



UNIVERSIDAD MONTEÁVILA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

BLOGUEROS, EMPRENDEDORES EMERGENTES

Proyecto final de carrera como requisito para optar por el título de Licenciado en
Comunicación Social

Echeverría Verónica

Básica Vanessa

Tutor: Oswaldo Ramírez

Caracas, marzo 2014

Derecho de autor

Quien suscribe, en condición de autor originario del trabajo titulado “Blogueros emprendedores emergentes” declara que: cedo a título gratuito, y en forma pura y simple y limitada e irrevocable para todos los territorios del mundo a la Universidad Monteávila, el derecho de autor de contenido patrimonial que me corresponde sobre el trabajo señalado. Conforme a lo anterior, esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para la universidad de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que ella así lo estime conveniente. Así como, la de salvaguardar mis intereses y derechos morales que me corresponden como autor de la obra antes señalada. La universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponde a mi persona salvo los créditos que se deban hacer al autor o a cualquier tercero que haya colaborado, citado o fuere hecho algún aporte intelectual en la realización de la presente obra.

Autor: Vanessa Básica

C.I. 20.095.829

Autor: Verónica Echeverría

C.I. 25.764.731

En la ciudad de Caracas, a los once días del mes de marzo de 2014

Aprobación del tutor

Quien suscribe *Oswaldo Ramírez*, Tutor del trabajo de Grado Blogueros, emprendedores emergentes, elaborado por *Verónica Echeverría* y *Vanessa Básica*, para optar por el título de **Licenciado en Comunicación Social**, considera que el mismo reúne los requisitos exigidos por la Universidad Monteávila y tiene méritos suficientes como para ser sometido a la presentación y evaluación por parte del Jurado examinador que sea designado.

En la ciudad de Caracas a los siete días del mes de marzo del año 2014

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'OR' with a vertical line through it, positioned above the printed name.

Oswaldo Ramírez

Agradecimientos

A Dios por guiarnos siempre en el camino correcto, por permitirnos cumplir esta tan anhelada meta que sin duda estamos seguras será el principio de un largo camino lleno de éxitos.

A nuestros padres por brindarnos su apoyo incondicional, por ayudarnos en cada paso y demostrarnos que todo se puede con esfuerzo y dedicación.

A la amistad que surgió en estos cinco años de carrera la cual nos permitió crear los lazos de confianza, optimismo y humildad que fueron necesarios para lograr satisfactoriamente este proyecto.

A la Universidad Monteávila por reforzar los valores aprendidos, por educarnos y brindarnos siempre las mejores herramientas para convertirnos el día de mañana en unos profesionales ejemplares.

A Oswaldo Ramírez por aceptar la realización de este proyecto final de carrera bajo su dirección, por aconsejarnos, guiarnos y estar dispuesto en todo momento.

A todos los blogueros venezolanos fuente de inspiración para este proyecto, agradecemos su disponibilidad y su tiempo a la hora de relatarnos sus experiencias con los blogs en especial a Daniela Ramírez, Daniel Pratt, María Luisa Ríos, Luís Enrique Blanco, Andrea Eraso, Karol Gil, Luís Aviles y Alice Hernández.

A nuestro país Venezuela por enseñarnos que en momentos de adversidades no se debe perder la esperanza, siempre hay que luchar y mantenerse firme a los sueños.

Dedicatoria

A mis padres Rosaria y Carmelo, por acompañarme siempre, por brindarme el apoyo, la ilusión y el optimismo para lograr todas mis metas. A mi hermana Leire por estar siempre conmigo, por en ocasiones convertirse en la hermana mayor y aconsejarme.

A Vanessa Básica, por ser la alegría y tranquilidad, por ser la parte pasiva y aguantar mis dudas, al mismo tiempo por sus años de amistad y su apoyo incondicional.

A Juan Carlos Martín, por ser mi compañero en todo momento, por apoyarme y brindarme su amor a pesar de las adversidades.

A Dios y a San Judas Tadeo por cuidarme siempre, a mi abuelo José María por protegerme y ser mi ángel guardián.

A mi país Venezuela, por no perder la esperanza.

Verónica Echeverría

A mis padres, Irma y Llubo por hacer el esfuerzo desde que era muy pequeña por brindarme la mejor educación en los más prestigiosos institutos. A Aracelis Valera, que más que una amiga, representa la tía que nunca tuve y jamás ha dudado en apoyarme ni un momento.

A Verónica Echeverría que no solo fue mi compañera de tesis sino mi mejor amiga y me dio fuerzas a lo largo del proyecto para seguir adelante, así como lo hace en mi vida personal.

A mi amada Venezuela, ya que sin querer me ha enseñado una gran lección, los sueños no son negociables y siempre hay que apostar por lo mejor, “el que persevera vence” y este proyecto final de carrera es la viva prueba de ello.

Vanessa Básica

Blogueros, emprendedores emergentes

Autores: Verónica Echeverría y Vanessa Básica

Tutor: Oswaldo Ramírez

Resumen

De las diversas y variadas formas de comunicación que ofrece el internet, los blogs fueron los primeros en ofrecer un lugar en el cual los autores se expresaran de forma libre y sin límite de contenido. Los weblogs son portales que permite que las publicaciones aparezcan en forma cronológica paseándose por diversos temas como pueden ser de política, eventos, cocina, noticias, opiniones, entre otros. Además de las publicaciones realizadas por el autor se suman los comentarios, opiniones e interacciones de los lectores, juntos, forman lo que se llama la blogosfera. El éxito de un blog se mide además del contenido por la constancia y dedicación del autor hacia sus lectores llenando así las expectativas de los internautas. Estos deben incluir temas de interés público para que puedan atrapar al lector y mantener un estatus dentro del mundo de los blogueros.

Actualmente en Venezuela este fenómeno ha adquirido una gran importancia gracias a algunos autores que han logrado alcanzar éxito y reconocimiento nacional e internacional gracias a sus bitácoras. Esto no solo ha sido reconocimiento si no que han logrado crear empresas e incluso sacar sus propios libros.

Tomando como ejemplo las experiencias de estos blogueros venezolanos este proyecto tiene la intención de comprobar las diferentes propuestas y ventanas que te puede brindar al mundo real la creación de un blog.

Índice

Introducción.....	1
Capítulo I	
1.1 Planteamiento del problema.....	4
1.2 Justificación	4
1.3 Motivación.....	5
1.4 Objetivo general	6
1.5 Objetivos específicos.....	6
Capítulo II	
2.1 Internet	7
2.2 Comunicación.....	11
2.3 Redes sociales	14
2.4 ¿Qué es un blog?	18
2.5 Diferencia entre un blog y una página web tradicional.....	21
2.6 Tipos de blogs	23
2.7 Plataformas sin costo	25
2.8 Auge y crecimiento actual	26
2.9 Creación de un blog.....	27
2.10 Glosario de términos.....	29
Capítulo III	
3.1 Enfoque de la investigación	33
3.2 Tipos de investigación.....	34
3.3 Tipo de entrevista.....	35
Capítulo IV	
4.1 Análisis d resultados	43
4.2. Análisis de las entrevistas.....	65
4.3 Conclusiones	76
4.4 Recomendaciones.....	80
Referencias bibliográficas.....	81

Introducción

Con la llegada de las redes sociales aproximadamente en el año 1994 el mundo comenzó a cambiar al igual que la comunicación, desde entonces la distancia y el tiempo no eran problema.

Pasó de ser una comunicación unidireccional a una multidireccional, el mundo entero estaría enterado de cualquier suceso que ocurría, surgieron herramientas que proporcionarían al público una cantidad absurda de opciones para comunicarse, desde un email hasta un chat directo con la posibilidad de realizar una video llamada.

Fueron evolucionando con el pasar de los años hasta convertirse en el día a día de las personas, sin embargo, no todas tienen las mismas características ni ofrecen los mismos servicios.

De la variedad de opciones en la red surgió el blog, un espacio para escribir bitácoras sin la necesidad de limitarse en caracteres o ser una galería fotográfica.

Los blogs fueron unos de los primeros en aparecer, pero no es hasta hace unos años que agarraron fuerza y comenzaron a salir a la luz. Existen diversos blogueros conocidos en todo el mundo, los cuales proporcionan cualquier tipo de información de interés colectivo.

Estos Weblogs como se llamaron principalmente son bitácoras en línea con la característica de ordenar cronológicamente la información, todo es escrito y publicado por el autor, quien da al lector la opción de interactuar y comentar sus publicaciones.

Una de las principales particularidades de este sitio web es que no hay ningún tipo de límite a la hora de escribir, se pueden colocar fotos y videos acompañados de cualquier texto, ya sea extenso o más corto.

Los blogs cuentan con plataformas gratuitas que facilitan su creación y mantenimiento, lo que permite que diversidad de autores abran una cuenta y compartan sus escritos, ya sea del tipo informativo o de entretenimiento para crear una fiel audiencia que día a día sigan sus publicaciones y dejen comentarios al respecto.

Por el hecho de ser considerado un diario virtual como muchos lo llaman sin ningún tipo de editorial o filtro, el contenido de los blogs puede variar de una manera drástica, no siendo todos del agrado de los lectores, o incluso puede considerarse algunos inmorales o de procedencia dudosa en donde los autores no se expresan de la forma correcta, ni aplican una ortografía ni modo de expresión adecuado.

Este hecho ocupa a quienes estudian el fenómeno de la comunicación 2.0, ya que los autores tratando de imitar la labor periodística, informen de forma incorrecta a los lectores, así como pueden causar sensibilidad con comentarios negativos emitidos hacia el autor y su publicación.

Pocos estudios sobre la blogosfera incluyen información detallada sobre este fenómeno en Venezuela. Sin embargo si estudiamos el flujo de personas que navegan en las diferentes redes sociales, podríamos decir que una cantidad considerable de venezolanos pasean por la web en todo momento.

Pero no sólo se está evaluando la afluencia de personas que visitan los diferentes blogs venezolanos, ni la existencia de las mismas por su propósito de informar o entretener. Estamos estudiando la posible oportunidad de llevar a cabo la materialización de algo virtual al mundo real, ésta podría ser un negocio que brinde frutos lucrativos a los autores o bien el reconocimiento nacional o internacional que eventualmente conllevará a desarrollar algún proyecto que termine ofreciendo un sustento monetario.

Mantener un blog no es tarea sencilla, pero con dedicación, esfuerzo y sobre todo constancia en sus publicaciones, los autores pueden formar un numeroso grupo de seguidores con el cual interactuar, cambiar opiniones,

aconsejar, confiar y eventualmente ser algo más que autores anónimos escondidos tras un ordenador, para dar su cara al mundo real y lograr las metas que se propongan.

En el primer capítulo se explicarán cuáles son los objetivos específicos y generales del proyecto, la motivación y la justificación del trabajo a desarrollar. En el segundo capítulo que es el marco teórico se hablará de los antecedentes del trabajo, desde la comunicación unidireccional hasta la multidireccional, el avance del internet y la llegada de las redes sociales, luego, se explicará lo que es un blog y su actualidad en el mercado. Al mismo tiempo que su anatomía, sus usos, los tipos de blogs que existen y las plataformas que son usadas para su creación.

El marco metodológico es el tercer capítulo, aquí se hablará sobre el tipo y el enfoque de la investigación, además de las entrevistas realizadas y una breve descripción de los blogs analizados y sus autores todo esto junto con unas tablas comparativas que soportarán el análisis.

Por último, el cuarto capítulo se trata del análisis de resultados, conclusiones y recomendaciones.

Capítulo I. Presentación del proyecto

1.1. Planteamiento del problema

Actualmente en Venezuela ha ido creciendo el emprendimiento de los jóvenes y sus ganas por surgir y ser conocidos internacionalmente, hace unos años nació una modalidad que es el blog, en la cual las personas pueden escribir de lo que quieran y compartirlo con el resto del mundo.

Encontramos que muchos de los que actualmente conocemos han salido gracias a la promoción y al reconocimiento de su blog. Decidimos realizar una investigación sobre como este fenómeno de los blogs ha ayudado al emprendimiento de jóvenes y adultos del país.

Muchas veces se ven personas en la televisión o en cualquier red social y nacen las preguntas; ¿por dónde habrá empezado? o ¿qué hizo para estar ahí?. Buscamos probar que muchos de ellos nacieron por escribir en un blog.

El blog es una de las herramientas más flexibles que permite compartir sus opiniones y experiencias por medio de una cantidad increíble de formatos con un alcance global.

La comunidad Weblogs es un reflejo de la diversidad que existe en el mundo, en definitiva cada blog es un mundo en el cual todos son capaces de crear y convertirse en los autores de sus propias vidas, experiencias y oportunidades.

Normalmente se cree que abrir un blog es una tarea sencilla, pero no es así, para lograr el éxito es necesario constancia y dedicación, no es válido dejar de escribir por largos plazos de tiempo.

1.2. Justificación

A la hora de investigar sobre el auge y el emprendimiento de los blogs, nos encontramos con que no existe mucha información al respecto, sin embargo, en la actualidad muchas empresas y personas lo usan para lograr reconocimiento nacional e incluso internacional, al ahondar sobre el tema nos llamó la atención

que personajes que hoy en día son famosos no vienen si no de un blog y su dedicación al escribir.

Otra cosa que observamos es que empresas conocidas en el país usan los blogs como método de información y promoción, también, pudimos ver que existía esa interacción entre escritor y lector, convirtiéndose en un portal dinámico entre la empresa y el cliente.

Existen diferentes estudios sobre el crecimiento de las redes sociales y lo que estas se han convertido en la actualidad, sin embargo no se ha estudiado las consecuencias positivas que puede traer la apertura de un blog.

1.3. Motivación

Hoy en día las redes sociales son la principal fuente de comunicación e información, sin duda alguna la Web 2.0 ha revolucionado la sociedad, gracias a esta herramienta se puede mantener contacto con personas alrededor de todo el mundo, obtener noticias de forma inmediata y compartir vivencias o habilidades a múltiples personas al mismo tiempo.

A diferencia del Facebook o Twitter, obtener una cuenta de blog brinda la oportunidad de compartir instrucciones, pensamientos o actividades de una forma íntima, no se limita a 140 caracteres o a una galería fotográfica. A pesar del auge que a lo largo de los años han tenido las primeras dos redes sociales mencionadas, el blog sigue siendo el preferido de muchos y los beneficios obtenidos del mismo han sido asombrosos.

Es interesante ver el progreso de una persona cuya única herramienta es la escritura, ya que como se dijo anteriormente no se trata de una galería (en su mayoría) o de una cuestión estética. Ese poder de atraer a las personas con la lectura es algo que nos cautiva, ya que el ejercicio de leer es algo que siempre debe prevalecer en el tiempo y nunca debe pasar de moda.

El tópico puede variar, desde algo tan serio como es la política hasta algo tan básico pero saludable como es el fitness. Lo importante además del tema es la

constancia con la que el autor escriba y esté presente en el blog ya que será crucial para lograr un nivel de reconocimiento aceptable entre la sociedad.

1.4. Objetivo general:

- Demostrar cómo por medio de los blogs los jóvenes y emprendedores venezolanos han logrado posicionarse en el mercado laboral e incluso darse a conocer nacional e internacionalmente.

1.5. Objetivos específicos:

- Ingresar a los blogs venezolanos más visitados y conocidos
- Entrevistar a los que se consideren actualmente los blogueros en auge nacional
- Hacer un estudio en el mercado para conocer qué nuevas empresas han surgido gracias a su escritura en blogs
- Describir la historia y el desarrollo de los blogs
- Estudiar la diferencia entre los blogs y las otras redes sociales
- Conocer la estructura y tipos de blogs

Capítulo II. Marco Teórico

2.1. Internet

Internet es un conjunto de redes interconectadas que utilizan el mismo protocolo, lo que garantiza que todas las redes que la componen trabajen como una red única.

Sus orígenes se remontan a los años 1969 con un proyecto llamado Arpanet, el cual permitió la conexión de tres universidades en Estados Unidos, California y Utah, fue creada por el departamento de defensa de los Estados Unidos como medio de comunicación entre los diferentes organismos del país.

Los resultados de esta investigación se publicaron a partir de 1960, describiendo las ideas principales, estas fueron una red descentralizada con varios caminos entre dos puntos y la división de mensajes completos, al mismo tiempo, la red estaría capacitada para responder por sus propias fallas.

Su historia se debe al desarrollo de las redes de comunicación. La idea principal era una red de computadoras diseñada para permitir la comunicación general entre usuarios, sea para el uso de desarrollos tecnológicos o para la infraestructura de la red ya existente.

Las versiones más antiguas de estas ideas aparecieron a finales de los años cincuenta y las prácticas de estos conceptos empezaron en los ochenta y a lo largo de los noventa. Durante los años de 1980 tecnologías que se reconocerían como las bases del internet moderno, empezaron a expandirse por todo el mundo. En los años noventa se introdujo la World Wide Web (WWW).

En 1969 se hizo la primera red interconectada al crearse el primer enlace entre las universidades de California en Los Ángeles (UCLA) y Stanford por medio de una línea telefónica sustituida.

En 1972 se realizó la primera demostración pública de Arpanet, esta nueva red estaba financiada por Darpa.

El éxito de la nueva red sirvió para que en el año 1973 Darpa iniciara una investigación sobre posibles técnicas para interconectar redes, se desarrollaron nuevos protocolos de comunicación que permitieron el intercambio de información para las computadoras conectadas.

De este proyecto surgió el nombre de “internet” para el sistema de redes interconectadas mediante los protocolos TCP e IP.

Para 1983 Arpanet cambió el protocolo TCP/IP, también se creó el IAB para estandarizar y proporcionar los recursos de investigación a Internet.

En 1986 la NSF (redes dedicadas a la comunicación de la información) comienza el desarrollo de NSFNET que se convirtió en la red árbol de Internet, por otro lado en Europa surgen otras redes tanto públicas como comerciales que junto con las americanas formaría el esqueleto básico “backbone”.

En 1989 con la integración de los protocolos OSI (sistemas de interconexiones abiertos), se inició la interconexión de redes con el uso de diferentes protocolos de comunicaciones. Para el año 2006, Internet alcanzó los cien mil millones de usuarios.

Guazmayán (2004) en su libro Internet y la investigación científica cita lo siguiente:

Internet se ha convertido en un hecho social total. Reconfigura el espacio-temporal de la comunicación actual. Modifica las formas tradicionales de la investigación y la producción de los conocimientos hasta el punto que muchos que una nueva sociedad se encuentra en curso: la sociedad de la información-comunicación o sociedad del pensamiento virtual (p. 13)

2.1.2. Transición de la era 1.0 a la era 2.0

La Web 1.0 son las páginas tradicionales a las cuales solo se accedía para obtener información, únicamente se podía entrar a ellas para leer lo que el

administrador o autor publicara. “El modelo de negocio de la Web 1.0 se limitaba a un espacio de publicación de contenidos corporativos y de servicios, sin participación abierta ni gratuidad en contenidos o servicios de alta relevancia” afirman Cobo y Pardo (2007, p. 28).

Esto impedía que las personas pudieran ingresar y agregar información, estaba limitado y solamente los que tenían el dominio de la tecnología podían subir contenidos al internet.

“En esta nueva Web, la red digital deja de ser una simple vidriera de contenidos multimedia para convertirse en una plataforma abierta, construida sobre una arquitectura basada en la participación de los usuarios” afirman Cobo y Pardo (2007, p. 15)

Con la llegada de la Web 2.0 ya no se trataba simplemente de acceder al sitio y leer la información si no que ofrecían servicios como YouTube, Flickr, Slideshare, entre otros, el usuario podía consultar información, comentarla e incluso agregar nuevos contenidos.

Piscitelli (2002) indicó que “internet fue el primer medio masivo de la historia que permitió una horizontalización de las comunicaciones, una simetría casi perfecta entre producción y recepción, alterando en forma indeleble la ecología de los medios”.

La barrera que existía para publicar contenidos en la web había desaparecido, los usuarios comenzaron a interactuar entre si y a opinar sobre los artículos publicados sin la limitación de solo leer. Los contenidos de la Web 2.0 se han ido construyendo a través de la comunidad de usuarios.

Wales (2001) definió la Era 2.0 como: "miles de personas por todo el mundo, de todas las culturas, trabajan juntas en armonía para compartir libremente información clara, objetiva e imparcial".

2.1.3. Multimedialidad

Diversos autores definen la multimedialidad como “la integración informática de varios medios o códigos expresivos en el interior de un mismo texto”. Lo que la distingue es que tiene una estructura informativa muy diferente a la de las demás, debe ser vista por todos sus ángulos para lograr entenderla.

Este recurso puede ser entendido a través de dos importantes categorías: multimedialidad por yuxtaposición y multimedialidad por integración.

La primera se trata de la representación de todos los elementos como fotos, textos, sonidos, etc. La cual permite que el lector pueda acceder a todos los contenidos de manera independiente.

La segunda es la unión de los contenidos en dos o más soportes que posee una unidad comunicativa, sus elementos son dependientes a momento de entrar a la página.

2.1.4. Actualización

Esta opción de la nueva Web 2.0 permite refrescar permanentemente los contenidos informativos sin la necesidad de esperar un tiempo específico.

La actualización de la información genera nuevos contenidos rápidamente sin la necesidad de esperar, hace que los usuarios puedan acceder a cualquier web al instante.

Esta herramienta permitió que los cibernautas no estuvieran en constante descarga de información, al ingresar a la página que se desee, ésta ya estará actualizada con los espacios que se hayan generado hasta el momento.

Antes de que esta nueva web apareciera, estas actualizaciones llevaban horas en hacerse, todo esto por la tecnología que se usaba que tenía diferentes

soportes y era asumida por los receptores. Toda esta nueva tecnología facilitó el manejo de las aplicaciones y redujo el tiempo de espera de cada descarga.

2.2. Comunicación

La comunicación es un campo de estudio muy abierto, por lo que se presta a múltiples definiciones, pero en general se puede concluir que es un proceso netamente humano, su finalidad es que el proceso de interacción sea exitoso cuando lo expresado es comprendido por el otro.

Para Castells (2009), comunicar es compartir significados mediante el intercambio de información, pero el éxito del mismo dependerá de una serie de procesos como es la tecnología de la comunicación, las características de los emisores y los receptores de la información, sus códigos culturales de referencia, sus protocolos de comunicación y el alcance del proceso.

Algarra (2003 p.56) sostiene que “la comunicación es, efectivamente un contacto, pero un tipo de contacto determinado... que tenga como finalidad que lo expresado sea comprendido por el otro, y que éste efectivamente comprenda lo que significa tanto la acción como su contenido expresivo”

Existen dos perspectivas desde las cuales se puede ver el proceso de comunicación según Martín Algarra (2003):

La perspectiva relacional: considera que la comunicación es sumamente general y abarca muchas cosas. Desde este punto de vista se podría hablar de comunicación entre máquinas, animales, personas, y a su vez, de éstas con su entorno.

La perspectiva simbólica: considera que ningún contenido puede ser transmitido si no es por medio de una representación.

Comparando ambas perspectivas se puede observar claramente que existe una dualidad entre quienes afirman que la comunicación es cualquier tipo de

relación, frente a los que sostienen que la comunicación exige una acción que tenga como objetivo significar.

Hay cinco características esenciales de la comunicación según este autor: es humana, es social, es referencial, es compleja y se da en la dimensión temporal del presente vivido.

Es humana ya que es algo exclusivo de las personas, es social porque siempre está orientada a otro distinto del yo, es referencial ya que implica un compartir, siendo lo compartido sentimientos, información, etc. Es compleja, los mensajes manejados deben crear los significados correctos en la otra persona. Por último, ésta debe llevarse a cabo en presente vivido, en el aquí en el ahora.

Tener conocimiento del mundo que nos rodea es primordial para poder llevar a cabo el proceso de comunicar, ya que lo que se comparte y expresa al otro, son vivencias y aprendizajes.

La capacidad de conocimiento es limitado, pero todos los días se intenta aprender algo nuevo, así sea de modo imperfecto y una vez aprendido, nace la necesidad de expresarlo, por lo que nunca puede considerarse desperdicio algo que haya sido comunicado.

Todo mensaje tiene un significado y es expresado para que sea comprendido e interpretado por el otro.

2.2.1. Comunicación de masas

Algarra (2003 p. 18) sostiene que “una teoría de la comunicación de masas exige como cimiento el estudio del fenómeno de la comunicación desde su perspectiva más básica, pues la definición conceptual de la comunicación con que se trabaje condicionará de manera inevitable la formulación de una teoría de la comunicación pública”.

La comunicación de masas, es aquella forma de comunicación en la cual el emisor y el receptor son masivo, es decir, un grupo numeroso de personas que

cumple con tres condiciones básicas: ser grande, ser heterogéneo y ser anónimo. Este grupo se denomina propia y puramente “masa”.

Desde el nacimiento de esta nueva forma de comunicar, la manipulación se ha hecho más fácil de lograr debido a la facilidad que posee un líder de dar un discurso y que éste sea sintonizado por un gran grupo de personas al mismo tiempo.

La manipulación puede propiciarse por políticos en su mayoría, los cuales reúnen a una muchedumbre o masa y tratan de convencerlo creando necesidades o resolución de problemáticas a través del poder de la oratoria. La televisión, revistas y anuncios publicitarios también han logrado dominar a las masas, mostrando lo que es considerado como el cuerpo perfecto y tratando de vender artículos que no son de primera necesidad pero debes obtenerlos para encajar dentro de la sociedad y evitar el rechazo de la misma.

La masa se ha hecho cada vez más extensa, las personas sienten pánico de ser desplazados de la masa, ya que ser diferente es negativo, implica la exclusión de una sociedad aparentemente exclusiva y dominante.

Si bien la comunicación de masas es un aporte positivo a la sociedad debido a la inmediatez y la facilidad con que el emisor puede transmitir un mensaje a un receptor colectivo, también ha hecho una sociedad paralela en donde las personas se encuentran sujetas y manipuladas a lo que se les informa, desde un dirigente político, artistas, diseñador, entre otros.

Es aquí donde debemos cuidarnos de caer en manos de una sociedad masa, siempre se debe conservar la autenticidad que nos caracteriza desde el momento de llegar al mundo.

2.2.2. Autocomunicación de masas

Para poder entender el concepto de autocomunicación de masas, cuyo autor es Manuel Castells, primero tenemos que tener claro lo que se entiende por masa y así mismo por comunicación.

Ortega y Gasset (2003) nos explica en “La Rebelión de las Masas” cómo el hombre masa nace de la subida al poder político del hombre común, la “muchedumbre” como la describe, no es más que un numeroso grupo de personas distribuidas a lo largo y ancho de la geografía mundial viviendo de forma solitaria y desconforme que luego se traslada .

De este grupo denominado “muchedumbre” o “masa”, nace la minoría que no es más que personas que trabajan en un proyecto diferente para una causa que busca romper con el paradigma de la cotidianidad.

Esta división de Masa y Minoría no busca clasificar al hombre bajo ninguna condición o estatus social, sino que lo clasifica en dos clases diferentes de hombre según Ortega y Gasset: los que eligen el camino fácil, es decir los que se dejan llevar y los que eligen el camino difícil, el del auto superación.

Castells (2009) afirma que ha surgido una nueva forma de comunicación que se basa en la posibilidad de enviar mensajes de muchos a muchos en tiempo real. A esta nueva forma de comunicar es la que domina: autocomunicación de masas o mass-self communication, la define como masa ya que potencialmente puede llegar a una audiencia global, un ejemplo claro de esto es cuando se cuelga un video en la plataforma de Youtube, un blog o un mensaje a una lista enorme de direcciones de correo electrónico.

Pero también es auto-comunicación porque el que la emite genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes o contenidos de la web y de las redes electrónicas que quiere recuperar. Esta comunicación da oportunidad de integrar y mezclar una amplia gama de expresiones culturales, que son producidas por la interacción humana.

2.3. Redes Sociales

Sistema social que permite la entrada de forma sencilla a personas principalmente independientes a una empresa o entidad que se conectan entre sí

por una o varios tipos de relaciones que las entrelaza como lo son las relaciones de amistad, parentesco, económicas, sexuales, intereses comunes, entre otras.

Las redes sociales son las nuevas ventanas del mundo, permiten la interacción inmediata de personas desde diferentes localidades con tan solo un clic. Si bien esta situación ha permitido que se haya debilitado el contacto físico con el mundo exterior, no se puede dudar la revolución que la misma ha causado y los beneficios que han aportado al día a día de las personas.

Éstas también han permitido las expansiones territoriales en materia de negocios, mantenimiento de amistades, entre muchos otros aportes positivos ya que no hace falta movilizarse a otro país o comunidad para poder hacer reuniones de negocios, dialogar de temas de importancia o simplemente chequear el estado de tus amistades que ya no viven cerca de ti.

Castells (2009, p. 50) sostiene que “esto permite que las unidades sociales (individuos e instituciones) interactúen en cualquier momento, desde cualquier lugar, dependiendo de una infraestructura de apoyo que administra los recursos naturales en una red distribuida de información...”

2.3.1. Youtube

Es un sitio web que permite a los usuarios compartir vídeos digitales a través de Internet, ya sean caseros o profesionales sobre una infinita variedad de temas y asuntos.

YouTube tiene una logística que permite localizar cualquier vídeo por medio de títulos y descripciones que los usuarios colocan para cada vídeo. Este sitio cuenta hoy con millones de visitas diarias.

Este portal permite que las personas muestren sus destrezas, como el canto, baile, deporte, actuación, modelaje, entre otras que les ha permitido darse a conocer a nivel mundial, un ejemplo de este fenómeno es el cantante canadiense Justin Bieber quien fue descubierto en el año 2008 tras el gran número de visitas que tenían sus videos en donde se mostraban al joven interpretando canciones.

También sirve para el desahogo de muchos que simplemente tienen algo que decir. Pero además de ser utilizado con un fin personal, también sirve para informar, posee muchos tutoriales que enseñan cómo realizar ciertas actividades como coser, maquillarse, peinarse, etc. Así como también videos realizados por profesionales con algún fin de negocios o emprendimiento.

2.3.2. Facebook

Es una red social en la cual las personas, luego de crearse un perfil y completar los datos que deseen, pueden realizar diferentes actividades como facilitar el contacto entre sí, recomendar contactos y sugerir amistades con personas que tienen los mismos intereses.

Por otro lado, expresar opiniones y estados de ánimo, subir y comentar fotos, chatear al instante con otras personas y mantener un contacto dinámico con todos los amigos conectados.

Esta red social realmente causó impacto tras su lanzamiento en el año 2006 por su creador Mark Zuckerberg. Facebook fue creada principalmente para ser utilizada por estudiantes universitarios para que logran contactar a otros compañeros cercanos a su comunidad estudiantil, pero rápidamente se fue expandiendo hasta ser uso personal de millones de personas alrededor del mundo.

Hoy en día las personas utilizan esta red social para estar en constante comunicación con sus familiares y amistades, visualizando como se encuentran actualmente, qué actividades realizan, a que escuela asisten, su estado civil, y todo lo relacionado con sus vidas personales.

2.3.3. Instagram

Es una aplicación para dispositivos móviles que permite tomar fotografías y modificarlas con efectos especiales denominados filtros, para luego compartirlas a

sus seguidores tanto de Instagram como de Facebook ya que tiene la opción de conectarse con otras redes sociales.

Gracias a esta aplicación ya no se necesita ser un fotógrafo profesional para captar los momentos más especiales y que luzcan como si fuesen tomadas como un experto de la fotografía.

Los diferentes filtros anteriormente mencionados, hacen que la fotografía tome diferentes aspectos. Algunos de estos efectos son el famoso blanco y negro, entre otros que modifican por completo el retrato original.

2.3.4. Twitter

Es un soporte de uso online que sirve para compartir diferentes estados, sobretodo informativos o para hacer comentarios en tan sólo 140 caracteres, cada usuario puede tener sus propios seguidores, personas que gusten de sus comentarios y que leen lo que ese usuario publica de manera constante.

Se usa principalmente para informar acontecimientos recientes ya que se puede hacer de una forma precisa. Si los 140 caracteres no son suficientes para la publicación de dicha noticia, se puede realizar una breve reseña y se agrega el enlace que conducirá al usuario a la página web donde se encuentre la noticia de forma extensa y detallada.

Cualquier persona es libre de tener una cuenta y publicar el contenido que desee, por lo que suele generarse falsa información con respecto a algún acontecer. Muchos sienten que pueden ejercer la labor de periodistas sin tener estudios al respecto y buscan ser voceros de noticias logrando crear confusión entre los usuarios que lo sigan.

Para que las personas puedan leer tus publicaciones, éstas deben seguirte por decisión propia, ya sea porque gustan de los contenidos que colocas o te conocen. Una vez que te siguen pueden hacer eco de alguna noticia dándole re

tweet, es decir, publicando en su cuenta personal lo que tú has puesto o también marcándolo como favorito.

2.4. ¿Qué es un blog?

Un blog es un sitio web donde los autores desarrollan contenidos, estos también se conocen como weblog o cuadernos de bitácoras, toda la información publicada es actualizada constantemente y los textos se publican de forma cronológica, aparecen del más reciente al más antiguo.

Sanagustín (2009) define a los blogs como:

...una abreviatura de “weblog”, que a su vez está compuesto por “web” y “log”. En inglés “log” hace referencia a los diarios de a bordo o cuadernos de bitácoras en los que se llevaba registro diario de todo lo que ocurría en una nave, lo mismo que en esa libreta con llave en la que muchas personas (curiosamente casi chicas) conservaban sus pensamientos más íntimos. Así bitácora y diario “online” son también términos para referirse a un blog. (p.20)

Una de las características de un blog es que los lectores tienen la posibilidad de dejar comentarios e interactuar con el escritor, recibir respuestas a sus publicaciones. También cada blog es dividido según su temática y esto permite que los usuarios busquen los de su interés.

Por otro lado, el autor escribe con total libertad y escoge que desea publicar, puede ser desde su vida personal hasta alguna posición política.

Piscitelli (2002) definió a los blogs como: “un sitio web personal y sin fines de lucro, constituido por noticias y reflexiones, con un formato que facilita las actualizaciones.

Cada nueva pieza de información que se agrega se suma a la última, creando un permanente flujo de noticias. La información es prevista por el creador del sitio o por contribuyentes voluntarios de contenidos. Habitualmente

incluye tanto comentarios personales como enlaces a sitios web donde se tratan los temas de interés del weblog.

Los blogs son textos dinámicos que se mantienen activos con cada comentario, esto permite mantener una conexión con el escritor y el lector. Para que estos blogs puedan actuar como espacios de conversación y participación deben ser precisos y completos, por otro lado deben permitir a los lectores ejercer su libre derecho de expresión y demostrarles que son parte del blog y que sus opiniones y comentarios cuentan y son leídos.

Orihuela (2003) describió los blogs como: “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”

2.4.1 Historia del blog

El término blog fue acuñado por Peter Merholz en 1999 quien dividió la palabra “weblog” previamente conocida por Jorn Barger en 1997, rápidamente fue aceptada y se empezó a hablar de “bloguear”.

Su popularidad surgió apresuradamente en el sitio Xanga que fue lanzado en 1996, en ese momento solo tenía 100 diarias lo que para el año 2005 se convertiría en 50.000.000.

El blog es una evolución de los diarios en línea, lugar en donde la gente escribía sobre sus vidas y lo tomaban como una especie de diario personal pero con la característica de ser compartido en la red. Uno de los primeros blogueros fue Justin Hall quien escribió desde 1994 mientras era estudiante en la Universidad de Swarthmore.

Los primeros blogs eran componentes actualizados en sitios web comunes, la evolución de las herramientas que facilitaba el mantenimiento de los artículos publicados y ordenados de forma cronológica hizo que el proceso de publicación llegara a muchas más personas y no solamente a aquellos que tuvieran los conocimientos técnicos.

Estos blogs pueden ser almacenados o contruidos usando servicios de blog dedicados o se puede acceder mediante un software genérico, como por ejemplo Blogger o LiverJournal.

Los primeros sitios web que surgieron fueron Open Diary en 1998, Live Jourlan en 1999, Pitas.com también en 1999 y en 2003 Blogger.com

El término “blogging” combinada la página web personal con herramientas para enlazar otras páginas más fácilmente, también se ampliaron los motores de búsqueda permitiendo a los usuarios blogueros llevar seguimiento de otros usuarios con intereses similares.

Los primeros blogs estadounidenses populares aparecieron en 2001 tratando principalmente temas políticos como Politics1.com y AndrewSullivan.com.

Algunos de los blogs españoles también aparecieron en esa época, unos de los más destacados fueron en el 2000, Terremoto.net y en el año 2001 Claudia-P.com, narrando la vida adolescente en la ciudad de Madrid y su vida personal.

En el año 2002 la sociedad de periodismo comenzó a hacer investigaciones sobre el fenómeno de los blogs y a establecer diferencias entre el periodismo y el blogging.

2.4.2. Anatomía del blog

- **Cabecera:** muestra el título del blog y en algunos casos una imagen de fondo. Cuando el lector hace clic en el enlace que proporciona se sitúa en la portada o página principal.
- **Entradas del blog:** contiene el nombre del blog e información sobre la temática que trata, los artículos o entradas publicadas se encuentran en orden cronológico situándose arriba el más reciente.
- **Título:** proporciona al lector una idea general del tema del blog.
- **Título del artículo:** cuando el usuario hace clic en su enlace se ingresa al artículo de forma individual mostrándose los comentarios asociados al final del mismo.

- **Contenido del artículo:** puede contener texto, enlaces, imágenes, audios, vídeos, etc.
- **Autor del artículo:** se muestra el nombre del autor del artículo. Puede resultar interesante cuando en un blog publican varios usuarios.
- **Hora de publicación:** se muestra el momento exacto en el que el autor publica su post.
- **Post:** es cada artículo o entrada nueva que conforma el contenido del blog.
- **Comentarios.** muestra el número de respuestas, opiniones o reacciones realizados a esa entrada. Este campo no es obligatorio, ya que el autor puede que no acepte comentarios.
- **Blogroll:** lista de links que re direccionan al lector a el listado de tus blogs amigos.
- **Suscripción.** Este enlace permite suscribirse a la publicación de entradas del blog utilizando el navegador web o bien un programa específico de lectura de feeds.
- **Feeds:** son herramientas de difusión de información que permiten a los usuarios compartir una publicación en sus propios blogs.

2.5. Diferencia entre un blog y una página web tradicional

Lo que los diferencia principalmente es la finalidad con que ambos fueron creados. El fin de una página web es básicamente informar y trasladar al usuario a otras páginas en donde pueda navegar recopilando el contenido de interés sin ningún tipo de orden en específico. Mientras que en un blog, el autor más que informar, entretiene e interactúa con los lectores, éste comparte anécdotas, conocimientos o vivencias a una audiencia anónima, en búsqueda de la receptividad de los mismos.

Una página web es un documento o información electrónica, su rasgo distintivo son los hiperenlaces que en la misma se hacen de otras páginas. Están compuestas por información principalmente. Esta información puede presentarse

en texto o multimedia, es decir, imágenes y videos además de los mencionados hiperenlaces.

Respecto al contenido de una página web, el mismo puede ser dinámico o en su defecto estático. Se dice que es estático cuando el contenido se encuentra predeterminado y se llamará dinámico cuando se genera al momento de visualizar la página o solicitársela a un servidor web.

Un blog es un sitio web que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente.

Habitualmente, en cada artículo, los lectores pueden escribir sus comentarios y el autor darles respuesta, de forma que es posible obtener feedback mediante un posible dialogo o intercambio de ideas.

El uso o temática de cada blog es particular, como se mencionó anteriormente en los distintos tipos de blog. Las características principales para diferenciar un blog de una página web tradicional son las siguientes:

- **Contenido:** mientras que en un blog se añaden artículos, comerciales, y reflexiones, dejando la oportunidad de incluir las opiniones de los lectores, en una página web se prepara otro tipo de contenido, generalmente más informativo y con un carácter mucho menos participativo para sus visitantes.
- **Temporalidad:** en el blog la información se ubica o se encuentra de forma cronológica, por lo que entre más publicaciones se realicen menos tiempo le va a tomar al lector encontrar algún artículo. Por el contrario en la página web el contenido no es cambiado con tanta frecuencia, normalmente la información es estática.
- **Comunidad:** en los blogs los usuarios buscan aprender, conocer e interactuar, por lo que es muy común que si la línea editorial es buena al igual que el número de actualizaciones se obtenga una cifra considerablemente elevada de suscriptores, así como comentarios en

las publicaciones, generando una comunidad alrededor del tema del blog. En la Página Web normalmente el público accede buscando estrictamente informarse o a complementar una reseña que se le ha dado en otros espacios, redes sociales, publicidad o los mismos blogs.

- **Facilidad:** las plataformas para crear blogs (como WordPress o Blogger) no son difíciles de manejar. Por el contrario para la creación de una página web, se debe tener un conocimiento mínimo de códigos (HTML u otros) o lenguaje de programación. Usualmente quien administra las páginas web sean los Webmaster y no como ocurre con los blogs, cualquier persona.
- **Cercanía:** el blog es más personal, aunque puede ser escrito en un lenguaje serio y moderado, siempre será más íntimo al usuario ya que los tópicos varían según los intereses que tenga el autor. Por el contrario la página web, es un espacio de negocios en donde se enseña cuáles son los productos, servicios y las ventajas competitivas.

2.6. Tipos de blog

Wordpress (2003), es la plataforma de blogs más conocida, ofrece una reseña en su página sobre los tipos de weblogs basándose en sus clasificaciones más comunes:

- **Blog Personal:** tiene como objetivo expresar la forma de pensar, relatos, experiencias y habilidades determinadas. Aborda temas como por ejemplo la política, música, familia, viajes, salud, entre otros. Generalmente estos blogs persiguen la gratificación personal de expresarse, compartir información, experiencias y conocimientos, mas no necesariamente recibir ingresos económicos.
- **Blog Profesional:** las agencias y los profesionales independientes como abogados, corredores de bolsa, agentes de muebles inmuebles, entre otros, están utilizando WordPress para compartir sus conocimientos, ya que han descubierto el poder de los blogs para hablar

directamente con sus clientes. A diferencia del blog personal, éste si busca un fin económico.

- **Sin fines de lucro:** está diseñado para fundaciones, instituciones benéficas y grupos de derechos humanos, son excelentes herramientas para crear conciencia y reunir fondos para sus causas.
- **Openblog:** es un blog que no requiere propietarios únicos y brinda una herramienta para que sus visitantes puedan publicar de forma abierta y libre, dirigiéndose así a todo usuario que acceda. Por el hecho de que se encuentra abierto y recibe todo tipo de visitas y publicaciones, de denomina de carácter colectivo y público.
- **Fotolog:** es un blog donde el elemento principal de publicación es la imagen para todos aquellos amantes de la fotografía. A diferencia de un álbum de fotos sólo se publica una o dos fotos en cada entrada y se pueden acompañar de comentarios del autor. También admite comentarios de los visitantes y enlaces a los fotologs de los amigos.
- **Videoblog:** es un blog cuyas entradas son clips de vídeo, ordenados cronológicamente y publicados por uno o más autores, suelen ser videos de corta duración.
- **Audioblog:** es un tipo de blog donde cada entrada suele ser un audio en formato MP3 o uno similar. Se reproducen en línea gracias a una consola de tecnología Adobe Flash, llamadas telefónicas, y en algunos casos admiten la descarga de los usuarios ya que es una de las opciones comerciales más flexibles que hay.
- **Moblog:** es similar a un blog pero orientado para ser manejado y visualizado en teléfonos móviles, se puede acceder a su contenido y publicar desde cualquier dispositivo y lugar.
- **Tumbleblog:** en este tipo de blog el autor va publicando entradas sobre enlaces, fotografías, informaciones, entre otros que va encontrando por Internet. No necesariamente se ajusta a una temática concreta. La carga textual de sus entradas es mínima y en este sentido se relaciona al formato de microblogging.

- **Microblog:** permite al autor publicar mensajes breves no superiores a 140 caracteres formados por texto y enlaces. En este sentido se puede relacionar con la plataforma mencionada anteriormente entre las diferentes redes sociales denominada twitter. Dichas entradas se muestran en la página del perfil del usuario y también son enviadas a otros usuarios que han elegido la opción de recibirlas

2.7. Plataformas sin costo

Existen muchas plataformas gratuitas en internet, lo que permite el fácil acceso de las personas, todas estas brindan a los usuarios las herramientas necesarias para crear un blog. En la actualidad existen dos plataformas conocidas que trabajan de manera gratuita son WordPress y Blogger.

2.7.1. Wordpress

Esta herramienta es una de la más usada y conocida, se trata de una plataforma clásica y seria, es muy utilizada por empresas y blogueros con fines profesionales debido a las aplicaciones tecnológicas que ofrece.

Desde que comenzó en el año 2009 este software se ha convertido en una de las herramientas más conocida en el mundo, es un portal visitado por decenas de millones de personas.

Según los estudios realizados por Alexa.com, que se encarga de medir la posición de cualquier página web a nivel mundial, para el año 2014 WordPress está en el puesto número 19. El 20% de los visitantes provienen de Estados Unidos donde ocupa el puesto 20. En Venezuela tiene la posición número 152.

Otra de las características importantes de esta plataforma es su gran variedad en diseño y en opciones, todas las entradas son ordenadas cronológicamente permitiendo al lector poder escoger cual desea ver. También cuenta con una gran funcionalidad, fácil instalación y fácil manejo.

2.7.2. Blogger

Esta plataforma es una de las propuestas de Google quien lo describe como un portal gratuito con facilidades de uso y rapidez de instalación. Esta herramienta proporciona métodos para escribir un blog sin la necesidad de instalar comandos o un software de servidor.

Una de las características que ofrece este servidor es que cualquier persona que tenga una cuenta en Google puede crearse un blog rápidamente y sin ningún tipo de dificultad.

Alexa.com lo posiciona en el puesto número 57 a nivel mundial. Blogger está activo desde el año 2000, la mayor cantidad de sus visitas son provenientes de los Estados Unidos, en Venezuela el portal se encuentra posicionado en el puesto número nueve.

2.8. Auge y crecimiento actual

Los primeros blogs eran simplemente componentes actualizados de sitios web comunes. Sin embargo, gracias a 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, sin necesidad de que tuvieran conocimientos técnicos profundos.

En el año 2006, se escogió la fecha del 31 de agosto, para celebrar en toda la red, el llamado "día internacional del blog". La idea nació de un bloguero israelí llamado Nir Ofir, que propuso que en esta fecha, los blogueros que desarrollaban bitácoras personales enviaran cinco invitaciones de cinco blogs de diferentes temáticas a cinco diferentes contactos, para que así los internautas dieran difusión a blogs que seguramente otras personas desconocían, y que eventualmente les pudiera resultar interesantes.

Hoy día el blogging es uno de los servicios de internet más populares. Es común que incluso cantantes y actores famosos tengan blogs, así como también empresas.

Con respecto al futuro de los blogs, seguramente se produzca un nuevo cambio de filosofía unido a un cambio tecnológico y el blog pase a tener mucho más contenido audiovisual.

Hace poco se podía leer en un artículo de The New York Times, que, según su autor, los blogs van a ir desapareciendo poco a poco debido al uso cada vez más frecuente de las redes sociales para conseguir información de cualquier tipo. Aun así, cada vez hay más personas que leen las noticias a diario mediante blogs, provengan o no de enlaces en Facebook, Twitter, u otro. Por ahora, podemos afirmar que conviven en perfecta armonía, y que son herramientas compatibles.

2.9. Creación de un blog

Gracias a las diferentes plataformas que existen, crear un blog no es una tarea complicada solo es necesario elaborar un plan y una estructura para que el escritor establezca los parámetros y empiece con la elaboración de su propio blog.

- **Elegir el tema:** al momento de abrir un blog se debe tener el tema con el que desea escribir, con una idea clara el blog agarrará forma y no perderá credibilidad y atención para los lectores.
- **Escoger el título:** el nombre seleccionado debe ser llamativo, no muy largo e interesante, esto atrapará al público y hará que recuerden con facilidad el nombre para acceder nuevamente.
- **Determinar la plataforma:** se trata de elegir cual será el canal en donde se decidirá abrir el blog, para esto es necesario pensar en cuál es el fin de su blog, si se trata uno empresarial WordPress es una buena opción, de lo contrario Blogger siempre es una buena alternativa.
- **Buscar un diseño gráfico:** es importante colocar en el blog un diseño acorde al tema, algo que no sea complicado a la hora de editar.

- **Instalar un programa web analítico:** esto permitirá al escritor ver sus avances y logros en la web, podrá medir sus éxitos.
- **Escribir el primer post:** la primera escritura debe ser una breve biografía del escritor, de este modo los lectores sabrán a quien están leyendo, también sobre el tema a tratar en el blog, sobre qué es.
- **Darlo a conocer:** luego de que el blog ya tenga algunas entradas es necesario promocionarlo, las redes sociales siempre son una buena opción. También compartir con otros weblogs el contenido.

2.10 Glosario de términos

Backbone: se refiere a las principales conexiones troncales de Internet. Está compuesta de un gran número de routers comerciales, gubernamentales, universitarios y otros de gran capacidad interconectados que llevan los datos a través de países, continentes y océanos del mundo mediante cables de fibra óptica

Blog: también conocido como weblog o bitácoras en línea, son sitios web interactivos y sin periodicidad establecida en las cuales el anfitrión publica mensajes o entradas sobre un tema en particular. Los temas tratados no necesariamente deben ser noticias de interés general, ni estar escritos siguiendo los estándares y prácticas de los medios de comunicación tradicionales. Los blogs ofrecen facilidades a toda persona para intervenir y difundir sus comentarios, constituyendo espacios de participación y deliberación.

Blogger o bloguero: escritor de publicaciones para formato de blog.

Blogósfera: término utilizado para describir el mundo de los blogs como comunidad o red social de arquitectura dinámica, conformada por la información y el conglomerado de opinión que proporcionan las bitácoras en línea.

Blogroll: es una colección de enlaces relacionado con el blog.

Blogspost: herramienta gratuita de Google basada en la Web que ayuda a publicar contenido en Internet de forma instantánea. Proporciona métodos para automatizar el proceso de escribir un blog sin tener que instalar comandos o un software de servidor.

Comentarios: entradas que pueden hacer los visitantes del blog, donde dejan sus opiniones sobre la nota escrita por el autor.

Contenido multimedia: término que se utiliza para referirse a cualquier contenido que utiliza simultáneamente múltiples medios de expresión (imágenes, sonido, texto) en la transmisión de la información.

Darpa: de la expresión en inglés Defense Advanced Research Projects Agency (Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados de Defensa) es una agencia del Departamento de Defensa de Estados Unidos responsable del desarrollo de nuevas tecnologías para uso militar.

Era digital: también conocida como la era de la información, es la época caracterizada por la idea de que los individuos pueden transferir información libremente y acceder instantáneamente a la información a la que antes hubiese sido imposible llegar.

Facebook: plataforma social que conecta a las personas con sus amigos, compañeros de trabajo y estudios y con aquellos que viven alrededor de ellos. La gente utiliza esta herramienta para subir un número ilimitado de fotos, links y videos.

Feeds: es un medio de re- difusión de contenido web que se utiliza para suministrar información actualizada a sus suscriptores. Cuando una página web “redifunde” su contenido mediante una fuente web, los internautas pueden “suscribirse” a ella para estar informados de sus novedades.

Foros: es una aplicación web que da soporte a discusiones y opiniones en línea, permitiéndole al usuario expresar sus ideas o comentarios respecto al tema tratado.

Hiperenlace o link: también conocido como hipervínculo, es el elemento de un documento electrónico que permite acceder a otro. Consiste en una palabra, frase o imagen, generalmente subraya, que, al hacer clic sobre ella, abre otro documento.

IAB: asociación que representa al sector de la publicidad, el marketing y la comunicación digital.

Interactividad: diálogo o relación que se produce entre el usuario y los contenidos. Es la capacidad que tiene el receptor para controlar un mensaje.

Internet o Web: Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación.

Medios sociales: se refiere a la colección de tecnologías que capturan comunicación, contenido y cosas de este estilo a través de individuos, sus amigos y sus redes sociales. Los medios sociales son la infraestructura que ayuda a los usuarios a convertirse en publicadores de contenido interesante para ellos y para sus amigos.

Medios tradicionales: instrumentos que permiten hacer públicas informaciones, opiniones y expresiones. Los medios de comunicación tradicionales son la prensa, la radio y la televisión que existieron antes del advenimiento de los nuevos medios de internet.

Motor de búsqueda: también conocidos como buscador, es un sistema informático que busca archivos almacenados en servidores Web basándose en palabras claves designadas como términos de búsqueda. Éstos facilitan encontrar información rápida de cualquier tema de interés.

NSFNET: National Science Foundation's Network, son redes dedicadas a la comunicación de la investigación y de la educación.

OSI: sistemas de interconexión abiertos, es el modelo de red descriptivo, que fue creado por la Organización Internacional para la Estandarización. Es un marco de referencia para la definición de arquitecturas en la interconexión de los sistemas de comunicaciones.

Opinión pública: es la tendencia o preferencia, real o estimulada, de una sociedad o de un individuo hacia los hechos sociales que le reporten interés.

Página web: es una colección de páginas Web localizadas en un servidor al que se accede a través de una dirección URL, está hecha de códigos, que están almacenados en una computadora conocida como servidor, que siempre está en línea, lo que permite que la página esté siempre disponible.

Post: unidad de publicación de los blogs, corresponde a cada una de las publicaciones de artículos o entradas nuevas que conforman el contenido total de la bitácora en línea.

Redes sociales: nombre que se le da a la acción de publicar un artículo de un blog en otro sitio Web, indicando que proviene de otro usuario. Es el efecto de republicar citando la fuente original.

Servicio hosting: también conocido como alojamiento Web, es el servicio de almacenamiento, acceso y mantenimiento de los archivos que integran un sitio web, cuentas de correo electrónico y bases de datos.

Twitter: plataforma de micro- blogging que permite postear mensajes de un máximo de 140 caracteres.

URL: conocido como localizador uniforme de recurso y se refiere a la dirección única que identifica a una página web en internet.

Usuario: también denominado internauta o cibernauta, es el individuo que utiliza una computadora o cualquier servicio del sistema informático.

WordPress: plataforma semántica de publicación de blog orientada a la estética, los estándares Web y la usabilidad. Posee un sistema de código abierto que permite una gran variedad de plantillas gratuitas y temas.

World Wide Web: es un sistema de distribución de documentos de hipertexto o hipermedios interconectados y accesibles vía Internet.

YouTube: sitio web que ofrece un servicio gratuito que permite compartir videos.

Capítulo III. Marco metodológico

3.1. Enfoque de la investigación

La investigación se puede enfocar de forma cualitativa y cuantitativa, ambos enfoques se emplean para procesos sistemáticos y empíricos.

3.1.1. Investigación cuantitativa: esta investigación se da por medios numéricos, estadísticos o porcentuales, los datos obtenidos son una visión más exacta y experimental.

3.1.2. Investigación cualitativa: este tipo de investigación consiste en realizar descripciones detalladas y precisas sin el uso sistemas estadísticos o métodos de cuantificación, estos estudios contienen información precisa obtenida por medio de los entrevistados y las actividades observadas durante el proceso de investigación.

La búsqueda de información se realiza a través de las entrevistas y los datos obtenidos, los datos son realizados por personas de manera física, sin el uso de ningún medio estadístico.

Esta investigación es cualitativa ya que no se necesita ningún análisis estadístico ni numérico, solamente por medio de entrevistas y observación de cada uno de los blogs escogidos. Los blogueros nos suministraron la información suficiente para poder desarrollar este proyecto.

3.2. Tipos de investigación

La escogencia del tipo de investigación determinará los pasos a seguir del estudio, sus técnicas y métodos que puedan emplear en el mismo. Los tipos de investigación van a constituir un paso importante en la metodología. En función de su nivel el tipo de investigación puede ser: descriptiva, exploratoria o explicativa.

3.2.1. Investigación Descriptiva

Consiste fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares. En la ciencia real, la descripción consiste, según Bunge (2000), en responder a las siguientes cuestiones:

- a) ¿Qué es?
- b) ¿Cómo es?
- c) ¿Dónde está?
- d) ¿De qué está hecho?
- e) ¿Cómo están sus partes, si las tiene, interrelacionadas?
- f) ¿Cuánto?

El objetivo de la investigación no se limita a la recolección de datos, sino a la identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables recogiendo los datos sobre la base de una hipótesis, exponiendo y resumiendo la información de manera cuidadosa y luego analizando los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

3.2.2. Investigación Exploratoria

Es aquella que se realiza sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada o superficial de dicho objeto

Nos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, las preguntas principales en este tipo de investigación son:

- a) ¿Para qué?
- b) ¿Cuál es el problema?
- c) ¿Qué se podría investigar

Los estudios exploratorios muy pocas veces constituyen un fin en sí mismos, se caracterizan por ser más flexibles en su metodología en comparación con los

estudios descriptivos o explicativos, son más amplios y dispersos. Por lo que implican un mayor riesgo y requieren gran paciencia y receptividad por parte del investigador.

3.2.3. Investigación Explicativa

Su finalidad es buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas, como de los efectos mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos.

Dentro de la investigación científica, a nivel explicativo, se dan dos elementos:

- a) Lo que se quiere explicar: es el problema que genera la pregunta que requiere una explicación

- b) Lo que se explica: conjunto de premisas compuesto por enunciados que expresan regularidades que tienen que acontecer. En este sentido es siempre una deducción de una teoría que contiene afirmaciones que explican hechos particulares.

En este caso, el tipo de investigación que más se adecua al proyecto es el que corresponde a la investigación exploratoria debido a la escasa información que se ha manejado sobre el tema de los blogs y sus consecuencias.

3.3. Tipo de entrevista

La entrevista es un acto comunicacional que se establece entre dos o más personas, consta de una estructura particular organizada a través de preguntas y respuestas.

Una de las personas cumple con el rol de entrevistador o de quien formula las preguntas y el otro cumple el rol de aquel que las responde.

De este modo, el diálogo se vuelve dinámico de una forma estructurada y formal.

La entrevista tiene varios propósitos, uno de ellos puede ser una finalidad periodística, es decir, una conversación con disciplina propia sobre diferentes temas, no necesariamente formal o de actualidad.

El género informativo se utiliza en la entrevista que sólo apunta a obtener una información que no está disponible por no existir antecedentes sobre la materia.

En este tipo de entrevistas las preguntas se adaptan al entrevistado, en donde la misma podría servir para diferentes situaciones y personas, además permite profundizar en temas de un determinado interés y orientar las hipótesis hacia las diferentes áreas que darán origen a una nueva exploración.

En el caso de las entrevistas realizadas en el proyecto, se utilizó la entrevista periodística con género informativo, debido que el objeto a estudiar no posee antecedentes registrados. Las preguntas fueron orientadas al campo informal, en donde la idea principal era la obtención de respuestas claves para entender y concluir la hipótesis planteada.

Por el hecho de ser informal, no significa que no fueron estudiadas y estructuradas con un orden especial. Las preguntas fueron adecuadas al entrevistado en orden de que éste se sintiese cómodo y en confianza para compartir de forma breve su historia de emprendimiento a través de los blogs.

3.3.1 Blogueros venezolanos seleccionados

Dentro de toda la comunidad bloguera que existe en Venezuela se encuentran varios blogs que han logrado éxitos tanto nacionales como internacionales, durante todo este proyecto se busca demostrar el emprendimiento venezolano a través de las bitácoras en línea.

Se decidió escoger los siguientes blogs ya que sus triunfos han sido materializados logrando emprender sus propios proyectos e incluso empresas.

Todos empezaron escribiendo en un blog y muchos de ellos siguen constantes en sus publicaciones. Fueron seleccionados ya que su éxito se debe netamente por la creación de un blog.

1. Sasha Barboza (fitnesstipsdemiparati.blogspot.com)
2. Alice Hernández (alicevhf.wordpress.com)
3. Daniela Ramírez (nannysklozet.com)
4. Andrea Eraso (littleblackelephant.com)
5. Luís Henrique Blanco (elgourmeturbano.blogspot.com)
6. María Luisa Ríos (milsabores.net)
7. Juan Andrés Ravell (elchiguirebipolar.net)
8. Daniel Pratt (panfletonegro.com)
9. Luis Aviles (luisaviles.blog.com)
10. Juan Nagel (caracaschoricles.com)
11. Manuel Rodríguez (cronicasvenezuela.com)
12. Karol Gil (eltamborve.blogspot.com)
13. Carlos Caridad (blogacine.com)
14. María Eugenia Pardo (sehablavenezolano.blogspot.com)
15. Daniel Zarate (mundotech.net)

3.3.2 Cuestionario genérico

Se realizó un cuestionario igual para todos los entrevistados, lo único que cambiaría sería la primera pregunta, se colocaría el área en el cual cada autor decidió comenzar su blog.

1. ¿Por qué iniciaste un blog en el (*indicar el área según tipo de blog*)?
2. ¿Cuál es la importancia que le das a un blog para la promoción de tu marca o contenido?
3. ¿Qué aportes te ha dado tener un blog?

4. ¿Has encontrado dificultades durante el tiempo que has tenido el blog?
¿Cuáles?
5. ¿Qué ventajas tiene el blog que no te aportan otros canales, por ejemplo las redes sociales?
6. ¿Crees que el blog te ha aportado reconocimiento por parte de otros y/o éxito y fama?
7. ¿En algún momento abandonaste la publicación de contenido en tu blog?
¿Por qué?
8. ¿Cómo mides el éxito de tu blog?
9. Según tu experiencia ¿Qué cosas debe hacer alguien para tener un blog exitoso?
10. ¿Consideras que un blog permite potenciar iniciativas de emprendimiento empresarial?

3.3.3 Tablas comparativas

Se elaboró una tabla para comparar los resultados de las entrevistas, midiendo y tomando como factor principal el éxito laboral, la apertura de un negocio propio, la fama nacional o internacional y por último el fracaso o en alguna oportunidad el abandono el blog.

Esta tabla busca probar cuales fueron los beneficios de la apertura de un blog y mostrar en qué áreas estas bitácoras en línea potencian el crecimiento laboral.

Sirve para comparar diferentes elementos de un mismo tema, permite sistematizar la información y evaluar las posibilidades desde diferentes perspectivas.

También se hicieron otras diez tablas para comparar cada una de las preguntas enviadas a los entrevistados.

Tabla 1

Blogs venezolanos	Éxito laboral	Negocio propio	Fama nacional	Fama internacional	Fracaso/ abandono del blog
Milsabores.net					
Elgourmeturbano. blogspot.com					
Nannysklozet.com					
Littleblackelephant.com					
Luisaviles.blog.com					
Alicevhf.wordpress.com					
Panfletonegro.com					
Eltamborve.blogspot.com					
Sehablavenezolano. blogspot.com					
Resultados					

Tabla 2

Blogueros	Placer de escribir sobre un tema de agrado personal	Necesidad de mejorar las debilidades de un blog ya existente
GourmetUrbano		
LittleBlackElephant		
PanfleteNegro		
MilSabores		
El Tambor		
Nanny's Klozet		
AliceFitness		
SeHablaVenezolano		
PuroCiclismo		

Tabla 3

Blogueros	Mucha importancia	Poca importancia
GourmetUrbano		
LittleBlackElephant		
PanfletoNegro		
MiSabores		
El Tambor		
Nanny's Klozet		
AliceFitness		
SeHablaVenezolano		
PuroCiclismo		

Tabla 4

Blogueros	Múltiples beneficios	Menos de dos beneficios
GourmetUrbano		
LittleBlackElephant		
PanfletoNegro		
MiSabores		
El Tambor		
Nanny's Klozet		
AliceFitness		
SeHablaVenezolano		
PuroCiclismo		

Tabla 5

Blogueros	Si	No
GourmetUrbano		
LittleBlackElephant		
PanfletoNegro		
MiSabores		
El Tambor		
Nanny's Klozet		
AliceFitness		
SeHablaVenezolano		
PuroCiclismo		

Tabla 6

Blogueros	Contenido ilimitado	Otro
GourmetUrbano		
LittleBlackElephant		
PanfletoNegro		
MilSabores		
El Tambor		
Nanny's Klozet		
AliceFitness		
SeHablaVenezolano		
PuroCiclismo		

Tabla 7

Blogueros	Si	No
GourmetUrbano		
LittleBlackElephant		
PanfletoNegro		
MilSabores		
El Tambor		
Nanny's Klozet		
AliceFitness		
SeHablaVenezolano		
PuroCiclismo		

Tabla 8

Blogueros	Si	Nunca
GourmetUrbano		
LittleBlackElephant		
PanfletoNegro		
MilSabores		
El Tambor		
Nanny's Klozet		
AliceFitness		
SeHablaVenezolano		
PuroCiclismo		

Tabla 9

Blogueros	Cantidad de visitas	Oportunidades presentadas
GourmetUrbano		
LittleBlackElephant		
PanfletoNegro		
MilSabores		
El Tambor		
Nanny's Klozet		
AliceFitness		
SeHablaVenezolano		
PuroCiclismo		

Tabla 10

Blogueros	Constancia	Contenido original
GourmetUrbano		
LittleBlackElephant		
PanfletoNegro		
MilSabores		
El Tambor		
Nanny's Klozet		
AliceFitness		
SeHablaVenezolano		
PuroCiclismo		

Tabla 11

Blogueros	Si	Depende
GourmetUrbano		
LittleBlackElephant		
PanfletoNegro		
MilSabores		
El Tambor		
Nanny's Klozet		
AliceFitness		
SeHablaVenezolano		
PuroCiclismo		

Capítulo IV. Análisis de resultados, conclusiones y recomendaciones

4.1. Análisis de resultados

Parte de los objetivos de esta investigación es el estudio de los blogs más famosos de Venezuela, así como la entrevista a los autores de los mismos.

Considerando el término famoso manejado en el trabajo como un atributo cualitativo asociado al reconocimiento nacional e internacional que se ganaron los blogueros con esfuerzo y dedicación.

Para este trabajo en particular, la fama de un blog no se determina a través de elementos cuantificables. Se basa en la relación que el autor tiene con sus seguidores, que tan constante revisan los usuarios las publicaciones, dejan comentarios y la receptividad de éstos con el autor.

Pero lo más importante es la expansión profesional y laboral que éstos lograron alcanzar, empezando por la internacionalización, hasta llegar a la apertura de un negocio.

Los siguientes personajes entrevistados comprueban nuestra hipótesis planteada al principio del trabajo. La mayoría de ellos hoy en día obtienen beneficios económicos ya que pudieron emprender su propio negocio, y los que aún no han alcanzado la apertura del mismo, gozan de un reconocimiento internacional de tal magnitud que les ha permitido formar parte de campañas o eventos de los cuales obtienen ganancias económicas.

María Luisa Ríos, Milsabores.net

María Luisa Ríos en el año 2005 empezó a escribir Milsabores.blogspot.net el que se convirtió posteriormente en Milsabores.net. Esta página con características de un blog habla sobre la vida gastronómica, además de proporcionar sus conocimientos en el área de la cocina, su amor por los vinos y los postres.

Surgió con la motivación de volver a ejercer el periodismo, un lugar donde compartir información, entrevistas e ideas sobre el área gastronómica.

Para el año 2014 de acuerdo a las estadísticas de Alexa.com lo posiciona en el número 862 en Venezuela.

Entrevista

1. ¿Por qué iniciaste un blog en el área gastronómica?

Cuando descubrí la posibilidad de hacer un blog, decidí que ejercería nuevamente el periodismo y, si lo hacía, sería en el área que más me gustara. Tenía 13 años sin ejercerlo porque me había dedicado a estar en mi casa, criando a mis hijos.

2. ¿Cuál es la importancia que le das a un blog para la promoción de tu marca o contenido?

La marca MiSabores nació con el blog. El blog es la plataforma para compartir informaciones, entrevistas, ideas, noticias.

3. ¿Qué aportes te ha dado tener un blog?

Después de varios meses haciéndolo comencé a recibir invitaciones al extranjero para aprender de vinos, de usos de móviles para informar, de la gastronomía de otras culturas. He visitado muchos lugares diferentes y he conocido muchísima gente interesante. He ganado muchos amigos.

También me ha permitido desarrollar actividades como los Recorridos MiLSabores, que son tours gastronómicos en la ciudad de Caracas, principalmente.

**4. ¿Has encontrado dificultades durante el tiempo que has tenido el blog?
¿Cuáles?**

En realidad no muchas. Al principio era mi trabajo, pero no tenía remuneración alguna por ello. Luego lo comercializamos con pautas publicitarias. Ahora no me hace rica, pero produce y sobre todo produce satisfacciones.

5. ¿Qué ventajas tiene el blog que no te aportan otros canales, por ejemplo las redes sociales?

Cuando hay más gente cada vez usando más las redes sociales, insisto en que el blog sigue siendo la plataforma para mi marca. Todas las redes sociales que tengo son usadas con enlaces a mi blog.

Entre las ventajas que ofrece está la posibilidad de publicar mensajes completos, desarrollar entrevistas, informaciones, fotografías, contenido más largo. No me veo publicando un mensaje en Instagram con 12.000 caracteres, por ejemplo. En el blog sí. La permanencia del mensaje en el medio creo que es importante también. Con solo buscar en Google alguna palabra puedes llegar al primer post que publiqué hace 9 años.

6. ¿Crees que el blog te ha aportado reconocimiento por parte de otros y/o éxito y fama?

El blog me ha dado un buen resultado como negocio y en el ejercicio de mi profesión. También ha tenido buena aceptación, siempre tiene un buen promedio de visitas y siempre me contactan para consultas o trabajos nacionales o internacionales.

**7. ¿En algún momento abandonaste la publicación de contenido en tu blog?
¿Por qué?**

Una vez, hace unos 7 años. Por 36 horas escribí esto y lo deje en primer plano: "Cerrado". Estaba cansada de hacer y no recibía remuneración por el trabajo que hacía. Comenzó luego su comercialización. Se puede abandonar por unas horas, por unos días, pero no para siempre.

8. ¿Cómo mides el éxito de tu blog?

No lo mido, creo que no es cuantificable, aunque los anunciantes piden estadísticas del blog. El éxito, entendido como resultado feliz de un negocio, lo siento porque me encanta mi trabajo, me da alegrías, satisfacciones, curiosidad para aprender, investigar, encontrar y compartir información divertida, útil o interesante.

9. Según tu experiencia ¿Qué cosas debe hacer alguien para tener un blog exitoso?

Debe gustarle el tema, debe seguir sus intuiciones, debe dedicarle tiempo, originalidad y creatividad.

10. ¿Consideras que un blog permite potenciar iniciativas de emprendimiento empresarial?

A mí me las ha permitido.

Luis Enrique Blanco, Elgourmeturbano.blogspot.com

Luís Enrique Blanco comenzó a escribir su blog elgourmeturbano.blogspot.com en el año 2011, su intención fue escribir sobre ideas gastronómicas sencillas sin mucha elaboración y sin la necesidad de ir a un restaurante lujoso.

Su propósito principal fue elaborar recetas con las comidas típicas venezolanas al mismo tiempo que recobrar el sentimiento nacionalista a través de la comida.

Su blog ha logrado recibir visitas de grandes personajes gastronómicos que comparten las mismas opiniones de crear un espacio en el cual se pudieran compartir ideas relacionadas con la comida sana y sin perder el poder de las comidas típicas venezolanas.

De acuerdo con las estadísticas de Alexa.com para el año 2014 se encuentra en el puesto 1053 en Venezuela.

Entrevista

1. ¿Por qué iniciaste un blog en el área gastronómica?

Inicié mi blog de gastronomía como respuesta a lo que en su momento existía: Sitios de gastronomía que solo hacían referencia a eventos sociales. Se apartaron de reseñar lo más buscado por los comensales venezolanos: Noticias de sitios donde se comiera bueno, bonito y barato. Así nace mi blog, reseñando lo que otros no informaban.

2. ¿Cuál es la importancia que le das a un blog para la promoción de tu marca o contenido?

Mi marca es sinónimo de excelente y actual información gastronómica, como tal se asume y se mantiene la línea editorial en ese horizonte. No Hablamos de otro tema.

3. ¿Qué aportes te ha dado tener un blog?

Me ha permitido expresar mis ideas relacionadas al área, me ha permitido vocería en medios informativos y llevar a todos los sectores información vital para el mejor disfrute de la gastronomía a nivel global.

4. ¿Has encontrado dificultades durante el tiempo que has tenido el blog? ¿Cuáles?

Problemas básicamente técnicos, derivados de la situación del país, velocidad de conexión a internet, acceso a los portales por restricciones gubernamentales.

5. ¿Qué ventajas tiene el blog que no te aportan otros canales, por ejemplo las redes sociales?

Información inmediata ya que el editor dictamina el momento de la publicación sin pasar por previa empresarial, sin censura ya que las opiniones son en oportunidades personalísimas, libertad de diseño de los contenidos.

6. ¿Crees que el blog te ha aportado reconocimiento por parte de otros y/o éxito y fama?

Por supuesto, cuando te conviertes en una de las referencias importantes del área, comienza una suerte de exposición en medios y eventos especializados. En mi caso, somos el blog de gastronomía con mayor acceso a los contenidos, algo así como 15000 entradas diarias y somos una de las 50 bitácoras más importantes del mundo hispanoparlante.

7. ¿En algún momento abandonaste la publicación de contenido en tu blog? ¿Por qué?

Para nada, puede llover, existir días feriados y siempre publico. Eso es lo que permite una asistencia sostenida. Cuando dejas de publicar, el público te deja.

8. ¿Cómo mides el éxito de tu blog?

En la cantidad de personas que hablan de tu propuesta, en las métricas de redes sociales que evalúan tu presencia, en el número de agencias de publicidad que solicitan les publiques sus contenidos

9. Según tu experiencia ¿Qué cosas debe hacer alguien para tener un blog exitoso?

Tener un tema interesante a una gran masa, mantener la línea editorial, publicar diariamente, y hacer un trabajo de difusión en redes sociales.

10. ¿Consideras que un blog permite potenciar iniciativas de emprendimiento empresarial?

Completamente, cuando el blog es importante, comienza a obtener dinero por publicidad y abre oportunidades de negocios colaterales como manejo de redes sociales bajo imagen de outsourcing, monetización en la creación de contenidos para terceros, monetización de los espacios publicitarios.

Andrea Eraso, The Littleblackelephant.com

Andrea Eraso empezó a escribir en el año 2012, con la intención de compartir sus conocimientos y expresar sus ideas sobre moda, se ha convertido en una de las fashion bloggers más reconocida en Venezuela.

Ha logrado salir en revistas, radio y televisión, además de reconocimiento internacional. Su blog se dedica a expresar opciones sobre cómo combinar diferentes prendas, ayudando a las jóvenes a utilizar más de una vez un atuendo de maneras diferente. Actualmente tiene 56.612 visitas totales a su blog.

Entrevista

1. ¿Por qué iniciaste un blog en el área de moda?

Siempre he tenido mucha afinidad con este tipo de arte y para mí esta fue la manera de poder expresarme.

2. ¿Cuál es la importancia que le das a un blog para la promoción de tu marca o contenido?

Es una plataforma donde cuento con todos los formatos necesarios para llevar a cabo mi proyecto.

3. ¿Qué aportes te ha dado tener un blog?

Darme a conocer nacional e internacionalmente.

**4. ¿Has encontrado dificultades durante el tiempo que has tenido el blog?
¿Cuáles?**

Sí, la plataforma que utilizo, blog spot y su programación para poder instalar algunos gadgets está afuera de mi alcance, por no entenderlo.

5. ¿Qué ventajas tiene el blog que no te aportan otros canales, por ejemplo las redes sociales?

Una plataforma que está creada para ser utilizada personalmente y a la vista de los demás, es el lienzo para pintar.

6. ¿Crees que el blog te ha aportado reconocimiento por parte de otros y/o éxito y fama?

Sí, mi idea era hacerme conocer por ese medio.

**7. ¿En algún momento abandonaste la publicación de contenido en tu blog?
¿Por qué?**

No, siempre he sido constante y firme, posteando la información que mis seguidores les gusta leer.

8. ¿Cómo mides el éxito de tu blog?

Por medio de las entradas, comentario que me dejan, etc.

9. Según tu experiencia ¿Qué cosas debe hacer alguien para tener un blog exitoso?

Sencillamente comenzar, echarle pichón, tener un contenido interesante y dejar que el tiempo le de alas.

10. ¿Consideras que un blog permite potenciar iniciativas de emprendimiento empresarial?

Sí, no sólo te hacer conocer, el proyecto puede ser fructífero para los demás o sencillamente como una cuestión de emprendimiento.

Daniela Ramírez, Nannysklozet.com

Daniela Ramírez, reconocida estilista y asesora de moda, crea su blog en 2009 busca introducir a sus lectores en el mundo del fashion glam, dando consejos de cómo combinarse diferentes prendas, y siempre lucir como toda una fashionista sin la necesidad de gastar grandes cantidades de dinero.

Los caballeros no quedan excluidos, puesto que hay una sección para ellos también, encontraran las últimas tendencias que están causando furor en materia masculina.

Según el medidor “Alexa”, nannysklozet.com se encuentra en la posición mundial número 240.302 y recibe un aproximado de 3.000 visitas diarias de las cuales 1.800 son visitas venezolanas.

Entrevista

1. ¿Por qué iniciaste un blog en el área de moda?

Cuando abrí mi primer blog en el 2009, eran pocas las páginas de internet en español que se dedicaran a dar recomendaciones de moda y belleza. Seguía a muchos blogs en inglés... ¿así que porque no abrir uno yo misma? Para mí no fue hablar de moda como una experta, fue aprender con mis seguidoras mientras iba escribiendo.

2. ¿Cuál es la importancia que le das a un blog para la promoción de tu marca o contenido?

Yo siento que la diferencia de un blog a una revista es que llegas a conocer a quien te está escribiendo, a quien te está dando recomendaciones. Y por eso las marcas se han dado cuenta de la importancia de la influencia de una bloguera.

3. ¿Qué aportes te ha dado tener un blog?

Lo que empezó como un hobby, se convirtió en un trabajo. Me ha dado la oportunidad de trabajar con grandes marcas, de viajar, de cubrir pasarelas, diseñar, salir en televisión, y mucho más.

4. ¿Has encontrado dificultades durante el tiempo que has tenido el blog? ¿Cuáles?

Ser constante es sumamente difícil. Ser tu propio jefe puede ser complicado también; todo lo que uno logra lo haces porque tú mismo te lo propones.

5. ¿Qué ventajas tiene el blog que no te aportan otros canales, por ejemplo las redes sociales?

Creo que el blog y las redes sociales van de la mano. Las redes sociales ayudan al crecimiento de un blog; pero mantener un blog toma más dedicación que mantener tus redes sociales activas.

6. ¿Crees que el blog te ha aportado reconocimiento por parte de otros y/o éxito y fama?

Siento que el blog ha sido una plataforma para lograr muchas metas que jamás creí posibles; si siento que me ha dado un tipo de reconocimiento en la industria latina.

7. ¿En algún momento abandonaste la publicación de contenido en tu blog? ¿Por qué?

Cuando empecé Nany's Klozet abandoné el contenido de Fab Chic and Fit por muchas razones. Empecé a escribir tanto en inglés como en español y eso me abrió un mercado muy grande. Ahí comencé a trabajar con marcas internacionales

y no tenía tiempo se sentarme a escribir el tipo de contenido al que estaba acostumbrada en FCF.

8. ¿Cómo mides el éxito de tu blog?

Supongo que se puede medir con el número de seguidores en las redes sociales. Pero los números no son todo, puede medirse con las oportunidades que van llegando.

9. Según tu experiencia ¿Qué cosas debe hacer para alguien para tener un blog exitoso?

Mucha pasión y dedicación.

10. ¿Consideras que un blog permite potenciar iniciativas de emprendimiento empresarial?

Claro que si, como dije anteriormente. El blog es una plataforma. Siempre le digo a mis compañeras bloggeras cuando me piden consejo: ¿qué quieres lograr con tu blog? ¿Quieres ser reportera de moda, diseñadora, estilista? Y lo más importante es basar tu contenido para lograr tus metas.

Daniel Pratt, Panfletonegro.com

Daniel Pratt, crea junto a un equipo un blog titulado panfleto negro en el año 1999, con el propósito de ser una revista digital que reuniera trabajos de literatura, fotografía y crítica de jóvenes artistas iberoamericanos en un espacio libre que por alguna razón ese espacio sería imposible de ofrecer en otro medio de comunicación.

Desde Julio de 2006 el blog se convirtió en un sitio participativo, 100% libre de criterios editoriales. Según el medidor “Alexa”, panfletonegro.com se encuentra en la posición número 399 en Venezuela.

Entrevista

1. ¿Por qué iniciaste un blog en el área de política principalmente?

Panfletonegro nació para ofrecer una plataforma en la que jóvenes autores pudiesen publicar textos que podían ser rechazados por otros medios. La idea es que al congregarse varios autores, el blog colectivo tiene más visibilidad y visitas que un blog individual, pero a la vez está libre de las restricciones editoriales de las revistas web.

2. ¿Cuál es la importancia que le das a un blog para la promoción de tu marca o contenido?

Es nuestro principal medio. Tratamos de facilitar el flujo de publicación y cuidamos la legibilidad porque el texto es el rey en nuestro sitio.

3. ¿Qué aportes te ha dado tener un blog?

La satisfacción de saber que en momentos de crisis podemos ofrecer un medio de comunicación, además de haber sido el primer lugar donde muchos nuevos escritores hispanoamericanos publicaron por primera vez.

4. ¿Has encontrado dificultades durante el tiempo que has tenido el blog? ¿Cuáles?

Problemas técnicos como ataques de negación de servicio y ataques personales por lo que publican otras personas en panfletonegro.

5. ¿Qué ventajas tiene el blog que no te aportan otros canales, por ejemplo las redes sociales?

La posibilidad de ofrecer un archivo histórico fácil de buscar. La posibilidad de extenderte y linkear a otros contenidos en un texto largo.

6. ¿Crees que el blog te ha aportado reconocimiento por parte de otro y/o éxito y fama?

Creo que algunas personas saben quiénes publica en panfletonegro. Al final, panfletonegro es de quien publica allí, no de quien lo paga.

**7. ¿En algún momento abandonaste la publicación de contenido en tu blog?
¿Por qué?**

Nunca.

8. ¿Cómo mides el éxito de tu blog?

Nuestras medidas más importantes son la tasa de rebote y el tiempo en el sitio. Ambos indican si la gente encuentra lo que vino a buscar. Constantemente hacemos cambios para mejorar ambas.

9. Según tu experiencia ¿Qué cosas debe hacer para alguien para tener un blog exitoso?

Encontrar una voz, publicar constantemente, definir para qué quieres tener un blog, cuál es tu audiencia. Si es una empresa, ser breve, recomendar productos de otras empresas, tratar de ser auténtico. Vigilar las métricas y hacer pruebas AB para tomar decisiones de diseño.

10. ¿Consideras que un blog permite potenciar iniciativas de emprendimiento empresarial?

Desde 2003-2005 todas las empresas que se respeten deben tener un blog, independientemente de su tamaño. Personalmente, no confío en empresas o locales comerciales que no mantienen algún tipo de blog o página de Facebook con actualizaciones continuas.

Karol Gil, Eltamborve.blogspot.com

El Tambor es un medio de comunicación venezolano independiente comprometido con la verdad y la imparcialidad. Fundado por profesionales de la comunicación y estudiantes de la misma área en el año 2013.

Se maneja por grupos, el programador del blog se encarga de montar todo a la web, pero existen grupos de edición de fotos, audio y video así como también reporteros.

Está dirigido a informar de manera totalmente imparcial los sucesos del país, y servir de fuente veraz para los venezolanos que tan fervientemente buscan estar informados sobre lo que acontece en Venezuela y que en esta búsqueda se encuentran con una serie de falsas noticias, rumores, amarillismo, sensacionalismo, entre otros y estas mismas características de la realidad mediática son las bases en las cuales. Actualmente este portal de información recibe unas 180 visitas semanales.

Entrevista

1. ¿Por qué iniciaste un blog en el área de información?

La idea de crear un blog informativo surge por las circunstancias mediáticas que rodean a la situación país en la que viven los venezolanos actualmente. La censura que afecta a los medios de información públicos del país son los incentivos de la creación de este blog.

2. ¿Cuál es la importancia que le das a un blog para la promoción de tu marca o contenido?

El Blog del Tambor sirve básicamente como archivador de todas las noticias y publicaciones que el medio haga, en este momento el Blog es nuestro fuerte ya que por la pronta creación y bajo presupuesto no se podía obtener un dominio para páginas web y un blog fue lo más indicado que pensamos para mantener nuestro contenido. Así que para el tambor la importancia del Blog es vital.

3. ¿Qué aportes te ha dado tener un blog?

La opción de tener un blog ha hecho que nuestros seguidores tengan un punto fijo en la web a donde dirigirse para saber todo lo que El Tambor ha informado diariamente. Además es fácil de manejar y nos ha dado la posibilidad de realmente emprender el proyecto.

4. ¿Has encontrado dificultades durante el tiempo que has tenido el blog?

¿Cuáles?

Dificultad como tal no pero quizás si sea una limitación el hecho de que no se pueda rediseñar la organización de las entradas en el blog. Entonces nuestros seguidores tienen que pasar por todas nuestras entradas para de pronto llegar a alguna que hicimos hace un tiempo.

5. ¿Qué ventajas tiene el blog que no te aportan otros canales, por ejemplo las redes sociales?

Se puede manejar contenido multimedia de todo tipo y sin ninguna limitación de caracteres por ejemplo. La organización que podemos tener en cuanto a separar notas de prensa de fotos, fotos de videos, videos de entrevistas especiales y así sucesivamente. Tener una ventana para cada contenido multimedia es una ventaja. En un blog se tienen combinadas todos los puntos claves del éxito de las otras redes sociales.

6. ¿Crees que el blog te ha aportado reconocimiento por parte de otros y/o éxito y fama?

Sí, porque me ha permitido expandir el número de audiencia, sin embargo aún no he alcanzado el nivel internacional, ya que tiene poco tiempo de haberse creado.

7. ¿En algún momento abandonaste la publicación de contenido en tu blog? ¿Por qué?

No, mantener el blog alimentado es uno de los pilares que mantiene al proyecto en pie. Sin el blog alimentado perdemos seguidores

8. ¿Cómo mides el éxito de tu blog?

Por el número de vistas, las veces que se comparten nuestros links, el reconocimiento y gratitud por parte de los usuarios.

9. Según tu experiencia ¿Qué cosas debe hacer alguien para tener un blog exitoso?

Escoger un tema que lo apasione, ser creativo y hacer que su blog tenga algo distinto, algo que lo diferencie de los demás.

Meterse un poco en las llamadas “tendencias”. Tener un Blog sobre un tema que este de boca en boca definitivamente hará que surja con más rapidez porque es algo que la gente suele buscar.

10. ¿Consideras que un blog permite potenciar iniciativas de emprendimiento empresarial?

Definitivamente, y para muestra nuestro proyecto, que si bien empezó por ser un blog y una ventana informativa hacia el venezolano sediento de información veraz, o como forma de aportar algo productivo por parte de sus fundadores (pero todo de modo momentáneo, mientras siga existiendo la censura), el éxito del blog ha logrado que el proyecto se piense con mucha más madurez y se proyecte a seguir continuándolo en un futuro más allá de que la situación del país cambie.

Luis Aviles, www.luisaviles.blog.com

Luis Aviles, dirigente de ciclismo en Venezuela que desde 1998 publica en el único blog sobre este deporte en el país. Se dedica a informar a los amantes del ciclismo todo lo que acontece en materia del mismo a nivel mundial como carreras, rutas y campeonatos.

La creación de este blog le ha brindado la oportunidad a Luis ser reconocido como el único bloguero de ciclismo a escala mundial en el país, así como invitación a eventos importantes y un sustento económico significativo. Su blog recibe alrededor de 500 visitas diarias.

Entrevista

1. ¿Por qué iniciaste un blog en el área del ciclismo?

Soy dirigente de ciclismo en Venezuela, y lo cree por la necesidad de informar sobre el ciclismo Venezolano y Mundial.

2. ¿Cuál es la importancia que le das a un blog para la promoción de tu marca o contenido?

Tiene una importancia, por lo fácil de su edición, y sobre todo dependiendo de su contenido en mi caso es un Blog Premium (Una Pagina Web) Dedicada exclusivamente a informar, sobre el acontecer del ciclismo Mundial.

2. ¿Qué aportes te ha dado tener un blog?

Me ha dado a conocer mundialmente, además que me aporta en lo económico

4. ¿Has encontrado dificultades durante el tiempo que has tenido el blog? ¿Cuáles?

No, solo cuando la empresa hace servicios a los servidores Web, y el blog queda fuera por poco espacio de tiempo

5. ¿Qué ventajas tiene el blog que no te aportan otros canales, por ejemplo las redes sociales?

La ventaja principal es que no tiene límite de contenidos en mi caso, puedo subir cualquier cantidad de Contenido: texto, Fotos, Audio, y Video sin límite

6. ¿Crees que el blog te ha aportado reconocimiento por parte de otros y/o éxito y fama?

Si, en mi caso, es el único dedicado al Ciclismo, en Venezuela

7. ¿En algún momento abandonaste la publicación de contenido en tu blog? ¿Por qué?

No, si abandonas no triunfas.

8. ¿Cómo mides el éxito de tu blog?

Por la cantidad de llamadas y email recibidos, con contenido de información Ciclista, e invitaciones a eventos, donde se me reconoce, como editor del Blog.

9. Según tu experiencia ¿Qué cosas debe hacer para alguien para tener un blog exitoso?

Dedicarse a un tema exclusivo, y tener actualizaciones, si se puede diariamente

10. ¿Consideras que un blog permite potenciar iniciativas de emprendimiento empresarial?

Si, muchísimas, a mí me lo ha permitido, todo es cuestión de constancia y dedicación.

Alice Hernández, Alicevhf.wordpress.com

Alice Hernández comenzó a escribir su blog sobre fitness en el año 2012 luego de darse cuenta que debía comenzar una vida sana ya que no siempre fue una persona con buenas condiciones físicas.

Una de sus metas principales es ayudar a todas las mujeres que no se sienten conformes con su cuerpo, brindándoles sus conocimientos en el tema y su propia experiencia.

Ha logrado publicar artículos en periódicos venezolanos como El Nacional, y El Mundo, además de apariciones en televisión en el reconocido programa Vitrina en construcción por Televen, entre otros logros. Actualmente su blog recibe un aproximado de 85 visitas diarias.

Entrevista

1. ¿Por qué iniciaste un blog en el área del fitness?

Para ayudar a las personas sobre todo a mujeres a sentirse cómodas con su cuerpo, así como para compartir mis recetas y los tips que me funcionaron a la hora de rebajar, ya que como exgordita se lo difícil que puede ser.

2. ¿Cuál es la importancia que le das a un blog para la promoción de tu marca o contenido?

Para mí es de suma importancia ya que fue el portal que me dio a conocer, además de poder transmitir mi mensaje a numeras mujeres tanto en el país como en el exterior.

3. ¿Qué aportes te ha dado tener un blog?

Me ha dado muchísimos aportes, el principal ha sido darme a conocer a nivel nacional, también apariciones en televisión, compartir mis reseñas en diferentes revistas y periódicos y ser vocera en varios congresos sobre salud física.

4. ¿Has encontrado dificultades durante el tiempo que has tenido el blog? ¿Cuáles?

No, no he encontrado dificultades a la hora de escribir o promocional el blog.

5. ¿Qué ventajas tiene el blog que no te aportan otros canales, por ejemplo las redes sociales?

Me permite escribir de manera libre y sin ningún límite en caracteres, esto facilita la interacción con mis seguidores, debemos recordar que un blog es un espacio para escribir, las otras redes tienen otros fines más específicos.

6. ¿Crees que el blog te ha aportado reconocimiento por parte de otros y/o éxito y fama?

Si, los ya mencionados anteriormente.

**7. ¿En algún momento abandonaste la publicación de contenido en tu blog?
¿Por qué?**

No, nunca, siempre he tratado de ser constante a pesar de no siempre tener el tiempo para escribir.

8. ¿Cómo mides el éxito de tu blog?

Por la cantidad de visitas y personas que muestran su receptividad hacia el blog, además de las oportunidades que se me han presentado.

9. Según tu experiencia ¿Qué cosas debe hacer para alguien para tener un blog exitoso?

Mucha dedicación y esfuerzo sin olvidar que tus publicaciones afectan a un gran número de personas, deben ser precisas y elocuentes.

10. ¿Consideras que un blog permite potenciar iniciativas de emprendimiento empresarial?

Sí.

María Eugenia Pardo, Sehablavenezolano.blogspot.com

El blog fue creado en el año 2007 tras la salida de su país, Venezuela. En un principio su finalidad era estar en contacto con sus familiares que había dejado en el país y compartir sus nuevas experiencias como nueva residente de Estados Unidos, pero poco a poco los usuarios se fueron sumando.

Se habla venezolano le ha ayudado para su desahogo personal y mostrar solidaridad con sus raíces venezolanas, además de destacar entre muchas personas que están pasando por su misma situación, siendo emigrantes debido a la situación política que se viene gestionando en Venezuela desde los últimos quince años. En la actualidad recibe un aproximado de 100 visitas diarias de venezolanos.

Entrevista

1. ¿Por qué iniciaste un blog en el área personal?

Porque me mude de país y quise compartir la historia de mi emigración con familia y amigos.

2. ¿Cuál es la importancia que le das a un blog para la promoción de tu marca o contenido?

El formato es conveniente por lo amigable y sencillo de usar.

3. ¿Qué aportes te ha dado tener un blog?

Me ha mantenido en contacto con mis raíces.

4. ¿Has encontrado dificultades durante el tiempo que has tenido el blog? ¿Cuáles?

No, no...

5. ¿Qué ventajas tiene el blog que no te aportan otros canales, por ejemplo las redes sociales?

La longitud de los textos y que el que lee un blog quiere leer...

6. ¿Crees que el blog te ha aportado reconocimiento por parte de otros y/o éxito y fama?

Quizás sí, pero no lo he medido

**7. ¿En algún momento abandonaste la publicación de contenido en tu blog?
¿Por qué?**

Si, por falta de tiempo.

8. ¿Cómo mides el éxito de tu blog?

Por las búsquedas de contenido.

9. Según tu experiencia ¿Qué cosas debe hacer para alguien para tener un blog exitoso?

Crear contenido propio e interesante para sus lectores

10. ¿Consideras que un blog permite potenciar iniciativas de emprendimiento empresarial?

Quizás si el contenido es relevante y de buena calidad, si no es así, no lo creo.

4.2. Análisis de entrevistas

Al analizar las entrevistas se pudo demostrar que las personas que pudieron establecer un negocio gracias a la apertura de un blog son las personas que se dedican a escribir sobre el área culinaria. Mientras que los que se dedican a informar sobre algún tema como es la política, moda o deporte, lograron un

reconocimiento tanto nacional como internacional que les ha permitido conseguir el impulso necesario para emprender su carrera.

Ninguno de los autores buscaban la fama o el reconocimiento a la hora de crear un blog, y muchos menos la obtención de fines lucrativos en un futuro. La oportunidad se les presenta cuando empiezan a recibir mucha atención por parte de usuarios que son fieles a sus publicaciones, dejan comentarios a diario y recomiendan su blog a otros.

Sin duda alguna uno de los principales factores de éxitos son los usuarios que le van a dar seguimiento a tu blog, ellos son los encargados indirectamente de darlo a conocer y hacer eco de tus publicaciones. Pero para lograr obtener fieles seguidores debes ser elocuente a la hora de escribir. Según lo que se analizó en las entrevistas, la mayoría de los autores recomiendan ser constantes y diferentes a la hora de publicar, pues es esto último lo que va a cautivar a los lectores.

Otro factor que puede garantizar el éxito a la hora de emprender un negocio es consiguiendo patrocinio que ayuden por medio de intercambio o dinero a hacer publicidad y hacer del blog, un negocio sustentable, pero esto último se consigue una vez que el autor ya es conocido y recibe una gran cantidad de visitas por día.

Así como se obtiene el éxito, también pueden fracasar. Uno de los principales factores de fracaso es no lograr la cantidad de seguidores esperados, si muy pocas personas visitan tu blog diariamente nunca se logrará la fama.

Otro factor de fracaso es el hecho de no conseguir patrocinantes que quieran formar parte de tu blog, ya que algunos autores dependen un cien por ciento de esto por no tener a su disposición el capital suficiente para la inicial de un negocio propio.

La apertura de un blog es gratuita, por lo que realmente depende de los autores garantizar el éxito de ellos mismos, la clave es ser constantes, aportar algo a la sociedad, y tener paciencia, los seguidores llegan con el tiempo, así como las oportunidades. La incursión en la blogosfera debe ser por diversión y con

la intención de compartir con los demás, lo demás llega sólo. Si sólo se abre un blog con las intenciones de ser famoso o millonario, te pierdes del verdadero propósito que significa ser autor de tu propio blog.

Las preguntas que les fueron realizadas a los blogueros venezolanos sometidos a estudio, revelan muchas de las respuestas que se ofrecieron anteriormente.

1. ¿Por qué iniciaste un blog en el área? ejemplo Gastronomía, Fashion, etc.

Para poder llegar a una conclusión de forma precisa, en el análisis de los resultados, nos basamos en dos premisas: El placer de escribir sobre un tema de agrado personal vs. La necesidad de mejorar las debilidades de un blog ya existente.

Según las respuestas de los blogueros, se puede concluir que menos de la mitad de ellos decidieron incursionar en el área que los apasionaba en el momento y en donde se sentían más cómodos, mientras que la mayoría se iniciaron en un área ya existente pero agregando un enfoque diferente, cubriendo las debilidades que podrían tener los otros blogs.

Blogueros	Placer de escribir sobre un tema de agrado personal	Necesidad de mejorar las debilidades de un blog ya existente
GourmetUrbano		X
LittleBlackElephant	X	
PanfletoNegro		X
MilSabores	X	
El Tambor	X	
Nanny's Klozet		X
AliceFitness	X	
SeHablaVenezolano	X	
PuroCiclismo	X	

2. ¿Cuál es la importancia que le das a un blog para la promoción de tu marca o contenido?

La importancia que los autores le dan al blog para la promoción de su marca o contenido puede variar entre mucha o poca. Bajo esas dos premisas nos basamos para el análisis de resultados.

Casi el cien por ciento nos aseguró que el blog es de suma importancia para la promoción de su contenido y en la caso de poseer una marca, ésta también. Aseguraron que el prestigio de sus blog depende de ello, por lo que deben ser cuidadosos a la hora de publicar. El caso de SeHablaVenezolano, es diferente, ya

Blogueros	Múltiples beneficios	Menos de dos beneficios
GourmetUrbano	X	
LittleBlackElephant	Mucha Importancia	Poca Importancia
PanfletoNegro		X
GourmetUrbano		
LittleBlackElephant	X	
PanfletoNegro	X	
MilSabores	X	
El Tambor	X	
Nanny's Klozet	X	
AliceFitness	X	
SeHablaVenezolano		X
PuroCiclismo	X	

que su autora no busca fama u obtener beneficios del blog, ella sólo comparte su experiencia de vida con sus seguidores, por lo que es natural que no le resulte tan importante la promoción de contenido.

3. ¿Qué aportes te ha dado tener un blog?

MilSabores	X	
El Tambor		X
Nanny's Klozet	X	
AliceFitness	X	
SeHablaVenezolano		X
PuroCiclismo	X	
Blogueros	Si	No

Los aportes positivos que le puede brindar un blog a su autor son innumerables, pero aun siendo pocos o muchos, lo importante es siempre obtener algún tipo de beneficio que te motive a seguir adelante con la publicación. Para el estudio de los resultados, nos basamos en dos premisas. La primera es la opción de múltiples beneficios, en donde los autores han recibido más de dos. Los restantes se clasifican en la opción de menos de esa cantidad.

La mayoría de los blogueros han recibido múltiples aportes positivos de toda esta experiencia, ya sea fama, llamadas, dinero, participación a eventos, o la simple satisfacción de saber que algo están haciendo bien.

Esto no implica que los que hayan recibido menos beneficios sean menos afortunados, pero es la forma de poder cuantificar realmente los aportes de un blog.

4. ¿Has encontrado dificultades durante el tiempo que has tenido el blog? ¿Cuáles?

Para saber cuántos de ellos habían tenido algún tipo de dificultad, nos basamos en la simple respuesta: sí o no, para luego partir de la lectura de sus dificultades para saber de qué tipo eran.

GourmetUrbano	X	
LittleBlackElephant	X	
Blogueros	Contenido ilimitado	Otro
PanfletoNegro	X	
MilSabores		X
El Tambor		X
GourmetUrbano		X
Nanny's Klozet		X
LittleBlackElephant		X
AliceFitness		X
PanfletoNegro	X	
SeHablaVenezolano		X
MilSabores		X
PuroCiclismo	X	X
El Tambor		

Casi en su totalidad no ha presentado ningún tipo de dificultad durante el tiempo que han tenido un blog. Los que afirmaron haber presentado en algún momento alguna adversidad, en su mayoría han sido problemas técnicos ya que dependen de una plataforma conectada a internet, pero que se han podido resolver en un corto plazo de tiempo.

5. ¿Qué ventajas tiene el blog que no te aportan otros canales, por ejemplo las redes sociales?

Las ventajas son múltiples, pero al tratarse de un sitio en donde la cantidad de caracteres no es limitada, podemos anticipar que la principal ventaja es el contenido ilimitado que puede ser subido como fotos, videos, entre otros. Así que tomaremos en cuenta como un factor de comparación este aspecto y lo compararemos simplemente nombrando “otros” a las demás ventajas que no sea la antes mencionada.

Nanny's Klozet		X
AliceFitness	X	
SeHablaVenezolano	X	
Blogueros	Sí	No
PuroCiclismo		

Según el análisis de las respuestas, la mayoría comparte que la ventaja del blog sobre las otras redes sociales es la cantidad ilimitada de contenido, la extensión de las publicaciones, y la variedad de archivos que se pueden subir a la misma. Por esta razón sigue siendo el portal web de preferencia de los amantes de la escritura y el libre pensamiento, ya que además de ser ilimitado en cantidad, también se puede publicar lo que se le antoje a los blogueros, desde lo más profundo y sincero de sus opiniones.

6. ¿Crees que el blog te ha aportado reconocimiento por parte de otros y/o éxito y fama?

Para poder medir las respuestas de los blogueros, se partirá de la simple premisa si vs no, definiendo fama como el reconocimiento no sólo de aquellos allegados al autor, sino en el interior o exterior del país y éxito como los logros alcanzados por el bloguero que le han permitido impulsar su carrera.

Esta pregunta es crucial para nuestra investigación ya que lo que buscamos comprobar precisamente es que a partir de la creación de un blog, se puede lograr el éxito.

GourmetUrbano	X	
LittleBlackElephant	X	
PanfletoNegro		X
MilSabores	X	
El Tambor	X	
Nanny's Klozet	X	
AliceFitness	X	
SeHablaVenezolano	X	
PuroCiclismo	X	

Panfleto Negro es un caso especial ya que aunque el blog es bastante conocido, no es el autor principal quien recibe el reconocimiento ya que ese blog fue creado para que todo aquel que quiera expresar una opinión lo haga de forma libre. Todos los demás afirman que el blog ha sido responsable de lo que hoy en día están viviendo gracias a la fama y reconocimiento que se han ganado.

7. ¿En algún momento abandonaste la publicación de contenido en tu blog? ¿Por qué?

El abandono de un blog puede ser definitivo o temporal. Los autores nos han repetido reiteradas veces que el éxito de un blog dependerá de la constancia con que se realizan las publicaciones, es por esta razón que utilizaremos las premisas: si o nunca, para poder analizar sus respuestas.

La mayoría afirma nunca haber abandonado bajo ninguna circunstancia el blog, siempre dedican unas horas su día a publicar, ya que saben que es importante mantenerse firmes y constantes. Los que afirmaron haberlo abandonado, lo retomaron al poco tiempo y en su mayoría afirma que sucedió por no tener chance ya que además del blog, tienen otras actividades que realizar.

Blogueros	Si	Nunca
GourmetUrbano		X
LittleBlackElephant		X
PanfletoNegro		X
MilSabores	X	
El Tambor		X
Nanny's Klozet	X	
AliceFitness		X
SeHablaVenezolano	X	
PuroCiclismo		X

8. ¿Cómo mides el éxito de tu blog?

Existen varios criterios que deben tomarse en cuenta a la hora de medir el éxito de un blog. Según las respuestas de nuestros entrevistados, nos vamos a basar en: cantidad de seguidores y oportunidades presentadas, ésta última refiriéndose a invitaciones a formar partes de campañas, eventos, apertura de negocios, etc.

La gran cantidad de los autores menos los de los blogs correspondientes al nombre de PuroCiclismo y MilSabores, afirman que la mejor herramienta para medir el éxito de un blog es por la cantidad de visitas, ya que tienen un control cuantificable. Las blogueras Daniela Ramirez (Nanny's Klozet) y Alice Hernandez

Blogueros	Cantidad de visitas	Oportunidades presentadas
GourmetUrbano	X	
LittleBlackElephant	X	
PanfletoNegro	X	
MilSabores		X
El Tambor	X	
Nanny's Klozet	X	X
AliceFitness	X	X
SeHablaVenezolano	X	
PuroCiclismo		X

(AliceFit), coincidieron que ambas son importantes, tanto la cantidad de visitas como las oportunidades que se presentan.

Los autores de MilSabores y PuroCiclismo afirman que miden su éxito con la cantidad de llamadas, invitaciones a eventos y la satisfacción de recibir buenos comentarios por parte de sus seguidores.

9. Según tu experiencia ¿Qué cosas debe hacer para alguien para tener un blog exitoso?

Éstas fueron las recomendaciones personales que cada bloguero compartió con nosotras por medio de la entrevista. Los dos factores más contundentes son la constancia y la originalidad del tema, entre otros. Es por ello que se va a iniciar el estudio a partir de esas dos premisas.

Blogueros	Si	Depende
------------------	-----------	----------------

La mayoría recomienda que todos aquellos que quieren abrir un blog deben pensar muy bien sobre qué tema quieren escribir, ya que este debe ser original y sobretodo jocoso. Un tema capaz de llamar la atención de miles de lectores,

Blogueros	Constancia	Contenido original y variado
GourmetUrbano	X	
LittleBlackElephant		X
PanfletoNegro	X	
MilSabores		X
El Tambor		X
Nanny's Klozet		X
AliceFitness	X	
SeHablaVenezolano		X
PuroCiclismo	X	

despertando en ellos deseos de comentar y seguir cada una de las publicaciones. Una vez que se escoge el tema, es muy importante mantenerse constante, ya que mientras más tiempo se le dedique al blog, menos tardaran en aparecer los frutos cosechados.

10. ¿Consideras que un blog permite potenciar iniciativas de emprendimiento empresarial?

Para esta pregunta nos basaremos en un simple: si o depende, para analizar los resultados y poder hacer las respectivas conclusiones.

GourmetUrbano	X	
LittleBlackElephant	X	
PanfletoNegro	X	
MilSabores	X	
El Tambor	X	
Nanny's Klozet	X	
AliceFitness	X	
SeHablaVenezolano		X
PuroCiclismo	X	

Definitivamente los blogs permiten potenciar iniciativas de emprendimiento, ya que es posible materializar las ideas que son publicadas en los mismos. Los patrocinantes, mencionados anteriormente son muy importantes a la hora de empezar a evaluar la posibilidad de comenzar a ver fines lucrativos de las mismas.

Basta con comenzar con una buena idea, para que con constancia y mantenimiento se pueda llevar a cabo.

Blogs venezolanos	Éxito laboral	Negocio propio	Fama nacional	Fama internacional	Fracaso/ abandono del blog
Milsabores.net	X	X	X	X	
Elgourmeturbano.blogspot.com	X	X	X	X	
Nannysklozet.com	X		X	X	
Littleblackelephant.com			X	X	
Luisaviles.blog.com	X		X	X	
Alicevhf.wordpress.com			X	X	
Panfletonegro.com	X		X	X	
Eltamborve.blogspot.com			X		
Sehablavenezolano.blogspot.com			X	X	
Resultados	55.5%	22.2%	100%	88.8%	0%

Con los resultados de esta última tabla se puede comprobar que todos los entrevistados tienen reconocimiento nacional y un 88.8% internacional, por otro lado, dos de los blogueros han conseguido emprender sus propios negocios y han logrado aportes monetarios. También. Un 55.5% ha alcanzado el éxito laboral.

Es importante destacar que ninguno de los nueve entrevistados ha fracasado con la apertura de su blog ni lo han abandonado por largos periodos, todos han sido constantes en sus publicaciones y han sido meritorios de sus logros.

4.3. Conclusiones

A lo largo de toda la investigación se recaudó la información necesaria y básica para que las personas que estén pensando en crearse un blog vean los beneficios que se pueden obtener, no es tarea fácil, exige de dedicación, perseverancia y esfuerzo lograr buenos resultados.

Este proyecto busca motivar a los jóvenes y emprendedores venezolanos a conocer más este medio de comunicación, al entenderlo y adentrarse en el mundo de la blogosfera podrán darse cuenta que es posible lograr promocionar una marca personal e incluso materializar el proyecto en algo más estático como una empresa o negocio.

Para obtener un material completo, fue necesaria la recopilación de toda la información teórica y práctica, estos aspectos fueron descritos a lo largo de todo el trabajo junto con los objetivos.

Uno de los aspectos más importantes de la investigación fue entender el avance y evolución de la comunicación, empezando por cómo era y como es hoy en día. La llegada de la comunicación de masas hizo que los métodos tradicionales de la comunicación cambiaran y se convirtieran en algo masivo, seguiría existiendo un emisor y un receptor solo que este último sería en grandes cantidades y no simplemente una comunicación de dos personas.

Con la llegada de las redes sociales todo se volvió mucho más simple, ya no es necesario adquirir un periódico o escuchar la radio para poder informarse, basta con un solo clic o con abrir cualquier red desde el celular, se obtiene información las veinticuatro horas al día sin importar el lugar o la hora, la información está al alcance de un clic.

Muchos autores se han dedicado a estudiar este medio de comunicación y han logrado definir su término, no todas significan lo mismo, para algunos un blog es un simple portal en el que se comunican ideas y opiniones, para otros son un

medio para informar y opinar al mismo, sin embargo en lo que todos coinciden es que el blog está diseñado para relatar historias de cualquier tipo.

Toda esta cantidad de variables sobre su significado deja al lector que obtenga diversos puntos de vista y sea capaz de diseñar su propio concepto. Este aspecto de la definición del blog es uno de los aportes teóricos de la investigación sin olvidar la reseña histórica de los mismos y su evolución con el pasar de los años.

Con el pasar de los años las bitácoras en línea han causado un gran impacto en la sociedad, millones de personas acuden a este portal para adquirir cualquier tipo de información, además que pueden interactuar con el escritor y comunicar inquietudes o dudas, se ha convertido en un espacio dinámico al que cualquiera puede acceder.

No todos los blogs son iguales cada uno tiene sus propias características, el autor puede escoger y diseñar su propio espacio dándole algo que lo diferencie de los demás. Como se explicó, hay diferentes tipos de blogs, los cuales se adecuan a las exigencias de cada uno de los cibernautas.

Al entrar en la blogosfera encontramos que todos a su manera cumplen con ciertas leyes que los rigen, existen precauciones que el escritor debe tomar al momento de interactuar con otros.

Numerosos términos son los que ruedan por toda la blogosfera por lo que se elaboró un glosario en el cual se explican todas las palabras que para muchos son desconocidas, esto con el fin de adentrar al lector.

Para poder elaborar esta investigación se llevó a cabo una serie de entrevistas todas genéricas solo cambiando el área en el cual se desarrollaba el blog con el fin de obtener resultados que comprobaran que se puede emprender y lograr reconocimiento con la apertura de un blog.

Se entrevistaron ocho blogueros venezolanos que tuvieron éxito en el periodo 2013-2014, el objetivo era demostrar que su fama se debía a la dedicación

y mantenimiento de su blog, no todos obtuvieron los mismos resultados, sin embargo todos admitían que sus éxitos estaban netamente relacionados con la apertura de su blog.

Se realizó una tabla comparativa para observar cuales eran las opciones de emprendimiento más benefactoras, esta nos permitió comprobar que la fama nacional e internacional son los triunfos más comunes.

Los blogs fueron medidos por la herramienta Alexa.com, cuyo portal ofrece información sobre la cantidad de visitas que recibe un website, este método cumple con las características de la investigación, de acuerdo al ranking mundial se obtuvieron los nombres de los blogs venezolanos con más visitas, no todos los que aparecieron fueron posibles de contactar y en muchas ocasiones no quisieron colaborar.

Por medio de estos entrevistados se establecieron las indicaciones para lograr tener un blog exitoso, cada uno narrando sus propias experiencias y lo que les ofrece actualmente este portal web.

La apertura de cada uno de los blogs de los entrevistados ha logrado abrirles las puertas hacia nuevos ámbitos profesionales: segmentos en revistas y periódicos, nuevos contactos laborales, participación en la radio e incluso la apertura de sus propios negocios.

Todas estas experiencias sirven para demostrar que con determinación y persistencia es posible obtener recompensas a través de un blog, son muchas las ventajas que este medio ofrece al público. Siempre ha estado presente solo que no es hasta hace pocos años que fue tomando fuerza hasta adentrarse en el mercado.

El resultado de esta investigación, *Blogueros, emprendedores emergentes* pretende proporcionar a los venezolanos un método diferente para desarrollar proyectos y alcanzar metas de una forma dinámica y divertida. Al mismo tiempo busca enfatizar los logros obtenidos por los entrevistados dejando en claro lo que

esta herramienta brinda a los usuarios siempre y cuando se dedique tiempo, confianza y optimismo.

Para lograr tener un blog exitoso es necesario plantearse cuales son las necesidades de la sociedad y cuáles son los métodos para proporcionar ayuda, un blog siempre será una plataforma gratuita que permite a los usuarios disfrutar de todas las opciones que esta tenga, es importante no abandonar por largos plazos de tiempo la escritura ya que como en cualquier otra red social los usuarios buscaran un reemplazo rápidamente. No se debe olvidar la competencia que existe en el mercado por esa razón la innovación y la buena interacción harán de tu blog un portal de éxitos.

4.4. Recomendaciones

Al comenzar la búsqueda de investigaciones previas sobre los blogs encontramos que no existen muchas que hablen sobre este fenómeno, si se pueden leer tesis o proyectos sobre la nueva Era 2.0 o sobre el auge actual que tienen las nuevas redes sociales, sin embargo ha sido difícil encontrar alguna que al menos nombre lo que se puede lograr con la creación de un blog.

Este proyecto busca informar a la sociedad venezolana como muchos de los hoy en día reconocidos han surgido y deben su fama a la dedicación y apertura de un blog, muchos suelen menospreciar esta herramienta ya que no conocen los beneficios que pueden obtener, no todos deben con fines económicos, muchos buscan un desahogo personal o informal a la comunidad sobre aspectos los cuales le son afines.

Las autoras de este trabajo recomiendan a las próximas generaciones retomar la búsqueda de información sobre este tema, lograr proporcionar a la sociedad venezolana las bases para potenciar el desarrollo de este fenómeno que ha alcanzado impulsar el emprendimiento del país.

Referencias bibliográficas

Alexa. *The Web Information Company*. Recuperado el día 03-03-2014 en:

<http://www.alexa.com/>

Barry M, Vinton G, David D, Robert E, Leonard K, Daniel C, Lynch, Jon P, Dr. Lawrence G, Stephen W. (2012) *Breve historia del internet*. Recuperado el día, 12-02-2014 en:

<http://www.internetsociety.org/es/breve-historia-de-internet>

Bitacoraspuntocom. *Informe sobre el estado de la blogosfera hispana Bitacoras.com 2011*. Recuperado el día 20-02-14 en:

<http://bitacoras.com/informe>

Borges A. Chacin J. Rifel V (2012) *Como tener un blog y no morir en el intento. Guia practica para la creación, mantenimiento y promoción de un blog*. Tesis de pregrado sin publicación. Universidad Monteávila, Caracas, Venezuela.

Castro L. (2012) *¿Qué es un blog? ¿Qué tengo que hacer para crear un blog?* Recuperado el día, 14-02-2014 en:

<http://aprenderinternet.about.com/od/Glosario/g/Que-Es-Un-Blog.htm>

Cobo Cristóbal, Pardo Hugo. (2007) *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. (1ra ed.) Barcelona- Mexico D.F

Definición abc. *Tu diccionario hecho fácil*. Recuperado en la realización de toda la tesis

<http://www.definicionabc.com/general/diccionario.php>

Delgado A. (2012) *Identificación del uso de los elementos del discurso digital presentes en los blogs “Reseñas de la Nonna” “Madame Fedora” y “Caracas Ciudad de Furia”*. Tesis de pregrado sin publicación. Universidad Monteávila, Caracas, Venezuela.

Castells Manuel (2009) *Comunicación y Poder* (1era reimpresión de la 1era ed. en español; María Hernández Díaz, Trad.) España. (Trabajo original publicado en 2009)

Guaz'mayan Ruíz Carlos (2004) *Internet y la investigación científica. El uso de los medios y las nuevas tecnologías en la educación* (1ra ed.) Bogotá DC, Colombia

Martín Algarra Manuel (2003). *Teoría de la Comunicación: Una Propuesta*. (1ra. ed). España.

Orihuela, J (2006). *La revolución de los blogs*. Recuperado el día 03-02-2014

<http://www.octaviorojas.com/lavananguardia1.pdf>

Ortega José y Gasset (1957) *La Rebelión de las Masas* (31ª ed.) Madrid, España.

Profesores en Importancia (2002). *Importancia del Internet*. Recuperado el día, 12-02-2014 en:

[file:///C:/Users/Usuario/Downloads/APA%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/APA%20(4).pdf)

Sanagustín Fernández Eva (2009) *Tu blog paso a paso. Manual para iniciarse en el blogging* (1ra ed.) España.

Tabare A. (2011). *La web 2.0 como fuente de información para los medios impresos de Caracas y sus webs*. Tesis de pregrado sin publicación. Universidad Monteávila, Caracas, Venezuela.

Types of Blogs (s-a. s-f). Recuperado el día, 14-02-2014 en:

<http://es.wordpress.com/es-types-of-blogs/>

Tumblr. Quienes somos. Recuperado el 23-02-2014 en:

<http://www.tumblr.com/about>

Van Der Henst Christian. (2005) *¿Qué es la web 2.0?* Recuperado el día, 14-02-2014 en:

<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/web2/>

Virtual. La (2008) *¿Qué es un Blog y para qué sirve? Las herramientas de mantenimiento de weblogs se clasifican, principalmente, en dos tipos*. Recuperado el día, 12-02-2014 en:

<http://www.ivirtual.info/articulos/2-sitios-web/7-ique-es-un-blog-y-para-que-sirve.html>

Weblogs SL (2004). ¿Qué es un blog? Recuperado el día 26-02-2014 en:

<http://www.weblogssl.com/que-es-un-blog>

YouTube (25/05/2009) *¿Qué es un blog?* Archivo de video. Recuperado el día 02-03-2014 en:

<https://www.youtube.com/watch?v=BLf3tIsCYmo>

YouTube (09/12/2010) *Blogs, características, tipos y plataformas.* Archivo de video recuperado el día 02-03-2014 en:

<https://www.youtube.com/watch?v=oXVKw5qg8OA>

