

# Propiedades e interconectividad de los blogs valencianos

Tomás Baviera Puig  
Calle de Micer Mascó, 29  
46010 Valencia  
tomasbaviera@gmail.com

## Resumen

---

Los blogs constituyen una herramienta de publicación en internet, disponible para cualquier usuario. Además, ofrecen la posibilidad de establecer conexiones con otros usuarios a través de un dinamismo específico. Así se forma la blogosfera. En el caso concreto de la Comunidad Valenciana (España), estudiamos la realidad de estas posibilidades de interconectividad en los blogs publicados por personas vinculadas a este espacio geográfico.

**Palabras clave:** blogs, blogosfera, interconectividad, Comunidad Valenciana

## **Abstract.** *Properties and Interconnectedness of Valencian Blogs*

---

Blogs constitute a publishing tool in Internet, available to any user. Moreover, they give a chance of connecting to other users through a specific dynamism. The blogosphere is getting on like that. For the particular case of Valencian Community (Spain), we analyze the reality of these interconnecting possibilities of blogs written by users from this geographical space.

**Keywords:** blogs, blogosphere, interconnectedness, Valencian Community

## 1. Marco teórico: la interconectividad en la blogosfera

### a) *Función de publicación del blog*

La comunicación a través de internet se lleva a cabo mediante una serie de herramientas para el intercambio de contenidos. Una de estas herramientas es el blog, que ofrece además un dinamismo propio para la interacción de los usuarios basada en el contenido publicado.

El profesor Orihuela fue uno de los primeros académicos en España en utilizar y reflexionar sobre las posibilidades de los blogs. Según él, un blog –también llamado *weblog* o bitácora– estaría definido como «un sitio web personal autogestionado compuesto por entradas individuales mediante una cronología inversa» (Orihuela, 2006: 274).

Esta definición de carácter descriptivo destaca la autonomía del usuario que ha creado el blog: él o ella administra lo que se publica, su estilo y su contenido, y también la frecuencia con la que escribe. La gestión completa de este tipo de sitio web recae completamente sobre el autor del mismo.

Lo que mejor caracteriza a un blog es su formato: las entradas dispuestas de modo cronológicamente inverso, esto es, la más reciente se situaría en primer lugar. Las “entradas individuales”, también llamadas anotaciones o historias, pueden ser un texto, imágenes, audio o video, o también una combinación de estos cuatro elementos. Rebecca Blood, en uno de los primeros estudios publicados sobre los blogs, afirmó que este tipo de sitios web es «difícil de describir pero fácil de reconocer» (Blood, 2002: 1).

El contenido de un blog puede ser tan variado como quiera su autor. El hecho de que no haya intermediación entre éste y la publicación de lo que escribe, permite encontrar en los blogs todo tipo de temas posibles. Es por ello que todas las clasificaciones que se hacen de los temas que tratan los *weblogs* son bastante generales, pues tratan de abordar una realidad muy compleja. Blood propuso una división en tres categorías lo suficientemente amplia como para abarcar ya entonces los posibles contenidos publicados en las bitácoras. Distinguió entre diarios, cuadernos de notas y filtros.

Bajo la categoría de diarios se encuadran aquellos blogs caracterizados fundamentalmente por tratarse de anotaciones breves. El tema suele ser la vida diaria del autor, y los textos corresponden al estilo de los mensajes instantáneos entre amigos. Por cuaderno de notas, Blood entiende diarios con entradas de mayor longitud. Los temas pueden ser personales o sobre cosas externas. Estas dos primeras categorías tienen en común que se centran en la interioridad del autor y en sus reacciones frente al mundo exterior.

La tercera categoría de Blood son los filtros. Lo que distingue este tipo de blogs es la primacía del enlace. El centro de las anotaciones va a ser, por tanto, el mundo exterior. La personalidad del autor se revelará de modo más bien oblicuo, de fuera hacia adentro. Muchas veces este tipo de bitácoras está enfocado hacia un tema específico. Pretenden ofrecer al lector una continua fuente de información sobre un determinado asunto.

Algunos autores han señalado algunos puntos débiles de este nuevo medio, de acuerdo con la evolución que tiene. Quizá la debilidad más acusada de los *weblogs* sea que se trata de un medio demasiado «autorreferencial» (Bowman y Willis, 2003: 25).

### b) *La blogosfera*

López García ha estudiado los modelos de comunicación que operan en internet. En la clasificación que propone, ubica los *weblogs* como medios de comunicación colectiva. Esta distinción está basada en el criterio de interactividad, la cual «se define entre el usuario y el medio a partir de los contenidos proporcionados por éste» (López García, 2005: 68). Como propiedad específica que se desprende de esta tipología, los blogs aparecen como un medio jerarquizado: es el autor quien toma la iniciativa de publicar los contenidos, de acuerdo con una finalidad concreta.

Descubrimos en la bitácora una dimensión que trasciende la mera publicación de contenidos. Al tratarse de una página web, lo que estructura este sistema de escritura es el hipertexto: un texto que remite a otro texto mediante el enlace web. Así el blog aporta al texto una dimensión comunitaria. Surge así el concepto de 'blogosfera'.

Bajo el término blogosfera se «agrupa la totalidad de weblogs»<sup>1</sup>. Además del mero conjunto de estas publicaciones en internet, la blogosfera designa el fenómeno social fruto de la interacción entre los diversos autores de blogs y sus lectores.

Estalella ha investigado el fenómeno de la construcción de la blogosfera y el desarrollo de nuevas formas de sociabilidad que surgen de la experiencia de escribir en un blog. Esta actividad supone para el autor la posibilidad de expresarse y de construir una identidad propia en la Red. Al mismo tiempo, se teje un entramado de relaciones con otras bitácoras y lectores, y se crea un espacio de comunicación.

Para abordar la dimensión conectiva del blog, Estalella propone el concepto de 'campo de conexiones'. Éste se define «como el conjunto de los mecanismos y prácticas usado para conectarse con los lectores de blogs, con otros blogs, con sitios institucionales, etc.» (Estalella, 2006: 22).

Para Estalella el blog es algo más que un medio de publicación personal: es un «artefacto conectivo». Una bitácora es ocasión, no sólo de publicar, sino de entablar relaciones con otros blogs: «muchas de las actividades comunicativas que se desarrollan a través del campo de conexiones [de un blog] no tienen como función principal transmitir información, sino establecer una conexión, crear un espacio de comunicación compartida».

Ser autor de blogs conlleva, además de escribir, leer otras bitácoras e interactuar con otros *bloggers*. Se pone así de manifiesto la nueva lógica de la

1. *Wikipedia*, término 'blogosfera'. Fecha de consulta: 27 de enero de 2007.

interconexión que subyace en el modelo de comunicación en red, como ya pusiera de manifiesto el profesor Manuel Castells (2000: 51). En consecuencia, cualquier estudio sobre blogs tiene que contemplar, de alguna manera, la característica específica de la interconectividad.

De este modo se genera un espacio de intercambio asíncrono de mensajes entre el autor del blog y los lectores, y también entre los lectores entre sí gracias al sistema de comentarios para cada entrada individual. La blogosfera propicia la interacción en lo que, de un modo análogo, se suele llamar conversación<sup>2</sup>.

### c) Aspectos estructurales de la blogosfera

La blogosfera tiene una estructura similar a la que se puede encontrar en la red formada por la web. Los profesores de la Universidad de Notre Dame, Indiana, Albert-László Barabási y Albert Réka, propusieron un patrón estructural para los nodos de la web. Según sus investigaciones, había algunos nodos que agrupaban muchos enlaces, y, en cambio, la mayoría se encontraban escasamente enlazados (Barabási y Réka, 1999: 509-512). Esto es lo que se llama una distribución de potencias. A los nodos altamente enlazados se les llamó *hubs*.

El equipo de Barabási «mostró que la Web no sólo es un mundo pequeño sino que despliega un patrón peculiar en su anatomía» (Strogatz, 2003: 254). La traducción castellana de la palabra *hub* viene a ser como eje o perno. En nuestro contexto, sobre los *hubs* pivota en buena medida la conectividad global de la blogosfera.

La consecuencia de esta estructura sobre la blogosfera es la identificación de una serie de blogs que reciben muchos enlaces y que se conocen como 'Lista A'. Debido a su peso en el interior de la blogosfera, sus autores tienen la capacidad de establecer su propia agenda de temas de interés (Drezner y Farell, 2004: 32-40).

### d) Relación de la blogosfera con el espacio geográfico

La sofisticación técnica de herramientas de seguimiento de enlaces permite actualmente la realización de estudios cada vez más precisos sobre la relación de los blogs con un espacio geográfico determinado. Así, Lin, Halavais y Zhang han analizado la blogosfera como un indicador de relación entre las ciudades norteamericanas (Lin, Halavais y Zhang, 2007: 15-23). En Japón un equipo de la compañía NTT dirigido por Yasuda ha tratado de identificar las áreas de residencia de los autores de blogs mediante las técnicas de análisis de contenido y de los enlaces (Yasuda *et al.*, 2006: 231-236).

2. Así lo entienden, por ejemplo, R. MacKinnon (2004) y O. Rojas *et al.* (2005).

Ya dentro de la geografía española, el grupo de investigación Novos Medios de la Universidad de Santiago de Compostela ha estudiado las características de la blogosfera gallega, entendida ésta como los blogs escritos en gallego (López García *et al.*, 2008). Algunas de las líneas sobre las que profundizaron fueron los temas generales tratados en las entradas y los rasgos descriptivos de los autores.

En España los estudios de los blogs y de su interconectividad han estado más bien vinculados a su presencia en la prensa *online*, ya sea en medios regionales (Otero *et al.* 2006) o de referencia nacional (Meso Ayerdi y Palomo Torres, 2008: 223-238).

## 2. Objetivo y metodología de la investigación

El presente artículo pretende estudiar los blogs que se publican en el entorno de la Comunidad Valenciana. El fin de la investigación es evaluar la hipótesis de si estos blogs están sirviendo para la interconexión con otros blogs.

Vamos a estudiar algunas de las características básicas de los blogs valencianos relacionadas con su autor y su contenido. Además, evaluaremos aquellos elementos formales que contribuyen a la interconectividad, con el fin de valorar el peso que tienen los blogs valencianos en la blogosfera global.

En el caso de la Comunidad Valenciana, nos encontramos con un espacio geográfico en el que conviven dos idiomas: el valenciano y el castellano. Dado que la blogosfera en castellano, o también llamada blogosfera hispana, abarca a autores procedentes de muy diversos lugares, hemos de determinar con cierta precisión qué asumimos por blogs valencianos.

En nuestro estudio hemos tomado los siguientes criterios para clasificar un blog como blog valenciano: o bien el autor o autores especifican que pertenecen a la Comunidad Valenciana (ya sea por su origen, ya sea por su actual residencia), o bien ha habido una instancia externa que indica que el autor de dicho blog pertenece a la Comunidad Valenciana.

Para este segundo criterio –que ha sido el mayoritario–, nos hemos servido de algunos directorios de blogs, así como de instituciones localizadas en la Comunidad Valenciana que ofrecen el servicio de alojamiento de bitácoras. Los directorios que hemos consultado son los siguientes:

Directorio de blogs en España (<http://directorioblogs.es>)

Alianzo (<http://www.alianzo.com>)

Bitacoras.com (<http://bitacoras.com/>)

En cuanto a las instituciones que ofrecen servicio de blogs, hemos analizado todas las universidades ubicadas en la Comunidad Valenciana, tanto públicas como privadas. Sólo hay bitácoras para los estudiantes o los profesores en las siguientes universidades:

Universidad de Valencia

Universidad Politécnica de Valencia

De acuerdo con estas premisas, hemos formado un corpus de 605 blogs. Este elenco pretende ser lo suficientemente amplio como para enumerar unos rasgos que puedan ser significativos del estado de los blogs relacionados con la Comunidad Valenciana.

El método que hemos seguido en nuestro estudio ha sido cuantitativo. A partir del corpus de blogs, hemos elaborado una base de datos específica para este trabajo. Sobre los elementos formales, hemos dado prioridad a aquellos datos que ayuden a evaluar el grado de conectividad de cada bitácora. En la base de datos se han registrado las siguientes características: 1) Nombre del blog; 2) Dirección web; 3) Tipo de dirección web; 4) Medio/Directorio fuente; 5) Identificación de autor; 6) Autor comunitario (sí/no); 7) Disponibilidad de *blogroll* (sí/no); 8) Disponibilidad de seguidores del blog (sí/no); 9) Idioma; 10) Tema central del blog; 11) Público al que se dirige el blog; 12) Frecuencia de publicación; 13) Autoridad de Technorati; 14) Observaciones; 15) Fecha de registro.

El periodo de evaluación de estos blogs se extendió entre el 15 y el 30 de junio de 2009.

### 3. Resultados de la investigación

#### a) *Tipo de dirección web*

En esta primera aproximación al cuerpo de investigación, hemos analizado el direccionamiento de los blogs. Básicamente hay dos tipos de direcciones: los blogs que tienen una dirección web propia, y los que se encuentran alojados en servidores de blogs. La tabla 1 recoge los resultados de este análisis:

TABLA 1. DIRECCIONES WEB DE LOS BLOGS VALENCIANOS

Dirección web	Total	%
Blogs alojados en un servidor de blogs	324	53,5%
Blogs alojados en un medio de comunicación	145	24%
Blogs con dirección web propia	111	18,3%
Blogs alojados en una universidad	25	4,1%

% sobre 605

Fuente: elaboración propia.

Predominan ampliamente los blogs alojados en servidores gratuitos, como pueden ser Blogger y Wordpress. Por otra parte, son comparativamente pocos aquellos autores de blogs que han reservado una dirección web propia para su blog: tan sólo el 18,3%.

Los medios de comunicación que facilitan a sus usuarios la posibilidad de abrirse un blog tienen un peso importante entre los blogs valencianos. El desglose correspondiente a este tipo de alojamiento se recoge en la tabla 2.

TABLA 2. BLOGS ALOJADOS EN UN MEDIO DE COMUNICACIÓN

Dirección web	Total	%
Las Provincias	73	12%
Vilaweb	57	9,4%
Levante-EMV	11	1,8%
El Mundo	3	0,5%
Periodista Digital	1	0,2%

% sobre 605

Fuente: elaboración propia.

Los medios de comunicación que alojan blogs de usuarios son, predominantemente, periódicos, así como otros medios digitales sin correlato en papel. En los medios que hemos revisado sólo hemos tenido en cuenta aquellos blogs que podíamos vincular con la Comunidad Valenciana.

Destaca el número de blogs que se alojan en el diario *Las Provincias*. En *Vilaweb* hay numerosas contribuciones de los autores de blogs. Este medio digital dispone de un directorio útil que ubica geográficamente a cada bitácora, lo cual ha facilitado nuestro trabajo. En menor proporción, los periódicos *Levante-EMV*, *El Mundo* y el diario *Periodista Digital* han aportado el 2,5% del corpus registrado.

En las fechas de nuestro estudio, las únicas universidades que ofrecían espacio para abrirse un blog que fuera de acceso público eran la Universidad de Valencia y la Universidad Politécnica de Valencia. Sus blogs constituyen un 4,1% del total estudiado.

### b) Autor

Hemos analizado dos características en relación con la autoría de los blogs valencianos. Por un lado, la publicación en un blog puede ser individual o comunitaria. Y por otro lado, el blog permite velar la propia identidad del autor.

Se han identificado un total de 79 blogs comunitarios, esto es, mantenidos por un grupo de usuarios que publican periódicamente. Estos autores no necesariamente han de dar a conocer su identidad. Como se ve, la mayoría de los blogs valencianos son iniciativas de carácter individual.

En cuanto a la identificación del autor o autores del blog, hemos encontrado un 46,4% de blogs que da a conocer al autor con su nombre y un apellido, o bien, con el nombre de la entidad que promueve la publicación del blog, ya sea una empresa, un partido político o una asociación.

TABLA 3. CARACTERÍSTICAS DE LOS AUTORES DE LOS BLOGS VALENCIANOS

Características sobre el autor del blog	Total	%
Autor o autores identificados	281	46,4%
Blogs comunitarios	79	13,1%

% sobre 605

Fuente: elaboración propia.

### c) Elementos formales del blog

A partir de los elementos formales mínimos de un blog (título del blog y relación de anotaciones ordenadas en orden cronológico interno), caben una amplia gama de herramientas. Por nuestra parte, nos hemos detenido en dos de esos elementos, que nos han parecido de interés puesto que facilitan la creación de vínculos entre blogs y, por ello, contribuyen a la conectividad en el interior de la blogosfera. Estos elementos son el *blogroll*, o lista de blogs, y la herramienta ‘Seguidores del blog’.

TABLA 4. ALGUNOS ELEMENTOS FORMALES DE LOS BLOGS VALENCIANOS

Elementos formales del blog	Total	%
Disponibilidad de blogroll	431	71,2%
Disponibilidad de Seguidores del blog	116	19,2%

% sobre 605

Fuente: elaboración propia.

El *blogroll* es una lista de blogs que el autor o autores proponen al lector, ya sea porque el autor los visita con frecuencia, ya sea porque aprecia el contenido de dichos blogs. El *blogroll* lleva a cabo dos funciones fundamentalmente. Por un lado, contribuye a hacerse una idea del tipo de contenido que uno va a encontrarse en el blog. Suele ubicarse en la parte derecha de la página. Y, por otro lado, el *blogroll* vincula el blog con otras bitácoras, haciendo de enlace en el interior de la blogosfera. Pues bien, a pesar de ser un elemento –a nuestro juicio– básico de un blog, hemos encontrado un número significativo de blogs que no disponen de *blogroll*. En concreto, un 28,8% de los blogs estudiados no tienen esta lista.

El *gadget* ‘Seguidores del blog’ es una herramienta de reciente creación. Con ella se logra algo parecido que con el *blogroll*. La diferencia es que son los lectores los que se agregan por iniciativa suya, a diferencia del *blogroll*, que es actualizado por el autor. Los seguidores dan idea del interés que despierta un determinado blog. Entre los blogs estudiados, el 19,2% dispone de esta herramienta.

### d) Idioma

Los criterios que hemos tomado para la definición del corpus de análisis no han tenido en cuenta el idioma. Se trataba más bien de delimitar blogs que estuvieran vinculados a la Comunidad Valenciana. Dado que esta comunidad es bilingüe, resulta pertinente un análisis de los idiomas en el que están escritos los blogs. Conviene tener presente que el idioma determina la pertenencia a una blogosfera lingüística concreta, y eso influye en el número de lectores que potencialmente puede tener el blog.

TABLA 5. IDIOMAS EN LOS QUE ESTÁN ESCRITOS LOS BLOGS VALENCIANOS

Idioma	Total	%
Castellano	498	82,3%
Valenciano	90	14,8%
Valenciano y castellano	10	1,6%
Inglés y castellano	4	0,6%
Inglés	3	0,5%

% sobre 605

Fuente: elaboración propia.

La mayoría de los blogs están escritos en castellano: un 82,3%. En cuanto al valenciano, hemos identificado un porcentaje considerable de blogs que lo emplean como único idioma: un 14,8%. Resulta menos significativo el número de blogs escritos en ambos idiomas: tan sólo 10 blogs. También hemos podido identificar un porcentaje mínimo (1,1%) que incluye el inglés, bien sea como lengua única o compartida con el castellano.

### e) Tema

Evaluar el tema principal de un blog resulta siempre cuestionable. El autor del blog ha abierto este espacio de publicación por propia iniciativa, y es él quien escribe sobre lo que quiere y con la frecuencia que estime oportuna. El contenido de las anotaciones es, pues, muy variado, de acuerdo con las motivaciones personales y circunstanciales del autor o autores.

A pesar de esta dificultad, nos ha parecido conveniente intentar determinar un tema central del blog, el cual no es incompatible con que aparezcan anotaciones de otras temáticas o incluso anécdotas personales.

La siguiente tabla muestra los principales temas que hemos considerado como centrales en los blogs valencianos analizados:

TABLA 6. TEMAS CENTRALES SOBRE LOS QUE SE PUBLICA EN LOS BLOGS VALENCIANOS

Tema	Total	%
Personal (lo que opina)	118	19,7%
Creaciones artísticas	44	7,3%
Tecnología	41	6,8%
Política	41	6,8%
Profesional	39	6,4%
Actualidad	31	5,1%
Cultura	30	5%
Deportes	26	4,3%
Ocio	25	4,1%
Fotografía	22	3,7%
Educativo	17	2,8%
Diario personal (lo que hace)	16	2,6%
Música	15	2,5%
Viajes	14	2,3%
Cine	13	2,1%
Salud	13	2,1%
Economía	12	2%
Fallas	11	1,8%
Recetas	11	1,8%
Motor	10	1,6%
Libros	8	1,3%
Medio ambiente	7	1,2%
Humor	7	1,2%
Ciencia	5	0,8%
Senderismo	4	0,7%
Cotilleo	3	0,5%
Perros	3	0,5%
Turismo	3	0,5%
Televisión	3	0,5%
Regalos	2	0,3%
Toros	2	0,3%
Bricolaje	2	0,3%
Moda	1	0,2%
Manualidades	1	0,2%

Aviones	1	0,2%
Curiosidades	1	0,2%
Jardinería	1	0,2%
Información meteorológica	1	0,2%

% sobre 605

Fuente: elaboración propia.

Como se puede apreciar, a pesar de las consideraciones que hemos hecho sobre el tema central de un blog, la mayoría de blogs trata asuntos de carácter personal. El 19,7% de los blogs se centra en las opiniones del autor o de sus autores sobre cualquier ámbito.

Además de este tema (que hemos calificado como ‘personal’), hemos podido identificar otras 37 categorías temáticas sobre las que se centran los blogs valencianos, como se ve en la tabla 6. Todos ellos tienen porcentajes bajos, inferiores al 8%.

Cabe subrayar que 44 blogs de la Comunidad Valenciana están dedicados a mostrar las creaciones artísticas de los autores, principalmente de carácter literario. A continuación, destacan los blogs dedicados a tecnología, política y temas profesionales. También las fallas, como fenómeno propio de la Comunidad Valenciana, se encuentran presentes en la blogosfera: hemos identificado un total de 11 blogs que tratan este tema.

#### *f) Público al que se dirige el blog*

Cuando un autor escribe un blog, el alcance de los temas que trata depende de a quien se dirija. Puede ser desde un interés restringido o particular de una familia hasta temas generales de actualidad comunitaria o nacional.

Hemos establecido las siguientes categorías:

**Público familiar:** el autor o autores pretende mantener el contacto con los miembros de su familia.

**Público local:** el autor o autores trata temas de ámbito municipal.

**Comunidad Valenciana:** el autor o autores trata temas de interés para un usuario de la Comunidad Valenciana.

**Público nacional:** los temas tratados afectan a asuntos de carácter nacional.

**Público global:** el autor o autores escribe sobre temas que trascienden las fronteras nacionales.

Esta categoría del estudio es de carácter cualitativo. Puesto que un blog es la voz de su autor, éste puede escribir sobre los temas que quiera y dirigirse en cada anotación a un público distinto. Nuestra valoración del público del blog no pretende, por tanto, ser rígida, tan sólo desea ayudar a hacernos una idea de a quién interesa cada bitácora.

TABLA 7. PÚBLICO AL QUE SE DIRIGEN LOS BLOGS VALENCIANOS

Público	Total	%
Familiar	2	0,3%
Local	82	13,5%
Comunidad Valenciana	103	17%
Nacional	410	67,7%
Global	8	1,3%

% sobre 605

Fuente: elaboración propia.

La tabla 7 recoge la clasificación que hemos hecho de cada blog, en función del ámbito de interés del que se trate. En este sentido, sobresale el número de blogs valencianos que tratan temas de interés nacional, un total de 410. Pero no deja de ser significativo el porcentaje de blogs que tratan temas con un alcance vinculado a la Comunidad Valenciana (17%) y a temas de interés de una localidad concreta (13,5%). Como dato pequeño y curioso, hemos localizado 2 blogs que tratan temas relacionados con una familia concreta.

### *g) Frecuencia de publicación*

A diferencia de lo que ocurre con un medio de comunicación convencional, la publicación de un blog no está sujeta a una determinada frecuencia. Las anotaciones aparecerán según el criterio y la disponibilidad de tiempo del autor. Para este apartado, hemos evaluado la frecuencia con que se ha publicado en el último año.

TABLA 8. FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN DE LAS ANOTACIONES EN LOS BLOGS VALENCIANOS

Frecuencia de publicación	Total	%
Diaria	124	20%
Semanal	216	35,7%
Mensual	91	15%
Esporádica	85	14%
Blog parado (desde hace tres meses o más)	89	14,7%

% sobre 605

Fuente: elaboración propia.

Conviene destacar que la mayoría de los blogs valencianos estudiados se actualizan con una frecuencia semanal, esto es, con un número de entradas entre 4 y 15 al mes de media. Esta estimación puede variar en función del mo-

mento del año en que se evalúe. En esta situación de publicación semanal se encuentra el 35,7% de los blogs listados. El 20% de los blogs estudiados publica con una frecuencia diaria (más de 15 anotaciones mensuales). En conjunto, podemos afirmar que los blogs valencianos analizados son bastante activos.

Como se aprecia en la tabla 8, también hemos detectado un porcentaje del 14,7% de blogs que hemos considerado parados en su publicación. Así hemos clasificado aquellos blogs que no tenían anotaciones desde hacía más de tres meses. Nos ha parecido de interés incluirlos en el estudio, pues lo publicado en un blog no se pierde, independientemente de si hay o no más actualizaciones.

### *b) Autoridad en Technorati*

Technorati es un motor de búsqueda para blogs. En su página de portada recoge los temas sobre los que se escribe más en la blogosfera. También ofrece una clasificación de los blogs de acuerdo con los enlaces que recibe un determinado blog, lo cual le permite discriminar el peso que tiene un blog en la blogosfera.

Desde mayo de 2007 el motor de búsqueda Technorati incluye el parámetro 'Autoridad de Technorati' para cada uno de los blogs que tiene registrados. Este índice sirve para comparar entre los blogs que Technorati tiene listados. En base a esta Autoridad, el motor compone el ranking de blogs.

La Autoridad de Technorati indica el número de blogs que enlazan a un determinado blog en los últimos seis meses. Cuanto mayor sea el número, más autoridad tendrá para Technorati. Conviene subrayar que se mide el número de blogs que enlazan, y no el número de enlaces que recibe, puesto que desde un mismo blog puede salir más de un enlace<sup>3</sup>.

En el cuerpo de blogs que estamos analizando, sólo 123 estaban registrados en Technorati en el mes de junio. Constituye un 20,3% del total. En la tabla 9 se muestran los 34 primeros blogs clasificados según la Autoridad de Technorati, con un valor superior o igual a 30.

TABLA 9. PRINCIPALES BLOGS VALENCIANOS SEGÚN TECHNORATI

Nº	Blog	Dirección	Autor	Autoridad Technorati
1	Kirai – Un geek en Japón	<a href="http://www.kirainet.com/">http://www.kirainet.com/</a>	Héctor García	848
2	Gizmos	<a href="http://www.gizmos.es/">http://www.gizmos.es/</a>	Zumo de Blogs S.L.	260

3. En octubre de 2009, Technorati modificó estos criterios de medición de la Autoridad. En consecuencia, las mediciones que se realizaran a partir de esa fecha diferirían ampliamente de las recogidas en este análisis.

3	Amebas a la deriva	<a href="http://amebasaladeriva.com/">http://amebasaladeriva.com/</a>		195
4	Web Intenta	<a href="http://www.webintenta.com/">http://www.webintenta.com/</a>	Francisco López	144
5	Online	<a href="http://www.online.com.es/">http://www.online.com.es/</a>	Rubén Colomer	126
6	Gastronomía & cia	<a href="http://www.gastronomiaycia.com/">http://www.gastronomiaycia.com/</a>	VelSid	125
7	El sentido de la vida	<a href="http://www.elsentidodelavida.net/">http://www.elsentidodelavida.net/</a>		124
8	Cosas sencillas	<a href="http://www.cosassencillas.com/">http://www.cosassencillas.com/</a>	Toni Navarro	115
9	Crazy Japan!	<a href="http://crazyjapan.blogspot.com/">http://crazyjapan.blogspot.com/</a>		111
10	Mujeres de Roma	<a href="http://mujeresderoma.blogspot.com">http://mujeresderoma.blogspot.com</a>	Isabel Barceló	110
11	El documentalista enredado	<a href="http://www.documentalistaenredado.net/">http://www.documentalistaenredado.net/</a>	Marcos Ros-Martín y M <sup>a</sup> Elena Mateo	108
12	Saber curioso	<a href="http://www.sabercurioso.com/">http://www.sabercurioso.com/</a>	Toni de Haro	106
13	El Mosquitero	<a href="http://www.elmosquitero.com/">http://www.elmosquitero.com/</a>	Antonio Esteve Zafra	95
14	Ounae	<a href="http://www.ounae.com/">http://www.ounae.com/</a>		94
15	Blog de notas de Borja Ventura	<a href="http://www.borjaventura.com/">http://www.borjaventura.com/</a>	Borja Ventura	93
16	ISon21	<a href="http://www.ison21.es/">http://www.ison21.es/</a>		75
17	Cabreados	<a href="http://www.cabreados.org/">http://www.cabreados.org/</a>	Rafa Osuna	68
18	Sí, lo sé	<a href="http://www.silose.com/">http://www.silose.com/</a>		67
19	Al otro lado del mostrador	<a href="http://changelonet.com/blog/">http://changelonet.com/blog/</a>		59
20	Nivel22	<a href="http://www.nivel22.com/">http://www.nivel22.com/</a>		58
21	MedTempus	<a href="http://medtempus.com/">http://medtempus.com/</a>		55
22	High Motor	<a href="http://www.highmotor.com/">http://www.highmotor.com/</a>	Comunitario	50
23	El baúl de Josete	<a href="http://elbauldejosete.wordpress.com/">http://elbauldejosete.wordpress.com/</a>	Josete	50
24	La bella teoría	<a href="http://labellateoria.blogspot.com/">http://labellateoria.blogspot.com/</a>		47

25	Antiegos	<a href="http://www.antiegos.com/">http://www.antiegos.com/</a>	José Antonio Fernández Jaén	46
26	Blog de Jordi Sevilla	<a href="http://blog.jordisevilla.org/">http://blog.jordisevilla.org/</a>	Jordi Sevilla	43
27	Blumuneando	<a href="http://blumuneando.blogspot.com/">http://blumuneando.blogspot.com/</a>		42
28	Zona de Jazz	<a href="http://www.zonadejazz.com/">http://www.zonadejazz.com/</a>		41
29	Regreso al futuro	<a href="http://pamoga.blogspot.com/">http://pamoga.blogspot.com/</a>	Pablo Moreno Galbis	37
30	Cornadas para todos	<a href="http://cornadasparatodos.blogspot.com/">http://cornadasparatodos.blogspot.com/</a>	Andrés Verdeguer Taléis	33
31	El pachinko – Un blog de andar por casa	<a href="http://elpachinko.com/">http://elpachinko.com/</a>	Pau G. Solbes	33
32	Nada importa	<a href="http://www.nadainporta.com/">http://www.nadainporta.com/</a>	Jesús Terrés	32
33	Costa Blanca Magic	<a href="http://www.costablancamagic.com/">http://www.costablancamagic.com/</a>	Pau G. Solbes	32
34	El blog de Urodonal	<a href="http://urodonalcarrier.blogspot.com/">http://urodonalcarrier.blogspot.com/</a>		30

% sobre 605

Fuente: elaboración propia.

La relevancia de los blogs valencianos, en el conjunto de toda la blogosfera, no es especialmente grande, teniendo en cuenta que, por esas fechas, el blog con la máxima Autoridad de Technorati se situaba en torno a un valor de 29.500.

Hay un escalón importante entre el blog valenciano con la mejor Autoridad de Technorati y el resto. Se trata de *Kiraimet*, una bitácora publicada por un alicantino experto en tecnologías de la información que se encuentra trabajando en Japón. El principal contenido del blog tiene que ver más bien con sus experiencias en el seno de la sociedad japonesa. Predominan comentarios y fotografías. Resulta, en conjunto, un contenido atractivo para mucha gente. Es por ello que dispone de mayor número de enlaces que el resto, pues el interés de los temas que trata se abre a un público más amplio.

Los blogs de contenido tecnológico están presentes entre los primeros puestos de esta clasificación. Vale la pena destacar la posición que ocupa *El documentalista enredado*, un blog vinculado al diario *Levante* que trata temas relacionados con la biblioteconomía.

A la vista de los resultados de la tabla 9 vemos confirmado entre los blogs valencianos el patrón de la ley de potencia que propusieran Barabási y Réka: la mayoría de nodos se encuentran poco enlazados, mientras que unos pocos están fuertemente enlazados.

## 4. Conclusiones

Este análisis ha querido ser una aproximación a los blogs publicados por personas vinculadas a la Comunidad Valenciana, con el fin de caracterizar mejor los hábitos de sus autores y las relaciones establecidas en el interior de la blogosfera.

Entre los blogs valencianos predominan aquellos que están alojados en servidores gratuitos de blogs. Los medios de comunicación contribuyen de modo notable a una actividad bloguera mediante el servicio de creación de bitácoras en sus webs. En el ámbito universitario, son pocas las instituciones que ofrecen servicio de alojamiento en las fechas de este estudio.

En el corpus analizado hemos detectado un déficit considerable del elemento del 'blogroll'. Esta lista de 'bitácoras recomendadas' contribuye a establecer relaciones en el interior de la blogosfera, con lo que su escasa presencia podría ser un indicador de poca actividad comunitaria. Por otro lado, se ha ido incorporando la herramienta de los 'Seguidores del blog', algo que facilita el seguimiento de los contenidos de una determinada bitácora.

El idioma principal en el que se escriben los blogs valencianos es el castellano. El valenciano se encuentra presente en un porcentaje significativo. Aproximadamente la mitad de los *bloggers* dan a conocer su identidad y, en general, podemos afirmar que publican con un grado alto de frecuencia.

En cuanto a los temas tratados en los blogs valencianos, destacan aquellos en los que se manifiesta la opinión personal de quien escribe. El estudio ha podido comprobar también la variedad de temas especializados sobre los que se publican.

Por último, para analizar la presencia global de los blogs valencianos en la blogosfera, hemos utilizado la herramienta de la Autoridad de Technorati. Los blogs estudiados se encuentran en una posición discreta, si tenemos en cuenta todos los blogs registrados en este motor de búsqueda global. El blog que más destaca es el publicado por un alicantino, experto en informática, que escribe desde Japón sobre temas de la sociedad y la cultura de ese país.

Una consideración general que podemos extraer de los blogs valencianos es la apreciación de un buen nivel de uso en tanto que herramienta de publicación. La variedad de temas registrados, así como la frecuencia con la que se anotan entradas, contribuyen a dar idea del uso que se da a la bitácora en el ámbito de este estudio.

La hipótesis de partida, que considera las bitácoras como unos artefactos conectivos, ha propiciado la evaluación de otros aspectos formales. En este punto, el estudio ayuda a concluir que los blogs valencianos tienen todavía muchas posibilidades de desarrollo como punto de encuentro de otras bitácoras.

El análisis realizado ha ofrecido un primer acercamiento al conjunto de blogs escritos por autores pertenecientes a la Comunidad Valenciana. Para posteriores investigaciones, además de evaluar nuevas herramientas de conectividad presentes en el formato *weblog*, podría resultar de interés indagar los vínculos establecidos entre las diferentes bitácoras registradas y con aquellas pertenecientes a otros ámbitos geográficos. Confiamos que los resultados presentados en este artículo puedan ser una base de estudio para ampliar en sucesivos trabajos la radiografía de los blogs valencianos.

## 5. Bibliografía

- BARABÁSI, A-L.; RÉKA, A. (1999). «Emergence of scaling in random networks». *Science*. Washington D. C.: AAAS. Núm. 286.
- BLOOD, R. (2002). *The weblog handbook. Practical advice on creating and maintaining your blog*. Cambridge, MA: Perseus Publishing.
- BOWMAN, S.; WILLIS, C. (2003). *We Media. How Audiences are Shaping the Future of News Organization*. Reston, VA: The Media Center at The American Press Institute.
- CARRILLO DURÁN, M. V.; CASTILLO DÍAZ, A. (2009). «Los blogs en la prensa regional on line. La “actualidad” y la “actualización” en un nuevo soporte». *Global Media Journal México*. Vol. 6, núm. 12.
- CASTELLS, M. (2000). *La era de la información*. Madrid: Alianza Editorial. Vol. 1.
- DESAYOYE, B. (2005). *Les Blogs. Nouveau média pour tous*. París: M2 Editions.
- DREZNER, D. W.; FARRELL, H. (2004). «Web of Influence». *Foreign Policy*. Núm. 145.
- ESTALELLA, A. (2005). «La jerarquía de lo visible. Anatomía de los blogs». *Telos*. Núm. 65.
- ESTALELLA A. (2006). «La construcción de la blogosfera: yo soy mi blog (y sus conexiones)». En: J. M. CEREZO (dir). *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Madrid: Fundación France Telecom España.
- FARRELL, H.; DREZNER, D. W. (2008). «The power and politics of blogs». *Public Choice*. Vol. 134, núm. 1-2.
- GLASER, M. (2003). «The infectious desire to be linked in the blogosphere». *Nieman Reports*. Vol. 57, núm. 3, pág. 86-88.
- HERRING, S. C.; KOUPEL, I.; PAOLILLO, J.; SCHEIDT, L. A.; TYWORTH, M.; WELSCH, P.; WRIGHT, E.; YU, N. (2005). «Conversations in the Blogosphere: An analysis ‘From the bottom up’». En: *Proceedings of the Thirty-Eighth Hawai’i International Conference on System Sciences (HICSS’05)*. Los Alamitos, CA: IEEE Press.
- LIN, J.; HALAVAIS, A.; ZHANG, B. (2007). «The Blog Network in America: Blogs as Indicators of Relationships among US Cities». *Connections*. Vol. 27, núm. 2.
- LÓPEZ GARCÍA, G. (2005). «Modelos de medios de comunicación en Internet: desarrollo de una tipología». En: López García (ed.) (2005). *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Valencia: Servei de Publicacions de València.
- LÓPEZ GARCÍA, X.; PEREIRA FARIÑA, J.; GAGO MARIÑO, M.; LIMIA FERNÁNDEZ, M. (2008). «La blogosfera gallega: una red sociocultural articulada en el ciberespacio». *Diálogos de la Comunicación*. Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. Núm. 76.
- MACKINNON, R. (2004). *The World-Wide Conversation: Online Participatory Media and International News*. Cambridge, MA: The Joan Shorenstein Center on the Press.
- MESO AYERDI, K; PALOMO TORRES, B. (2008). «Los blogs de autor en los ciberdiarios de referencia españoles». *Prisma.com*. Oporto: Centro de Estudos em Tecnologias, Artes e Ciências da Comunicação. Núm. 7.

- ORIHUELA, J. L. (2006). *La revolución de los blogs. Cuando las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente*. Madrid: La esfera de los libros.
- OTERO LÓPEZ, M. L.; CALVO FERREIRO, M. D.; LÓPEZ GARCÍA, X. (2006). «Las bitácoras y la prensa digital: el *blogging* en las redacciones gallegas». Comunicación presentada en el XXI Congreso Internacional de Comunicación, Pamplona, 9 y 10 de noviembre.
- REESE, S. D.; RUTIGLIANO, L.; HYUN, K.; JEONG, J. (2007). «Mapping the blogosphere: Professional and citizen-based media in the global news arena». *Journalism: theory, practice and criticism*. Vol. 8, núm. 3, pág. 235-261.
- ROJAS, O.; ALONSO, J.; ANTÚNEZ, J. L.; ORIHUELA, J. L.; VARELA, J. (2005). *Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y a ciudadanos*. Madrid: ESIC Editorial.
- SINGER, J. B. (2005). «The political j-blogger: 'normalizing' a new media form to fit old norms and practices». *Journalism: theory, practice and criticism*. Vol. 6, núm. 2.
- STROGATZ, S. H. (2003). *Sync: The Emerging Science of Spontaneous Order*. Nueva York: Hiperion.
- TRAMMELL, K. D.; WILLIAMS, A. P.; POSTELNICU, M.; LANDREVILLE, K. D. (2006). «Evolution of Online Campaigning: Increasing Interactivity in Candidate Web Sites and Blogs Through Text and Technical Features». *Mass Communication & Society*. Vol. 9, núm. 1, pág. 21-44.
- YANG, C. C.; NG, T. D. (2007). «Terrorism and Crime Related Weblog Social Network: Link, Content Analysis and Information Visualization». En: G. Muresen, T. Altiok, B. Melamed, D. Zeng (eds.). *ISI 2007. 2007 IEEE Intelligence and Security Informatics*. Piscataway, NJ: IEEE Press, pág. 55-58.
- YASUDA, N.; HIRAO, T.; SUZUKI, J.; ISOZAKI, H. (2006). «Identifying Bloggers' Residential Areas». En: N. NICOLOV, F. SALVETTI, M. LIBERMAN, J. H. MARTIN (eds.). *Computational Approaches to Analyzing Weblogs*. Menlo Park, CA: AAAI, p. 231-236.

---

**Tomás Baviera Puig (Valencia, 1974)** es ingeniero de telecomunicación por la Universidad Politécnica de Valencia. Actualmente dirige el Colegio Mayor Universitario de La Alameda, centro adscrito a la Universidad de Valencia. Es diplomado en Estudios Avanzados del programa de doctorado interdisciplinario en Comunicación por la Universidad de Valencia. En su tesis investiga el impacto de los blogs en el ecosistema comunicativo.

---