

## EL ESTADO DE LA BLOGÓSFERA

Un blog es un sitio web en el que uno o varios autores publican cronológicamente textos o artículos con gran frecuencia, apareciendo primero el más reciente, y donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que estime pertinente. Un aspecto relevante es la alta interacción entre ellos gracias a enlaces.

Por su parte, la blogósfera se define como un sistema virtual, en el que se establecen comunidades de blogs, categorizados temáticamente o por perfiles de interés. (Cabero, 2006, p. 234). Estos conforman un fenómeno social, ya que a través de ellos se pueden determinar claramente tendencias, gustos, popularidad de sitios, objetos, productos, música, películas, libros, etc.

Los blogs han sido en gran medida el motor de la llamada tecnología de lecto-escritura, y ya que los lectores no tienen obligación de participar con comentarios, existen innumerables lectores pasivos que simplemente consumen blogs, mejor conocidos como *lurkers*.

### *Historia*

**1994 – 2000.** Los primeros blogs eran simplemente componentes actualizados de sitios web comunes. Sin embargo, la evolución de las herramientas que facilitaban la producción y mantenimiento de artículos web publicados y ordenados de forma cronológica, hizo que el proceso de publicación pudiera dirigirse hacia muchas más personas, y no exclusivamente a aquellos que tenían conocimientos técnicos. Las primeras herramientas de alojamiento de blogs fueron: *OpenDiary* (octubre de 1998), *LiveJournal* (marzo de 1999), *Pitas.com* (julio de 1999), *Blogger* (agosto de 1999) y *Diaryland* (septiembre de 1999).

**2000 – 2006.** Tuvieron lugar tres momentos históricos clave en la historia del crecimiento de la blogósfera: los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001, la Segunda Guerra del Golfo y las elecciones estadounidenses de 2004. Estos sucesos dieron lugar a oleadas de blogs con declarada vocación política, *warblogs* (blogs defensores, justificadores y motivadores de las invasiones americanas), así como blogs escritos por personas que vivieron los sucesos en “primera persona” en donde contaban la realidad que acontecía en esas latitudes. Por otro lado, en 2002, la importancia de la comunidad de blogs (y su relación con la sociedad más grande) cobró importancia rápidamente, de forma que las escuelas de periodismo comenzaron a investigar el fenómeno de los blogs, y a establecer diferencias entre el periodismo y el *blogging*. Desde 2006, el 31 de agosto se festeja el “día internacional del Blog”.

**2007 – presente.** El *blogging* se convirtió en uno de los servicios de Internet más populares, donde ya no solamente era empleado por particulares, sino también por corporativos internacionales. Dentro de los servidores de blogs más populares destacan *Blogger* y *Wordpress*. Fue tal el éxito de algunos *bloggers* que hoy en día trabajan para la televisión y algunos medios impresos. En años recientes se ha presentado una evolución de los blogs “tradicionales” al *microblogging*, que es la práctica de publicar pequeños fragmentos de contenidos digitales (texto, imágenes, enlaces, videos cortos, etc.) en Internet. Esta variante ofrece un modo de comunicación espontánea, ya bien entre particulares o incluso a nivel corporativo. Algunos ejemplos son *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, *Google+*, *Instagram*, *Vine*, *Pinterest*, etc.

## *Influencia de los nuevos medios de comunicación en las campañas políticas*

Nicholas Christakis de la Universidad de Harvard señala que las redes sociales son como un enorme tejido humano, el cual permite interactuar los unos con los otros contagiando emociones y volviéndolas colectivas. Antes, las campañas políticas se difundían a través de los medios tradicionales (periódico, radio y televisión), hoy la difusión se realiza principalmente a través de Internet, donde convergen todos los medios tradicionales.

Internet, a través de las redes sociales, han potenciado la comunicación y la interacción entre los candidatos y la sociedad, permitiendo una mayor interacción con una mayor cantidad de personas y de una forma mucho más rápida. Asimismo, ahora los candidatos son capaces de medir, analizar y predecir en dónde se encuentran y cuáles son sus posibilidades de alcanzar sus objetivos.

Al hablar de Internet y campañas políticas, existe un antes y un después de la campaña de Barack Obama por la presidencia de los Estados Unidos en 2008. Desde entonces, estas estrategias han intentado ser replicadas con mayores o menores recursos y con mejores o peores resultados en todo el mundo.

Incluso las redes sociales le permitieron a Barack Obama una mayor y más rápida recaudación de fondos para su campaña. Internet, y todas las herramientas ahí contenidas, permiten un sinnúmero de acciones a bajo o nulo costo, que facilitan la toma de decisiones informada de los candidatos: presencia en medios permanente, minería de datos, establecimiento de agendas temáticas, evaluación en tiempo real del ánimo de la opinión pública sobre los temas de campaña mediante *tweets*, *likes*, búsquedas y en entradas en los blogs, etc.

Las opiniones y reacciones expresadas en las redes sociales aportan información valiosa que influye y transforma las estrategias de las campañas políticas actuales. Más importante aún, estos nuevos medios les están dando a los candidatos la oportunidad de “saltarse” a los periódicos, revistas y noticieros para difundir en forma directa sus posiciones, sin tener que recurrir a los periodistas como intermediarios. La pregunta es, ¿cómo será la gestión de la comunicación política en México en 2018?

## *Bibliografía*

- Editorial Mival S. A. de C. V. (3 de noviembre de 2012). *El uso e influencia de las redes sociales en las campañas de EU*. Recuperado el 24 de octubre de 2014, de Pulso Diario de San Luis: <http://pulsoslp.com.mx/2012/11/03/el-uso-e-influencia-de-las-redes-sociales-en-las-campanas-de-eu/>
- Lanza, L. (9 de septiembre de 2010). *Nuevos medios & Comunicación Política: Influencia en redes sociales*. Recuperado el 24 de octubre de 2014, de Scribd: <https://es.scribd.com/doc/37199398/Nuevos-medios-Comunicacion-Politica-Influencia-en-redes-sociales>
- TÍSCAR. (10 de noviembre de 2013). *Los blogs y su evolución hoy: reconstrucción del cuerpo digital*. Recuperado el 21 de octubre de 2014, de TISCAR - Comunicación y Educación Digital: <http://tiscar.com/2013/11/10/los-blogs-y-su-evolucion-cuerpo-digital/>
- Wikipedia. (20 de octubre de 2014). *Blog*. Recuperado el 21 de octubre de 2014, de Wikipedia, la enciclopedia libre: <http://es.wikipedia.org/wiki/Blog>
- Wikipedia. (17 de octubre de 2014). *Blogosfera*. Recuperado el 20 de octubre de 2014, de Wikipedia, la enciclopedia libre: <http://es.wikipedia.org/wiki/Blogosfera>