

25 de Febrero de 2006

Universidad de Granada

Ideal Digital

Sábado, 25 de febrero de 2006

ideal

digital

Webmail

Alertas

Envío de titulares

Página de inicio

PORTADA

ACTUALIDAD

ECONOMÍA

DEPORTES

OCIO

TUS ANUNCIOS

SERVICIOS

CENTRO COMERCIAL

PORTALES

[SECCIONES]

LOCAL

Local

Provincia

Andalucía

Opinión

España

Mundo

Vivir

Televisión

Titulares del día

Lo más leído

Especiales

[MULTIMEDIA]

Gráficos

Galerías

Imágenes del día

Vídeos

Clips Musicales

[SUPLEMENTOS]

Deporte Base

Expectativas

Inmobiliario

LaguíaTV

Mujer Hoy

XL Semanal

[CANALES]

Agricultura

Cibernauta

Ciclismo

Descargas | PDF

Entrevistas

Esquí

Formación

Hoy Cinema

Hoy Inversión

Hoy Motor

Infantil

IndyRock

Legal

Libros

Lorca

Meteorología

Moda

Planet Fútbol

Reportajes

todo

Vehículos de Ocasión

Viajes

Waste Ecología

[PARTICIPA]

Amistad

Blogs

Chat

Foros

Juegos

Sudoku

GRANADA

La revolución del fenómeno blog

Más del 70% de los autores y lectores de estas bitácoras son jóvenes de entre 14 y 35 años que han descubierto en este sistema un canal donde expresar sus ideas y donde poder comunicarse. Cinco prestigiosos expertos de este mundo escriben el primer libro en español sobre este asunto y analizan su impacto en la sociedad

EL fenómeno blog -páginas en Internet en el que un autor expresa sus opiniones sobre cualquier tema, 'cuelga' comentarios...- se duplica cada cinco meses y las expectativas que ha creado hace que se enganche cada vez a más gente. Un grupo importante de 'blogueros' -como se hacen llamar estos entusiastas de las nuevas tecnologías- son jóvenes. Entre el 70% y el 75% de los 'blogueros' y de lectores de estos medios tienen entre 14 y 35 años de edad.

Estos datos los facilitó ayer Julio Alonso, uno de los autores del primer libro escrito en español sobre el fenómeno blog, antes de participar en la mesa redonda que se organizó en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática. El libro se titula 'Blog. La conversación en Internet que está revolucionando los medios, empresas y ciudadanos'. Los autores son Juan Varela, José Luis Orihuela, José Luis Antúnez, Julio Alonso y Octavio Rojas.

En Granada estuvieron Julio Alonso y José Luis Orihuela. Este último explicó que el libro viene a llenar un vacío en la escena de Internet en España. «La intención es explicar qué está pasando con los weblogs, un medio que en muy poquitos años se ha convertido en el medio de comunicación que más rápidamente ha crecido en la historia de la comunicación. Ahora estamos por los ochenta o cien millones de blogs», apuntó. Asimismo, expresó que el libro cuenta el impacto de los blogs sobre las empresas, política, periodismo, comunicación corporativa... En su opinión, «ahora mismo no podemos hacernos una idea de dónde puede llegar este fenómeno. Es una revolución mediática que no tiene precedentes por el ritmo de crecimiento que lleva. No hay vuelta atrás», espetó.

Para Alonso los blog consiguen hacer con Internet lo que tenía que haber sido al principio. «Se consigue que cualquiera con un mínimo de conocimiento, un procesador de texto y un navegador sea capaz de publicar algo en Internet y que eso lo lea la gente. Esto es un salto importante porque la gente puede opinar de muchos temas... más o menos filosóficos... Hablan de los temas que les interesan», sentenció.

Foros, no

En el libro los autores hablan más de las repercusiones de un blog que de cómo se hace. Un tema que interesa mucho y que tiene diferentes puntos de vista como quedó ayer patente en la mesa redonda que moderó Eduardo Arcos y presentó Juan Merelo, profesor de la escuela de Informática de la [Universidad de Granada](#). A la pregunta de si un blog es lo mismo que un foro, la respuesta por parte de Alonso fue rápida y concisa: No. José Luis Orihuela recordó que el blog se centra en el autor y el foro es una comunidad y la autoría es dispar.

Para Julio Alonso, fundador de CEO de Weblogs S.L. la empresa líder en nanomedios en español y fundador y socio-director de Intélica Venture Management, el atractivo de los blogs es que hay gente detrás de ellos que escribe con un lenguaje accesible y habla de sus cosas y además se puede entablar una conversación e intercambio de opiniones. La credibilidad de los blogs, el anonimato y la compatibilidad con el resto de medios de comunicación fueron los temas que crearon más debate. Para Orihuela toda comunicación pública tiene su responsabilidad y «no es válida la respuesta de en mi página hago lo que quiero». Aseguró que la autoridad de los blogs es una de las cosas más interesantes y para que exista es «necesario que se dé a conocer el nombre del autor y se diga si hay algún conflicto de intereses». Algunos asistentes a la mesa redonda defendieron el anonimato.

Durante la conferencia en la que se habló de muchos temas se repitió varias veces que la mayoría de los seguidores de este sistema son adolescentes. Si bien en algunas blogosferas hay jóvenes de más edad que en otras. Este es un mundo muy amplio.

De la influencia del fenómeno en las empresas Alonso avanzó que aunque se tarde más que en Estados Unidos al final también se instalará. «No obstante, hay aún bastante desconocimiento de cómo funciona la blogosfera». Eso no es sólo en el mundo empresarial en el resto de la sociedad aún hay bastante desconocimiento sobre este fenómeno que crece a pasos agigantados.

En España se calcula que hay en la actualidad más de dos millones doscientos mil blogs.

Subir

© Ideal Comunicación Digital SL Unipersonal

CIF B18553883

Registro Mercantil de Granada Tomo 924 Libro 0 Folio 64 Sección 8 Hoja GR17840

C/ Huelva 2, Polígono de ASEGRA

18210 Peligros (Granada)

Tfno: 958 809 809

Contactar / Mapa web / Aviso legal / Publicidad/ Política de privacidad / Master de Periodismo / Club Lector 10 / Visitas a Ideal

Powered by

SARENIT

0000000000

o vocento oo

0000000000

http://es.eprensa.com/cgi-bin/show_article.cgi?dir=20060225&file=es6%3A%3Aideal.es__granada0600_004&company=Universidad____ 27/02/2006

25 de Febrero de 2006	Universidad de Granada	Ideal Digital
publicidad		