



**Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información**  
**Coordinación de Estudios de Postgrado**  
**Especialización en Periodismo Digital**

**Rediseño del blog [agendaccs.blogspot.com](http://agendaccs.blogspot.com), dedicado a la difusión de información cultural y de entretenimiento de la ciudad de Caracas**

**Trabajo Especial de Grado presentado para optar al Título de Especialista en Periodismo Digital**

Autor (a): Isbel Delgado

Tutor(a): Alda Silva de Machado

**Caracas, enero de 2012**

## **Dedicatoria**

A todos los que, como yo, encontraron en los blogs una plataforma para comunicar información de su interés, pero que también interesa a otros.

A los profesores de la Especialización de Periodismo Digital, que tienen ante sí el reto de transformar el rol actual del comunicador para adecuarlo a las exigencias de los nuevos tiempos.

## **Agradecimientos**

Quiero agradecer muy especialmente a la prof. Marianne Robles, coordinadora de la Especialización en Periodismo Multimedia. Su paciencia y palabras de apoyo en los momentos de flaqueza hicieron posible que culminara este ciclo de estudios. También a la prof. Alda Silva de Machado, que siempre estuvo atenta al desarrollo de mi TEG y me ayudó a darle forma a este proyecto. A mis compañeros de la EPD, que compartieron por igual sus angustias académicas, sus hallazgos, su sentido del humor, sus molestias y sus conocimientos. A todos los que me apoyaron en esta etapa de crecimiento académico, profesional y personal.

## **Resumen**

Este Trabajo Especial de Grado tuvo por finalidad ejecutar el rediseño del blog [agendaccs.blogspot.com](http://agendaccs.blogspot.com). Dicha bitácora está dedicada a la difusión de actividades culturales y de entretenimiento en la ciudad de Caracas, y para su rediseño se tomaron en cuenta aspectos como el contenido editorial, diseño de la interfaz, herramientas de interacción y políticas de actualización. El blog está alojado en Blogger y se utilizaron las herramientas que esta plataforma provee, incluyendo sus nuevas plantillas dinámicas, que permiten múltiples vistas de la información por parte del usuario y su configuración para la visualización desde teléfonos móviles. La aplicación del rediseño se vio traducida en un aumento del tráfico, con el que se espera crear una comunidad de usuarios interesados en ese tipo de contenidos.

Palabras clave: blog, Blogger, rediseño, usuarios, contenido, interfaz, interacción, plantillas, plantillas dinámicas, gadgets, políticas de actualización,

## Contenido

## Introducción

Caracas no es sólo la capital del país. Es el epicentro de actividades vitales para el crecimiento, desarrollo y mantenimiento de la nación. Y aunque puede pensarse que esto sólo se limita a las acciones ejercidas desde el ámbito político o económico, la realidad es que la ciudad es también el corazón de la vida cultural del país. Es en Caracas donde están los museos, galerías y centros de enseñanza de arte más importantes. Es aquí donde se llevan a cabo propuestas artísticas difíciles de ver en otros estados, como los mercados de diseño, las ferias de libros al aire libre, o el inicio de giras de conciertos, bien sea de artistas nacionales o internacionales. Y aunque durante mucho tiempo la cobertura de estas actividades estaba limitada a las secciones culturales y de entretenimiento de los medios de comunicación tradicionales (radio, prensa, tv), hoy en día, el surgimiento de la llamada web 2.0 permite no sólo una difusión en los espacios virtuales conquistados por esos mismos medios (como las cuentas de Twitter o Facebook de las páginas de noticias o canales de televisión) sino que promueve la creación de medios dedicados exclusivamente a la difusión de información cultural. Sitios web como [www.tuparadacultural.com](http://www.tuparadacultural.com), [noticierocultural.com](http://noticierocultural.com), o la agenda virtual [@hoyquehay](http://@hoyquehay), son algunas de las manifestaciones más contundentes de un fenómeno que ha surgido como una bocanada de aire fresco para un tipo de información que generalmente no ocupa los titulares en las agendas de los medios, y que resulta atractiva para el formato digital, especialmente entre la población más joven: “Todo lo relacionado con la cultura popular (música y cines, especialmente) es uno de los contenidos más atractivos, sobre todo para los jóvenes, mayores usuarios de la red”. (Rojas, Alonso, Antúnez, & otros, 2006)

En ese sentido, hace un año fue creada [www.agendaccs.blogspot.com](http://www.agendaccs.blogspot.com); una bitácora virtual que pretende servir como guía para quienes estén

interesados en conocer las actividades culturales que se llevan a cabo en la ciudad de Caracas. Sin embargo, después de varios meses de funcionamiento, se pudieron observar algunas fallas que causan un impacto directo en el logro de unos de los objetivos del blog: la captación de usuarios. El diseño del sitio y la falta de regularidad en las actualizaciones apuntan como las principales. Por ello, y considerando que la información cultural local merece tanta difusión como otras fuentes, se plantea el rediseño del blog [www.agendaccs.blogspot.com](http://www.agendaccs.blogspot.com) como tema de trabajo especial de grado. Estimo que con las herramientas proporcionadas en la Especialización de Periodismo Digital se podrá rediseñar una solución atractiva y eficiente para el blog anteriormente mencionado y cuya motivación para crearlo (y ahora para rediseñarlo) está estrechamente vinculada a mi participación como redactora de la sección “Pulso”, de la revista impresa Todo en Domingo, del diario El Nacional, que funciona como una agenda cultural semanal para los lectores. La abundancia de material y el poco espacio para publicarlo me llevaron a crear un blog (de carácter personal) como una forma de darle salida a información útil para quienes buscan opciones culturales y de entretenimiento en la ciudad, por lo que el rediseño del blog no sólo constituiría un beneficio de carácter estético, sino que favorecería al colectivo caraqueño que recurre a internet para buscar este tipo de informaciones.

La decisión de hacer esta labor de difusión a través de un blog y no de una página web, responde fundamentalmente a las características propias de este formato. Un blog es una plataforma que puede ser creada y mantenida de forma gratuita , y que además no requiere de conocimientos específicos, como lenguajes de programación, por ejemplo, por lo que en el rediseño se mantendrá esta estructura siempre buscando, claro está, aquellas herramientas que permitan el desarrollo de una identidad estética e informativa diferenciadora, a fin de lograr el

objetivo general propuesto para este Trabajo Especial de Grado, como lo es el rediseñar el blog [agendaccs.blogspot.com](http://agendaccs.blogspot.com), dedicado a la difusión de información cultural y de entretenimiento de la ciudad de Caracas.

Se plantean también unos objetivos específicos, como lo son identificar las mejoras y cambios necesarios en función de la audiencia y contenido, plantear el rediseño del blog en función de su contenido, diseño, interactividad y políticas de actualización y ejecutar el rediseño del blog en función de su contenido, diseño, interactividad y políticas de actualización. Todo ello, enmarcado en el ámbito de la comunicación, específicamente dentro del periodismo digital. Se plantea entonces una propuesta que nace, fundamentalmente, de un proceso de transformación y adecuación de los medios tradicionales hacia los “nuevos” medios. Un proceso de convergencia del que están surgiendo –entre otras cosas– nuevas plataformas de difusión de la información. El blog [agendaccs](http://agendaccs.blogspot.com) pretende ser uno de ellos.



## **1. Planteamiento del problema**

### **Marco contextual**

Este Trabajo Especial de Grado no está ceñido a ningún contexto organizacional o institucional dado que es un proyecto personal. Por lo tanto no requiere de un marco contextual

### **Tipo de Investigación**

Investigación-acción

“Su propósito es investigar la condición actual y condición deseada de un grupo, equipo, proyectos, programas, unidades o la organización en su conjunto, para luego realizar intervenciones que conduzcan al mejoramiento de su gestión para lograr la condición deseada” (Valarino, Yáber y Cemborain, 2010,70).

### **Enunciado del problema**

Rediseño del blog [agendaccs.blogspot.com](http://agendaccs.blogspot.com), dedicado a la difusión de información cultural y de entretenimiento de la ciudad de Caracas, para optimizar la distribución de su contenido

### **Objetivo general**

Rediseñar el blog [agendaccs.blogspot.com](http://agendaccs.blogspot.com), dedicado a la difusión de información cultural y de entretenimiento de la ciudad de Caracas, para optimizar la distribución de su contenido

### **Objetivos específicos**

Describir la evolución de los blogs como herramientas comunicacionales en la web 2.0

Analizar el uso informativo de los blogs en la web 2.0

Describir la importancia de la difusión de la información cultural en plataformas digitales

Describir las características de blogs dedicados a la información cultural en función de su contenido, diseño, interactividad y políticas de actualización

Plantear el rediseño del blog [agendaccs.blogspot.com](http://agendaccs.blogspot.com) en función de la jerarquización de su contenido, diseño, interactividad y políticas e actualización actuales

Ejecutar el rediseño del blog [agendaccs.blogspot.com](http://agendaccs.blogspot.com) en función de la jerarquización de su contenido, diseño, interactividad y políticas de actualización deseadas

## **Justificación**

Caracas no es sólo la capital del país. Es el epicentro de actividades vitales para el crecimiento, desarrollo y mantenimiento de la nación. Y aunque puede pensarse que esto sólo se limita a las acciones ejercidas desde el ámbito político o económico, la realidad es que la ciudad es también el corazón de la vida cultural del país. Es en Caracas donde están los museos, galerías y centros de enseñanza de arte más importantes. Es aquí donde se llevan a cabo propuestas artísticas difíciles de ver en otros estados, como los mercados de diseño, las ferias de libros al aire libre, o el inicio de giras de conciertos, bien sea de artistas nacionales o internacionales. Y aunque durante mucho tiempo la cobertura de estas actividades estaba limitada a las secciones culturales

y de entretenimiento de los medios de comunicación tradicionales (radio, prensa, tv), hoy en día, el surgimiento de la llamada web 2.0 permite no sólo una difusión en los espacios virtuales conquistados por esos mismos medios (como las cuentas de Twitter o Facebook de las páginas de noticias o canales de televisión) sino que promueve la creación de medios dedicados exclusivamente a la difusión de información cultural. Sitios web como [www.tuparadacultural.com](http://www.tuparadacultural.com), [noticierocultural.com](http://noticierocultural.com), o la agenda virtual [@hoyquehay](https://twitter.com/hoyquehay), son algunas de las manifestaciones más contundentes de un fenómeno que ha surgido como una bocanada de aire fresco para un tipo de información que generalmente no ocupa los titulares en las agendas de los medios, y que resulta atractiva para el formato digital, especialmente entre la población más joven: “Todo lo relacionado con la cultura popular (música y cines, especialmente) es uno de los contenidos más atractivos, sobre todo para los jóvenes, mayores usuarios de la red”. (Rojas, Alonso, Antúnez, & otros, 2006)

En ese sentido, hace un año fue creada [www.agendaccs.blogspot.com](http://www.agendaccs.blogspot.com); una bitácora virtual que pretende servir como guía para quienes estén interesados en conocer las actividades culturales que se llevan a cabo en la ciudad de Caracas. Sin embargo, después de varios meses de funcionamiento, se pudieron observar algunas fallas que causan un impacto directo en el logro de unos de los objetivos del blog: la captación de usuarios. El diseño del sitio y la falta de regularidad en las actualizaciones apuntan como las principales. Por ello, y considerando que la información cultural local merece tanta difusión como otras fuentes, se plantea el rediseño del blog [www.agendaccs.blogspot.com](http://www.agendaccs.blogspot.com) como tema de trabajo especial de grado. Estimo que con las herramientas proporcionadas en la Especialización de Periodismo Digital se podrá rediseñar una solución atractiva y eficiente para el blog anteriormente mencionado y cuya motivación para crearlo (y ahora para rediseñarlo) está estrechamente vinculada a mi participación como redactora de la

sección “Pulso”, de la revista impresa Todo en Domingo, del diario El Nacional, que funciona como una agenda cultural semanal para los lectores. La abundancia de material y el poco espacio para publicarlo me llevaron a crear un blog (de carácter personal) como una forma de darle salida a información útil para quienes buscan opciones culturales y de entretenimiento en la ciudad, por lo que el rediseño del blog no sólo constituiría un beneficio de carácter estético, sino que favorecería al colectivo caraqueño que recurre a internet para buscar este tipo de informaciones.

Se trata pues de un medio hiperlocal, Y si bien Jeff Jarvis, periodista y destacado bloguero explica en su blog 233 grados que: “existen, por supuesto, muchas visiones del hiperlocalismo, que implican a muchos tipos diferentes de actores, desde blogueros individuales hasta organizaciones de noticias”, (Jarvis, 2009) el concepto generalizado apunta a lo que se hace (y se pretende mejorar) en [www.agendaccs.blogspot.com](http://www.agendaccs.blogspot.com): brindar datos de interés para los habitantes de un área geográfica delimitada (la ciudad de Caracas), en este caso enfocados exclusivamente al área del entretenimiento y las diversas manifestaciones artísticas. Es tanto el impacto que los medios hiperlocales han causado en la esfera informativa virtual, que ya grandes medios, como el New York Times apuestan por esta nueva forma de informar, como el site The Local (<http://www.nytimes.com/marketing/thelocal/>). Incluso el mismo Jarvis se ha dedicado a diseñar modelos de negocio para medios hiperlocales, lo que demuestra el alcance de éstos no sólo a escala informativa, sino también como posibles generadores de ingresos para sus creadores, lo que convierte a [www.agendaccs.blogspot.com](http://www.agendaccs.blogspot.com) en un proyecto informativo con posibilidades de convertirse en un emprendimiento de negocio.

La decisión de hacer esta labor de difusión a través de un blog y no de una página web, responde fundamentalmente a las características

propias de este formato. Un blog es una plataforma que puede ser creada y mantenida de forma gratuita , y que además no requiere de conocimientos específicos, como lenguajes de programación, por ejemplo, por lo que en el rediseño se mantendrá esta estructura siempre buscando, claro está, aquellas herramientas que permitan el desarrollo de una identidad estética e informativa diferenciadora, a fin de lograr el objetivo propuesto.

## **2. Marco teórico referencial**

### **Dimensiones de la convergencia digital: la web 2.0 como catalizadora de nuevas dinámicas informativas**

Antes de la llegada de Internet, la situación para los medios de comunicación se tornaba bastante clara. La radio, la prensa y la televisión se erigían como plataformas para la inmediatez, la interpretación y el entretenimiento, respectivamente (Salaverría & Negrodo, 2008). Sin embargo, la irrupción de un nuevo medio casi a finales del siglo XX cuyas características y alcances aun no terminan de vislumbrarse (dada sus potencialidades casi infinitas para entretener, informar y actualizarse inmediatamente) causó un desbalance que apenas ahora, en el principio del siglo XXI, es que puede visualizarse y analizarse con miras a una posible (aunque incierta) reestructuración. Internet es mucho más que un nuevo medio. Es una forma evolucionada de todo lo que se conocía en materia de medios de comunicación. Y esto, por supuesto, tiene una influencia directa en la dinámica comunicacional. Tanto así, que dentro de su seno comienzan a reproducirse nuevos medios sin referentes, con perfiles propios cuya existencia no sólo favorece la difusión de más y mejores contenidos, sino también un intercambio inmediato con esa figura anteriormente lejana y difusa llamada interlocutor o receptor del mensaje, que cada vez tiene un papel más relevante en este nuevo juego. En efecto, en muchas ocasiones es él mismo el generador o difusor del contenido, lo que ya supone un cambio en la estructura tradicional de la comunicación.

Para compensar el acelerado y progresivo desplazamiento que han sufrido las empresas de comunicación tradicionales con la llegada de Internet como nuevo medio, la apuesta ha sido la de afrontar el mundo

digital con una de las pocas ventajas (si no la única) con la que cuentan: su credibilidad. La incursión y sobrevivencia de los medios tradicionales en el mundo digital, se ha basado, fundamentalmente, en el apoyo que suponen sus marcas como referentes informativos en los que se puede confiar. Y aunque el éxito de tal estrategia no es del todo convincente en términos económicos, sí hay otras felices consecuencias derivadas de esta nueva dinámica, como la que supone el rejuvenecimiento del perfil de las audiencias tradicionales, enriquecidas ahora con la participación de usuarios cada vez más jóvenes, nativos de la era digital.

La incursión en el mundo digital supone para los grandes medios la entrada en un proceso de convergencia que genera cambios en diversas dimensiones de su estructura. Es allí donde reside el verdadero impacto y el potencial éxito o fracaso de esta transformación multinivel, que ha sido conceptualizada por Salaverría y Negro de la siguiente forma: “La convergencia periodística es un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una”.

Una de las dimensiones que es tocada por la incipiente convergencia en la que se están involucrando las empresas de comunicación tiene que ver con el ámbito tecnológico, y se refiere, como ya se intuye, a las herramientas de producción y difusión de los contenidos. Si bien la entrada de las computadoras y los procesadores de texto marcaron una etapa importante en lo que a la generación de contenidos se

refiere, quizá el aspecto más significativo tiene que ver con la variedad de recursos tecnológicos de los que ahora disponen los usuarios para acceder a ellos. Ahora, un desde un dispositivo de telefonía móvil es posible escuchar la radio, ver un video y leer las noticias en formato digital, por ejemplo. Salaverría y Negredo citan a García Avilés cuando éste explica que dicho fenómeno recibe el nombre de “convergencia mediática”, que sin duda promueve una cantidad casi ilimitada de combinaciones entre soportes, medios y lenguajes, lo que sirve de marco para la configuración de una nueva dinámica comunicacional. Otra dimensión afectada por el proceso de convergencia es la empresarial. La existencia de un nuevo medio –y más que eso, un medio capaz de integrar a todos los ya existentes– pone en alerta a quienes deben competir por un pedazo del pastel que el negocio comunicacional implica. Mucho antes de la llegada de Internet, las empresas periodísticas habían evolucionado hacia la diversificación empresarial. Pero la convergencia obliga a dar un paso más en esa dirección, y es la integración de las redacciones el paso necesario para concretar ese aspecto de este nuevo proceso. Sin embargo, se debe entender la integración como estrategia para replantearse el presente y el futuro de las interacciones comunicacionales y de la producción y difusión de contenidos, y no como un plan para recortar costos en medio de una crisis económica. En medio de tantos cambios tecnológicos y empresariales es lógico replantearse el papel que juega el profesional de la comunicación en estos nuevos tiempos, que exigen no sólo la preparación académica de rigor, sino también la existencia de habilidades que anteriormente se consideraban especialidades para otros profesionales. La exigencia de nuevos perfiles profesionales pone al descubierto la necesidad y urgencia que tienen las empresas por adaptarse al modelo digital y genera el dilema planteado por Salaverría y Negredo sobre la existencia de dos



polivalencias: la mediática y la funcional: la primera implica la difusión del contenido en distintos canales y la segunda la acumulación de habilidades instrumentales que simplifiquen el proceso de producción de contenidos. Así tenemos a periodistas o comunicadores que también deben ser fotógrafos, camarógrafos, editores, coordinadores de redes sociales y hasta infógrafos o diseñadores gráficos, y que además de escribir para la prensa, también puedan hacer un reportaje multimedia, tuitear las informaciones que generan y dar la cara en el noticiero estelar como periodistas especializados. Quienes creen que la convergencia es un proceso meramente empresarial o tecnológico que para nada afecta su relación con el medio o la audiencia que representa, está muy lejos de adaptarse a una realidad que es tan tangible e inmediata como la hoja de papel en la que diariamente sale su firma.

El último aspecto de la convergencia tiene que ver con los contenidos. Si la tecnología, el modelo de negocio y el ejercicio profesional se ven afectados por el nuevo sendero que marca Internet, se entiende que también se vean afectados los contenidos, que son quizá el eje sobre el cual gira el negocio comunicacional. Y aunque la asociación más directa quizá tiene que ver con la difusión de dichos contenidos en las nuevas plataformas que la tecnología ha puesto sobre la mesa, lo más relevante (y menos obvio, quizá) es que la convergencia digital está generando un nuevo lenguaje que combina los códigos del periodismo escrito tradicional con el audiovisual, dando paso a nuevas formas de difusión que no sólo tienen que ver con el nacimiento de contenido multiplataforma, sino también multimediático, ajustado a la nueva realidad tecnológica, empresarial y profesional que esta nueva era comunicacional impone.

## **Origen y evolución de los blogs como herramientas comunicacionales en la web 2.0**

Cuando se creó el primer blog del mundo muy probablemente nadie podía percatarse de lo que vendría. En 1993 Tim Berners Lee, uno de los creadores de internet, diseñó una bitácora virtual en la que se podían encontrar listas de páginas webs con sus respectivos links, acompañados de breves comentarios del autor. Al año siguiente, Justin Hall, un estudiante del Swarthmore College comenzó a publicar un diario virtual llamado *Justin's Links from the Underground* y se convirtió en “el padre del blog personal” según un reportaje del New York Times Magazine (Rossen, 2004). Con su ejemplo, y el de una nueva camada de usuarios que comenzaba a interactuar entre sí a través de plataformas colaborativas como las bitácoras virtuales, el resto de los internautas pudo comprobar que la web ya no era ese continente oscuro, dominado por un puñado de valientes conocedores. La web comenzaba a abrirse para los llamados “usuarios finales”, y la utopía del internet como medio bidireccional y colaborativo comenzaba a hacerse realidad. La brecha se abrió para que cualquiera que quisiera tener una ventana al mundo pudiese llevar a cabo su sueño sin requerir de engorrosos manuales o conocimientos técnicos. Así comenzaron a surgir los primeros blogs con contenidos que iban desde comentarios personales hasta agudos análisis informativos. Por fin la tecnología se hacía sencilla y práctica para las mayorías. Y es que aunque ya existía la opción de gestionar datos a través de páginas personales (como myspace, por ejemplo) fue sin duda esa tendencia al “minimalismo tecnológico” lo que impulsó a quienes antes eran simples espectadores a convertirse en actores y parte fundamental e indivisible de lo que hoy en día es la web. En el libro *La alquimia de las multitudes*, se explica de esta forma: “La aparición de herramientas sencillas de gestión del contenido desató el entusiasmo por los blogs y condujo a un abandono progresivo de los sitios personales,

que eran demasiado complicados. Este hecho revela un principio que tiene una gran relevancia en el movimiento actual: cualquier aplicación que permita ocultar las tecnologías obtiene un gran éxito entre los usuarios finales” (Pisani & Piotet, 2008). Y si bien la definición de lo que es un blog (bitácora o weblog) es casi tan variopinta como usuarios existen en la red, uno de los conceptos más prácticos corresponde a José Luis Orihuela, estudioso del fenómeno blogguero y autor de libros y documentos digitales con respecto al tema. Para él, los blog son: “sitios web estructurados originalmente como diarios personales, basados en enlaces, noticias y opiniones que se actualizan de modo regular, escritos con un estilo informal y subjetivo”. (Orihuela, 2003)

La facilidad que ofrecen los blogs para gestionar, publicar y compartir datos los convirtieron no sólo en un nuevo medio de expresión para usuarios no familiarizados con la tecnología, sino también en una ventana para los *mass media*, que vieron en ellos la posibilidad de acercarse a sus lectores/usuarios generalmente a través de las firmas de sus periodistas o de personas especializadas en ciertos temas. Para Ramón Salaverría éste es uno de los tres tipos de blogs que existen. Los otros dos corresponden a “los blogs especializados en acompañar y analizar los avances del periodismo como profesión; y, por último, los blogs que, sin estar adscritos a ningún cibermedio, realizan una cobertura y análisis sistemático de los acontecimientos de actualidad, preferentemente de información general” (Salaverría, 2008)

El uso informativo de los blogs no sólo ha sido iniciativa de quienes, como se comentó anteriormente, alimentan las bitácoras de los grandes medios instalados en la web, sino también de personas que, sin ninguna formación periodística se ha dedicado a difundir información de actualidad, bien sea de interés general, o específico, respondiendo a inquietudes personales que luego son compartidas con otros usuarios, quienes participan de dicho contenido haciendo uso de él, calificándolo,

compartiéndolo, o comentándolo con las herramientas que los mismos blogs proveen para estos fines. Y aunque la credibilidad de sus autores o la veracidad de los datos que se publican son motivo de debate, lo cierto es que los blogs se han convertido en una herramienta informativa tanto para quienes desean difundir información como para aquellos que desean encontrarla fuera de los medios tradicionales.

Es tal el impacto de esta plataforma de gestión de contenidos, que incluso se comienza a apreciar su valor como medio de información hiperlocal, siendo uno de los ejemplos más contundentes *The Local*, un blog del *The New York Times* con información de interés para los habitantes de New York. Esta “apropiación” de los usuarios o *webactores*, como prefieren llamarlos Pisani y Piotet (2008) termina por reconfigurar la escena de los medios online, que dejaron de ser enigmas manejados por cofradías con conocimientos muy especializados, a ser herramientas creadas y manejadas por cualquier persona que tenga un mínimo roce con internet y sus plataformas. Tal y como lo define Manuel Castells: “Lo que resulta maravilloso de las tecnologías es que la gente acaba haciendo de ellas un uso totalmente diferente de aquel para el que habían sido concebidas. Internet, como hemos visto, es el producto de la apropiación social por parte de usuarios productores” (Castells, 2002) De esta forma, los “usuarios productores” o “webactores” han sido los protagonistas no sólo de una nueva dinámica informativa, sino también relacional, que cambia la forma de generar y difundir los contenidos y la jerarquía entre emisor y receptor, que dejan de verse de forma vertical para entablar un diálogo horizontal y bidireccional.

### **Información cultural en los blogs**

El espíritu colaborativo de los blogs y su potencial como herramienta informativa se han conjugado para que en las casi dos décadas que tienen de existencia se hayan creado espacios para la difusión de

contenidos de cualquier tipo, desde vivencias personales de sus autores, hasta datos de actualidad, bien sean de carácter general o por el contrario, atendiendo a necesidades específicas del autor o de los usuarios de su bitácora. Julio Alonso, fundador y director general de Weblogs SL en España, señala que: "hay mucha gente con pasión por determinados temas, y es posible ofrecer una información especializada y con rigor sobre ella". (Fernández, 2010). En este sentido, la información cultural y de entretenimiento puede surgir como una fuente de interés para los usuarios de la red que buscan información sobre actividades que puedan realizar en sus momentos de ocio. En España, por ejemplo, un especialista en Gestión Cultural y una técnico en Electrónica se unieron para crear Blog Cultural ([www.blogcultural.com](http://www.blogcultural.com)), una bitácora en la que los usuarios españoles pueden encontrar información en las categorías: Arte, Cine y televisión, Filosofía, Historia, Literatura, Mitología, Museos y exposiciones, Música y Opinión. El blog recurre a la utilización de texto, imágenes de alta calidad y videos en sus entradas.

En la versión online del diario El Mundo ([www.elmundo.es](http://www.elmundo.es)), Alejandro Gándara ofrece su visión del ámbito cultural español a través de su blog El Escorpión. Allí, el autor ofrece, según sus propias palabras "Una crítica al aburrido discurso cultural dominante. Con "recomendados", "contraindicados" y "grandes citas"" (Gándara, 2010). Y si bien Gándara se inclina hacia la opinión más que a la información, sus entradas pueden ser una guía –sesgada y subjetiva, sin duda– para quienes deseen encontrar alternativas a la propuesta cultural sugerida por los *mass media*. En Blog Teatro ([www.blogteatro.blogspot.com](http://www.blogteatro.blogspot.com)), una bitácora de origen argentino, los usuarios pueden encontrar noticias del acontecer teatral, reseñas de las obras en sala y entrevistas con actores o directores de los montajes, generalmente extraídas de los diarios argentinos. Y aunque la carencia de contenido propio puede ser una debilidad, no deja de ser una opción para quienes desean estar al día con lo que ocurre en

las tablas sureñas. Una iniciativa parecida pero de origen local (y con contenido propio) es la de Caracas Dos Máscaras ([www.caracasdosmascaras.blogspot.com](http://www.caracasdosmascaras.blogspot.com)) Allí se publican reseñas de las obras en cartelera, información sobre festivales de teatro, talleres y cursos relacionados con esta rama del arte y ubicados en la ciudad de Caracas.

Una de las iniciativas más recientes es PopEtc, ([blogs.elpais.com/pop-etc](http://blogs.elpais.com/pop-etc)) un blog del diario español El País, con categorías como Cine y Tv, Tecnología e Internet, Música, Moda, Conciertos, Arte, Libros, etc. Todos los viernes publica una agenda semanal sobre eventos artísticos, culturales o de entretenimiento que ocurrirán en España. Y aunque hay una marcada inclinación por darle prioridad a los eventos de música alternativa (lo que da cuenta de la juventud y los gustos de quienes lo gestionan) no deja de ser una guía útil para saber qué es lo que está ocurriendo en la movida cultural española.

Se trata de iniciativas puntuales que, bien desde un punto de vista personal o desde el paraguas de una empresa de comunicación, difunden información cultural de interés para un sector de la población familiarizado con la web y que además desea encontrar datos útiles que les permitan utilizar su tiempo de ocio. Y en este sentido, los blogs pueden ser una herramienta de alta valoración por los usuarios que no sólo pueden informarse, sino además participar y colaborar con la ampliación del contenido de la bitácora, generando un efecto multiplicador que beneficia a todas las partes. "Internet impone a los periodistas vivir al mismo nivel que su audiencia. Hoy en día, resulta imposible difundir unas informaciones sin permitir que esa audiencia reaccione ante el contenido y el tratamiento (Fogel & Patiño, 2007)

Un blog supone ventajas narrativas, en tanto es una plataforma que permite la extensión de la información en cuanto a límites de espacio, (una batalla diaria para quienes trabajan en medios impresos) pero que

también es una ventana abierta para la inserción de otras herramientas que contribuyen a enriquecer el discurso narrativo. Casi de la misma forma en que lo hace un sitio web informativo, un blog puede ofrecer texto, audio, video y enlaces en una misma entrada o *post*, o a lo largo de la bitácora, según la relevancia de las informaciones y el tratamiento que quiera dárseles. En el caso del contenido cultural, puede ofrecerse desde el tráiler de una película en cartelera (video), la reseña de una obra de teatro (texto y fotos) o el adelanto de un nuevo tema musical (audio), por lo que se convierte en una manera eficaz de mantener a los usuarios informados de manera regular sobre los eventos que se lleven a cabo en este ámbito, dado que no depende del ritmo que impone el diarismo, las informaciones pueden ser editadas o actualizadas si así lo requieren, la interfaz es fácil de utilizar tanto por el autor del blog como por sus usuarios, lo cual favorece la interactividad. Ya no se trata de un medio corporativo imponiendo una agenda, sino de una persona (no necesariamente periodista) que habla sobre un tema específico desde una nueva plataforma y con herramientas que antes parecían relegadas sólo a los “profesionales” con las que ofrece un contenido bajo un nuevo tratamiento. Como bien resumen Fogel y Patiño: “(...) el blog es la tecnología más abierta de la red: interactividad obliga, el internauta sitúa allí su respuesta; multimedia obliga, todos los soportes, textos imágenes y sonidos, cohabitan en ese espacio”. (Fogel & Patiño, 2007)

Sin embargo, para que efectivamente los blogs puedan lograr su objetivo en cuanto a la difusión de información y recibir aportes de parte de sus usuarios, es imprescindible que su interfaz cumpla con requisitos mínimos en cuanto a la jerarquización de contenidos, el uso de elementos gráficos y la aplicación de herramientas que mejoren la experiencia de los usuarios: “Los usuarios ya no sólo *leen* en la red, sino que interactúan con la información que consumen y con las herramientas que la producen, impulsados en gran medida por el desarrollo de la web 2.0 a

través de blogs, foros, plataformas sociales y sus aplicaciones. De esta manera, tanto las características visuales como la secuencia de interacciones hipertextuales son partes integrales de la experiencia de uso de un sitio” (Gutiérrez, 2008)

### **Arquitectura de la información y blogs**

Si bien es cierto que los blogs no están sujetos a lineamientos particulares que no sean los impuestos por la propia plataforma (con la excepción de las bitácoras corporativas) existen unos parámetros que, de ser seguidos, pueden garantizar una mejor experiencia para el usuario que tendrá repercusiones en términos de feedback y difusión de la información. La Arquitectura de la Información se ocupa, justamente, de facilitar la organización de contenidos en interfaces digitales y maximizar su uso por parte de los asiduos a estas plataformas. El término, creado en 1975 por Richard Saul Wurman es definido por *The Information Architecture Institute* como el “Arte y ciencia de dar forma a productos y experiencias de información para apoyar la usabilidad y la buscabilidad” (Iainstitute.org, 2009), entendiendo por usabilidad “el atributo de calidad que mide la facilidad en el uso de las interfaces. También está referida a los métodos que mejoran la experiencia de uso durante el proceso de diseño o rediseño de un sitio” (Nielsen, 2003). La usabilidad, entonces, tiene por objetivo ayudar al usuario a ubicarse de manera rápida y eficiente en la interfaz, de forma que pueda encontrar lo que está buscando. No se trata sólo con acceder a la información, sino que además ésta debe estar organizada y ser visualmente agradable y atractiva. En el caso de los blogs, la Arquitectura de la Información está sujeta a las herramientas creadas por dichas plataformas. Sitos como Wordpress y Blogger promueven la creación de blogs y brindan a sus usuarios la posibilidad de personalizar su bitácora, a través de la utilización de plantillas prediseñadas que contienen a su vez sus propios



formatos para la jerarquización del contenido, lo cual puede ser una ayuda si se es un neófito en el tema o una limitación si se desea crear o rediseñar un sitio personal con unas características propias. Para este último caso existe la opción de comprar un dominio y utilizarlo en la plataforma del blog (tanto Wordpress como Blogger permiten esta opción). Y en caso de no disponer de recursos económicos (el registro de los dominios debe pagarse en dólares), existen recursos para maximizar la efectividad de las herramientas proporcionadas por estas plataformas (la creación de plantillas propias, la utilización de plantillas distintas a las ofrecidas en la plataforma, gadgets gratuitos para incorporar elementos novedosos al blog, etc) En resumen, no se trata sólo de la disposición o jerarquización del contenido, sino que también implica el uso de otros recursos, gráficos audiovisuales. Un blog es un espacio colaborativo, así que hay que darle al usuario la mayor comodidad posible para que se sienta llamado formar parte de él, informándose, difundiendo y colaborando con el blog: “Al diseñar o rediseñar una página web, no sólo debemos preocuparnos de que la interfaz sea usable y, por lo tanto, que esté estructurada bajo un orden lógico, sino que dicha interfaz contenga un diseño visual atractivo, capaz de reflejar gráficamente la jerarquización del contenido. Esto último es de vital importancia pues, debido al desarrollo de las plataformas 2.0, actualmente la tendencia es que el contenido aumente vertiginosamente cada día. Así, tanto usabilidad como diseño visual redundarán en una experiencia de uso exitosa”. (Gutiérrez, 2008) Pero esa experiencia de uso no estaría completa sin interactividad. Un blog debe ofrecer espacios para que los usuarios puedan intervenir su contenido. Los foros o las ventanas de comentarios son quizá los ejemplos más representativos para ilustrar la participación. En el caso de un blog cultural, la interactividad permitiría conocer las opiniones de los usuarios con respecto a un evento específico, sus sugerencias para mejorar la experiencia en el sitio e incluso, podrían ser ellos mismos

quienes sugieran la agenda de la ciudad, al enviar información sobre lo que ocurre en las zonas que habitan en materia de cultura y entretenimiento. El blog se convierte entonces, en un medio colaborativo, por lo que la interactividad es uno de los elementos más importantes en la experiencia del usuario, y es quizá el factor diferenciador de las nuevas plataformas: “Es la interactividad, asimismo, la que está provocando profundas mudanzas en la autoría de la información: el autor no es sólo quien propone el texto, sino que éste se completa, cambia o sustituye por la intervención del lector. La propia estética de la recepción debería ser, por lo tanto, replanteada” (Noci, 2008)

### **3. Marco Metodológico**

#### **Tipo de investigación aplicada**

##### **Investigación y desarrollo**

Tiene como propósito indagar en las necesidades del ambiente interno o entorno de una organización (investigación), para luego desarrollar una solución que pueda aplicarse a ella (desarrollo)” (Valarino, Yáber y Cemborain, 2010)

##### **Objetivos generales y específicos**

###### **Objetivo general**

- a. Rediseñar el blog [agendaccs.blogspot.com](http://agendaccs.blogspot.com), dedicado a la difusión de información cultural y de entretenimiento de la ciudad de Caracas.

###### **Objetivos específicos**

- a. Identificar las mejoras y cambios necesarios en función de la audiencia y contenido
- b. Plantear el rediseño del blog en función de su contenido, diseño, interactividad y políticas de actualización.
- c. Ejecutar el rediseño del blog en función de su contenido, diseño, interactividad y políticas de actualización.

###### **Procedimiento**

Para trabajar en el rediseño de blog, se procederá primero a describir su aspecto actual en función de los factores que deseen cambiarse, así como a revisar las herramientas que brindan las plataformas disponibles actualmente y que permitan llevar a cabo esta acción de reestructuración. Estas tareas pueden tomar un mes. En las fases de planteamiento y ejecución del rediseño, se tomarán decisiones sobre el uso de la plataforma más adecuada para el blog, así como de las herramientas y recursos que finalmente serán utilizadas, y se llevará a cabo su implementación. Estas tareas pueden tomar un mes.

#### 4. Producto

El blog *agendaccs* fue creado a principios de 2010 con la plataforma de Blogger. La idea era ofrecer a los usuarios la mayor cantidad de información posible, y para ello, además del contenido escrito y las imágenes, se utilizaron herramientas de contenido e interacción de Blogger (llamadas “gadgets”). La página principal permitía visualizar contenido a dos columnas, en la que una estaba estrictamente dedicada al contenido informativo, estructurada en post de uno a tres párrafos con sus respectiva imagen fija, mientras que la segunda columna contenía los gadgets incorporados (descripción del blog, el recuadro de seguimiento en tiempo real de Twitter, enlaces a blogs y webs recomendadas y número de seguidores). El diseño de la interfaz se basó en una plantilla básica y estática de tres colores (naranja, verde y blanco para el fondo). El header carecía de identidad ya que no se hacía uso de ningún logo o tipografía especial que generara el elemento diferenciador. Los post carecían de regularidad y no se hacía uso eficiente del etiquetado. No se había activado la herramienta de RSS, por lo que los seguidores del blog no recibían información a menos que se metieran en la página. Tampoco la de los comentarios. En la imagen a continuación se puede apreciar la vista de la página principal del blog con su antiguo diseño:



Se requería entonces de un producto que satisficiera las necesidades de identidad, usabilidad, e interacción, así como del establecimiento de unas políticas de actualización que permitieran darle regularidad a la información allí publicada. Y con estos ítems como base, se procedió a ejecutar el siguiente rediseño:

## Vista general del blog:

The screenshot shows the homepage of the Agendaccs blog. The browser address bar displays "agendaccs.blogspot.com". The page header includes the site name "AGENDACCs" and the tagline "¡Hay mucho que hacer en CCS!". Below the header is a navigation bar with "Magazine" and "Acerca de Agendaccs". The main content area features a grid of posts:

- Featured Post:** "Los Sordos" with the title "SUEÑAN DURO Y VIENEN CON TODO". The post includes a date "JAN 9" and a description: "Los Sordos son una banda caraqueña integrada por Levy Riccetti en la voz principal y piano, Héctor Castillo coros y guitarra, Rey Rodríguez en la batería y Daniel Arocha en el bajo. Actualmente se encuentran promocionando su primer sencillo, 'Punto y aparte', que viene acompañado por una pieza audiovisual dirigida por Matías Lorusso."
- Other Posts:**
  - FOTOGRAFÍA EN EL TEATRO:** "Cada puerta que se abre para recibir al arte merece una celebración. 13 Fundación Inés"
  - NOCHE DE SUEÑOS EN EL HARTLO:** "Buenas noches, buenas noches"
  - ERASE UNA VEZ... UN BARCO:** "Emilio Llovera hace un recorrido por las costas venezolanas y describe al viajero más ca"
  - EL ARTE TECNOLÓGICO DE PEDRO MORALES:** "Una colección de piezas entre"

## Vista de una entrada o post::

The screenshot shows a detailed view of a blog post. The browser address bar shows the URL "agendaccs.blogspot.com/2012/01/los-sordos-suenan-duro-y-vienen-con.html". The post content includes:

- Title:** "Los Sordos" SUEÑAN DURO Y VIENEN CON TODO
- Date:** JAN 9
- Image:** A photograph of hands playing a piano keyboard.
- Description:** "Los Sordos son una banda caraqueña integrada por Levy Riccetti en la voz principal y piano, Héctor Castillo coros y guitarra, Rey Rodríguez en la batería y Daniel Arocha en el bajo. Actualmente se encuentran promocionando su primer sencillo, 'Punto y aparte', que viene acompañado por una pieza audiovisual dirigida por Matías Lorusso."
- Metadata:** "Posted 1 hour ago by Isabel Delgado", "Labels: rock nacional, música, Los Sordos"
- Interactions:** "Twitter 2", "Add a comment"

Haciendo uso de algunas de las categorías empleadas en la Arquitectura de la Información, se puede desglosar el rediseño efectuado en los siguientes términos:

**Diseño de la interfaz:** Se sustituyó la plantilla básica (estática) por una de las nuevas “plantillas dinámicas” de Blogger. Estas plantillas tienen la característica de permitirle al usuario escoger la forma en la que desea ver el contenido entre siete opciones distintas, sin que éste sufra ninguna modificación más allá del estilo de la visualización. Se escogió una plantilla de colores predeterminados en la que se hiciera uso del naranja, para darle continuidad gráfica al blog a través de colores cálidos que inviten al dinamismo. En el header y los títulos de las entradas se utilizó tipografía web tipo *Rock Salt*. El contenido de las entradas conserva la fuente tipo Verdana porque es legible para el usuario y para todos los navegadores.

**Usabilidad:** Aunque los usuarios pueden elegir la vista que deseen entre las opciones disponibles, la predeterminada para el blog (llamada Magazine) establece la distribución de la información cuatro columnas, con una información destacada a dos columnas (una para el contenido y otra para la imagen principal). En las entradas se hace uso de por lo menos un enlace que lleve al usuario a ampliar la información que está leyendo. Desde mayor contenido sobre la actividad que se está posteando hasta la página donde puede comprar las entradas para el evento sobre el que se está comentando.

**Interacción:** Se activó la herramienta RSS que permite a los usuarios recibir boletines informativos cada vez que se actualice el contenido del blog. De igual forma, es posible compartir el contenido a través de las redes sociales Facebook, Twitter y Google+, al igual que se activó la herramienta de visualización de comentarios.

**Etiquetado de la información:** Se estableció que todas las entradas deben ser etiquetadas sin excepción a fin de que sea posible rastrearlas el contenido tanto en el blog como en los motores de búsqueda.

Se estableció como política de actualización una regularidad diaria a interdiaria. Una vez actualizada la página, se compartirá la información por las redes sociales disponibles.



## 5. Conclusiones

El uso del blog plantea libertades, pero también limitaciones. Es una herramienta que permite al autor generar contenidos que también pueden ser de interés para otros usuarios de la red y, bien utilizada, puede ser una poderosa arma de comunicación. En el caso de Blogger, es una plataforma ideal para quienes no dominamos aun las nociones básicas de lenguaje Html y pone a nuestra disposición tanto plantillas como herramientas de uso intuitivo y práctico. Sin embargo, también puede ser una camisa de fuerza al momento de ejecutar ciertos cambios. Por ejemplo, si bien el uso de las plantillas dinámicas ofrece una interfaz mucho más moderna visualmente, su elección implica la pérdida de libertad para la implementación de otras funciones o modificaciones. Con ella se pierden los gadgets instalados en las plantillas estáticas, así como la posibilidad de cambiar el ancho de la página principal. Y los enlaces no se visualizan en la página principal sino en directamente en los post.

Como contraparte a estas limitaciones, tenemos un diseño contemporáneo, dinámico e innovador, que permite al usuario que sea él quien decida cómo quiere consumir los contenidos en términos de visualización de la página. La eliminación de los gadgets obliga (tanto al autor como al usuario) a concentrarse en el contenido, convirtiéndolo en el único protagonista de la página, sin que tenga que competir visual ni estéticamente con otros elementos, lo que garantiza una navegación directa hacia la información.

El uso de una redacción mucho más breve y concreta, así como el uso de etiquetado o herramientas multimedia son herramientas aprendidas en la EPD que no sólo ayudan a mejorar la calidad del contenido, sino que además lo hacen más atractivo y visible en términos visualización y búsqueda, respectivamente. Las redes sociales, lejos de competir o anular la existencia de los blogs, pueden ser más bien potenciadores de permanencia, al convertirse en plataformas de una información concisa y en el vínculo hacia contenido más amplio, además de ayudar en la creación y

mantenimiento de una comunidad unida por intereses similares. La simplicidad y brevedad que implican los contenidos de un blog los convierten en una extraordinaria plataforma en tiempos de velocidad en la navegación y consumo de la información. Sin embargo, el trabajo no termina allí, sino que continúa en la búsqueda de nuevas y mejores soluciones que faciliten la visualización, la navegación, la usabilidad y la interacción del usuario con los contenidos. El blog es sólo una de las múltiples posibilidades.

## **6. Recomendaciones**

**En base a lo descrito y ejecutado en este Trabajo Especial de Grado, se hacen las siguientes recomendaciones:**

**-Proponer un diseño de estrategias para aumentar el tráfico de [agendaccs.blogspot.com](http://agendaccs.blogspot.com) a través de las redes sociales.**

**-Realizar un modelo de negocios para este blog**

**-Proponer el diseño de una página web para el contenido de este blog**

**-Proponer el diseño de una aplicación para móviles para este blog**

## 7. Fuentes consultadas

1. Castells, M. (2002). *La galaxia Internet*. Barcelona: Plaza & Janés.
2. Fernández, T. (17 de 05 de 2010). *www.expansion.com*. Recuperado el 20 de 01 de 2011, de <http://www.expansion.com/2010/05/16/empresas/tecnologia/1274039350.html?a=WAR0632811e32eaeb0199712884f8d031ce&t=1296443265>
3. Gándara, A. (01 de 2010). *www.elmundo.es*. Recuperado el 15 de 01 de 2011, de <http://www.elmundo.es/blogs/elmundo/escorpion>
4. Gutiérrez, C. (23 de 09 de 2008). *fcom.altavoz.net*. Recuperado el 05 de 11 de 2010, de [http://fcom.altavoz.net/prontus\\_fcom/site/artic/20080923/asocfile/20080923223837/5guitarrez5\\_08\\_1\\_.pdf](http://fcom.altavoz.net/prontus_fcom/site/artic/20080923/asocfile/20080923223837/5guitarrez5_08_1_.pdf)
5. *lainstitute.org*. (07 de 05 de 2009). <http://iainstitute.org/>. Recuperado el 04 de 02 de 2011, de [http://iainstitute.org/es/translations/arquitectura\\_de\\_la\\_informacion\\_para\\_la\\_red\\_capitulo\\_1.php](http://iainstitute.org/es/translations/arquitectura_de_la_informacion_para_la_red_capitulo_1.php)
6. Jarvis, J. (05 de 2009). *233grados.com*. Recuperado el 15 de 11 de 2010, de <http://www.233grados.com/blog/2009/05/jarvis.htm>
7. Libertador, U. P. (2006). *Manual de trabajos de grado de especialización y maestría y tesis doctorales*. Caracas: FEDUPEL.
8. Nielsen, J. (25 de 08 de 2003). <http://www.useit.com>. Recuperado el 04 de 02 de 2011, de <http://www.useit.com/alertbox/20030825.html>
9. Orihuela, J. L. (20 de 01 de 2003). <http://www.unav.es>. Recuperado el 30 de 01 de 2011, de <http://www.unav.es/noticias/opinion/op200103.html>
10. Pisani, F., & Piotet, D. (2008). *La alquimia de las multitudes*. Barcelona: Ediciones Paidós.

11. Rojas, O., Alonso, J., Antúnez, J., & otros. (2006). *Blogs*. Madrid: Esic Editorial.
12. Rossen, J. (19 de 12 de 2004). *nytimes.com*. Recuperado el 30 de 01 de 2011, de [http://www.nytimes.com/2004/12/19/magazine/19PHENOM.html?page\\_wanted=print&position=](http://www.nytimes.com/2004/12/19/magazine/19PHENOM.html?page_wanted=print&position=)
13. Salaverría, R. (2008). *El estilo del blog periodístico: usos redaccionales en diez bitácoras de información general*. Barcelona: Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra.
14. Valarino, E., & Cemborain, G. y. (2010). *Metodología de la investigación paso a paso*. México: Trillas.