

ENTREVISTA ALEJANDRO GÓMEZ. WEBLOG CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

TITULAR: "Hay muchos estudiantes de comunicación que están creando muy buenos blogs"

ENTRADILLA: Weblog Ciencias de la Información, bitácora colectiva dirigida un estudiante de Publicidad, Alejandro Gómez Muñoz y premiada por Universia como Blog de Mayor Interés Universitario, aborda la actualidad de los medios desde esta perspectiva y ofrece múltiples recursos de comunicación. Según el promotor del blog, que incluye publicidad, los bloggers pueden ganar un dinero extra gracias a ésta. Insiste, sin embargo, en la necesidad de crear, como en su caso, un código ético para aumentar su fiabilidad de cara a los lectores y, ante posibles ingresos mayores en un futuro, evitar la manipulación de las empresas.

1. Weblog Ciencias de la Información nació para ganar un premio... ¿Cómo le surgió la idea? ¿Quiénes participan actualmente en el proyecto?

Universia estrenaba el servicio con una fase beta en la que cincuenta incautos tuvimos la posibilidad de probar el servicio. Sin saber muy bien qué era un weblog me dispuse a crear una Web útil para los estudiantes de comunicación. Poco a poco fui descubriendo diferentes bitácoras y perfilando mi proyecto. Gané el premio al Weblog de Mayor Interés Universitario, pero ya no tenía tanta importancia el premio, me enganché al mundo de los blogs, y quise desarrollar el Weblog Ciencias de la Información, como medio de información y comunicación con una perspectiva universitaria, punto de vista que no tratan los medios del sector.

Actualmente el blog cuenta con Borja Escrivá de Romaní como colaborador habitual, y está abierto a colaboraciones de cualquier persona (profesional, docente o estudiante) relacionada con el mundo de la comunicación. Hemos tenido colaboraciones de Ana Hidalgo, Directora de la Miami Ad School, y de Jesús Yuste (estudiante de Periodismo). También participan profesionales, profesores y jóvenes talentos en un ciclo de entrevistas, que ya ha contado con la participación de Ricardo Pérez-Solero (Abogado especialista en comunicación), Xavier González Valiño (Director Creativo y profesor de la Universidad Europea de Madrid), Lidia Sanz (Subdirectora de la AEA), Enrique de Álzaga (Cofundador de Creat-eve), Juan Casero (Brand Manager de Heineken España) y Carlos Álvarez (estudiante de la Miami Ad School y ganador del Premio Jóvenes Talentos del 3º Premio JCDecaux de Publicidad Exterior).

2. Se dice que los estudiantes de Comunicación no son de los sectores más activos en la blogosfera española, ¿qué opina al respecto? ¿Conoce la situación de los blogs universitarios de comunicación en otros países?

No sabía que se comentaba esto. Creo que no es cierto. La blogosfera española está poco desarrollada, de hecho es más correcto hablar de blogosfera hispana. Creo que en la blogosfera los sectores más activos son el de la tecnología, la política y la comunicación, además de la propia blogosfera como tema de muchos bloggers.

Creo que los estudiantes de comunicación, como los de otras muchas carreras, están poco familiarizados con las Nuevas Tecnologías, y para casi todos, la palabra weblog es nueva. Para mí lo fue cuando me inicié. Sin embargo, creo que hay muchos

estudiantes de comunicación que están creando muy buenos blogs, algunos por afición, y otros por imposición académica (de los que muchos continúan tras haber aprobado la asignatura). AdSpot, Markefilm, NuevaPublicidad y Teo tiene un galgo son buenos ejemplos de lo que hacen estudiantes de comunicación en la blogosfera.

Desconozco la situación de la blogosfera anglosajona (más por mi bajísimo nivel de inglés, para mi desgracia, que por mi desinterés) Respecto a Latinoamérica hay diferentes profesores y profesionales que están creando sus bitácoras.

3. Recientemente comentó que uno de los problemas del blog que dirige era la escasa participación de estudiantes, ¿a qué cree que se debe? ¿De qué modo están intentando superar esta dificultad?

Efectivamente, la participación de estudiantes y otros públicos en los comentarios del Weblog Ciencias de la Información es mucho más baja de lo que desearía. Quizás lo más enriquecedor de las bitácoras sean los debates que se generan en sus comentarios, y es algo de lo que adolece mi bitácora. Admiro los weblogs que tienen muchos comentarios en todos sus posts.

Espero que el problema no sea que trate temas muy aburridos, mis usuarios (los que sí comentan) no lo creen, de hecho me proponen nuevos temas para tratar. Puede que el diseño sea demasiado aburrido, que falten imágenes, y eso no haga participar a los usuarios, pero creo que cambiar de plataforma no sería buena idea. Estoy intentando que en Universia creen nuevas plantillas, más originales y visuales. Luego estoy tratando de darlo a conocer en páginas sobre comunicación y universidad, para ver si genero algo más de comunidad, independiente de Google, principal fuente de visitas en la actualidad.

4. Además de futuros comunicadores, ¿cuál es el perfil de los lectores de Ciencias de la Información? ¿Qué aportan éstos al blog?

Recibo visitas desde servidores de agencias de publicidad y universidades, principalmente, además de los servidores comerciales que ofrecen conexión a los hogares, por lo que en general son estudiantes, docentes y profesionales de la comunicación, además de curiosos. Recibo e-mails de estudiantes pidiéndome ayuda o consejo, de algunos profesionales con muy diversos motivos.

En general la colaboración más interesante me la ofrecen gabinetes de comunicación de empresas y congresos relacionados con la comunicación, que me envían información muy interesante. También colaboración de otros bloggers en diferentes eventos y proyectos. Y luego algunos estudiantes, bien de carrera o de doctorado, que pretenden articular parte de sus proyectos sobre el blog.

5. También muchos profesores universitarios comienzan a usar los blogs como herramientas de comunicación o apoyo didáctico. ¿Ha tenido experiencia como alumno, en alguno de estos blogs docentes? ¿Puede hablarnos de algunas iniciativas de este tipo en el caso español?

La verdad es que no he tenido la suerte de contar con profesores introducidos en la dinámica blogger, más bien les he pedido yo ayuda y colaboración, y muchos de ellos me la han ofrecido, a través de entrevistas, consejos y contactos.

Respecto a iniciativas, parece imposible olvidar a José Luis Orihuela, gran impulsor de

la blogosfera hispana, que es profesor de la Universidad de Navarra, y que anima a sus alumnos de comunicación a crear bitácoras. Javier Arteaga desde Colombia acaba de iniciar su Revolución Creativa. Octavio Isaac Rojas Orduña edita un excelente weblog sobre relaciones públicas. Y quizás uno de los proyectos más interesantes en este sentido son los Weblogs de ICEMD, dónde diferentes profesores de este Instituto de Comercio electrónico y Marketing directo nos muestran lo mejor de la actualidad.

6. ¿Cuál fue la primera bitácora que descubrió? ¿Cuáles lee actualmente?

Las primeras bitácoras que descubrí trataban precisamente sobre el fenómeno blog, fueron Reflexiones e Irreflexiones y eCuaderno. También leía las bitácoras que se publicaban en la fase Beta de Weblogs Universia. En la actualidad leo regularmente unas diez bitácoras relacionadas con la comunicación, aunque la invasión de weblogs en Internet cada vez hace más difícil que en mi navegación no me cruce con nuevos blogs sobre esta temática que incluyo a mis lecturas habituales, y otros que leo de forma esporádica o accidental, sobre todo desde Google o desde Bitácoras.com.

7. Su blog fue, según usted, uno de los pioneros en publicar un código ético en España, siguiendo las recomendaciones de bloggers norteamericanos como Rebecca Blood. ¿Qué les llevó a tomar tal decisión? ¿Cree que esta práctica se terminará imponiendo en la blogosfera española?

La idea de crear un código ético surgió a partir de un debate que se trató en diferentes bitácoras acerca de si la publicidad tergiversa o no el contenido y la esencia de los weblogs. Yo expresé mi opinión en diferentes bitácoras y en Weblog Ciencias de la Información en un post llamado "Publicidad, ética y weblogs". En mi opinión, los bloggers tienen derecho a ganar un dinero extra gracias a su esfuerzo, sin renunciar a la esencia de las bitácoras, creo que son perfectamente compatibles publicidad y weblogs, aunque es necesario mantener un buen nivel de ética, para no verse manipulados por las empresas en un futuro.

Al descubrir las recomendaciones de Rebeca Blood decidí crear un código ético para el Weblog Ciencias de la Información, que no es más que un compromiso personal con mis lectores. Los medios tradicionales acusan a los weblogs de poca fiabilidad. El código ético y la sección ¿quiénes somos? Aportan esa fiabilidad que necesitan los lectores, y el código además me permite mantener la esencia de libertad de los weblogs y el derecho a obtener algunos beneficios, hasta ahora muy limitados, pero lo importante era regular unos posibles ingresos mayores en el futuro.

Resultó ser algo pionero en la blogosfera hispana, aunque ni mucho menos era mi intención marcar tendencias. Creo que es conveniente, porque, sobre todo, aporta mayor fiabilidad y seguridad a los lectores acerca de lo que lee, y eso siempre beneficia a los weblogs. ¿Se impondrá? Es difícil saberlo, quizás en las bitácoras más importantes, con más visitas y beneficios publicitarios, acabarán por adoptarlo, y muchas bitácoras actuarán de manera imitativa. Sin embargo la mayor parte de los bloggers, con bitácoras personales y con pocas visitas, no necesitarán crearlo. Yo mismo en mi "weblog" del diario Qué! (Alehop!Blog) carezco de código ético, pues no tengo ninguna intención de introducir publicidad y lo utilizo como un

medio de expresión personal, y no profesional.

8. Como blogger y estudiante de Publicidad, de las distintas formas publicitarias posibles en los blogs, ¿cuáles cree que se acabarán imponiendo?

Existe una página muy interesante al respecto, llamada Patrocinialia. Creo que los anuncios por palabras al estilo Google AdSense se han consolidado ya, y serán los anuncios más habituales en las bitácoras con unas visitas medias, gracias a los buenos beneficios que ofrece.

Sin embargo, y por ahora, las empresas observan recelosas el fenómeno, principalmente por esa esencia que tratábamos antes, que los hacen indomables y peligrosos. Pero cuando se supere este temor, las grandes bitácoras temáticas probablemente sean patrocinadas por algunas empresas.

Por ejemplo, el Weblog Ciencias de la Información sería muy patrocinable por universidades y escuelas de publicidad y creatividad. Desde las recientes apariciones de Miami Ad School, Zink Project o Complot (escuelas de creatividad) a Másters de Comunicación corporativa, periodismo, marketing, etc. Además de concursos de publicidad, cortometrajes, o periodismo, estilo Notodofilmfest u OpenAd.net, es decir, cualquier compañía o proyecto interesado en estudiantes de comunicación. Un patrocinio incluiría un cambio en la imagen del weblog, la presentación de nuevos productos y/o servicios, creación de listas de correo, etc.

Algo que probablemente será el paso previo a los patrocinios, y que pronto será habitual, será la introducción de las bitácoras en los gabinetes de prensa. Los bloggers recibirán notas de prensa, pero también invitaciones a ruedas de prensa, conferencias, desayunos o comidas con periodistas o bloggers, preestrenos de películas, muestras gratuitas de producto, libros, discos y videojuegos. Es éste el fenómeno que más preocupaba a los detractores de la publicidad en los weblogs, ya que recibir un libro gratuito por parte de una editorial, y hacer una mala crítica, podría conllevar no recibir más libros gratuitos. Algunas de las empresas que he nombrado como posibles patrocinadores de mi bitácora, ya me envían información sobre sus empresas, que cuando es interesante hago pública en el weblog.

9. Además de *Ciencias de la Información*, tiene pensado crear, junto a Javi-Siken, un directorio de bitácoras de comunicación, y ha iniciado el blog "Comunicación política". Cuéntenos en qué consisten estos proyectos

Lamentablemente estos proyectos están un poco parados, es difícil compatibilizar carrera, prácticas como becario, el Weblog Ciencias de la Información, y estos nuevos proyectos, con la vida personal. Pero espero, con paso lento pero firme, poder llevarlos a cabo.

Javi-Siken tuvo una fabulosa idea en su Teo tiene un galgo, la de crear un directorio de bitácoras sobre comunicación, que actuase a modo de comunidad dentro de la blogosfera hispana, alrededor de esta temática. La idea me pareció muy positiva y me ofrecí a colaborar. Estamos pendientes de perfilar detalladamente el proyecto, sobre todo buscando una rentabilidad económica, no que genere beneficios, pero sí que

permita mantener el proyecto por sus propios medios. La idea es que el directorio se cree y se aloje por algún medio de comunicación del sector, que pague los gastos derivados del uso del servidor y del diseño de la web y del administrador. A cambio el medio podrá utilizar gratuitamente el contenido de las bitácoras que participen en el directorio para el contenido de su propio medio, independientemente de si es formato papel, radiofónico, televisivo o electrónico.

El Blog "Comunicación Política" no es el primer weblog que tratará esta temática, sin embargo el estilo que pretendo ofrecer, es ligeramente diferente. Es un proyecto de investigación sobre la comunicación en la política. Mi intención era contar con la participación de periodistas, relaciones públicas, publicitarios, profesores universitarios de opinión pública y políticos de diferentes posicionamientos. La estructura del blog aún no está cerrada (de hecho, con la mudanza he perdido el boceto), pero contaba con una sección en la que cada semana los expertos colaboradores responderías una pregunta, por ejemplo *¿Cuál es la importancia de un mitin?*, de esta forma el lector comprendería el uso e importancia que tienen en política las diferentes técnicas de comunicación. Los temas a tratar son numerosos, medios de comunicación públicos, medios de comunicación afines, publicidad institucional, campañas electorales, weblogs, programas electorales, debates políticos, etc. En otra sección yo interpretaría situaciones más coyunturales y menos estructurales, errores de comunicación, manipulación informativa, etc. Existiría también una sección dónde los expertos y cualquier lector pudiese publicar un artículo sobre comunicación política. Lo importante es que el weblog trataría lo más objetivamente posible el uso que de la comunicación se hace en política, es necesario aclarar que no será un foro de debate sobre la actualidad política, salvo en los temas que afecten al mundo de la comunicación. Es un proyecto muy interesante, que, lamentablemente, aún está en pañales.

Cualquier empresa interesada en colaborar con el proyecto del directorio, o políticos, periodistas, relaciones públicas, publicitarios y especialistas en opinión pública interesados en colaborar con Comunicación & Política pueden contactar conmigo en alehopgm@gmail.com, Francisco Rubiales (Votoenblanco) ha sido el primero en aceptar mi invitación a participar en el proyecto.

10. El pasado mes de junio *Weblog Ciencias de la Información* celebró su primer aniversario en la Red, ¿fueron muchos los que los felicitaron? ¿Cómo se plantean el futuro del blog?

La verdad es que me hizo mucha ilusión cumplir mi primer año con el Weblog Ciencias de la Información, sobre todo por la acogida tan buena que ha tenido en la blogosfera. Recibí felicitaciones de bloggers, periodistas, profesores y amigos. Algunos me felicitaron por mail, otros en sus bitácoras y algunos lectores en los comentarios. Uno de estos comentarios fue a la vez sorprendente y emocionante, lo escribió mi padre, que me lee a veces, y nunca me había comentado nada, fue fantástico leer que estaba orgulloso de mí y de la pasión que pongo en mi profesión.

Espero poder seguir trabajando en nuevas entrevistas, enriquecer la sección de bibliografías con más críticas bibliográficas, y lograr una mayor participación de mis usuarios, a través de los comentarios y de las colaboraciones. Durante este año voy a trabajar más en el desarrollo de los proyectos que comenté anteriormente, que en modificar sustancialmente el Weblog Ciencias de la Información.

Te pongo aquí todos los enlaces a blogs de los que hablo:

Weblog Ciencias de la Información: <http://es.blogs.universia.net/page/alehopgm>

AdSpot: <http://blogia.com/adspot/index.php>

Markefilm: <http://markefilm.blogspot.com/>

Nueva Publicidad: <http://www.nuevapublicidad.tk/>

Teo tiene un galgo: <http://teotieneungalgo.aceblog.com/>

eCuaderno: <http://www.ecuaderno.com/>

Revolución Creativa: <http://www.larevolucioncreativa.blogspot.com/>

Octavio Rojas: <http://octavio Rojas.blogspot.com/>

Weblogs de ICEMD: <http://www.icemd.com/area-blogs/default.asp>

Reflexiones e Irreflexiones: <http://fernand0.blogalia.com/>

"Publicidad, ética y weblogs":
http://es.blogs.universia.net/comments/alehopgm/Weblog/publicidad_etica_y_weblogs

Alehop!Blog: <http://www.quediario.com/blogs/633/>

Patrocinalia: <http://www.patrocinalia.com/>

Comunicación & Política: <http://comunicacionpolitica.aceblog.com/>

Votoenblanco: <http://www.wmaker.net/votoenblanco/>