

# Weblogs y Periodismo Participativo

Tiscar Lara<sup>1</sup>

## Introducción

La evolución de nuevas tecnologías aplicadas a internet y el deseo de los usuarios de ser parte activa en los procesos de comunicación están dando lugar a nuevas formas de participación que exigen una reformulación del rol del periodismo, así como una mayor integración de los ciudadanos en la construcción de los mensajes de la realidad social. Los weblogs son probablemente la forma de Periodismo Participativo más desarrollada en internet. Sus particulares características hacen que contribuyan a la democratización de los medios de comunicación, dotándolos de transparencia y facilitando la incorporación de nuevas voces al entorno mediático.

## Periodismo Participativo

En julio de 2003 la organización NDN New Directions for News<sup>2</sup> publicó el estudio *We Media* donde se analizaba la forma en que las audiencias perfilaban el futuro de las noticias y de la información. Más concretamente, el concepto *We Media*<sup>3</sup> explora la idea de la participación del público en la construcción de la información y la comunicación frente a los grandes grupos mediáticos. Según este estudio, el Periodismo Participativo se define como:

“El acto de un ciudadano, o grupo de ciudadanos, desempeñando un rol activo en los procesos de recopilación, cobertura, análisis y difusión de noticias e información. El objetivo de esta participación es proporcionar la información independiente, fidedigna, precisa, completa y relevante que requiere una democracia”<sup>4</sup>

## Los weblogs, blogs o bitácoras

Un weblog, también llamado *blog* o *bitácora* se define, según los investigadores Jaime Alonso y Lourdes Martínez, de la siguiente manera:

“Un medio interactivo definido por cinco rasgos: es un espacio de comunicación personal, sus contenidos abarcan cualquier tipología, los contenidos presentan una marcada estructura cronológica, el sujeto que los elabora suele adjuntar enlaces a sitios web que tienen relación con los contenidos que se desarrollan y la interactividad aporta un alto valor añadido como elemento dinamizador en el proceso de comunicación”<sup>5</sup>.

En otras palabras, podríamos decir que un weblog es una página web personal, donde la información es actualizada frecuentemente y presentada en un orden cronológico inverso, de tal manera que la publicación más reciente se sitúa al comienzo de la página. También se puede entender como un diario de apuntes, donde se comentan noticias o se hacen reflexiones personales. Normalmente, cada “post”, que podríamos traducir como *nota*, *artículo*, *comentario* o *entrada*, contiene una serie de hiperenlaces a las páginas que se citan en el texto.

Así definidos, los weblogs no parecerían aportar nada nuevo al panorama de internet. Sin embargo, lo que les distingue de meras páginas webs personales es la evolución técnica que se ha venido desarrollando en los últimos años y que ha contribuido a su rápido crecimiento. La evolución de los lenguajes de programación<sup>6</sup> y de los programas de autoedición ha permitido que

un usuario medio pueda publicar su propio proyecto de “revista”, “diario”, etc. en internet sin necesidad de conocimientos previos de lenguaje HTML o diseño gráfico. Y todo esto bajo la estructura weblog. Tampoco es necesario disponer de un servidor en internet, puesto que algunas webs como Blogger.com ofrecen espacio gratuito y asesoramiento en la publicación de weblogs, de forma que cualquier persona con una dirección de email puede comenzar a publicar su weblog en pocos minutos.

La mayor atención mediática sobre la importancia de los weblogs surgió a raíz de la compra en febrero de 2003 del portal Blogger.com por parte de Google, hasta entonces el mayor motor de búsqueda en la web<sup>7</sup>. En el momento de la venta, Blogger.com contaba con más de un millón y medio de usuarios registrados con weblog propio dentro de su dominio. Para hacernos una idea de la dimensión de la blogosfera, podemos citar la cifra de más de cuatro millones de weblogs alojados en los ocho servidores de weblog gratuito estudiados por el informe Perseus<sup>8</sup> de octubre de 2003. No obstante, hasta el momento y mientras los buscadores no alcancen métodos de búsqueda más sofisticados<sup>9</sup>, es difícil aproximarse a una cifra real puesto que gran parte de los weblogs no están alojados en servidores gratuitos, sino que son instalados por los usuarios en su propio servidor. Esta instalación es posible gracias al desarrollo de aplicaciones weblog de software libre y gratuito a disposición de cualquier usuario, como son Movable Type (<http://movabletype.org>) y Greymatter (<http://noahgrey.com/greysft>).

El mundo de la Universidad tampoco ha sido ajeno al auge de este fenómeno. A lo largo del año 2003, dos de las instituciones más importantes en el estudio del periodismo han dedicado sus últimas publicaciones al análisis del fenómeno de los weblogs: la Fundación Nieman de la Universidad de Harvard y la Columbia Journalism Review de la Universidad de Columbia. Por otro lado, también en 2003 la Universidad de Harvard contrató los servicios de Dave Winer<sup>10</sup>, uno de los más conocidos creadores de software weblog, para experimentar con la utilidad de la implantación de los servicios de weblog

en la comunidad universitaria. De estas sesiones de trabajo surgió la celebración del primer congreso sobre weblog, BloggerCon, que tuvo lugar en la Universidad de Harvard en octubre de 2003 y que ya cuenta con una segunda edición en abril de 2004<sup>11</sup>.

### **Momentos clave de la expansión de los weblogs**

Los conflictos bélicos han supuesto tradicionalmente un elemento dinamizador en la profesión periodística. Si bien la guerra del Golfo de 1991 fue considerada como la primera guerra en directo y la guerra de Kosovo supuso un salto cualitativo en los diarios digitales online, el fenómeno weblog se vio impulsado por los sucesos del 11 de septiembre de 2001 y se afianzó como medio en la guerra de Iraq de 2003.

Según un estudio del Pew Internet Project<sup>12</sup>, los acontecimientos del 11 de septiembre generaron el mayor tráfico de visitas a webs de noticias en la historia de internet. Muchos de estos sitios no pudieron absorber toda la demanda y eso hizo que la gente se dirigiera a buscarla a través del email, los foros y los incipientes weblogs que empezaban a surgir en esa época. La respuesta de internet dio lugar a una nueva proliferación del “haz tu propio periodismo”. De aquella época son las primeras incursiones en la producción de weblogs de personas reconocidas hoy dentro de este campo, como es el caso del periodista Jeff Harvis, en la actualidad director de Advance.net, división en internet de la editorial Condé Nast y una de las empresas pioneras en ofrecer espacio a sus lectores para la publicación de sus propios artículos.

2003 fue el año de la consolidación de los weblogs como forma de comunicación en internet. La invasión de Iraq en marzo de ese año generó la proliferación de los llamados “warblogs” por parte de autores muy distintos entre sí: desde corresponsales de guerra y periodistas freelances en el frente hasta ciudadanos iraquíes y testigos directos. Este fue el caso de uno de los weblogs más visitados en aquellos días y que llegó a tener 20.000 usuarios: el weblog de Salam Pax<sup>13</sup>. Desde el anonimato, Salam Pax era el pseudónimo de un joven iraquí estudiante de

arquitectura que escribía desde Bagdad su propia visión del conflicto. Actualmente este joven escribe regularmente una columna para el diario inglés *The Guardian* y ha publicado en julio de 2003 un libro sobre su experiencia.

Por otra parte, cabe destacar la experiencia del periodista Chris Allbritton que acudió a Iraq como enviado especial de su propio weblog y demostró la rentabilidad de este tipo de iniciativas. Allbritton, ex periodista de Associated Press y freelance en Iraq se destacó como el primer corresponsal independiente de internet. Este periodista fue financiado por los lectores de su weblog [www.back-to-iraq-com](http://www.back-to-iraq-com) a cambio de información de primera mano. Allbritton recaudó 14.000 dólares de sus cerca de 25.000 lectores diarios durante el conflicto, contando técnicamente tan sólo con un ordenador portátil prestado y un teléfono satélite de alquiler. La relación de Allbritton con sus lectores hizo que escribiera sobre temas a petición de los mismos, de tal forma que pasaron de ser lectores a ser editores y dando lugar a reportajes de temas originales no cubiertos por los grandes medios, como fue la vida de los turcomanos en la zona.

Chris Allbritton demostró también que los principios éticos y las normas estilísticas del periodismo no están reñidos con la publicación en un weblog. Por una parte, este periodista no ocultó en ningún momento su posición contraria a la guerra, pero esto tampoco le impidió intentar ser lo más objetivo posible:

“Cuando no era capaz de conseguir una fuente directa para un artículo, no lo escribía [...] Creo fervientemente que si los blogs quieren ser tomados en serio por el medio periodístico, sus autores tendrán que ser tan meticulosos en la forma de tratar las noticias como cualquier empresa periodística [...] Esto no quiere decir que los weblogs reemplazarán al *New York Times*. En lugar de eso, los blogs serían como el aliño o la guarnición en una dieta mediática equilibrada para el lector”<sup>14</sup>.

Dentro de la relación entre weblogs y periodismo, la explosión de los weblogs en la guerra de Iraq también puso de manifiesto el conflicto latente entre la línea editorial de un medio de comunicación y los weblogs particulares de sus periodistas. Así lo prueba el caso de Kevin Sites, cuyo weblog fue censurado por la cadena CNN para la cual trabajaba como enviado a Iraq. En sólo dos semanas, su weblog particular [www.kevinsites.net](http://www.kevinsites.net) estaba entre los 100 weblogs más enlazados y había logrado la atención de diarios como el *New York Times*, el *Washington Post* y el *Wall Street Journal*. Finalmente, el 20 de marzo, la cadena CNN le pidió que dejara de publicar en su weblog a fin de mantener su contrato, aduciendo que “trabajar para la CNN y sus 35 filiales es un trabajo a tiempo completo”<sup>15</sup>. Glen Reynolds, profesor de derecho en la Universidad de Tennessee y popular por su weblog [www.insta pundit.com](http://www.insta pundit.com) ha criticado el suceso de Kevin Sites como un “posible caso de monopolio” por parte de la CNN. Según él, la cadena no vería la página de Sites como competencia directa sino que temería que su corresponsal se hiciera una estrella, pidiera más dinero o fuera fichado por otra cadena<sup>16</sup>. Actualmente, Kevin Sites trabaja como periodista freelance para NBC, trabajo que compatibiliza sin problema con la reanudación de la publicación habitual en su weblog.

### **El 11 de marzo de 2004 en Madrid**

Los atentados del 11 de marzo de 2004 en Madrid tuvieron una gran repercusión en la demanda de información en internet, cuyo tráfico aumentó en un 800% durante las primeras horas del día<sup>17</sup>. Los principales diarios de información tuvieron que lanzar portadas más ligeras para atender a la demanda creciente, como la de *Elmundo.es* que superó en tres veces a la de un día normal<sup>18</sup>.

Los weblogs, por su parte, también acogieron gran parte de la necesidad de informaciones puntuales y sirvieron como altavoz para el encuentro de las víctimas y los ciudadanos. Algunos weblogs se abrieron inmediatamente como espacios monográficos

dedicados exclusivamente a este tema, como la página <http://11demarzo.blogalia.com> y la iniciativa Quienmeayudó <http://www.quienmeayudo.com>, una página dedicada a poner en contacto a las víctimas y a las personas anónimas que las socorrieron. Este lado más humano se aprecia también en los sobrecogedores testimonios de algunas personas que sobrevivieron al atentado y se volcaron en sus weblogs personales pocas horas después del suceso, como es el caso de la joven Ari <http://ari28.blogspot.com/>:

“El atentado de esta mañana en Atocha me ha pillado en el mismo anden.....para venir a trabajar he de coger el tren q va por la via 1 y la bomba la han colocado en el tren de la via 2.....Via 1 y 2 comparten anden así q, no quiero ni pensar q habria pasado si el tren hubiera estallado dentro de la estacion.....”<sup>19</sup>

Sin poder desligar la relación entre los atentados del 11 de marzo de la reacción ciudadana en los días siguientes y previos a las elecciones generales del 14 de marzo, hay que destacar también que los weblogs se convirtieron en un medio alternativo de movilización ciudadana y cobertura informativa de la misma<sup>20</sup>.

### Weblogs y periodismo

La mayor parte de los autores que estudian el fenómeno weblog prefieren no definir de forma genérica los weblogs como “una nueva forma de periodismo”, puesto que, aunque algunos weblogs sí se dedican a funciones básicas del periodismo, no todos están orientados a funciones periodísticas. El investigador J.D. Lasica considera que los weblogs son un periodismo de distinta naturaleza, un periodismo no ligado estrictamente a los valores del periodismo tradicional. Según Lasica, “los bloggers valoran la conversación informal, el igualitarismo, los puntos de vista subjetivos y escribir sobre beneficios, control central, objetividad y contenidos filtrados”<sup>21</sup>.

No obstante, aunque la práctica de los weblogs tiene cada día más adeptos, no toda la comunidad periodística se muestra entusiasta ante el peso que están adquiriendo. Algunos escépticos como Leslie Walter<sup>22</sup> del Washington Post dudan de que los lectores puedan confiar en un medio que no se ajusta a los principios establecidos de precisión, objetividad y verdad del periodismo tradicional. En realidad, el Periodismo Participativo y concretamente los weblogs exigen reconsiderar el paradigma de la objetividad en el periodismo. Estas nuevas formas de participación pública funcionan con sus propios métodos de calidad, como son los filtros de reputación -la persona que publica un weblog se va haciendo un nombre en la comunidad en función de la calidad de sus publicaciones- y los círculos de confianza - a través de las referencias cruzadas que proporcionan los links, algo parecido a cómo funcionan las referencias bibliográficas en una publicación académica.

### Funciones de los weblogs en el periodismo Aportar transparencia a los medios de comunicación

Los weblogs pueden ser considerados como un medio ideal para potenciar la relación entre la prensa y los ciudadanos. Para ello es necesario que los medios de comunicación hagan saber a su audiencia cómo trabajan, cuáles son las informaciones de las que parten y en base a qué criterios deciden seleccionar una parte en función del todo. Los weblogs, por su propia naturaleza, están dando un ejemplo de transparencia a los medios de comunicación tradicionales, ya que gran parte de su fuerza radica en el uso extensivo de los hiperenlaces y del comentario abierto. Este tipo de medidas podrían haber evitado, o al menos detectado con mayor antelación, escándalos de manipulación como el del reportero Jayson Blair del New York Times en mayo de 2003 y recientemente el de Jack Kelley del USA Today<sup>23</sup>. En este sentido cabe mencionar la labor del blogger Tim Blair al destapar una manipulación en un reportaje del periodista Uli Schmetzer del Chicago Tribune en febrero de 2004<sup>24</sup>.

De entre las posibles adaptaciones, los medios podrían incorporar los links a las fuentes de las noticias que tengan presencia online, aportar los textos originales de los que se hayan seleccionado fragmentos -por ejemplo, la transcripción completa de una entrevista editada-, pedir la opinión de los lectores en temas de su especialidad, escribir reportajes de acuerdo a las sugerencias o pistas de los lectores, ofrecer el material en bruto de los artículos en los que se esté trabajando e *10 Tíscar Lara* invitar a los lectores a contribuir al mismo.

### Favorecer el debate público

Los weblogs son una herramienta de gran utilidad para generar debate y comentarios sobre las noticias. Así lo considera Paul Grabowicz, director del programa de New Media en la Universidad de Berkeley:

“Los weblogs son con gran diferencia mucho más animados que los foros complacientes de las webs de noticias. Estos evitan conversaciones más extensas donde lo que la gente tiene que decir sobre lo que se ha escrito se considera de igual importancia”<sup>25</sup>.

El secreto puede estar en el propio diseño de las herramientas de weblog, que permiten escribir comentarios directamente, sin filtrado ni formularios previos, y ligados físicamente a la noticia comentada. Algunas publicaciones como la *Columbia Journalism Review* en su weblog de análisis de la campaña electoral 2004<sup>26</sup> no permiten el comentario abierto, lo cual es criticado por Dan Gillmor, quien apunta que “en lugar de hacer pronunciamientos, CJR y sus colaboradores deberían promover la conversación” y añade “serían mucho más creíbles si confiaran en que sus lectores podrán tener algo inteligente que añadir”<sup>27</sup>. Este podría ser un buen indicador del grado de apertura de un medio de comunicación que quisiera integrar los weblogs en su estructura.

### Observatorio de los medios

Una de las funciones más desarrolladas por algunos weblogs con respecto al

periodismo es la de actuar como observatorio de los propios medios de comunicación, lo que se viene denominando como *watchblogs*. En los últimos meses se ha puesto en marcha un proyecto en Estados Unidos denominado “Adoptar a un periodista”<sup>28</sup>, que anima a los ciudadanos a escribir un weblog analizando de cerca el trabajo de un determinado periodista en su seguimiento de la campaña electoral en Estados Unidos. Uno de estos bloggers es Tim Withers, quien en su weblog <http://wilgorenwatch.blogspot.com/> se dedica a analizar y contrastar las columnas que la periodista Jody Wilgoren escribe en el *New York Times* sobre la campaña de Howard Dean a la presidencia de la Casablanca. Esta iniciativa ha sido seguida por otros bloggers anónimos que hacen lo propio con periodistas de otros medios como *The Washington Post* y *Associated Press*. Para Mark Glaser, columnista de OJR, esta práctica se podría considerar como un avance en la crítica y análisis de medios, así como un gran potencial en la mejora del trabajo periodístico<sup>29</sup>.

Otros ejemplos, fuera del contexto de campaña electoral, demuestran también su utilidad. Aquí habría que mencionar el caso de Ira Stoll, una mujer de 29 años, responsable del weblog *Smartertimes.com* donde diariamente comenta las imprecisiones y erratas del diario *New York Times*. Además de las mil visitas diarias que suele tener su página, Stoll envía sus artículos por email a más de 5.500 suscriptores<sup>30</sup>.

### Mostrar los métodos del periodismo

La utilización de métodos periodísticos en los weblogs contribuye a un mayor conocimiento de la propia naturaleza del periodismo. Quienes lo practican se convierten de esta manera en ciudadanos más críticos y demandantes de un periodismo de calidad. Así lo creen algunos investigadores, como el profesor Jay Rosen quien destaca la función educadora de los *watchblogs*:

“La observación es disciplina. Incorpora la cautela. Se mejora con la práctica. Hace que te fijes en los detalles (por ejemplo, en el tono del periodista). Analizar un reportaje será

educativo para aquellos que lo hacen”<sup>31</sup>.

Otros autores defienden esta idea, como el periodista Matt Welchen, quien en su artículo “*El peso de los nuevos periodistas amateurs*” en la Columbia Journalism Review, reconoce que los weblogs no sólo aportan nuevas fuentes de información a los lectores sino que permiten a sus propietarios actuar como periodistas:

“Seleccionando las noticias, valorando la credibilidad de las fuentes, escribiendo títulos, tomando fotografías, desarrollando estilos de escritura, relacionándose con los lectores, construyendo audiencia, sopesando los sesgos ideológicos y ocasionalmente llevando a cabo investigaciones propias”

y añade

“miles de amateurs están aprendiendo cómo hacemos nuestro trabajo convirtiéndose en el proceso en lectores más sofisticados y críticos más agudos”<sup>32</sup>.

### **Aportar pluralismo al entorno mediático**

La proliferación de weblogs incrementa el número de voces en la esfera de los medios de comunicación. Para el profesor de Columbia, Eric Alterman, se trata de un sople de aire fresco al entorno mediático:

“La concentración de la propiedad de los medios de comunicación y el incremento del conservadurismo de esas instituciones periodísticas abren una clamante necesidad de fuentes alternativas de información y opinión que no encuentran un espacio en ningún lugar de los medios”<sup>33</sup>.

En este nuevo paradigma, el periodismo deja de participar en los procesos de comunicación desde sus posiciones privilegiadas. Mark Glaser reconoce que uno de los principales cambios tiene que ver con la forma de concebir al propio periodismo:

“Los periodistas están siendo destronados de su torre de marfil. Muchos periodistas querrían creer que su reportaje sobre una guerra, unas elecciones o un partido de béisbol es la última palabra. Pero cuando el email del reportero empezó a ser publicado al final del artículo en prensa, la dinámica cambió. Entonces, los foros online y las respuestas dieron a los lectores más presencia y condujo a una mayor interacción [...] proporciona una voz mucho mayor a los lectores no periodistas dando opciones para atacar, contraatacar y corregir artículos de maneras que no habían existido antes”.

### **Archivo y documentación**

La estructura de los weblogs, caracterizada por las entradas cronológicas y los sistemas de búsqueda de los artículos en la propia web, los convierten en útiles fuentes de información y consulta para los periodistas. Ello se ve ayudado por la propia vocación de permanencia y de interconexión de la naturaleza de los weblogs. Así lo recogen los investigadores Torill Mortensen y Jill Walker, quienes han escrito un artículo<sup>34</sup> sobre la utilidad del weblog en la investigación académica, con la que comparte, según ellos, características propias como el placer por el debate y la atribución de las citas.

### **Conclusión**

La aparición de formas de Periodismo Participativo en internet y la popularidad de los weblogs abren un camino a la incorporación de nuevas voces en el panorama mediático. Con el uso eficaz de estas herramientas, el ciudadano puede, de esta manera, reivindicar su espacio como comunicador en una democracia. En este entorno, el nuevo periodista habrá de reconducir su labor social y ayudar a los ciudadanos a desarrollarse creativamente en la sociedad de la información. Es tarea de todos nosotros, ya sea desde el campo de los medios de comunicación, como desde la escuela y la universidad favorecer el uso

crítico y creativo de los medios a nuestro alcance.

Si bien hay iniciativas de medios que están incorporando weblogs a sus redacciones<sup>35</sup>, éstas no deben quedarse en el simple exotismo formal de dar una apariencia de modernidad. La evolución de los weblogs está suponiendo algo más que la mera proliferación de páginas personales: están

dando lecciones de ética, saber hacer, confianza y proximidad que deberían ser adoptadas por los medios de comunicación tradicionales. Tomemos sus elementos positivos como una motivación para el aprendizaje continuo en la práctica de un periodismo de calidad, un Periodismo Participativo como no podría ser de otra manera en una sociedad democrática.



<sup>1</sup> Universidad Complutense de Madrid.

<sup>2</sup> We media. *How audiences are shaping the future of news and information*. [http://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf) Formato html disponible en: [www.hypergene.net](http://www.hypergene.net)

<sup>3</sup> El movimiento We Media es también el título del libro que uno de sus mayores precursores, Dan Gillmor, está escribiendo sobre Periodismo Participativo. Gillmor propone en su página web <http://weblog.siliconvalley.com/column/dangillmor/> la discusión de los capítulos que tiene proyectados para su libro y se compromete a incorporar las contribuciones de los usuarios.

<sup>4</sup> We media. Pág. 6.

<sup>5</sup> Díaz Noci, J y Salaverría, R. *Manual de Redacción Ciberperiodística* (2003). Barcelona, Ariel. Capítulo 6. Pág. 296.

<sup>6</sup> Las tecnologías propias del formato weblog son principalmente los sistemas de Trackback y RSS. Gracias al sistema Trackback podemos seguir el rastro del impacto que nuestra publicación haya podido tener en otras webs, por medio de un link automático a esas referencias. Por su parte, la tecnología RSS o Really Simple Syndication se basa en el lenguaje XML y nos permite subscribirnos -y ser susceptibles de suscripción por parte de otros- a aquellas webs de noticias y weblogs que publiquen en ese formato -por ejemplo, el New York Times-, de tal manera que podamos recibir regularmente sus titulares.

<sup>7</sup> Gillmor, D. Google Buys Pyra: Blogging Goes Big-Time. 15/02/2003

<http://weblog.siliconvalley.com/column/dangillmor/archives/000802.shtml>

<sup>8</sup> Los servidores de weblog gratuito estudiados son Blog-City, BlogSpot- Blogger, Diaryland, LiveJournal, Pitas, TypePad, Weblogger y Xanga. Informe Perseus. *The blogging iceberg*. [Consulta: 08/10/2003]. <http://www.perseus.com/blogsurvey>

<sup>9</sup> Para localizar un weblog se puede emplear un buscador especializado como el Blogdex <http://blogdex.media.mit.edu> desarrollado por el MIT (Massachusetts Institute of Technology) en 2001 que permite la búsqueda por la dirección web o por texto. También resulta útil la búsqueda a través de los directorios, donde los weblogs vienen listados en función de su tema, idioma, etc. Entre ellos cabe destacar [www.bitacorras.net](http://www.bitacorras.net) y [www.blogalia.es](http://www.blogalia.es) como referente en castellano.

<sup>10</sup> Winer, D. <http://blogs.law.harvard.edu>

<sup>11</sup> BloggerCon.

<http://blogs.law.harvard.edu/bloggerCon/>

<sup>12</sup> Pew Internet & American Life Project. *One year later: September 11 and the Internet*. 5/09/2002. <http://www.pewinternet.org/reports/toc.asp?Report=69>

<sup>13</sup> [http://dear\\_raed.blogspot.com/](http://dear_raed.blogspot.com/) Para más información, consultar la entrevista con Salam Pax en el foro interactivo de BBC News: [http://newsvote.bbc.co.uk/mpapps/pagetools/print/news.bbc.co.uk/2/hi/talking\\_point/3116344.stm](http://newsvote.bbc.co.uk/mpapps/pagetools/print/news.bbc.co.uk/2/hi/talking_point/3116344.stm)

<sup>14</sup> Allbritton, C. *Blogging from Iraq*. Harvard Nieman Report. Otoño 2003. Pág. 84 <http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf>

<sup>15</sup> Mernit, S. “*Blogging sites and the blogging controversy*”. Declaraciones de la portavoz de la CNN Edna Jonson. Online Journalism Review. 03/04/2003. <http://www.ojr.org/ojr/workplace/p1049381758.php>

<sup>16</sup> Outing, S. *Journalists debate closure of another blog*. Online Journalism Review. 29/04/2003. <http://www.ojr.org/ojr/glaser/1051593413.php>

<sup>17</sup> Datos del Observatorio Español de Internet. <http://www.obsinternet.com/>

<sup>18</sup> *El tráfico en Internet se dispara*. El mundo.es <http://www.elmundo.es/navegante/2004/03/11/esciedad/1079024472.html>

<sup>19</sup> Ari. *Espejito, espejito*.

[http://ari28.blogspot.com/2004\\_03\\_01\\_ari28\\_archive.html](http://ari28.blogspot.com/2004_03_01_ari28_archive.html) [11/03/2004]

<sup>20</sup> Ejemplos de ello están disponibles en las siguientes direcciones: [http://www.esfazil.com/kaos/noticia.php?id\\_noticia=1312](http://www.esfazil.com/kaos/noticia.php?id_noticia=1312) y <http://manipuladores.webcindario.com/>

<sup>21</sup> Lasica, J.D. “*Blog and journalism need each other*”. Harvard Nieman Report. Otoño 2003. Pág. 71 <http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf>

<sup>22</sup> Lasica, J.D. “*Blog and journalism need each other*”. Harvard Nieman Report. Otoño 2003. Pág. 72 <http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf>

<sup>23</sup> *El diario ‘USA Today’ acusa a su ex reportero estrella de inventar y plagiar sus mejores historias*.

El Mundo. <http://www.elmundo.es/elmundo/2004/03/19/comunicacion/1079705712.html> 19/03/2004

<sup>24</sup> *Le Net épie l'éthique de la presse*. Liberation.

<http://www.liberation.fr/page.php?Article=187702> 20/03/2004

<sup>25</sup> Paul Grabowicz, “*Weblogs bring journalists into a larger community*”. Harvard Nieman Report. Otoño 2003.

<http://www.campaigndesk.org/>

<sup>27</sup> Dan Gillmor en declaraciones vía email a Mark Glaser.

<http://ojr.org/ojr/glaser/1076465317.php> 10/02/2004

<sup>28</sup> Adopt-A-Journalist.

<http://www.scribestalker.com/watch/>



<sup>29</sup> Glaser, M. 'Watchblogs' Put the Political Press Under the Microscope. 11/02/2004 <http://ojr.org/ojr/glaser/1076465317.php>

<sup>30</sup> Baum, G. *Tweaking The Times Nose*. Online Journalism Review. 27/03/2002 <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017265278.php>

<sup>31</sup> Jay Rosen. *Why I Love the Adopt-a-Reporter Scheme. Why I Dread It*. [http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/01/14/watch\\_site\\_s.html](http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/01/14/watch_site_s.html) 14/01/2004.

<sup>32</sup> Welch, M. *The new amateur journalists weigh in*. Columbia Journalism Review. 2003. Septiembre-Octubre. Volumen 5. <http://www.cjr.org/issues/2003/5/blog-welch.asp>

<sup>33</sup> Glaser, M. *The infectious desire to be linked in the blogosphere*. Harvard Nieman Report. Otoño 2003. Pág. 88 <http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf>

<sup>34</sup> Tory Mortensen y Jill Walker. *Bloggin Thoughts: personal publication as an online research tool*. Artículo académico.

<http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/>

Researching ICTS\_in\_context\_ch11\_Mortensen\_Walker.

<sup>35</sup> Algunos periódicos han optado por incorporar a bloggers populares a sus redacciones como colaboradores habituales. Es el caso del iraquí Salam Pax y sus artículos en el diario The Guardian y el de Den Beste, un ingeniero desempleado de San Diego que después de dos años escribiendo sobre análisis internacional en su weblog ha pasado a ser colaborador de The Wall Street Journal. Entre los medios que han apostado por la incorporación de weblogs dentro de sus páginas, cabe destacar el portal de internet MSNBC y los medios británicos The Guardian (<http://www.guardian.co.uk/weblog>) y BBC News, que habilitaron weblogs para sus corresponsales durante la guerra de Iraq. Concretamente, la cadena BBC mantiene un weblog donde invita a sus lectores a enviar fotografías y vídeos personales sobre eventos periodísticos que son planificados con anterioridad, como por ejemplo material de una manifestación contra la guerra ([http://news.bbc.co.uk/1/hi/talking\\_point/2780295.stm](http://news.bbc.co.uk/1/hi/talking_point/2780295.stm)).