad de hacer comentarios públicos sobre las informaciones, la capacidad de escribir directamente, y de forma privada, al medio o, como novedad, la posibilidad de compartir con otros usuarios las entradas a través de las redes sociales. Todas ellas han abierto la puerta a la conversación entre emisor y receptor y han hecho a los usuarios más participativos.

Estas nuevas características hicieron que los medios tradicionales también desearan estar en la red y crear sus propios portales homólogos, en los que publicar las informaciones diarias y adelantar —en el caso de los periódicos— aquellas noticias que se publicarían de forma más extensa en la edición del día siguiente. Además, los propios periodistas también crearon sus bitácoras personales en las que poder expresarse fuera de las empresas tradicionales de información. Incluso los medios, además de su propia web, han creado también blogs temáticos ajenos a las informaciones diarias, como el blog con el que cuenta RTVE sobre los Premios Bitácora.

Para reconocer a los blogs, y a su vez premiar su labor, se crearon en 2004 los Premios Bitácora, un certamen que tiene por objetivo reconocer a las mejores weblogs hispanas del momento, sin tener en cuenta si su autor o autores son profesionales de la comunicación o

ajenos a este mundo. Para ello crearon esta competición, en la que pueden participar blogs de distintas temáticas, que cada año elige a un ganador en cada una de las 20 categorías que comprende el concurso.

Dentro de estas disciplinas, encontramos la de Arte y Cultura, apartado en el que participan aquellos blogs relacionados con el ámbito cultural, ya sean de música, teatro, literatura, cine, artes plásticas, etc. Esta categoría es la que se ha seleccionado para esta investigación, debido a los grandes cambios que a lo largo del tiempo ha experimentado la creación y el consumo de la información cultural.

La elección de los blogs, y de esta categoría en concreto, se debe a que el mundo de la cultura es uno de los que más presencia tiene en este tipo de plataformas, pues existe una gran variedad de bitácoras relacionadas con este género, tanto profesionales como amateur. La creación y el consumo de la información cultural ha experimentado grandes cambios. No sólo existe un gran número de blogs culturales, sino que, a la hora de crear un suplemento de esta índole, los medios de comunicación optan por las plataformas web, dejando a un lado el papel. Puesto que el futuro del papel se vaticina en decadencia, a diferencia de la prosperidad que se espera de internet con el paso del tiempo, se ha decidido investigar cómo se plasma el periodismo, en este caso cultural, en los blogs.

Por ello, al tratarse los Premios Bitácora del mayor exponente de los weblogs, así como su principal reconocedor, el objetivo de este estudio basa sus investigaciones en estos premios, en concreto en la edición del año pasado, tomando como principales blogs de análisis los finalistas en la categoría de *Arte y Cultura*: ‘Ya está el listo que todo lo sabe’; ‘Generación Ghibli’ y ‘Hablando con letras’.

Estos blogs son muy diferentes entre sí, la principal diferencia es que engloban distintas temáticas en sus entradas, pero además, sus autores también son muy variados. ‘Ya está el listo que todo lo sabe’ está escrito por un investigador, bloguero y escritor, mientras que ‘Generación Ghibli’ la lleva a cabo un joven aficionado a los dibujos de anime y, por último, ‘Hablando con letras’ tiene una gran variedad de autores, entre los que se encuentran escritores, periodistas o historiadores, entre otros. Esta variedad en las bitácoras seleccionadas demuestra la diversidad que ofrecen los blogs y que todo aquel a quien le guste escribir puede hacerse un hueco en este pequeño universo en crecimiento.

1.2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

Dentro de los objetivos que se persiguen en este trabajo se encuentran:

- Analizar los Premios Bitácora, en concreto, la categoría de Arte y Cultura.
- Demostrar la presencia del autor en los distintos textos de los blogs. Debido al carácter personal que caracteriza a las bitácoras se pretende verificar el grado de implicación del autor en las publicaciones.
- La actualización es una de las características de las páginas web y, por lo tanto, aunque con más libertad, debería serlo también de los weblogs, por lo que otro de los objetivos será comprobar con qué nivel de actualización cuentan dichas plataformas.

El estudio de los blogs culturales parte de cinco hipótesis, que se pretenden confirmar o refutar en función de los resultados que se obtengan a través del análisis de las entradas de los blogs. Las hipótesis planteadas predicen que:

Hipótesis 1. Los blogs culturales analizados hacen uso de las herramientas de la Web 2.0 y utilizan el hipertexto y los elementos multimedia para hacer que sus entradas sean más dinámicas y fáciles de leer.

Al tratarse la hipertextualidad y la multimedialidad de dos de los elementos más importantes de la redacción ciberperiodística se pretende demostrar que dichos blogs culturales hacen un buen uso de ellas.

Hipótesis 2. El nivel de actualización de las bitácoras seleccionadas se mantuvo alto en los días previos a la celebración de la gala de los Premios, mientras que una vez pasada esta fecha disminuyeron su actualización de forma considerable.

Se considera probable que los autores de los blogs, al ser seleccionados como finalistas de los Premios, aumentaron su actualización con el objetivo de conseguir un mayor número de votos que les otorgara la victoria y, una vez celebrada la gala, abandonaron este propósito y volvieron a un nivel de actualización más bajo.

Hipótesis 3. Los usuarios participan de forma activa en los blogs mediante la opción de los comentarios y a través de las redes sociales con el botón de ‘compartir’.

Se pretende demostrar que existe un público cultural que consume este género y participa en las plataformas y webs que lo exponen mediante las herramientas que ofrece internet.

Hipótesis 4. Los géneros predominantes en los weblogs son la crónica y el reportaje, debido a que ofrecen mayor libertad de creatividad al redactor.

Hipótesis 5. Los textos, en cada una de las publicaciones de los blogs, reflejan una alta presencia del autor. El carácter personal que caracteriza a los blogs hace que las publicaciones estén más influidas por los pensamientos o creencias del autor.

1.3. METODOLOGÍA

La metodología empleada para llevar a cabo el análisis planteado en esta investigación se basa en el análisis de contenido. Este método de trabajo consiste en un proceso de investigación cuantitativo —ya que pretende encontrar datos exactos a través de distintas variables sobre los que se basarán las conclusiones— y cualitativo —pues, al evaluar los comentarios de los usuarios en las publicaciones de los blogs, es el codificador quien decidirá la calidad y el tipo de aportaciones que éstos hacen a las informaciones—.

El número de entradas que se van a analizar son 30, diez por cada uno de los blogs en dos periodos temporales. El primero de ellos, en el que se analizarán cinco entradas de cada una de las bitácoras, será de publicaciones anteriores al 25 de noviembre de 2016 —fecha en la que tuvo lugar la ceremonia de entrega de los Premios—, y el segundo será posterior a esta fecha. Esta división está relacionada con la comprobación de la segunda hipótesis, que pretenden verificar que los blogs mantuvieron un nivel de actualización alto antes de la celebración de la gala y disminuyeron el nivel tras saber el resultado de la ceremonia de los Premios.

El análisis de contenido de los blogs finalistas se realizará mediante una ficha de análisis de elaboración propia (disponible en el [ANEXO I](#) como ejemplo de análisis de una entrada). La ficha de codificación pretende dar respuesta a los objetivos y a las hipótesis planteadas en este trabajo, así como procurar unos resultados con los que poder llegar a conclusiones relevantes referentes al tema. Para ello está estructurada en siete categorías: Datos de identificación; Tipología y características de los blogs; Géneros periodísticos; Elementos cyberperiodísticos del texto; Hipertexto; Contenido multimedia y Participación. Además, cuenta con un último apartado de observaciones en el que plasmar las percepciones de los resultados y que será de gran ayuda a la hora de recopilar los resultados y llevar a cabo unas conclusiones sobre los datos extraídos.

Para llevar a cabo la comprobación se ha establecido el criterio de que en caso de que la variante expuesta en la ficha se cumpla en la publicación del blog, marcaremos con X¹ el casillero correspondiente con ella. En caso contrario, si la variante no se cumple, el espacio se mantendrá en blanco.

En cada una de las categorías o bloques se dará respuesta a distintos parámetros que se explican a continuación:

¹ En el caso de la categoría que corresponde a los datos de identificación del blog, el tipo de criterio es distinto, ya que lo que nos interesa en este apartado es saber tanto el nombre del blog como el título de la entrada a analizar, así como la fecha de publicación y su autor, por lo que la X en este caso no será utilizada.

Identificación:

Para este bloque, las variables que se van a utilizar son las relativas a la identificación de la entrada que se va a analizar en cada uno de los casos. Por ello, estas subcategorías son las de nombre del blog, título de la entrada, el autor de la misma y la fecha en la que esta se publicó.

Tipología y características de los blogs:

En este caso, los parámetros considerados son, para empezar, el origen del blog —que pretende establecer si se trata de un blog que nace a partir de un medio de comunicación o si, por el contrario, se ha creado de manera individual aprovechando las herramientas de la Web 2.0—. A este le sigue el modelo de blog (blog autobiográfico o temático), la autoría del mismo (individual o colectiva), el formato que sigue (texto, fotolog, videoblog o audioblog), la temática de sus entradas (arte, teatro, literatura, cultura general, historia, cine, ciencia, curiosidades)² y, por último, el grado de noticiabilidad.

Este último apartado está basado en la categorización que hace Pastoriza (2006) acerca de quince factores que influyen en la consideración de noticiabilidad de un hecho cultural. Esta clasificación es la siguiente: Interés informativo, Actualidad/ Reactualización, Novedad o rareza, Utilidad, Conflictividad, Emotividad, Proximidad, Familiaridad, Entretenimiento, Disponibilidad/ Accesibilidad, Duración y extensión, Situación y orden de emisión, Enfoque, Imagen y Empresa.

Se han seleccionado cuatro criterios de noticiabilidad que resultan relevantes para el estudio de la información cultural en la web. Las variables seleccionadas son las siguientes:

- Interés informativo: que pretende verificar si el hecho es noticiable en tanto que afecte a la audiencia, sin importar si es de actualidad.
- Novedad: si se trata de un acontecimiento novedoso como podría ser la publicación de un libro.
- Actualidad: si el hecho tiene vigencia en el momento de su emisión.
- Reactualización: se refiere a traer a la actualidad celebraciones de hechos pasados (aniversarios, conmemoraciones) que se suelen ilustrar con imágenes de archivo.

Por otro lado, en lo que corresponde a las características del blog se valorará si mantiene una actualización continua, si la organización de la información es cronológica, si existe comunicación bidireccional, es decir, entre emisor y receptor, y homogeneidad formal (si la presentación de las entradas no varía de unas a otras).

² Aquí debe señalarse que es posible que los blogs cubran más de una temática en sus textos.

Tabla 1

Tipología del blog	Origen	Homólogo a un medio		Creación propia	
	Modelo	Blog autobiográfico		Blog temático	
	Autoría	Individual		Colectivo	
		Información del autor	Periodista		
			Investigador		
			Docente		
	Aficionado				
	Formato	Texto		Audioblog	
		Fotolog		Videoblog	
	Temática de la entrada	Arte		Historia	
		Teatro		Cine	
		Literatura		Ciencia	
		Cultura general		Curiosidades	
	Noticiabilidad	Interés informativo		Actualidad	
Novedad			Reactualización		
Características de los blogs	Actualización continua				
	Organización cronológica				
	Comunicación bidireccional				
	Homogeneidad formal				

Fuente: Elaboración propia

Géneros periodísticos:

En cuanto a los géneros periodísticos utilizados en los blogs se ha decidido hacer un doble análisis a este respecto, de tal forma que, por un lado, se estudiará el género empleado según el formato tradicional planteado por Díaz Noci y Salaverría (2003), es decir, géneros informativos (noticia), géneros interpretativos (reportaje y crónica), géneros de opinión, tanto tradicionales como de las nuevas tecnologías (editorial, crítica, artículo, viñeta, reseña y chat) y género dialógico (entrevista, debate, encuesta e infografía).

Y la otra variable de análisis de los géneros será la que establece Sonia Parratt (2008), que pretende dar respuesta a la función que cumple el texto (informar u opinar) y que también tiene como objetivo verificar si existe o no presencia del autor en el texto. Para esta última comprende que puede haber poca presencia (breve, información estándar, información reportajeada), presencia media (reportaje y crónica) y mucha presencia (editorial, crítica, artículo y cartas al director).

Tabla 2

Géneros periodísticos según Díaz Noci y Salaverría (2003)	Géneros informativos	Noticia			
	Géneros interpretativos	Reportaje			
		Crónica			
	Géneros de opinión	Editorial		Viñeta	
		Crítica		Reseña	
		Artículo		Chat	
	Género dialógico	Entrevista		Encuesta	
		Debate		Infografía	
	Géneros según Sonia Parratt (2008)	Función del texto	Informar		
			Opinar		
Presencia del autor		Poca	Breve		
			Información estándar		
			Información reportajeada		
		Media	Reportaje		
			Crónica		
		Mucha	Editorial		
			Crítica		
			Artículo		
		Carta al director			

Fuente: Elaboración propia

Elementos ciberperiodísticos en el texto:

Para esta sección se han establecido tres parámetros básicos sobre el titular, los párrafos y las referencias en el texto. El objetivo es verificar que los textos cumplen con las normas de redacción del ciberperiodismo; por ello, para el titular se comprenden las variables de corto y

conciso (método adecuado de redacción de un titular en internet) y largo e impreciso (método erróneo). Lo mismo ocurre en el caso de los párrafos, pues deben estar compuestos por unas pocas líneas, que faciliten la lectura, no con párrafos muy extensos, que dejan de interesar al lector. Por ello se distingue entre cortos y largos. Por último, las referencias en el texto se dividen entre las referencias a las fuentes, en caso de que los textos cuenten con una fuente que nutra la información, y las fuentes temporales, es decir, si junto al nombre del autor del texto aparece la fecha y la hora en la que se publicó la entrada.

En este bloque se incluyen también las variables de hipertexto, contenido multimedia y participación que, aunque se cuentan como secciones diferentes, en la ficha se incluyen dentro de esta categoría por pertenecer a las partes fundamentales del texto ciberperiodístico.

Hipertexto:

En el caso del elemento más importante de la redacción en internet se ha decidido averiguar si existen enlaces hipertextuales en el *post* y el tipo de navegación que ofrecen estos hipertextos en caso de existir. Aquí se distingue entre micronavegación —el enlace redirige al usuario a una de las partes de la información sobre la que está leyendo dentro de la misma página en la que se encuentra— y macronavegación —el enlace redirige al usuario a una página externa a la que nos encontramos y que suele tener relación con la información de la que se está hablando—.

Además, se ha fijado también una variable que permita saber qué tipo de hipertexto es el que aparece en la entrada (texto, vídeo, audio u otro). Incluye también un subapartado para, en caso de producirse, tener constancia de que existe una sobreabundancia de enlaces.

Contenido multimedia:

Para esta categoría se ha planteado que los contenidos multimedia que aparecen en la entrada pueden ser imágenes estáticas, vídeos u otro tipo de elemento multimedia.

Participación:

Los parámetros que se emplean en este apartado se dividen en dos categorías, de tal forma que se encuentra, por un lado, las opciones de participación que ofrece el blog a los usuarios y, por otro, la participación de los internautas. En el primer caso se distingue entre la participación entre usuario y blog (relación con el autor, ‘me gusta’ comentarios y otros) —para establecer qué tipo de participación pueden llevar a cabo los usuario en el blog— y las redes sociales (RRSS) que tiene presencia en el blog (Twitter, Facebook, Email, Instagram,

Youtube y otros)³. En el segundo se han marcado como variables las redes sociales a través de las cuales se pueden compartir las entradas, que coinciden con la subsección anterior, y el tipo de comentarios que los lectores hacen —en caso de aparecer— (comentarios relacionados o bien descalificaciones con respecto a la información).

Además, la ficha incluye un último apartado dedicado a las observaciones finales sobre el texto analizado. Esta categoría es, más que una sección de análisis, una categoría de apoyo al análisis. Tiene por objetivo ayudar al investigador a recopilar observaciones y conclusiones en ella para que, a la hora de recopilar la información para redactar los resultados obtenidos, así como las conclusiones, sea una tarea más sencilla para el investigador.

Tabla 3

Titular	Corto y conciso		Largo e impreciso	
Párrafos	Cortos		Largos	
Referencia	Fuentes	Sí	No	
	Temporal	Fecha y hora de redacción junto al nombre del autor del texto		
Hipertexto	Enlaces hipertextuales			
	Navegación	Micronavegación	Macronavegación	
	Destino del enlace	Texto	Audio	
		Vídeo	Otro	
Sobreabundancia de enlaces				
Contenido multimedia	Imagen estática	Vídeo		
	Otros			
Participación	Opciones que ofrece el blog a los usuarios	Participación usuario-blog	Relación con el autor	Comentarios
			'Me gusta'	Otros
	RRSS con presencia del blog	Twitter	Instagram	
		Facebook	Youtube	
		Email	Otros	
	Participación de	Compartición	Twitter	Instagram
Facebook			Youtube	

³ Esta selección se debe a que son las principales redes sociales utilizadas por los usuarios a la hora de compartir enlaces y, dentro de la variable 'otros' se incluyen aquellas menos utilizadas o menos conocidas por los internautas.

			E-mail		Otros	
		Comentarios	Relacionados		Descalificadores	
Observaciones finales						

Fuente: Elaboración propia

Para este análisis, los blogs que se han escogido son ‘Ya está el listo que todo lo sabe’, ‘Generación Ghibli’ y ‘Hablando con letras’, y las entradas objeto de análisis son las expuestas en la tabla que se incluye en el apartado de ‘Entradas analizadas’ (disponible en el [ANEXO II](#)). Estas entradas, como ya se mencionó en el apartado de Justificación, corresponden a los días previos a la celebración de la gala de los Premios Bitácora de 2016, es decir, antes del 25 de noviembre y también a los días posteriores, de tal forma que de las diez entradas que se analizarán en cada blog, cinco serán anteriores y cinco posteriores a esta fecha.

Para la selección de las entradas se ha acudido a la hemeroteca del blog, que ha facilitado la búsqueda en la mayoría de los casos, excepto en el caso del blog ‘Hablando con letras’, que carece de hemeroteca o archivo. Para solventar este problema se ha recurrido a su perfil en la red social Facebook para encontrar las entradas del periodo que de análisis, ya que en el momento en el que los *posts* se publican en el blog, también lo hacen en sus correspondientes redes sociales.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. LOS BLOGS Y SUS CARACTERÍSTICAS

Cuando el ejército norteamericano creó internet en los años sesenta como una red de ordenadores que pudiera interconectar sus distintos centros, no se imaginaba que esta nueva red de comunicación podría llegar a convertirse en uno de los métodos principales de conexión entre personas y documentos y que englobaría prácticamente todos los aspectos de la vida.

Con el paso del tiempo, internet ha ofrecido muchas posibilidades para la comunicación, pero en este estudio la herramienta comunicativa a analizar son los denominados blogs o weblogs. Orihuela (2006) define el término weblog como un sitio web compuesto de entradas individuales llamadas anotaciones o historias en orden cronológico inverso. López García (2005) asegura que, al igual que las wikis, los blogs se desarrollan en la década de los 90, aunque hasta 1999 no es cuando se produce el boom de los blogs

En inglés, el término *log* designa el registro de la actividad de un servidor y, en un sentido más amplio, se refiere a un diario, como *travelog* (diario de viaje). Así que para el diario de navegación de los internautas a través de la Web, en 1997 se acuñó el término ‘weblog’, que también se usa en su fórmula abreviada ‘blog’. En español, los diarios de viaje se denominan ‘cuaderno de bitácora’ o ‘bitácora’, de tal forma que estos términos se han recogido para ser utilizados como sinónimos en nuestra lengua de blog y weblog.

La primera definición que se acuñó al término blog fue en 2003 por parte de la profesora Jill Walker para la *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*: «Un weblog, o blog, es un sitio web frecuentemente actualizado compuesto por entradas con fecha organizada en orden cronológico inverso [...]. En general, son publicados por particulares y su estilo es personal e informal [...]».

En este sentido, Orihuela (2006) insiste en que el weblog es un medio centralizado (un autor), jerárquico (el autor es el único que tiene el privilegio de publicar historias y los usuarios están limitados a comentarlas), y que por lo tanto genera una comunidad desde dentro hacia fuera. Así, el autor es el encargado de proponer los temas que se van a tratar en el blog, establece la agenda y la comunidad responde.

El Diccionario de la Real Academia Española (RAE) define un blog como «un sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor o autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentados por los lectores». En la misma línea que la RAE, el diccionario de María Moliner comprende como blog «un sitio web o parte de él

que es actualizado permanentemente y donde se recopilan cronológicamente escritos personales de su autor, así como los comentarios de los lectores» (2007: 403).

Para Esteve y Moreno (2010) la definición más acertada de blog es la que ofrece el Blog Herald por su precisión:

«Una jerarquía de texto, imágenes, objetos multimedia y datos, ordenados cronológicamente, soportados por un sistema de distribución de contenidos capaz de proporcionar al autor la funcionalidad necesaria para distribuir esos contenidos con cierta frecuencia (...), y que puede facilitar la construcción de conexiones sociales significativas o comunidades virtuales alrededor de cualquier tema de interés». (Esteve, F. y Moreno, P. citado en Cebrián, M, 2010, pp. 169)

Por su parte, Asensi (2013) piensa que los blogs son un medio narrativo digital que no tiene conexión con los medios de comunicación tradicionales. En la actualidad, los blogs son un formato muy utilizado por los medios de comunicación, ya que sus páginas web pueden entenderse como blogs homólogos al medio y que, dan la posibilidad de incluir formatos que, en otros casos, estos no permiten. Es el caso de los medios en papel, pues los periódicos tienen la posibilidad de incluir en la red, no sólo un mayor número de imágenes, sino también vídeos, audios o incluso la oportunidad de comentar las informaciones. Formatos que no tiene cabida en el original y que dan a los lectores una mayor información y posibilidad de interacción con el medio.

Asimismo, López y Otero (2007) afirman que las bitácoras han abierto un mar de posibilidades a los medios de comunicación, convirtiéndose además en un enlace de interrelación entre el emisor (los medios) y el receptor (lectores y audiencia). Por otro lado, otra de las claves de las bitácoras es que han eliminado estos papeles de emisor y receptor, en el sentido de que, con las herramientas que internet ofrece, dichas improntas han desaparecido, dejando libre el camino a los receptores de convertirse en emisores a través del periodismo ciudadano y de las weblogs. Así como los medios de comunicación pueden ser los receptores de las informaciones elaboradas por las personas ajenas a la profesión.

Si nos remontamos al surgimiento de los blogs a través de esos 'diarios de navegación', se puede decir que las bitácoras son páginas web en formato de diario *online*, a través de las cuales los autores ponen de manifiesto vivencias personales, noticias, ideas y cualquier temática sobre la que quieran basar sus entradas o *posts*, según aseguran González Pedraz y Campos Domínguez, (2015). Asimismo, otra definición de weblogs es la que los comprende como «una jerarquía de texto, imágenes, objetos multimedia y datos, ordenados cronológicamente, soportados por un sistema de distribución de contenidos capaz de

proporcionar la funcionalidad necesaria para distribuir esos contenidos con cierta frecuencia, exigiéndole unas capacidades técnicas mínimas, y que pueden facilitar la construcción de conexiones sociales significativas o comunidades virtuales alrededor de cualquier tema de interés» (Esteve Ramírez, F. y Moreno Espinosa, P., 2010, en Monjas Eleta, M., 2015).

Además, si se analizan los blogs como cibermedios según una de las tipologías descritas por Díaz Noci y Palacios (2008), se puede decir que pertenecen a la tipología que los autores centran en el origen del cibermedio, de tal forma que aparecen los sitios web homólogos a los medios de masas y los que no provienen de medios de masas, sino que se han creado a partir de las nuevas tecnologías.

De este modo, se puede concluir con que las bitácoras son diarios web personales, que normalmente no tienen relación con los medios de comunicación convencionales, abiertos a todo tipo de personas, indiferentemente si se trata de profesionales o no de la comunicación, que dan la posibilidad de interacción entre emisor y receptor y ofrecen más oportunidades informativas a través de distintos formatos (imágenes, vídeos, audios, texto) y que no guardan unas normas de estilo concretas a la hora de redactar en ellas, dejando a un lado las normas SEO⁴ de redacción en internet. Además, la actualización de sus contenidos no tiene un calendario fijo, dejando al autor decidir en qué momento introduce novedades en el blog.

2.1.1. Estructura, temática y estilo de las bitácoras

Para identificarse, las weblog deben contar con una estructura diferenciada que los identifique del resto de páginas web. Así, Orihuela (2006) establece una serie de distinciones para las bitácoras. Para empezar, el blog debe contar con una URL dentro de páginas de creación de blogs, tales como *Blogspot* o *WordPress*, del mismo modo, el autor o autores buscan un nombre para su diario personal que sea original y creativo, para hacerse con un sitio en la Blogosfera, además, deben incluir en la entrada de la página una presentación de sí mismos y de la temática y propósitos del espacio. Por otro lado, Esteve y Moreno (2010) establecen que la visibilidad que ofrece la página en su portada es un factor muy importante, de tal forma que se facilite la accesibilidad del usuario a los contenidos que le interesan. Con esto ya sólo quedará crear una red de historias o *posts*, así como un apartado de archivos y un buscador en el que poder encontrar publicaciones anteriores. Asimismo, la nueva bitácora contará con su propio espacio de comentarios para que los lectores pongan de manifiesto sus

⁴ SEO (Search Engine Optimization) es una disciplina que estudia cómo una página web obtiene y mantiene una posición notable en los buscadores. También es un proceso de mejora de la visibilidad de una web para que aparezca en posiciones destacadas en buscadores como Google o Yahoo. (Iglesias-García, M Y Codina, L., 2016).

opiniones y, si deciden darle un toque más profesional, pueden incluir apartados con las publicaciones más leídas o las más recientes.

Además, los blogs no sólo pueden aparecer en formato textual, sino que también existen los *fotoblogs* (blogs basados en imágenes), los *videoblog* (blogs que basan sus contenidos en vídeos) y los *audioblogs* (basados en audios o podcast).

En cuanto a la temática de los weblogs se distinguen dos grandes grupos: weblogs autobiográficos y temáticos. El primer bloque es el más numeroso, a pesar de que esta tipología es poco influyente y poco ensalzada, pero sirven como vía de expresión y terapia para los autores. Por su parte, los weblogs temáticos, aunque menos numerosos, constituyen los cauces de influencia social de este medio, ya que tratan sobre diversos temas y géneros. Por otro lado, los blogs también se pueden diferenciar por su autor, de tal forma que pueden ser blogs escritos por un único autor o por varios.

Para Esteve y Moreno (2010), los blogs temáticos o especializados cumplen con la función de «tratar en profundidad los contenidos informativos sin limitarse a una simple narración de los hechos» (2010: 172). Los autores realizan un análisis de los blogs culturales que pertenecen a las cabeceras digitales de los diarios *ABC*, *El País*, *El Mundo*, *La Razón*, *Público* y *La Vanguardia*, y de este estudio deducen que, en el ámbito cultural la temática de los blogs es muy variada, y la información puede ser musical, cinematográfica, teatral, museística, literaria, etc. Pero la mayoría de los blogs culturales son aquellos que tratan sobre música y sobre cine. Por su parte, Monjas (2015) afirma que la especialización de los blogs en cultura es la que se centra en las artes (pintura, música, escultura...), la literatura, el pensamiento y el espectáculo, y considera que la literatura es el contenido principal de los blogs.

Además de esta distinción, otra forma de distinguir los blogs es a través de los géneros que comprenden. Díaz Noci y Salaverría, 2003 (citados en Díaz Noci y Palacios, 2008) comprenden varios grupos de géneros que se utilizan en el ciberperiodismo: Géneros informativos (noticia); Géneros interpretativos (reportaje, crónica); Géneros de opinión (tradicionales: editorial, comentario, crítica, cartas al director, artículo, columna, viñeta, reseña, etc. y debates en red: foros y chat); Género dialógicos (entrevista, foro debate, chat y encuesta); Infografía digital (infografías individuales y colectivas).

Junto a esta clasificación, se puede incluir la que hace Sonia Parratt (2008), que se aleja de las distinciones clásicas de los géneros y establece una nueva forma de clasificación «renovadora y orientadora» (2008: 108) a través de dos criterios: la función que cumplen los textos y la implicación del autor. En el primer método de clasificación, Parratt distingue dos

grandes funciones de los textos, la de informar (se subdivide informar de forma escrita e interpretar) y la de opinar de forma explícita (contempla todas las variantes de los géneros de opinión). Para el segundo método, la autora considera que el grado de presencia del autor en los textos se puede percibir en el nivel de creatividad que posea la redacción del texto, así como en la firma del mismo. Considera que al carecer de una fórmula que cuantifique con exactitud el grado de presencia del autor, propone una línea que avanza desde el menor al mayor grado de presencia.

De este modo, en un extremo de esta línea se podría encontrar la información (breve, estándar y reportajeada), seguida por los géneros interpretativos; el reportaje, cuya mayor implicación se ve en la elección del enfoque que va a seguir el texto, el estilo de redacción, la firma e incluso con la aparición de la primera persona; y la crónica, que además de contar con un estilo personal y directo, incluye una valoración de los hechos. En el otro extremo de la línea se encontrarán los géneros de opinión en este orden; editorial, crítica, artículos firmados y cartas al director, ya que estos géneros tienen como único límite el respeto hacia el sujeto sobre el que escriben.

En cuanto al estilo, algo muy importante a la hora de escribir en internet es conocer las normas básicas de redacción para este medio. Por ello, hay que tener en cuenta que no es necesario controlar el tema sobre el que se escribe, sino utilizar una correcta redacción según las características de lectura del medio. «Los blogs son un espacio gratuito en internet donde puedes escribir mucho sin saber casi de nada. Sin embargo, lo utilizan los que saben mucho de informática y casi nada de escribir» (Hernán Casciari, citado en Orihuela, J.L., 2006). A partir de esta afirmación, Orihuela establece una serie de pautas sobre el estilo que ha de primar en un weblog y que coinciden, en su mayoría, con las normas SEO de redacción en internet y con las premisas de redacción ciberperiodísticas de Díaz Noci y Palacios (2008). Estas normas o ‘pistas’ son:

- Titular corto y conciso.
- Párrafos cortos.
- Atribución a fuentes o referencias a las fuentes que se consulten en el caso de hacerlo.
- Hipertextualidad: es la más importante. Es la unión entre diferentes páginas a través de links⁵ que unen páginas de texto. Los hipertextos pueden ser de macronavegación (redirige al lector a una página externa) y de micronavegación (redirige a una

⁵ Conexión con otra página o documento web a través de la URL. Los enlaces aparecen en el texto en forma de texto subrayado y de distinto color.

información dentro de la misma página en la que nos encontramos). Cabe destacar que las imágenes, los videos e incluso los titulares pueden ser hipertextos.

- Interactividad: cualquier posibilidad de interacción entre emisor y receptor o con otros receptores.
- Multimedialidad: comprende textos, expresiones, palabras, videos, galerías de fotos, sonidos, etc.
- Actualización.

2.1.2. Blogs y periodismo

Las bitácoras tienen un papel muy importante en el mundo de la comunicación de masas. Tal es esta influencia que los propios medios de comunicación han creado sus propios blogs, además de blogs de los propios periodistas o los que se crean para dar cobertura a eventos. «Desde el punto de vista de los géneros, los weblogs pueden ser muchas cosas, incluyendo periodismo, pero aquellos que son periodismo, no lo son por ser weblogs, sino por otras cosas» (Orihuela, 2006: 156). Debemos señalar además que la blogosfera cumple una función mediática de primer orden y que, poco a poco, se está convirtiendo en un quinto poder, «sensible a errores y manipulaciones de los medios tradicionales», (Orihuela, 2006: 157). «Publicar no es igual a informar» (Rojas et al., 2006: 125). Estos autores están de acuerdo en que la labor de los blogueros no equivale a la de los periodistas ni al trabajo que estos últimos desempeñan a la hora de recopilar datos e información para elaborar un texto informativo. Asimismo, convergen en que tampoco hace falta ser periodista para ejercer el periodismo, lo que ha incentivado en mayor medida al llamado periodismo ciudadano. Establecen que el buen periodismo necesita contenido propio, mientras que la mayoría de las bitácoras se nutren de contenidos ajenos. A pesar de sus diferencias, ambos medios tienen sinergias a la hora de ser influyentes en la población, convirtiéndose en dos de los poderes más importantes de la sociedad.

Se puede decir que los blogs forman parte de la auto comunicación de masas, descrita por Castells (2010) como un formato de comunicación en el que la información es auto-creada, su emisión es auto-dirigida y la recepción es auto-seleccionada.

2.2. CULTURA Y MEDIOS

Existen diferentes definiciones de cultura, ya que se trata de un término que comprende distintos ámbitos de las artes y de las ciencias, creados por y para la sociedad y que tienen por

objetivo ser una vía de escape a lo cotidiano y una forma de ocupar el tiempo de ocio. Pero la cultura no es sólo ocio, es conocimiento, aprendizaje, pensamiento, razón, además de belleza. Por ello, a la hora de definir la cultura, se puede decir que es un género que comprende el conjunto de aportaciones y actuaciones humanas en diferentes aspectos de la vida (economía, vida social, política, religión, etc.), y que no sólo versa sobre el mundo de las artes y de las letras. Rodríguez Martínez (2010) entiende la cultura como la aceptación de una dimensión interdisciplinar, donde entran en juego diversas manifestaciones culturales, que a su vez se nutren de otros ámbitos como la política, la ciencia o la tecnología.

En los medios de comunicación ocurre lo mismo. Cuando se habla de periodismo especializado en cultura se dice que los innumerables acontecimientos culturales cuentan, no solo con aspectos de este género, sino también con otros provenientes de otras materias que nutren de este modo sus contenidos. Rodríguez Martínez cataloga las manifestaciones culturales mediante siete epígrafes; literatura, artes plásticas, música, teatro, danza, cine y arte y tecnología. Además, define el periodismo cultural como una forma de informar, valorar y contextualizar los acontecimientos que se relacionan con el concepto cultural, y que también presta atención a las opiniones que se derivan de estos hechos y a la política y economía de las denominadas 'industrias culturales'.

Por su parte, Rodríguez Pastoriza (2006) analiza el periodismo cultural desde la aparición del periodismo en sí, de tal forma que ve el origen de la profesión como el inicio de la práctica periodística en el ámbito de la cultura, antes de que ésta fuese clasificada como sección y se distinguieran otras facetas informativas que hoy caracterizan al periodismo. Justifica sus palabras basándose en la premisa de que el periodismo nació como «una producción para elevar el conocimiento de los usuarios» (2006: 9). Otra de las razones por las que Pastoriza concluye en esta afirmación se debe a que, a lo largo de la historia, desde la aparición de la prensa, muchos literatos han participado en ella y, en especial, en secciones culturales. Los medios de comunicación podrían, entonces, considerarse conductores de la cultura que llevan el saber a los ciudadanos.

En 1982, la UNESCO definió la cultura de tal forma que no sólo englobaba las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los valores y las creencias de cada uno:

« (...) la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las

tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden». (UNESCO, 1982)

El problema que surge en el periodismo cultural se debe a la forma en la que los periodistas encargados de esta materia utilizan las mismas rutinas periodísticas que si, por el contrario, se dedicaran a la prensa generalista. Es decir, los profesionales informan al público acerca del *qué* pero no explican el *cómo* ni el *porqué*. En el capítulo ‘Explicar y difundir la cultura’, Rodríguez Martínez explica que el periodista cultural debe reconocer los contextos culturales, así como explicarlo, relacionarlo e informar sobre él a la audiencia.

Hoy en día, muchos de los periodistas culturales que trabajan en medios generalistas, cuando tratan una información, tan sólo llevan a cabo una mera descripción del contexto cultural, lo que los convierte en periodistas acostumbrados y no en periodistas especializados, como advierte Carlos Elías (1999). Xosé López (2004) atribuye esta falta de estilos propios del periodismo cultural a los cambios que se han dado en la sociedad a lo largo de los últimos veinte años, así como a los tiempos de redefinición del periodismo que, según asegura, han cambiado la noción de cultura.

Pastoriza (2006) afirma que la amplia gama de temas que puede tratar el periodismo cultural hacen que su práctica sea de gran complejidad para el periodista medio que, por lo general, no está especializado en la materia. Por esta razón, muchos de los medios de comunicación contratan para estas secciones a expertos en arte, cine, teatro, música, ciencia, literatura, etc., con el fin de que controlen la temática y que con la práctica dominen las claves de la redacción periodística.

Asimismo, Xosé López (2004) dice que la divulgación de los acontecimientos culturales en los medios de información general está en fase de cambio. El autor parte de la base de que vivimos en una sociedad multicultural, una sociedad heterogénea donde los ciudadanos necesitan una información detallada de todos aquellos aspectos que se pueden agrupar en la sección de *Cultura* de los medios de comunicación y, para conseguir esta meta, los profesionales de la comunicación deben «desbordar los límites de la información para constituirse en creación cultural» (2004: 308).

María J. Villa (2000) distingue dos posturas acerca de la cultura. Por un lado, la cultura elitista de un primer momento, que divide a las personas en cultos e incultos y, por otro, la visión que tiene su origen en la antropología y la sociología, que considera que la cultura es todo modo de vida de un pueblo. Sobre esto, se dice que la cultura como práctica periodística se lleva a cabo con la visión de la vieja cultura elitista pero con atisbos de una visión más amplia, que incluye las manifestaciones de un pueblo y su implicación con la sociedad. Por tanto, Villa califica como reto la práctica de la comunicación cultural, y explica que cada medio que la desarrolla prepara una oferta dirigida a un público exigente, que se enmarca dentro de la cultura elitista, demandando así información de calidad de lo que representa la creatividad y la actividad de los pueblos en materia cultural. Con el paso del tiempo, la cultura ha ampliado los campos de los que se ocupa y es entendida como el modo de ser de un pueblo y uno de los factores que influyen en el desarrollo de este.

En la práctica del periodismo cultural, Pastoriza critica que, a excepción de los medios en papel, que mantienen una sección asidua de *Cultura*, el resto de medios (televisión o radio) confina esta tipología de información a horas muy alejadas del *prime time*, castigando de este modo a la audiencia, que se ve obligada a trasnochar para poder informarse y, además, está expuesta a los constantes cambios de horario que sufren dichos programas.

Hay que destacar que la temática de las secciones o programas culturales tiene una mayor flexibilidad. Su vigencia está más relacionada con el concepto de actualidad que el resto de informaciones que aparecen en los medios de comunicación ya que, por ejemplo, el estreno de una obra o la publicación de un determinado libro son hechos puntuales, al contrario que las decisiones o los temas que puedan tratarse en organismos como el Consejo de Ministros, un Ayuntamiento o la Junta de una comunidad autónoma que, en muchas ocasiones, vuelven sobre temas y decisiones pasadas. De esta forma el contenido que aparece en las noticias es, en ocasiones, repetitivo. Sobre esto, Pastoriza dice que la mayoría de los contenidos que aparecen en un periódico o en los informativos de televisión son perfectamente prescindibles.

2.2.1. Elaboración de una información cultural

Para la elaboración de una información cultural hay que tener en cuenta diversos factores para la elección del tema, de los que destaca la importancia que la audiencia pueda darle a ese acontecimiento.

Un condicionante de la información cultural es la primacía de la entrevista como género predominante, lo que dirige la atención de los profesionales hacia los autores de productos

culturales que están vivos y que, en muchas ocasiones, el objetivo de la información es la promoción de sus obras.

Del mismo modo que el resto de modalidades periodísticas, la cultura también cuenta con los mismos géneros periodísticos que las noticias de carácter generalista, es decir, que pueden variar entre la noticia informativa, la crónica, la entrevista y el reportaje. Además de los géneros usuales, también se pueden considerar géneros periodísticos culturales la biografía, la necrológica u obituario, la efeméride y el documental. Y, enmarcadas dentro del formato opinativo, encontramos, la crítica, la reseña y el comentario. Además, dentro de todas estas variantes de género podemos encontrar otras relacionadas con la temática, ya que la cultura abarca diferentes campos de creación artística (arte, literatura, música, cine, teatro, ciencia, etc.).

En cuanto a la cultura en la red, las nuevas tecnologías han transformado los hábitos de consumo culturales, ya que internet ha dado la posibilidad, ya no sólo de hacerse con libros o recomendarlos a través de la red, sino de que los jóvenes escriban más a través de los blogs y los foros, desarrollen sus aptitudes culturales y visiten galerías de arte y museos a través de la pantalla de sus ordenadores, *tablets* o móviles.

Por otro lado, Celaya (2006) afirmaba que la mayoría de las entidades culturales (editoriales, librerías, museos, fundaciones, centros de arte, etc.), aunque han incorporado las nuevas herramientas tecnológicas en sus negocios, no se sienten cómodos con ellas, lo que desemboca en que las webs de sus negocios carezcan de interacción con el lector y cuenten con unos formatos estáticos, anticuados y con poca actualización. Esta afirmación puede que fuera cierta hace unos años, pero en la actualidad, todas estas empresas se han subido al carro de internet y mantienen una relación más cercana con los consumidores a través de sus propias páginas web. Mediante estos espacios, promocionan sus empresas a través de *booktrailers* o vídeos de promoción de un libro en el caso de las librerías o las editoriales, o vídeos de promoción de las exposiciones en el caso de museos o centros de arte. Existen incluso visitas virtuales gracias a la aplicación de las nuevas tecnologías, y que cuentan con una gran calidad de imagen. La consolidación de los blogs y las wikis⁶ ha concienciado a este tipo de empresas de que el futuro empresarial está en internet, y las nuevas plataformas son de gran ayuda para la venta y promoción de sus negocios gracias a las aplicaciones que la

⁶ Las wikis son espacios destinados a la publicación de contenidos en internet de forma colaborativa, en la que cualquiera puede aportar nuevas informaciones a lo expuesto. Están basadas en el contexto de software libre (López García, 2005).

Web 2.0 ofrece, tales como espacios participativos, la hipertextualidad o los contenidos multimedia.

2.3. PREMIOS BITÁCORA

Cuando las bitácoras apenas estaban emergiendo, y los primeros blogs tomaban forma en España, en 2004 surgió la idea de crear unos premios que valoraran el esfuerzo de aquellos blogueros o *bloggers* hispanos que, en diferentes categorías, invierten parte de su tiempo en crear espacios personales en los que plasmar sus ideas.

De la mano de José Luis Perdomo y partiendo de la iniciativa que [Eduardo Arcos](#) puso en marcha a través de su blog [Hipertextual](#)⁷, los Premios Bitácora comenzaron su andadura como una red de blogs de diferentes temáticas que pretendía valorar la función de los blogs como un vehículo de expresión personal. Además, cuando Perdomo puso en marcha este proyecto, los blogs participantes se contaban como cientos, una cifra que hoy en día se ha multiplicado hasta contarse por millones. El responsable y CEO de Bitácoras.com define este certamen como «unos premios creados por *bloggers* y para *bloggers* que tienen su origen no en medios ajenos, sino en la propia blogosfera, que con los años ha facilitado la popularización de las bitácoras y la democratización de su uso». Los premios cuentan con 20 categorías en las que participan todos aquellos blogs pertenecientes a esta temática. Las 20 disciplinas en las que se puede participar son: Salud e Innovación científica; Tecnología; Educación y Ciencia; Gastronomía; Economía; Arte y Cultura; Seguridad Informática; Humor y Entretenimiento; Belleza y Moda; Innovación y Sostenibilidad; Marketing y Social Media; Viajes; Opinión; Acción Social; Podcaster del año; Youtuber del año; Instagramer del año; Premio Especial del Público y Premio Especial del Jurado.

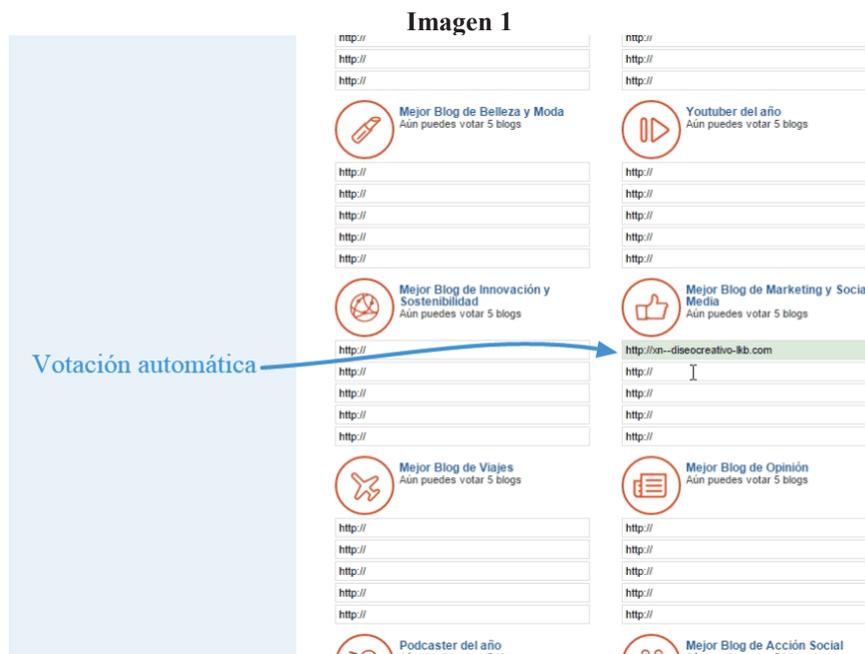
La mecánica que siguen estos premios consiste en que son los propios lectores quienes escogen a los finalistas de las diferentes categorías mediante sus votos, tras registrarse en la página web del concurso a través de las cuentas personales de Facebook o Twitter, y es el jurado el que se encarga de seleccionar a los ganadores. A diferencia de los votantes, los blogueros que deseen participar en los Premios tendrán que registrarse en la página web del concurso, creando una cuenta de usuario en bitácoras.com, y una vez dentro podrán dar de alta su blog o blogs para poder participar.

El certamen se desarrolla en un periodo de dos meses, durante los cuales tienen lugar las dos fases de la competencia. En la primera fase del concurso, cualquier usuario en la red puede

⁷ Red de blogs enfocada en diferentes nichos editoriales, incluyendo la tecnología, el cine, la televisión, la música o el motor.

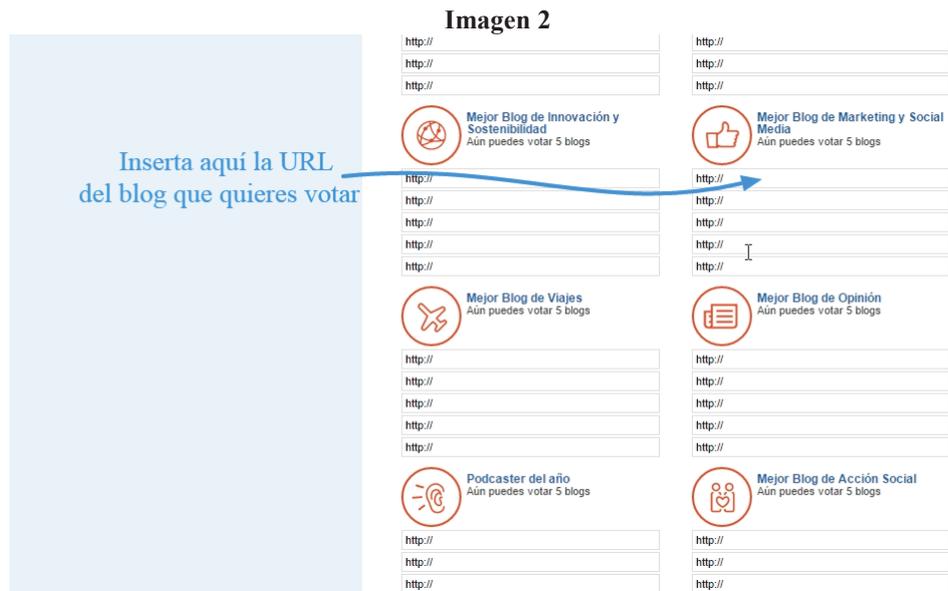
nominar a sus blogs favoritos, pudiendo seleccionar hasta cinco blogs de una misma tipología de las 20 con las que cuenta el concurso.

A la hora de votar, existen dos formatos de participación: la votación automática y la manual. La votación automática se lleva a cabo a través de la URL de seguimiento que los propios blogueros facilitan a los usuarios, es decir, que una vez que se han registrado en la página web de *bitacoras.com* y acceden a la sección de votaciones mediante la URL de seguimiento de un blog, ésta conducirá al usuario directamente a la categoría en la que se encuentra la dirección del blog que se desea votar.



Fuente: <http://xn--disocreativo-lkb.com/que-son-los-premios-bitacoras/>

Por otra parte, la votación manual consiste en que, mediante el mismo proceso de registro en la página de los premios, se puede dar el caso de que el votante no cuente con la URL de seguimiento del blog o blogs a los que quiere votar. Si se da este caso, se debe acceder a la votación a través de la web "Premios2016" > "Votar" (en el caso de los premios del año pasado) e insertar de manera manual los dominios de los blogs a los que se quiera votar dentro de las categorías correspondientes.



Fuente: <http://xn--diseocreativo-lkb.com/que-son-los-premios-bitacoras/>

Una vez que la fase de votación ha finalizado, la organización del certamen da a conocer a los finalistas de cada categoría y el nombre de los componentes del jurado, que normalmente se compone de periodistas, profesionales en el sector de internet y reconocidos blogueros.

La segunda fase de los premios es la de selección de los ganadores en cada una de las disciplinas del concurso, y es aquí donde entra en juego el jurado, que será el encargado de hacer esta selección. El fin de esta fase dará pie a la ceremonia de la entrega de los Premios, que el año pasado se celebró el 25 de noviembre, donde se hacen públicos los ganadores y que tiene lugar, tradicionalmente, en el marco del encuentro sobre Cultura Digital interQué.

Con el paso del tiempo, después de doce ediciones y un incremento en millares de participación, tanto de blogs como de votantes, los Premios Bitácora se han consolidado como el certamen referente en el mundo de la blogosfera para distinguir las webs personales hispanas de mayor calidad. Además, el concurso cuenta con el apoyo de la cadena de televisión nacional RTVE, así como de empresas y entidades de prestigio que apoyan muchas de las categorías del concurso.

Este estudio se centra en la categoría de Arte y Cultura referente al certamen celebrado en 2016, dónde no solo se va a analizar al ganador de la disciplina, sino también a los otros dos blogs que compusieron el conjunto de finalistas de esta temática.

3. ANÁLISIS Y RESULTADOS

Este apartado tiene como fin ofrecer una breve descripción de los blogs objeto de este estudio, para ello se va a explicar su historia, sus características y la temática de sus entradas. Además, se exponen los resultados de la aplicación de la ficha de análisis a las entradas de los blogs finalistas de los Premios Bitácora y una comparativa de los resultados.

3.1. ANÁLISIS DE ‘YA ESTÁ EL LISTO QUE TODO LO SABE’

Esta bitácora es un blog perteneciente al diario online *20 minutos* que se creó en enero de 2006 y cuyo autor es el barcelonés Alfred López. En ella, el escritor se dedica a bloguear, indagar historias curiosas y divulgarlas a través del blog, labor que compagina con sus libros sobre curiosidades; *Ya está el listo que todo lo sabe* (2012) y *Vuelve el listo que todo lo sabe* (2015). El blog se caracteriza por sus entradas, elaboradas con un lenguaje en primera persona y muy cercano a los usuarios y que oscilan entre temas sobre literatura, cultura general, ciencia y curiosidades. Esta bitácora fue la ganadora de los Premio Bitácoras 2016 al ‘Mejor Blog de Arte y Cultura’.

En cuanto a su cabecera, está ilustrada con niño que está junto a una pizarra donde escribe el nombre del blog, además, junto a esta ilustración se encuentra el lema del weblog: ‘Curiosidades, anécdotas e historias sorprendentes para ser cada día un poco más listos’. Sobre la cabecera se puede ver el logotipo de *20 minutos* y un cintillo con las secciones del diario y, bajo la cabecera, el cintillo con las secciones de las que dispone el propio blog: “Inicio”; “Archivo”; “Contacto; Suscríbete”; “Vídeos de Alfred López” (enlace directo al canal de Youtube del autor) y “Libros de Alfred López”.

Debajo de este cintillo aparecen ya las entradas del blog, que no están separadas entre sí por secciones, sino que según mueves el cursor hacia abajo aparecen las publicaciones anteriores. Además, todas ellas cuentan con la posibilidad de compartir en redes sociales.

Por último, en el lateral derecho encontramos una pequeña descripción con una fotografía de Alfred López, seguida de ventanas en las que aparecen el resto de blogs de 20 minutos y un apartado de categorías en el que hacen una pequeña división de las entradas.

Imagen 3



Fuente: <https://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/>

Mediante el análisis realizado se han determinado una serie de características reseñables sobre este blog. Se trata de un blog con un formato textual cuyas entradas oscilan entre diversas temáticas, entre las que destacan el arte, la literatura, la historia, la cultura general, las curiosidades y la ciencia. Sobre el nivel de noticiabilidad para la selección de los temas se encuentra el interés informativo y la actualidad de forma predominante, mientras que la reactualización aparece en menor medida. Asimismo, el autor mantiene un alto nivel de actualización diario de las publicaciones, y las entradas están organizadas de forma cronológica además de mantener un formato homogéneo entre ellas.

A través de la opción de contacto se mantiene una comunicación bidireccional, mediante la que el lector puede comunicarse con la redacción y viceversa, así como a través de las redes sociales.

En cuanto al género predominante en las entradas se encuentra el reportaje, de tal forma que según la escala propuesta por Sonia Parrat (2008) existe una presencia media del autor en los textos.

El bloque de Elementos ciberperiodísticos determina que la redacción del texto es correcta, puesto que utiliza párrafos cortos, enlaces hipertextuales y negritas para las palabras claves del texto, así como la mención a las fuentes y las referencias de la fecha y hora de publicación del texto. Sin embargo, hay que destacar que la redacción del titular es, en la gran mayoría de las publicaciones, incorrecta. Esto se debe a que el autor utiliza unos titulares demasiado largos, de tal forma que no se ajustan a las normas de redacción ciberperiodística ni a las características de redacción de un reportaje (género predominante).

Sobre la hipertextualidad predominan los enlaces de micronavegación, que redirigen en todos los casos a otras publicaciones del mismo blog. Por el contrario, los enlaces de macronavegación son menos comunes, ya que suelen aparecer para redirigir hacia las fuentes. Del mismo modo, entre las entradas analizadas existen varias excepciones sobre los enlaces macro, ya que redirigen hacia cuentas en redes sociales de los personajes que aparecen en la información. Además, estos hipervínculos suelen dirigirse a un texto, aunque en casos puntuales varían con vídeos o imágenes. Destacan también varias publicaciones que, exceptuando los enlaces de las fuentes, carecen de cualquier otro tipo de hipervínculo.

El contenido multimedia predominante en las publicaciones son las imágenes, que bien pueden ser fotografías o imágenes de archivo. Estas últimas son más comunes en aquellos textos que tratan temas históricos.

Asimismo, el blog ofrece distintas formas de participación en el blog a los usuarios, ya sea a través de los comentarios —formato más utilizado—, mediante la opción me gusta o a través de mensajes directos. Otra forma de interacción es a través de las redes sociales en las que el blog tiene presencia, que en este caso son Twitter, Facebook, Email e Instagram.

En cuanto a la participación de los usuarios lo pueden hacer compartiendo los *posts* a través de redes como Twitter, Facebook, Email y otros, así como a través de los comentarios, que suelen estar relacionado con la información, a excepción de un par de casos, en los que se aprovecha la información ofrecida para descalificar a personas ajenas al texto, lo que hace pensar que no existe un buen filtro y que cualquiera registrado en el diario puede comentar, independientemente del fin del comentario.

3.2. ANÁLISIS DE ‘GENERACIÓN GHIBLI’

Este blog vio la luz por primera vez a finales de 2010, en el momento en el que los trabajos de la productora de anime⁸ Studio Ghibli comenzaron su andadura en España con la edición de sus películas por parte de una productora española. Su autor, el madrileño Álvaro López, estudió comunicación audiovisual y se describe como un apasionado de la escritura, la difusión y el cine pero, sobre todo, de las películas de este género, lo que lo llevó a poner en marcha esta bitácora.

‘Generación Ghibli’, según explica su autor, tardó un tiempo en ‘coger forma’, ya que Álvaro López carecía de conocimientos informáticos, pero el objetivo de dar a conocer su afición de una forma única lo llevó a pasar noches en vela personalizando la web y estudiando el

⁸ Es la adaptación japonesa al término ‘animación’ con el que se denominan los dibujos o animaciones de origen japonés.

lenguaje HTML, lo que derivó en un blog del que ahora se proclama orgulloso. Además, gracias a su labor y a Diábolo Ediciones publicó sus libros; *Mi vecino Miyazaki* 2014 y *Antes de Mi vecino Miyazaki. El origen de Studio Ghibli* en 2016.

Imagen 4



Fuente: <https://generacionghibli.blogspot.com.es/>

En cuanto a la estructura del blog cuenta con una cabecera ilustrada por un dibujo propio de Studio Ghibli, el nombre del blog y el nombre de Studio Ghibli, tanto en español como en japonés. Bajo la cabecera aparece un cintillo con las distintas secciones del blog: “Inicio”; “Actualidad Ghibli”; “Filmografía”; “Críticas”; “Libro: El viaje de Chihiro”; Mi vecino Miyazaki; Staff y Acerca de —estas últimas dedicadas a la descripción del autor del blog, y del blog en sí—. Por su parte, las entradas, se pueden encontrar en la portada del blog desplazando el cursor hacia abajo, además de en la sección de Actualidad Ghibli y en el archivo. Asimismo, en el lateral derecho, podemos ver los perfiles en redes sociales del weblog, así como el archivo de las entradas y promociones de los libros del autor del mismo. A través del análisis realizado se comprueba que ‘Generación Ghibli’ es un blog temático que nace de la pasión de un aficionado del anime. Aunque la mayoría de las entradas están escritas por Álvaro López (y en el caso del análisis llevado a cabo son todas suyas), en ocasiones también aparecen algunas publicaciones redactadas por otros aficionados o profesionales del género.

El formato utilizado para esta bitácora es principalmente textual, aunque se deduce del análisis que también puede ser un fotolog, debido al gran número de fotografías e imágenes que suelen acompañar a la mayoría de las entradas.

La temática del weblog oscila entre cine y literatura, aunque el cine es el que más *posts* protagoniza. Para la elección de los temas, el autor se basa, sobre todo, en los criterios de noticiabilidad de interés informativo y novedad.

Por otro lado, la bitácora cumple con las características propias de los blogs. Mantiene una actualización continua, a pesar de que tras la gala de los premios hay un mayor intervalo de tiempo entre las entradas. Asimismo, las entradas cuentan con una organización cronológica de los hechos, así como de una homogeneidad en su forma. Además, el blog ofrece una comunicación bidireccional entre el lector y el autor a través de los comentarios, los mensajes directos y las redes sociales.

Los géneros periodísticos predominantes son el artículo y el reportaje, y en menor medida la noticia. Por ello, según la división que hace Sonia Parrat (2008) para medir la presencia del autor en el texto, se puede decir que existe mucha presencia del autor en las publicaciones de ‘Generación Ghibli’. Esta implicación se puede deber a que, al tratarse el autor de un aficionado del tema, cuando redacta descarga en el texto todas sus apreciaciones y opiniones, incluso cuando hace una noticia.

En cuanto a la redacción, el autor varía entre la forma correcta e incorrecta de redactar un titular en internet, lo que demuestra su inexperiencia. Además, el autor no suele citar a las fuentes que consulta y se excede en el uso de la negrita para destacar ciertas partes de la información. Por otro lado, los párrafos suelen ser más largos de lo que deberían, y contienen una sobreabundancia de enlaces hipertextuales, en su mayoría de micronavegación.

Imagen 5

Takahata le reclama para trabajar en su primera película, [Las aventuras de Hols, Príncipe del Sol \(1968\)](#), a día de hoy considerada un clásico de la animación japonesa que sin embargo en su momento fue un gran fracaso comercial y terminó con Miyazaki y Takahata despedidos de la compañía. Poco después seguirían colaborando en [Las aventuras de Panda y sus amigos \(1972\)](#) y la serie [Lupin III \(1971\)](#) para finalmente fichar por Nippon Animation, donde pulirían su estilo de dibujo y terminaría siendo su trampolín definitivo, primero con [Heidi \(1974\)](#) consiguiendo un éxito sin precedentes incluso fuera de Japón, y siguiendo con [Marco \(1976\)](#), [Conan, el niño del futuro \(1978\)](#) o [Ana de las Tejas Verdes \(1979\)](#) hasta llegar a la primera película dirigida por Miyazaki, [El castillo de Caaflostro \(1979\)](#).

Fuente: <http://generacionghibli.blogspot.com.es/>

En cuanto al contenido multimedia es muy variado, puesto que no sólo se incluyen imágenes y vídeos, sino que también se pueden encontrar *gifs* de las películas o las series sobre las que habla el texto.

Sobre la participación de los usuarios el blog da la opción de hacerlo a través de mensajes directos al autor, a través de la opción ‘Me gusta’ o mediante comentarios. Además, el blog tiene presencia en distintas redes sociales: Twitter, Facebook, Email, Youtube y Otras, a

través de las cuales se pueden compartir las entradas. Por su parte, los usuarios que participan lo hacen a través de comentarios relacionados con el tema, aunque no suelen ser muy habituales.

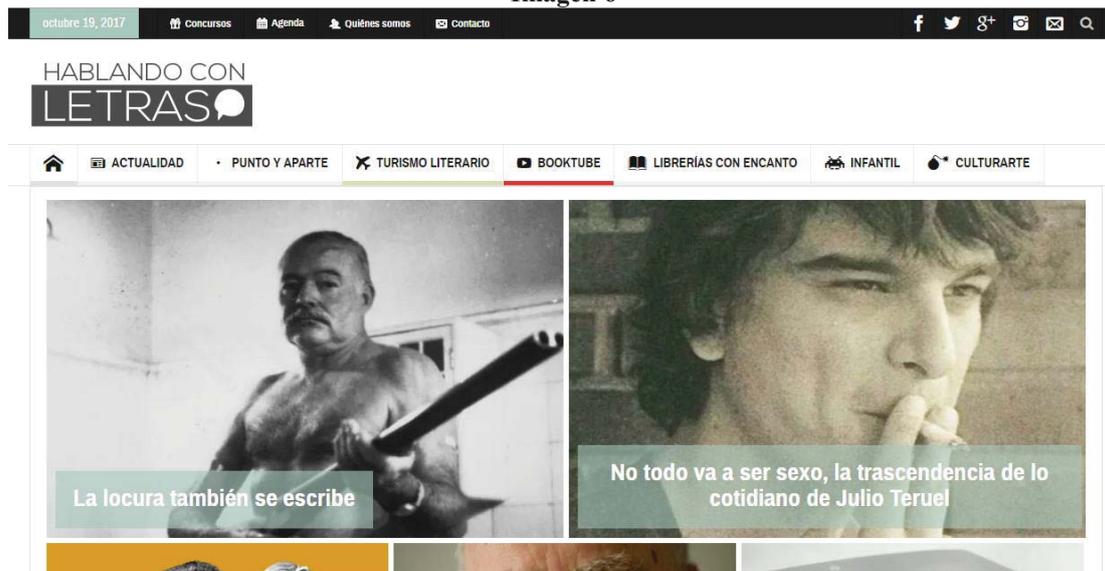
3.3. ANÁLISIS DE ‘HABLANDO CON LETRAS’

Este blog nace en 2012 de la mano de un grupo de personas que llevaban por estandarte su pasión por el universo literario y, como lema; ‘No queremos un solo día sin la libertad de imaginar, sin nuevos mundos, sin nuevas emociones’. En este blog se pueden encontrar artículos, entrevistas y reportajes con temática literaria, todos ellos con una redacción que pretende acercarse al lector a la vez que lo informa, para ello, también utiliza imágenes llamativas y, en ocasiones, vídeos que acompañan a la información. Además, entre sus redactores hay periodistas, expertos en cultura, historiadores, aficionados y un gran grupo de amantes de la literatura y la cultura.

En cuanto a sus entradas, dentro de la temática que mueve el blog, se pueden encontrar secciones de lo más originales en las que poder descubrir curiosas librerías de todas las partes del mundo, novedades literarias, críticas, reseñas sobre libros, conmemoraciones, una sección de curiosidades de la literatura, así como otra en la que encontrar las novedades infantiles sobre este género; ‘Inicio’, ‘Actualidad Literaria’, ‘Punto y Aparte’, ‘Turismo Literario’, ‘Booktube’, ‘Librerías con encanto’, ‘Infantil’ y ‘Culturarte’. Estas secciones se despliegan en el cintillo ubicado bajo la cabecera, cuyo logotipo es el mismo nombre del blog. Además, en la parte superior de la página se puede acceder a las redes sociales en las que está presente ‘Hablando con letras’ y en las que se pueden compartir sus publicaciones, así como los concursos ofrecidos por esta revista online, la agenda con los eventos literarios más destacados y el formulario de contacto con la redacción.

Asimismo, en la portada del blog aparecen las últimas entradas publicadas.

Imagen 6



Fuente: <http://www.hablandoconletras.es/>

Del análisis realizado se deduce que este blog es una bitácora de creación propia, temático y elaborado de forma colectiva. En cuanto a los redactores que llevan a cabo las publicaciones hay una gran diversidad: escritores como Javier Bermudez o Paloma Ulloa; periodistas como Cristina García Pérez; o poetas como Alex Vórtice. Sin embargo, puesto que la ficha de análisis elaborada sólo cuenta con las variables de Periodista; Investigador; Docente y Aficionado, se ha encasillado a los autores de las publicaciones analizadas como periodistas.

El formato utilizado para las publicaciones es el textual, aunque en casos puntuales se puede considerar fotoblog por la inclusión de un gran número de fotografías. Asimismo, la temática que predomina es la literatura ya que, aunque la entrada sea sobre turismo, la base es el turismo literario. Además, el grado de noticiabilidad que marca la elección del tema es el interés informativo y la novedad y, en casos puntuales, la reactualización.

El blog se caracteriza por mantener un nivel de actualización continua, cuyas entradas están organizadas de forma cronológica y que ofrece la posibilidad de una comunicación bidireccional entre los redactores y el usuario. Esta bidireccionalidad se debe a que, no sólo permiten que el lector envíe mensajes a la redacción del blog, sino que también se los puede enviar directamente a los redactores de la información. Esto se debe a que junto a la información del autor del texto también aparece un botón para enviar un correo directo a esa persona, sin que pase primero por la redacción del blog. Por otro lado, y pese a la variedad de personas que escriben en esta bitácora, las entradas mantienen una homogeneidad formal en todo momento.

Los géneros más utilizados para las entradas son la reseña, el reportaje y el artículo. Estos géneros, según la propuesta de clasificación de Sonia Parrat (2008), determinan que existe una alta presencia del autor en las entradas del blog.

En cuanto a los elementos ciberperiodísticos del texto se deduce del análisis que a pesar de que no todos los redactores son periodistas hacen, un buen uso de las normas de redacción en internet. Esto se debe a que los titulares como los párrafos, con alguna excepción, son cortos y concisos, facilitando así la lectura de las informaciones. Sin embargo, también se pueden encontrar casos contrarios y en el uso erróneo de estas normas se puede deducir la falta de formación periodística de algunos de los redactores. Debido a que en su mayoría los *posts* son artículos o reseñas no existen fuentes de consulta.

Del mismo modo, algo que llama la atención en todas las publicaciones es la falta de la fecha y la hora en la que se ha publicado la entrada. Este dato, sumado a la carencia de una hemeroteca o archivo en el blog, dificulta en gran medida la búsqueda de publicaciones concretas. Cabe destacar que la fecha de publicación sí aparece en aquellas entradas recomendadas.

Imagen 7



Mientras haya bares y las piezas universales de Juan Tallón
29 marzo, 2017
En "Novedades"



Samir Karimo
16 diciembre, 2015
En "Autores"



Modernismo y Generación del 98, dos movimientos destinados a encontrarse
27 abril, 2016
En "Punto y aparte"

Fuente: <http://www.hablandoconletras.es/>

Uno de los elementos más llamativos que se ha extraído del análisis es la falta de enlaces hipertextuales en prácticamente todas las publicaciones. Si bien es cierto que la buena redacción de los artículos hace que no se echen de menos los hipervínculos, aunque en algunos casos su inserción haría más fácil la lectura. Por otra parte, el contenido multimedia predominante son las imágenes estáticas, aunque en algunos casos se incluye junto al texto el *booktrailer* del libro sobre el que trata la información o algún fragmento del libro.

Las opciones de participación que ofrece el blog a los usuarios son la opción 'me gusta', los comentarios —principalmente relacionados con el texto— y la posibilidad de enviar tanto

mensajes a la propia redacción como directamente al propio autor de la información. Asimismo, las redes sociales en las que la bitácora tiene presencia son Twitter, Facebook, Email e Instagram, aunque a los usuarios sólo pueden compartir la información a través de las tres primeras redes. En cuanto a esto, llama la atención que, junto a los botones para compartir en redes sociales, aparece el número de veces que esa entrada ha sido compartida en dicha red.

Imagen 8



Fuente: <http://www.hablandoconletras.es/>

3.4. COMPARATIVA BLOGS PREMIOS BITÁCORA

Las tres bitácoras analizadas guardan entre sí un gran número de diferencias, así como algunas similitudes. Entre ellas se pueden encontrar algunas relacionadas con la redacción, los elementos ciberperiodísticos, con las opciones que ofrecen a los lectores y otras relacionadas con elementos que van más allá del propio análisis.

La primera diferencia que encontramos entre el trío de blogs es su origen, puesto que sólo uno de ellos ('Ya está el listo que todo lo sabe') es homólogo a un medio de comunicación, en este caso 20 minutos. Mientras, los otros son de creación propia. Esto mismo ocurre en referencia a la autoría, puesto que 'Ya está el listo que todo lo sabe' y 'Generación Ghibli' están elaborados por una única persona y, por el contrario, 'Hablando con letras' es fruto de un colectivo de personas.

En referencia a la autoría, en todos ellos aparece información sobre los autores de los textos, pero tan sólo 'Hablando con letras' posee entre sus redactores a profesionales de la información. Esta diferencia se refleja a la hora de escribir, ya que las entradas de este blog tienden a ser más profesionales en lo que a redacción se refiere, mientras que en el resto de blogs analizados esto no ocurre. 'Generación Ghibli' es el blog en el que más patente está esta característica, puesto que su autor es un aficionado, tanto del tema como de la escritura, y eso se evidencia en los textos con alto grado de opinión y un uso elevado de la primera persona.

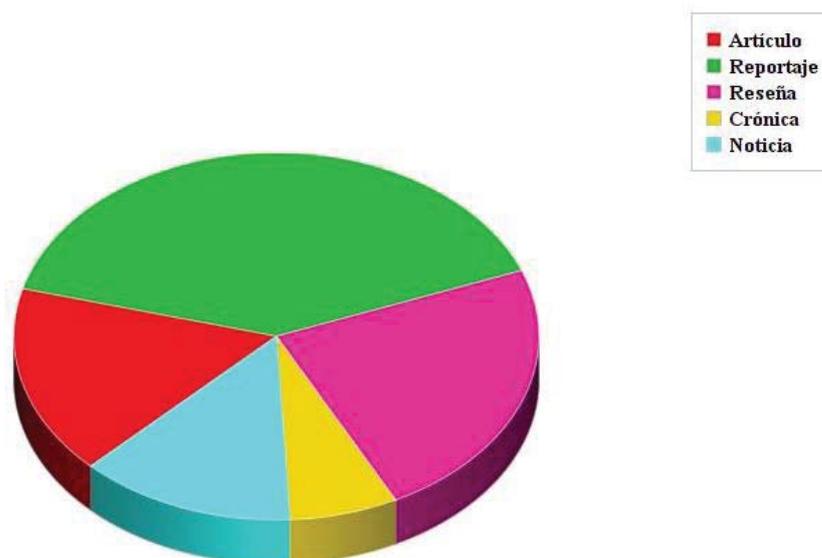
Sin embargo, sí que coinciden en el formato que utilizan para sus blogs: el textual. Aunque en ocasiones también incluyan el formato de fotoblog. Asimismo, también se rigen por el mismo nivel de noticiabilidad, que suele ser el interés informativo y la novedad.

En cuanto a la temática, los blogs de ‘Generación Ghibli’ y ‘Hablando con letras’ centran sus entradas en un monotema —cine anime y literatura respectivamente—, mientras que ‘Ya está el listo que todo lo sabe’ posee una mayor variedad en cuanto a la temática de sus publicaciones.

Algo en lo que coinciden los tres blogs es que todos ellos mantienen una actualización continua. No hay un mayor número de entradas conforme se acerca la fecha de la entrega de los Premios Bitácora ni, por el contrario, un descenso tras esta fecha. Debe destacarse que ninguno de los tres blogs tiene un ritmo de actualización marcado, aunque existe un intervalo de no más de cinco días entre las entradas. Asimismo, los *posts* están organizados de forma cronológica en los tres casos y todos ofrecen a los usuarios una comunicación bidireccional. Por otra parte, y pese a las diferentes dificultades que puedan surgir en ellos; como la falta de conocimiento periodístico o que haya varias personas escribiendo en un mismo blog, las entradas de los tres weblogs mantienen una homogeneidad formal en todos los *posts* analizados.

Los tres blogs coinciden en los géneros periodísticos que predominan en las entradas analizadas, que oscila entre el artículo, el reportaje y la reseña, y con menor presencia se encuentra la crónica y la noticia.

Gráfico 1: Géneros periodísticos



Fuente: creación propia

Este predominio de los géneros interpretativos y de opinión resulta en una alta presencia del autor en los tres casos, de tal forma que la visión y opiniones del redactor sobre el tema están presentes en todo el texto.

En lo que respecta a los elementos ciberperiodísticos relacionados con los errores de redacción se encuentran, sobre todo, en ‘Ya está el listo que todo lo sabe’ y ‘Generación Ghibli’. Estos fallos pueden deberse a que las personas responsables del blog no son profesionales de la comunicación, y esto deriva en titulares largos e imprecisos, párrafos demasiado largos y un mal uso de la negrita a la hora de destacar palabras o frases importantes en el texto. Sin embargo, ambos blogs sí que mencionan las fuentes que consultan o a las que acuden para conseguir las imágenes que aparecen en las publicaciones.

Sin embargo, llama la atención que en ‘Hablando con letras’, un blog que sigue las normas de redacción ciberperiodística, no aparezca en ninguna de sus publicaciones la fecha en la que se ha publicado la entrada. Esta carencia, junto con la inexistencia de hemeroteca dificulta al lector la posibilidad de hacer una búsqueda por fechas de las entradas, lo que no ocurre en el resto de blogs.

En cuanto a la hipertextualidad en los textos existen varias diferencias entre los tres blogs. En el caso de ‘Hablando con letras’ no aparecen enlaces hipertextuales en las entradas analizadas. Mientras, ‘Ya está listo que todo lo sabe’ incluye de manera precisa y sin excederse varios hipervínculos en sus entradas. Por el contrario, en ‘Generación Ghibli’ se puede encontrar, en más de una ocasión, un abuso de los enlaces hipertextuales, llegando incluso a sobrecargar un mismo párrafo con hasta diez *links*. Asimismo, los hipervínculos tienen destinos muy variados, pero predominan los de micronavegación, que relacionan la información con otras entradas del mismo blog.

Por su parte, el contenido multimedia es similar en los tres casos, siendo las imágenes estáticas las más usadas. Cabe destacar que, en este aspecto, el blog de anime innova con la inclusión de *gifs* en las entradas.

Sobre los mecanismos de participación, las tres bitácoras ofrecen varias opciones de participación a los usuarios. Los mecanismos principales son la opción ‘me gusta’, los comentarios y la posibilidad de enviar mensajes privados a la redacción. Además, los usuarios también pueden compartir en redes sociales las entradas que más les gusten. Para ello, el autor/res del blog distribuyen por la página distintos botones que faciliten esta tarea a golpe de clic.

En el caso de la opción ‘me gusta’ suele estar ubicada junto a los botones para compartir en redes sociales. Esta posición puede deberse a que de este modo se anima al lector, no sólo a decir que le gusta la publicación, sino también a compartirla.

Imagen 9



Fuente: <https://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/>

Los comentarios, por su parte, se encuentran, en los tres casos, debajo de la información.

Imagen 10

1 Comentario

José P. R.

25 diciembre, 2016 at 03:00

Genial artículo. Sentido, lleno de ternura y de ganas de vivir la vida sin concesiones. Mi enhorabuena a Alexander Vórtice y a Hablando con Letras por este espectacular fichaje.

Reply

Fuente: <http://www.hablandoconletras.es/>

En cambio, la opción para enviar mensajes a la redacción del blog tiene un apartado propio, que aparece como una sección del propio blog con el nombre de ‘contacto’. Los tres blogs coinciden en este aspecto, aunque ‘Hablando con letras’ incluye una alternativa; poder enviar correos directamente al autor de la información sin que este tenga que pasar antes por la redacción del blog. De este modo coloca un botón de mensaje junto a la descripción del autor que aparece en cada una de las entradas.

Imagen 11

Sobre el autor



Pepe Del amo González

Articulista, cuentista, cronista por devoción. Economista por obligación.



Fuente: <http://www.hablandoconletras.es/>

En cuanto a la estética que presentan las bitácoras en su página principal, ‘Ya está el listo que todo lo sabe’ y ‘Generación Ghibli’ exponen en su principal todas las entradas del blog, de tal forma que según bajas el cursor pasas de una entrada a otra. A diferencia de estas, ‘Hablando con letras’ sólo cuenta con las últimas entradas de cada una de las secciones, ilustradas con una imagen y el titular de la publicación, y para acceder al texto se debe hacer clic en ellas.

‘Generación Ghibli’, a pesar de exponer todas sus entradas en la página principal también las diferencia por secciones, al igual que ‘Hablando letras’, mientras que ‘Ya está el listo que todo lo sabe’ no hace esta clasificación.

Por otro lado, los tres blogs coinciden en que, para completar sus informaciones, incluyen al final del texto un pequeño apartado con sugerencias de entradas.

Imagen 12

Quizá os interese leer también:

- [¿Por qué cuando tenemos miedo nos llevamos las manos al rostro?](#)
- [Trezidavomartiofobia, el miedo irracional al Martes y 13](#)
- [Nomofobia, el miedo a salir de casa sin el móvil](#)
- [Querofobia, el extraño miedo a ser feliz](#)
- [Atelofobia, el miedo atroz a ser imperfecto](#)

Fuente: <https://blogs.20minutos.es/vaestaellistoquetodolosabe/>

4. CONCLUSIONES

Tras la realización de este trabajo y el análisis de las 30 entradas publicadas en los blogs finalistas de los Premios Bitácora 2016 se ha llegado a un conjunto de resultados que dan respuesta a los objetivos e hipótesis planteados, y permiten de este modo observar si estos se han cumplido o no. A continuación se comprobarán las hipótesis propuestas para el análisis:

H1. Los blogs culturales analizados hacen uso de las herramientas de la Web 2.0 y utilizan el hipertexto y los elementos multimedia para hacer que sus entradas sean más dinámicas y fáciles de leer.

En este caso, el análisis ha verificado la hipótesis parcialmente, puesto que en cuestión del hipertexto tan sólo dos de los blogs los incluyen en sus entradas, mientras que el otro no apuesta por la hipertextualidad en ninguna de las entradas analizadas (es el caso de ‘Hablando con letras’).

Asimismo, en los casos en los que sí que se incorporan hipertextos son, en su mayoría de micronavegación, es decir, que redirigen al usuario a entradas relacionadas con el texto en el mismo blog.

Por otro lado, en cuestión de contenido multimedia los tres blogs incorporan una fotografía o varias en cada una de las entradas, así como vídeos e incluso *gifs* en uno de los blogs (‘Generación Ghibli’). Asimismo, en ocasiones son los contenidos multimedia los protagonistas del *post*, siendo el texto el acompañamiento.

H2. El nivel de actualización de las bitácoras seleccionadas se mantuvo alto en los días previos a la celebración de la gala de los Premios, mientras que una vez pasada esta fecha disminuyeron su actualización de forma considerable.

Esta segunda hipótesis ha sido refutada. Esto se debe a que las tres bitácoras mantienen el mismo nivel de actualización tanto antes como después de la entrega de los premios. Asimismo, se debe señalar que en los tres casos no existe un patrón de actualización, sino que los autores de los blogs deciden cuándo actualizar sus bitácoras, aunque no dejan que pasen más de cinco días entre las publicaciones.

H3. Los usuarios participan de forma activa en los blogs mediante la opción de los comentarios y a través de las redes sociales con el botón de ‘compartir’.

En este caso la hipótesis sí que se ha verificado tras el análisis. Los tres blogs analizados ofrecen a los usuarios distintos mecanismos de participación, sobre los que destacan los comentarios y la opción de compartir en redes sociales. Sobre este aspecto, las redes sociales más utilizadas son Twitter, Facebook e Instagram. En cuanto a los comentarios son, sobre

todo, comentarios relacionados con la información o felicitaciones al redactor. Para poder participar de esta manera es necesario estar registrado como usuario del blog.

Además, los weblogs también incluyen el botón 'me gusta' y la opción de enviar correos a la redacción del blog.

En cuanto a la opción de enviar mensajes privados, hay dos opciones, la que ofrecen los tres blogs a través del apartado 'contacto', es decir, un mensaje directo a la redacción. Y, por otra parte, la que ofrece exclusivamente 'Hablando con letras'; ofrecer el correo personal del autor de la entrada para ponerse en contacto directamente con él.

Asimismo, la verificación de esta hipótesis complementa a su vez la primera, puesto que la participación también es una herramienta de la Web 2.0.

H4. Los géneros predominantes en los weblogs son la crónica y el reportaje, debido a que ofrecen mayor libertad de creatividad al redactor.

Esta hipótesis se ha verifica parcialmente, dado que el reportaje sí que es uno de los géneros predominantes pero la crónica no. Asimismo, dos géneros de opinión que sí tienen un alto porcentaje de apariciones en los textos son el artículo y a reseña. Si bien es cierto, que la elección de estos géneros se debe a que ofrecen una mayor libertad de creación y de plasmar sus opiniones a los autores.

H5. Los textos, en cada una de las publicaciones de los blogs, reflejan una alta presencia del autor.

En este caso la hipótesis se verifica en los tres blogs analizados. La elección de géneros interpretativos y de opinión hace que el autor esté mucho más presente en el texto que si se tratara de géneros informativos. Por ello, se concluye con que las tres bitácoras cuentan con una alta presencia del autor en sus publicaciones.

De este modo, se concluye que la primera y la cuarta hipótesis se verifican parcialmente, la tercera y la quinta lo hacen completamente y la segunda no se refuta.

Al margen de las hipótesis planteadas también se ha llegado a otras conclusiones acerca del futuro de estos blogs:

Los autores de los blogs explotan las opciones que les ofrecen los géneros interpretativos y los opinativos, pero no lo hacen tanto con el informativo. Esto deriva en errores de redacción cuando pretenden publicar una entrada de este tipo. A este respecto, el único blog que resuelve este problema es 'Hablando con letras', ya que cuenta con periodistas entre sus redactores, que pueden hacer correcciones o matices a las informaciones de sus compañeros. Sin embargo, los autores de los otros blogs deberían tener en cuenta las características de la

redacción en internet, no sólo para mejorar su redacción, sino también para aportar mayor riqueza a sus textos.

En relación con lo anterior, el uso de estos géneros no es un impedimento para la consulta a fuentes y, por consiguiente, la mención de las mismas. En los casos analizados tan sólo dos de los blogs ('Ya está el listo que todo lo sabe' y 'Generación Ghibli') incorporan al final de sus publicaciones las fuentes consultadas, pero sólo aquellas de las que han extraído las fotografías. Por ello, en el futuro sería un punto a favor para estos blog la inclusión de todas las fuentes que se han consultado.

Algo que llama la atención es la falta de explotación del hipertexto por parte de un blog tan completo como es 'Hablando con letras'. Este recurso es la herramienta más importante que brinda la Web 2.0 y en un blog literario como es este se podrían incluir en el texto muchos enlaces a otras informaciones que enriquecieran la entrada principal.

Por otra parte, los blogs deberían hacer un mejor uso del contenido multimedia, de tal forma que algunas de las entradas puedan hacerse a través de un vídeo en el que se cuente la información, como puede ser un reportaje visual. Algo que sólo incorpora 'Generación Ghibli'.

La actualización es otra de las características más importantes de la Web 2.0, y como tal debería de existir una periodicidad en la actualización de estos blogs de cara a ser plataformas más profesionales. Además, la actualización de un mismo contenido no es un problema, ya que si se publica una información errónea y se rectifica, el usuario no puede saberlo.

De esta manera se concluye con que en los blogs culturales finalistas de los Premios Bitácora 2016 los elementos más utilizados de la Web 2.0 son los contenidos multimedia y el hipertexto. Este último no en todos los casos. Asimismo, la periodicidad y la actualización no parecen importantes para los autores de los blogs, puesto que no tienen unos periodos de actualización marcados. Por ello, se puede decir que estas bitácoras no aprovechan estos elementos, que tan importantes se han vuelto para el periodismo en red.

Sin embargo, sí que existe un buen empleo de la redacción ciberperiodística en los géneros interpretativos y opinativos, lo que denota una base de conocimientos periodísticos, que para la redacción en un blog personal es aceptable pero que, de cara a un trabajo más profesional habría que mejorar.

Por otro lado, a través de este trabajo se ha percibido que varios de los autores de los blogs, como es el caso de Alfred López ('Ya está el listo que todo lo sabe') y Álvaro López ('Generación Ghibli'), tienen libros publicados relacionados con las bitácoras. Esto prueba

Recio Gómez, Aurora. 2017: Cultura y blogs: análisis del periodismo cultural en los Premios Bitácora

que las editoriales mantienen un seguimiento de estos espacios en la red, lo que podría constituir, en el futuro, un objeto de estudio.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Alba, T. (16 de septiembre de 2016): *Premios Bitácoras: Qué son y cómo participar* (Mensaje en un blog). Recuperado de <http://xn--discocreativo-lkb.com/que-son-los-premios-bitacoras/>
- Asensi, F. (2013). Comunicación digital e investigación científica. *Quaderns de la Fundació Dr. Anoni Esteve*, (28), (pp. 53-61). Recuperada de: <http://www.raco.cat/index.php/QuadernsFDAE/article/view/278728/366472>
- Castells, M. (2010): *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Celaya, J., (2006): *El uso de las nuevas tecnologías en el sector cultural*. Madrid: Trama Editorial. (pp. 85-89).
- Díaz Noci, J y Salaverría, R. (2003): *Manual de redacción periodística*. Editorial Ariel.
- Diccionario de la Real Academia Española (RAE). <http://www.rae.es/>
- Edreams. (7 de octubre de 2008): *Entrevista a José Luis Perdomo, CEO de Bitacoras.com* (Mensaje en un blog). Recuperado de <http://blog.edreams.es/entrevista-a-jose-luis-perdomo-ceo-de-bitacorascom/>
- Elias, C. (1999): *Periodistas especializados y acostumbrados*. Revista Latina de Comunicación Social, nº20. Recuperado el 26 de septiembre de 2017 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999eag/58elias.htm>
- Escuelabitácoras.com: *Conócenos* (Mensaje en un blog). Recuperado de <https://escuela.bitacoras.com/la-escuela/>
- Esteve Ramírez, F. y Moreno Espinosa, P. (2010): Los blogs especializados en la prensa digital. En Cebrián, M (director): *Desarrollos del periodismo en internet*. Comunicación Social. (pp. 169-186)
- González Pedraz, C. y Campos Domínguez, E. (2015). *El periodismo científico en la blogosfera de ciencia: un actor privilegiado en un entorno digital abierto*. Panacea@ 16 (42), (pp. 158-164). Recuperado de: http://www.tremedica.org/panacea/IndiceGeneral/n42_tribuna-CGonzalezPedras-ECamposDominguez.pdf
- Iglesias-García, M y Codina, L (2016): *Los cibermedios y la importancia estratégica del posicionamiento en buscadores (SEO)*. Redalyc.org (Red de revistas científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal) Opción, 32 (pp.929-944). Recuperado el 5 de octubre de 2017 de: <http://www.redalyc.org/html/310/31048482052/>

Recio Gómez, Aurora. 2017: *Cultura y blogs: análisis del periodismo cultural en los Premios Bitácora*

- López García, G. (2005): *Modelos de comunicación en internet*. Valencia: Tiran Lo Blanch.
- López, X. (2004): 'Información cultural. Herramientas para comunicar cultura en un escenario marcado por la sombra de la mercantilización mundial'. En Fernández del Moral, J.J. (Coord.): *Periodismo especializado*. Barcelona, Ariel Comunicación (pp. 377-396).
- López, X y Otero, M (2007): *Bitácoras: la consolidación de la voz del ciudadano*. Oleiros (La Coruña): Netbiblo.
- Moliner, M. (2007): *Diccionario de uso del español de María Moliner*. Madrid: Gredos.
- Monjas Eleta, M. (2015): *Medios especializados en cultura en internet. Una propuesta de clasificación*. En Ogiya. Revista electrónica de estudios hispánicos, (pp. 7-21). Universidad de Valladolid.
- Orihuela, J. L. (2006): *La revolución de los blogs. Cuando las bitácoras se convierten en el medio de comunicación de la gente*. Editorial: La esfera de los libros.
- Palacios, M; Díaz Noci, J. (2009): *Ciberperiodismo: Métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada*. (pp. 18-23; 27-32). Bilbao: Universidad del País Vasco, 2009. Recuperado el 5 de octubre de 2017 de <https://web-argitalpena.adm.ehu.es/pdf/UWLGCI7246.pdf>
- Parratt, S. F. (2008): *Géneros periodísticos en prensa*. Instiyan Ediciones Ciespal. Quito, Ecuador, (pp. 108-110).
- Rodríguez Martínez, R. (2010): 'Explicar y difundir la cultura'. En Camacho Markina, I. (coord.): *La especialización en periodismo. Formar para informar*. Sevilla: Comunicación Social, (pp. 162-177).
- Rodríguez Pastoriza, F. (2006): *Periodismo cultural*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Rojas, O. I; Alonso, J; Antúnez, J. L; Orihuela, J. L y Varela, J. (2006): *Blogs: la conversación en Internet que está revolucionando a medios, empresas y a ciudadanos*. Esic. Madrid, (pp. 124-134).
- RTVE.es (29 de noviembre de 2016): *Resumen de la Gran Final de los Premios Bitácoras* (Mensaje en un blog). Recuperado de <http://blog.rtve.es/premiosbitacoras/>
- Villa, M. J. (2000): *Una aproximación teórica al periodismo cultural*. En Revista Latina de Comunicación Social, 35. Extra Argentina. Recuperado el 27 de septiembre de 2017 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/Argentina2000/09villa.htm>
- Salaverría Arriaga, R. (2007): *Ciberperiodismo: Diez años de prensa digital en España*. En Fernández del Moral, J. J. (coord): *Periodismos especializado actual. Doce calas*. Madrid: McGrawHill (pp. 356-380).

Recio Gómez, Aurora. 2017: Cultura y blogs: análisis del periodismo cultural en los Premios Bitácora

Unesco. Declaración de México sobre las políticas culturales de 1982. Disponible en <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>

Walker, J. (2003): *Final version of weblog definition* (Mensaje en un blog). Routledge Encyclopedia of Narrative Theory en <http://jilltxt.net/?p=227>

6. ANEXOS

ANEXO I: Plantilla de análisis de contenido (ejemplo de análisis de una entrada)

URL: <https://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/por-que-cada-11-de-noviembre-algunas-personas-lucen-una-amapola-en-la-solapa/>

FECHA DE ANÁLISIS: 08/11/2017

Datos de identificación

Nombre del blog	‘Ya está el listo que todo lo sabe’	Autor/es	Alfred López
Título de la entrada	¿Por qué cada 11 de noviembre algunas personas lucen una amapola en la solapa?	Fecha de publicación	11/11/2016

Tipología y características del blog

Tipología del blog	Origen	Homólogo a un medio	X	Creación propia		
	Modelo	Blog autobiográfico		Blog temático	X	
	Autoría	Información del autor	Individual	X	Colectivo	
			Periodista			
			Investigador			X
			Docente			
	Formato	Texto	X	Audioblog		
		Fotolog		Videoblog		
	Temática de la entrada	Arte		Historia	X	
		Teatro		Cine		
		Literatura		Ciencia		
		Cultura general		Curiosidades	X	

	Noticiabilidad	Interés informativo	X	Actualidad	
		Novedad		Reactualización	
Características de los blogs	Actualización continua				X
	Organización cronológica				X
	Comunicación bidireccional				X
	Homogeneidad formal				X

Géneros periodísticos

Géneros periodísticos según Díaz Noci y Salaverría (2003)	Géneros informativos	Noticia				
	Géneros interpretativos	Reportaje			X	
		Crónica				
	Géneros de opinión	Editorial		Viñeta		
		Crítica		Reseña		
		Artículo		Chat		
	Género dialógico	Entrevista		Encuesta		
		Debate		Infografía		
	Géneros según Sonia Parratt (2008)	Función del texto	Informar			X
			Opinar			
Presencia del autor		Poca	Breve			
			Información estándar			
			Información reportajeada			
		Media	Reportaje			X
			Crónica			
		Mucha	Editorial			
			Crítica			
			Artículo			
Carta al director						

Elementos ciberperiodísticos en el texto

Titular	Corto y conciso		Largo e impreciso	X		
Párrafos	Cortos	X	Largos			
Referencia	Fuentes	Sí	X	No		
	Temporal	Fecha y hora de redacción junto al nombre del autor del texto		X		
Hipertexto	Enlaces hipertextuales			X		
	Navegación	Micronavegación	X	Macronavegación		
	Destino del enlace	Texto	X	Audio		
		Vídeo		Otro		
	Sobreabundancia de enlaces					
Contenido multimedia	Imagen estática	X	Vídeo			
	Otros					
Participación	Opciones que ofrece el blog a los usuarios	Participación usuario-blog	Relación con el autor	X	Comentarios	X
			'Me gusta'	X	Otros	
		RRSS con presencia del blog	Twitter	X	Instagram	X
			Facebook	X	Youtube	
	Email		X	Otros		
	Participación de usuarios	Compartición	Twitter	X	Instagram	
			Facebook	X	Youtube	
			E-mail	X	Otros	X
Comentarios		Relacionados	X	Descalificadores		

Observaciones finales	<p>En el caso de esta entrada, el autor ha elaborado una información acerca de una curiosidad histórica, para lo que ha recurrido al reportaje por la libertad de redacción que ofrecen sus características. En cuanto a la presencia del autor la encontramos en el uso de la adjetivación propia del reportaje. Sobre las normas de redacción ciberperiodística, cabe señalar que aunque el titular sí es preciso en lo que quiere decir, es demasiado largo para una información en internet, por lo que se ha señalado la opción de largo e impreciso. Por otro lado, todos los enlaces hipertextuales que encontramos a lo largo del texto son de micronavegación, ya que redirigen al lector a otros artículos del mismo blog, pero también de macronavegación, que se utilizan para redirigir a las páginas o fuentes que se han consultado. Por último, la participación que encontramos de los usuarios son, sobre todo, comentarios.</p>
------------------------------	--

ANEXO II: Entradas analizadas

Blog	Título	Fecha de publicación	Autor
‘Ya está el listo que todo lo sabe’	¿Por qué cada 11 de noviembre algunas personas lucen una amapola en la solapa?	11 de noviembre de 2016	Alfred López
‘Ya está el listo que todo lo sabe’	El día que en los Almacenes Harrods instalaron sus primeras escaleras mecánicas	16 de noviembre de 2016	Alfred López
‘Ya está el listo que todo lo sabe’	Cuando San Jerónimo le puso los cuernos a Moisés	21 de noviembre de 2016	Alfred López
‘Ya está el listo que todo lo sabe’	¿Por qué a algunas manchas de la piel se les llama ‘peca’ y a otras ‘lunar’?	22 de noviembre de 2016	Alfred López
‘Ya está el listo que todo lo sabe’	La curiosa flor que desprende un desagradable olor a cadáver en descomposición	23 de noviembre de 2016	Alfred López

Recio Gómez, Aurora. 2017: Cultura y blogs: análisis del periodismo cultural en los Premios Bitácora

‘Ya está el listo que todo lo sabe’	‘Ya está el listo que todo lo sabe’ Premio #Bitácoras16 al Mejor Blog de Arte y Cultura	28 de noviembre de 2016	Alfred López
‘Ya está el listo que todo lo sabe’	La cruel manera que tenían en la Antigua Grecia de expiar sus desgracias culpando a alguien inocente	28 de noviembre de 2016	Alfred López
‘Ya está el listo que todo lo sabe’	Destripando bulos: No, el ‘Black Friday’ no se originó por la venta de esclavos negros	29 de noviembre de 2016	Alfred López
‘Ya está el listo que todo lo sabe’	Reseña del libro: ‘Sevilla, Delta 11’ de David Rodríguez Cordón [#UnoAlMes]	30 de noviembre de 2016	Alfred López
‘Ya está el listo que todo lo sabe’	¿Sabías que Salvador Dalí y Harpo Marx formaron una pareja artística?	5 de diciembre de 2016	Alfred López
‘Generación Ghibli’	El protagonismo de las niñas en Studio Ghibli	8 de noviembre de 2016	Álvaro López
‘Generación Ghibli’	Escenarios Ghibli: Camino a la casa de baños en ‘El viaje de Chihiro’	14 de noviembre de 2016	Álvaro López
‘Generación Ghibli’	Isao Takahata también prepara un nuevo proyecto	17 de noviembre de 2016	Álvaro López
‘Generación Ghibli’	‘Ronja, la hija del bandolero’ se estrena el sábado 17 de diciembre	21 de noviembre de 2016	Álvaro López
‘Generación Ghibli’	Referencias en Studio Ghibli, o el arte cíclico	23 de noviembre de 2016	Álvaro López
‘Generación Ghibli’	El papel de la mujer en el cine de Hayao Miyazaki	5 de diciembre de 2016	Álvaro López
‘Generación Ghibli’	Tráiler español y dos clips de ‘La tortuga roja’	7 de diciembre de 2016	Álvaro López

Recio Gómez, Aurora. 2017: Cultura y blogs: análisis del periodismo cultural en los Premios Bitácora

‘Generación Ghibli’	‘Mary and the Witch’s Flower’ es la nueva película de Hiromasa Yonebayashi para 2017	15 de diciembre de 2016	Álvaro López
‘Generación Ghibli’	‘La Princesa Mononoke’ y ‘Nicky, la aprendiz de bruja’, nuevas reediciones Deluxe	21 de diciembre de 2016	Álvaro López
‘Generación Ghibli’	Hayao Miyazaki cumple 76 años	5 de enero de 2017	Álvaro López
‘Hablando con letras’	Lectura fácil o difícil, esa es la cuestión	16 de noviembre de 2016	María Requena
‘Hablando con letras’	Bloomsday: la fecha que ningún fan de James Joyce quiere perderse	18 de noviembre de 2016	Cristina García Pérez
‘Hablando con letras’	El presente (im)perfecto de Ben Brooks	18 de noviembre de 2016	Cristina García Pérez
‘Hablando con letras’	Viaje a Berlín, telón de fondo de la literatura europea	23 de noviembre de 2016	Paloma Ulloa
‘Hablando con letras’	Oroza, el hálito del poeta maldito	24 de noviembre de 2016	Alex Vórtice
‘Hablando con letras’	Nefando, viaje hacia los infiernos más humanos	30 de noviembre de 2016	Cristina García Pérez
‘Hablando con letras’	Breves atajos para caminos largos	1 de diciembre de 2016	Javier Bermuza
‘Hablando con letras’	Raymond Carver y la emoción de la sencillez	5 de diciembre de 2016	María Requena
‘Hablando con letras’	La fiambarrera, la librería con personalidad múltiple de Malasaña	12 de diciembre de 2016	Cristina García Pérez

‘Hablando con letras’	Stranger Things, la nostalgia y el presente	13 de diciembre de 2016	de Carlos Aymí Romero
-----------------------	---	-------------------------	-----------------------

Fuente: elaboración propia

ANEXO III: análisis de las entradas estudiadas

Todos los análisis llevados a cabo para esta investigación se encuentran en el siguiente enlace de Dropbox:

<https://www.dropbox.com/sh/ib0sh5iy22i1iw7/AAArtnwx8fD8DROf-SbLO8yya?dl=0>