

Blogósfera en Rusia

Elena Igorevna Dityatkina

1. Introducción

El propósito de este texto es examinar la historia, los tipos y particularidades de la blogósfera en Rusia, así como analizar lo que se dice sobre los blogs en el Internet Ruso.

Para realizar este trabajo analicé más de 70 blogs y estudié 6 investigaciones de varios autores. De los blogs analizados obtuve la respuesta de 3 blogueros (bloggers) quienes me contestaron directamente y me dieron sus opiniones sobre esta modalidad de páginas de Internet.

Por sus valiosas aportaciones al presente estudio, quiero agradecer a Alexei Andreev, creador del proyecto Fuga.ru, quien también trabaja en la revista *Internet*; a Linor Goralic, poeta y prosista de la publicación *Revista Rusa*; y a Anton Nosik, redactor en jefe del Web editorial "NTV – Portal.com". A todos ellos muchísimas gracias.

2. Historia y opiniones

El blog, también conocido como **bitácora** (listado de sucesos), es un término que, de acuerdo con Carlos Tirado (Gorniy; Crónicas de Internet ruso; 2002), es la abreviación de la palabra "weblog", que significa "diario en la red", pero no hay que confundirlo con publicaciones periódicas, porque aquí se entiende "diario de a bordo, libro de notas", etc. Un blog representa una hoja (página que con anotaciones cortas tiene el siguiente formato: contiene un enlace –link- a un sitio en la red, y también comentarios cortos de usuarios que suelen ser subjetivos).

Hoy no se puede establecer quién impuso la moda de los blogs en Rusia, pero se sabe que ésta llegó a Rusia desde Estados Unidos. En su artículo "Descubriendo el futuro", Tatiana Danilova (25. *Revista Nevad.* 2002; 45) cita una frase de William Gibson, quien afirmó: "El Futuro ya está aquí sólo que está poco difundido".

En ese artículo (Idem) Danilova ubica a los blogs al mismo nivel de importantes tecnologías, como redes inalámbricas, Internet-localizadores y buscadores Web. Los caracteriza así:

"Son diarios originales compuestos por enlaces y por debates en torno a estos enlaces, son nuevos medios de comunicación de la élite técnica. Los portales de altos presupuestos y tecnologías se van sustituyendo por los sitios Web sumamente individuales, basados en interacción de la gente y de ideas, que están creando el nuevo conjunto de contactos funcionales para la mente global. Weblogs no es sólo la nueva generación de páginas domésticas que representan el regreso a la idea de dominación del texto sobre el diseño y no son sólo sistemas más sencillos de dirección de contenido, sino también son una plataforma para poder realizar experimentos sobre tecnologías de la red: pestañas colectivas, asociaciones virtuales y otros servicios Web".

Alexander Vasiliev (2003, 26) quien trabaja para la BBC en Rusia, en su artículo "Grafómanos se convierten en blogueros" afirma:

"el movimiento de blogueros es como el regreso de los usuarios de Internet a los ideales sagrados de los descubridores del Internet que soñaban con poder intercambiar libremente las opiniones e ideas con democracia, sin la intervención de las organizaciones comerciales que lograron poner el Internet a su servicio en la segunda mitad de los años 90".

Muchos blogueros rusos se consideran revolucionarios, ellos creen que son capaces de cambiar el panorama de información en el mundo, y afirman que los medios tradicionales de comunicación, ya sea deliberadamente o debido a su "ignorancia" o censura, desprecian sucesos importantes y eventos sociales, como, por ejemplo, las opiniones diferentes, movimientos contra la globalización, etc. Los blogueros son capaces de publicar cualquier tipo de información disponible. A este respecto, Alexander Vasielev

“Grafómanos se convierten en blogueros” (2006, 23) señala: “El Periodismo de los blogueros en comparación con los medios de comunicación habituales es igual a la pintura de los impresionistas en comparación con los perfiles griegos y romanos realizados por pintores académicos”.

Además, los blogueros son independientes. Sus publicaciones periódicas son industria noticiosa que depende de sus lectores, mientras que es casi imposible imaginar que, por ejemplo, no salga el siguiente número de un periódico o de una revista popular. En este caso los blogueros son libres de cualquier obligación ante el público, y no están obligados a publicar periódicamente o a cubrir las noticias que no les interesan.

Sin embargo, los blogs le ganan terreno a las ediciones habituales precisamente en Internet. Tatiana Danilova, afirma en la revista Nevad (2002, 43) que “el movimiento de los blogueros reveló la tendencia que la prensa online despreciaba durante mucho tiempo. Si esta prensa no va a escuchar lo que quiere el público online, va a crear por sí misma y va a llamar a los blogs periodismo anárquico, y va a obstinarse en conservar status quo, el público se irá donde pueda formar el contenido, comentarlo y debatirlo”. El resultado será un blog.

Luego Tatiana Danilova analiza los errores que suelen cometer los portales noticiosos en Rusia sin tomar en cuenta el carácter específico y los recursos que tiene el ambiente online. Las tesis principales de ese artículo son muy importantes para el tema que investigo.

1. En Rusia la importancia de los medios en línea todavía está subestimada, sus materiales se publican según los métodos tradicionales del periodismo. También se utilizan los materiales sólo de corresponsales regulares.
2. La difusión de la información para el público se agotó. Hace falta hablar con el auditorio, y para ello hay que utilizar todos los recursos de interacción y de retroalimentación.
3. En un portal donde las noticias se dan de manera tradicional, el lector las lee, ve, y escucha, es decir, percibe la información como lo hace con los medios tradicionales de comunicación. Pero hoy en día esto no es suficiente, el lector también tiene ganas de crear.
4. Los mass media de Internet deben encontrar la manera de presentar información tomando en cuenta el mundo cambiante.

Vasiliev en su artículo “Grafómanos se convierten en blogueros” (2006,23), señala que mucho antes de que en la lengua rusa apareciera la palabra “bloguero”, ya existía la palabra “grafómano”, cuyo significado tiene algo en común con el concepto de “bloguero”.

La mayoría de los blogueros rusos (en el Internet ruso hay miles) no reciben honorarios por sus creaciones y nunca lo harán, situación que les permite sentirse orgullosos de su independencia. Es obvio que los medios tradicionales de comunicación no pueden permitirse ese tipo de lujos, pues para su supervivencia dependen mucho del gobierno, de la publicidad y de los inversionistas.

Como ejemplo de uno de los primeros blogs en Rusia se ubica al portal Anfrax, que lo lleva un joven ruso de 20 años, originario de ciudad Obninks (cerca de Moscú). En general este proyecto corresponde a todas las reglas de blog: tiene enlaces, comentarios cortos y posibilidad de debates. A diferencia de muchos blogs Anfrax se actualiza sólo una vez al día, y no durante todo el día como lo hacen la mayoría de los blogs.

Hace ocho años el referido blog se veía así:



Render.ru идет ко дну... "Вероятно, с сайта снимется финансирование, поскольку в течении нескольких лет сам по себе сайт приносит ежемесячные убытки (это зарплаты переводчику, верстальщику, хостинг (трафик полтеррабайта/мес)), которые не покрываются даже частично. Это с учетом того, что сайту с некоторыми разделами помогают и просто добровольно. Последнее отключение сайта на неделю было связано именно с финансовыми вопросами."

Большой-большой форум, где все это обсуждается.

источник: Игорь Спрыжков
прокомментировать(0)

Не хотите принять участие в легендарном конкурсе на пятикилобайтную страничку? У вас есть время до 16 июня. Ровно месяц.

источник: anfrac
прокомментировать(0)



На многих западных сайтах последние два дня бурно обсуждается выпуск в продажу нового напитка концерна Coca-Cola под названием Vanilla Coke. Можете заглянуть на официальный сайт, посвященный этому напитку (флэш)...

p.s. Никто не пробовал?

источник: Moger
прокомментировать(0)

Выходом финальной версии наконец-то закончился бета-сериал под названием WinRAR 3... Для справки- обширный список изменений.

источник: anfrac
прокомментировать(0)

WinRAR 3
0.9 mb | exe | -



"...мадам Козьякина в летних турнюрах..." Честно говоря, я всегда считал, что турнюр- это такая подушечка, которую отдельные дамы клали под платье несколько ниже спины для придания дополнительного объема фигуре. Но летний турнюр? Стремительный домкрат? Полез разобраться. Оказалось, что турнюрком также называлась "пышная сзади юбка"... А выяснил я все это на сайте Сарафан.ру, который могу смело порекомендовать всем интересующимся историей одежды- там про турнюры и прочее просто и толково изложено. С картинками.

источник: anfrac
прокомментировать(2)

Новая Опера. Как и упомянутый ранее WinRAR, не бета, а вполне финальная версия. И тоже с приличным списком изменений.

Opera 6.02 (with java)

Si bien se considera a Dave Vainer como creador del primer blog, pues desde 1997 en su portal weblog "Scripting News", contaba sobre novedades en el campo de tecnologías informáticas. Este hecho se puede discutir, ya que según Alexei Andreev en Rusia los blogs aparecieron mucho antes, pero se llamaban "resúmenes" o "reseñas" (9; *Manifiesto de la literatura web; 2004*). Cabe recordar las notas de Alexander Gagin, publicadas en el *Paravozov News* el 6 de noviembre de 1996, que tienen todas las características de un weblog: comentarios cortos acerca de enlaces en la red o en torno a un acontecimiento en el mundo.

El primer blog que se hizo famoso en el territorio de la ex Unión Soviética fue el portal voffka.com, abierto el 6 de febrero del 2003. Este blog adquirió gran fama porque ofrecía a sus visitantes los temas más actuales para su discusión. Hasta ahora ese blog sigue siendo muy consultado. En 2006 dos blogs rusos ganaron premios en el concurso internacional de blogs "The BOBs-2006", organizado por *Deutsche Welle*, en Berlín. El reconocimiento al mejor "blog corporativo" fue concedido al diario de *Vasily Utkin*, sobre fútbol en el marco del proyecto "Deporte hoy". En la categoría de la lengua rusa, el mejor blog fue "Magazeta online: Todo sobre China", que une a la gente interesada en política, economía y cultura de China, y es una importante fuente de información.

3. Blog-servicios populares en Rusia y su historia

Aquí se enumeran los más populares blogs en Rusia, según los datos proporcionados por el Centro de información e investigación Rambler-ru.net, con fecha del 22 de junio del 2007. Son los estadounidenses *Livejournal*, *Blogger*, *Турпад*, *Windows Live Spaces*, *Wordpress* y los rusos *Diary.ru*, *Liveinternet*, *Блоги@Mail.Ru*, *Рамблер Планета*, *Lj.Rossia.Org*, *Journals.ru*, *Mmm... tasty*.

Sobre esos blogs enseguida comentaremos.

Блоги@mail.ru es un servicio gratuito para crear blogs en el marco del portal mail.ru. Este servicio, lanzado el 24 de noviembre de 2005, da la oportunidad de crear blogs a cualquier usuario que tenga una cuenta en los siguientes dominios: mail.ru, list.ru, bk.ru, inbox.ru. Igual que en el *LiveJournal*, los usuarios pueden establecer relaciones sociales, formar asociaciones, etc. Además, desde septiembre de 2006 apareció el servicio de audiograbaciones que se hacen en el blog por medio del teléfono celular.

Diary.ru, @diarios es un servicio Web de diarios online, de asociaciones particulares y colectivas que pertenecen a usuarios registrados en el portal www.diary.ru. Este portal es propiedad de la compañía de Internet Kubanskaya "Kubik". Lo administran empleados de la compañía propietaria y varias personas de confianza. Aquí un poco sobre historia del portal:

El 5 de marzo de 2002 surgió el proyecto *Mylife.yuga.ru*, diario online que formaba parte de <http://forum.yuga.ru>. Al lanzar el proyecto sus elaboradores no suponían que éste iba a desarrollarse tan rápido. Los primeros usuarios y autores de los diarios fueron la gente de la compañía "Kubik", quien empezó a escribir con mucho entusiasmo, y también a leer y comentar. Pronto el proyecto se hizo tan entretenido que sus amigos, conocidos, y familiares se animaron a participar. Si echamos un vistazo al contenido del Internet ruso (o como también lo llaman Runet) de aquellos tiempos, encontraremos la siguiente descripción del servicio: *Yuga.LIFE*, <http://mylife.yuga.ru/>, la cual es un sistema de diarios online con la posibilidad de llevarlos offline.

Hoy en día cada uno puede crear y llevar su propio diario, hacer ahí las anotaciones que quiera, contar lo que le interesa, compartir sus pensamientos y lanzar ideas que considere interesantes, es decir, vivir una plena vida virtual. Precisamente por eso se llama LIFE. En este momento *Yuga.LIFE* cuenta con unos quinientos diarios. La primera persona que registró un diario en este portal -el 7 de marzo de 2002- fue VitalyOFF, quien no era de la región Krasnodarsky (el lugar donde se originó el proyecto). El primer usuario extranjero que abrió en este portal su diario -el 20 de marzo de 2002-, fue kore@n dog. Para entonces en *Mylife.yuga* empezaron a aparecer los primeros autores de Moscú, San Petersburgo, y de otros lugares. Pero el dominio seguía siendo el mismo, y los diarios todavía estaban integrados con los forums y tenían un registro general.

Re@nimator (es nike – nombre de Quim Belov) comenta: "Nosotros crecimos y nos hicimos grandes, muy grandes. Por eso sentimos la necesidad de tener nuevo dominio. Yo descubrí *Diary.ru*. Para ser más exactos resultó que sus dueños no prolongaron el registro. Este dominio pertenecía a la agencia Diary que de alguna manera rara estaba conectada con el sistema de educación. Sin arreglar el asunto nosotros registramos el dominio. Este hecho memorable ocurrió el 11 de septiembre del 2002" (13; Internista con Quim Belov ; Revista Rusa; 2004).

El 2 de abril del 2003 cambiaron el diseño de *Diary*: se modificó el menú, se añadieron nuevas funciones, y los diarios obtuvieron la forma a la cual está acostumbrada la mayoría de los usuarios. En agosto de 2006 lanzaron una prueba de diarios de pago.

Los @diarios tienen muchas funciones útiles, lo que los convierte en un recurso muy atractivo para usuarios rusos. En la categoría de las preguntas más frecuentes se puede encontrar toda la información sobre cómo funcionan los diarios, y en la categoría de reglas la información relativa a los derechos que tienen los usuarios de @diarios, y también sobre lo que se puede y no se puede hacer en el espacio del diario.

LiveInternet.ru es un proyecto de la compañía Klimenko y Ko, que en 2003 unió el contador de estadística *rax.ru* y el servicio de diarios *li.ru*, elaborados por un equipo de trabajo bajo la dirección de German

Klimenko. Más tarde el portal *liveinternet.ru* reunió otros proyectos de los elaboradores, y dos de sus principales integrantes quedaron como los más populares entre los usuarios.

La palabra *LiveInternet* surgió al descifrar la abreviatura li.ru, el dominio donde funcionaban los diarios al principio.

LiveInternet es el servicio más grande en Rusia que permite que cada usuario lleve su diario, que integra blogs de diferentes usuarios, que organiza la comunicación entre los usuarios de los blogs y las suscripciones a actualizaciones en blogs.

El servicio brinda las opciones de:

- Añadir mensajes a diarios a través de una interfaz Web (Web-interface), también aplica a clientes Web, por correo electrónico y SMS.
- Comentar las anotaciones en diarios del portal, y también en otros sistemas de diarios compatibles con OpenID.
- Añadir a sus mensajes imágenes, votaciones, informes (pronóstico del tiempo, programas de TV), descargar diferentes tipos de archivos de forma cómoda, y utilizar hasta 12 iconos propios (avatars).
- Leer actualizaciones en diarios seleccionados, así como en otros RRS canales: a través de la lista de amigos en Internet, por medio de una suscripción por correo, en clientes Web.
- Formar asociaciones, y también participar en los trabajos de las asociaciones temáticas que ya existen.
- Ajustar el aspecto exterior del diario, así como el acceso a cada una de las anotaciones y al diario entero.
- Navegar en diarios y en asociaciones que existen dentro de estos diarios, utilizando partes de diarios, calendarios, citas, buscador por mensajes, y extractos según los intereses y ciudades.
- Utilizar los servicios integrados de álbumes de fotos, forums, contactos y mensajes personales entre usuarios. Se puede conectar una cámara Web al diario.
- Pedir defender sus intereses y exigir la libertad de palabra, según las reglas de portal, asimismo hacer cualquier pregunta a elaboradores y a la administración del proyecto.

Correo @li.ru es un sistema de correo formado sobre la base del portal *liveinternet.ru* con el fin de dar la posibilidad de que los usuarios de diarios tengan correos electrónicos con nombres cortos para poder recibir suscripciones desde diarios. También este correo dispone de un filtro contra correo basura (antispam) que funciona de manera adecuada y que es capaz de guardar muchos mensajes necesarios. Ajustar el filtro es sencillo y también se puede quitar, de ser necesario. A cada usuario le asignan un espacio de 2 MB en su correo electrónico, lo que significa que los mensajes que tienen más de 2 MB no se reciben.

Servicio de encuentros *LiveInternet*. Es un servicio tradicional en Internet que ayuda a la gente que quiere conocer a otra gente a encontrarse. Un usuario que no está registrado puede ver perfiles de otros usuarios, seleccionándolos según los criterios que le interesan, con la ayuda de un buscador instalado. Al registrarse el usuario tiene acceso a las fotos de los perfiles seleccionados, a la información detallada de las personas, y puede establecer una comunicación con las personas de su interés a través de sistema interno de correo. El usuario registrado también puede crear y redactar su perfil, así como descargar fotos y añadirlas. Al hacer cambios el perfil se va modificando. Como resultado este perfil se admite o rechaza, de lo cual el moderador informa al usuario explicándole los motivos de rechazo.

Lj.Rossia.Org es un servicio ruso de blogs que es análogo a *LiveJournal* y que trabaja con los mismos programas informáticos (software). Se abrió después de que se congelaron los blogs en el portal *LiveJournal.com* protestando contra violaciones de libertad de palabra y contra denuncias anónimas a usuarios de *LiveJournal*.

La versión de *LiveJournal* que se utiliza en *Lj.Rossia.Org* se desprendió de las versiones de *LiveJournal.com* y la apoyan los colaboradores rusos del proyecto. Ellos hicieron muchos cambios, por ejemplo, los usuarios de *LiveJournal.com* (ya no tienen que introducir un login gracias al esquema Open ID) se igualan a los usuarios registrados, y no a los anónimos (como en la versión original de *LiveJournal*).

Sin embargo, en ese momento *Lj.Rossia.Org* era vulnerable, y los hackers podían controlar las cuentas de

las personas que visitaban la revista. Se hicieron mejoras a la versión original para corregir el problema en enero de 2006. Además en *Lj.Rossia.Org* todavía no están disponibles servicios de pago, tanto como el esquema de flujos de transmisiones.

Al comienzo, para evitar confusiones, cada usuario de *LiveJournal.com* podía tener una cuenta con el mismo nombre. Si se ocasionaba algún conflicto de nombres, al usuario automáticamente le proporcionaban la cuenta con el mismo nombre. Pero en el 2006 suprimieron esta regla.

Uno de los objetivos más importantes de este proyecto es crear un tipo de esclusa automática para que los mensajes que dejan en *Lj.Rossia.Org* puedan aparecer en *LiveJournal.com*, y los comentarios se dirijan a *Lj.Rossia.Org*. Esto garantiza que el usuario tenga libertad de palabra (si se congela la cuenta en *LiveJournal.com*, el diario se guarda) y proporciona flexibilidad excepcional (un usuario no debe elegir entre estos dos servidores). Por eso muchos usuarios de LiveJournal duplican sus blogs en este portal.

Journals.ru es otro LiveJournal en la Web rusa. LiveJournal es un servicio donde se colocan diarios online (blogs) o un blog particular ("diario", "revista"), y que dispone de un conjunto de funciones que son habituales para los blogs: posibilidad de publicar anotaciones, comentarlas, etc. También existen funciones complementarias muy cómodas, la mayoría de las cuales son gratuitas y están accesibles a cualquier usuario.

LiveJournal se diferencia de servicios como @diarios por no tener publicidad obligatoria, incluso en los blogs gratuitos. También por la posibilidad de agregar a otros usuarios de LiveJournal a su lista (así llamada banda de amigos), situación que favorece la aparición de redes sociales que también pertenecen a blogs colectivos de asociaciones de LiveJournal.

En el Internet de Rusia, LiveJournal ganó mucha fama, al mismo tiempo la estructura de esta versión rusa es muy diferente. En Rusia muchas personas famosas, varios partidos políticos, organizaciones civiles, etc., tienen sus propios LiveJournals.

Los tipos de cuentas.

En el sistema de Journals.ru existen cinco tipos de cuentas:

1. Gratuitas. Sus propietarios no pagan por el servicio y tienen acceso sólo a recursos básicos del sistema.
2. De pago. Sus propietarios pagan por el uso del sistema y por eso tienen acceso a todos los recursos y funciones complementarias: pueden controlar el modo de presentación de sus anotaciones, también disponen de nuevos medios para publicarlas, pueden realizar la búsqueda de otros blogs, además de poder dar alojamiento (hosting) de imágenes y audio grabaciones, organización de votaciones y de transmisiones de canales RSS y de fuentes Atom, etc.
3. Primeros usuarios. Estos eran bloggers que se registraron en LiveJournal hasta mediados de septiembre del 2000 sin pagar por sus LiveJournals, ellos podían usar diferentes recursos del buscador y ajustar sus blogs aunque más tarde estos servicios se convirtieron en servicios de pago. A este tipo de cuenta también se le llama de usuario original.
4. Patrocinados. Este tipo de cuenta apareció el 18 de abril de 2006. Sus propietarios pueden utilizar una parte de las funciones que antes estaban accesibles sólo a usuarios de cuentas de pago, pero permitiendo a cambio la colocación y revisión de banners (pancartas, emblemas) en las páginas de sus blogs o en las páginas de la administración. En cualquier momento las cuentas gratuitas o las de pago se puede convertir en cuentas patrocinadas o volverlas a su estado original, según lo que el usuario quiera. Un usuario de una cuenta patrocinada tiene acceso a las siguientes funciones: alojar imágenes, crear temas de humor, etc. La publicidad para los banners se elige según los datos de los usuarios que están abiertos (edad, sexo, intereses) y/o según las preferencias del usuario. Los banners en revistas de usuarios patrocinados se visualizan sólo a usuarios de cuentas gratuitas, originales y patrocinadas, así como a usuarios anónimos.
5. Usuarios constantes. Este estatus se otorga a los colaboradores de Journals.ru o a los bloggers que hicieron alguna aportación al desarrollo del proyecto (por ejemplo, algunos creadores de clientes Web que permiten trabajar con blogs estando offline). Además, a veces se puede comprar ese estatus en ventas especiales. Los usuarios constantes tienen acceso a todos los recursos de las cuentas de pago y también a un espacio 10 veces más grande de lo normal para guardar imágenes.

Esta división de cuentas da a *Journals.ru* una gran ventaja: en los blogs gratuitos no hay publicidad que imponga el tener banners puesto que las finanzas para el proyecto se consiguen de otros medios.

Colocación de publicidad en diarios.

Como ya se ha mencionado, el 18 de abril de 2006 en *LiveJournal* lanzaron banners publicitarios, y los usuarios tuvieron la oportunidad de poder utilizar recursos corrientes y algunas otras funciones accesibles de los usuarios de cuentas de pago a cambio de colocar publicidad en las páginas de sus diarios. Esta opción se estuvo discutiendo desde el 8 de marzo del 2006 en la asociación LJ-сообщество_lj_biz. A esta publicidad se le impusieron las siguientes condiciones:

- Los usuarios que pagan no tienen que ver su publicidad.
- En los diarios de paga la publicidad no se visualiza.
- La publicidad aparece en los diarios gratuitos si los usuarios optaron por verla.
- Los usuarios que no pagan, pueden activar o desactivar la visualización de publicidad cuando quieran (al mismo tiempo adquieren o pierden el derecho de utilizar funciones complementarias).
- Los usuarios que accedan a la visualización de la publicidad pueden escoger por los temas que les gustan.

Información sobre el usuario.

Durante el proceso de registro de un usuario de *LiveJournal* éste escoge el nombre único para su blog que puede contener números, letras latinas y símbolos de subrayado. En adelante este nombre se puede cambiar sólo pagando o en casos particulares (por ejemplo, en caso de cambiar un conjunto de símbolos admisibles en nombres). Además, un usuario de *LiveJournal* puede rellenar un cuestionario especial que se llama "perfil del usuario", o modificarlo durante su registro y después.

El perfil del usuario contiene los siguientes datos:

- Nombre del autor del blog: nombre o pseudónimo del autor del blog -que siempre van a acompañar el nombre del blog en *LiveJournal*-.
- Fecha de nacimiento y sexo -esos datos suelen utilizarse para análisis estadístico.
- E-mail: si esta información está abierta, el e-mail puede utilizarse para mandar mensajes al autor de blog.
- Dirección y nombre de página Web: si el bloguero tiene su página en Internet, se puede incluir un link a esta página en su blog de *LiveJournal*.
- Educación: datos de instituciones de enseñanza donde el usuario estudió o está estudiando.
- Identificador (o números) de contactos de Internet-localizadores: permiten ponerse con contacto con el autor de blog a través de AOL IM, ICQ, Yahoo!, MSN Chat, Jabber, Google Talk, Skype o Gizmo.
- Situación geográfica: se indica país, ciudad y región donde se ubica el autor.
- Zona horaria: sabiendo la zona horaria los lectores pueden hacerse a la idea de cuando el bloguero duerme y cuando no.

También en el perfil de cada usuario hay espacio para una mini-biografía. Cabe señalar que los usuarios que pagan y los constantes de *LiveJournal* pueden hacer búsqueda por estos datos, excepto por la biografía, lo que les ayuda a encontrar nuevos blogs interesantes para leer, o encontrar en la blogósfera a personas de las que antes sólo sabían algunos datos.

Sistema de intereses.

En su perfil cada bloguero de *LiveJournal* puede publicar la lista de las cosas, ideas, ocupaciones, personalidades, obras literarias, etc. que le interesan. En adelante esta información sirve para diferentes fines relacionados entre ellos, como son:

- Todos los usuarios de *LiveJournal* (incluso los gratuitos) tienen acceso a la búsqueda de blogs según sus intereses. La Interfaz de la búsqueda es bastante sencilla: cada uno de los intereses enumerados en la lista (si este interés no es el único en *Journals.ru*) automáticamente se convierte en hiperenlaces a los resultados de búsqueda.
- Se hace más fácil detectar el grado de semejanza entre los propios intereses del usuario e intereses de otros blogueros: al revisar otro perfil, los intereses que coinciden aparecen en letras gruesas.

- Si hay necesidad de marcar qué intereses del usuario coinciden con los de otro bloguero, los elementos enumerados en otra lista pueden ser adoptados parcialmente mediante una interfase especial.

Limitaciones de la lista de intereses

El número de intereses de un usuario de LiveJournal no puede superar los ciento cincuenta. Cuando la cantidad se aproxima al límite indicado el usuario puede iluminar los intereses menos importantes utilizando una interfase especial.

Al describir un interés es necesario limitarse a cincuenta letras y cuatro palabras. Por eso cuando hay más de 4 palabras pero menos de 50 letras, algunos blogueros listos sustituyen los espacios blancos por símbolos de subrayado.

Amigos (friends).


Cuando el usuario de LiveJournal descubre semejanzas de intereses con las de otros blogueros y/o cuando es interesante leer el blog de otro, el usuario puede añadirlo a la lista de sus amigos a los cuales también se les llama "friends". En *Journals.ru* automáticamente se hace más fácil comunicarse con estos amigos y leer sus blogs. Además, los amigos de los blogueros tienen derechos especiales, sobre todo leer sus anotaciones marcadas como "sólo para amigos" (así llamadas anotaciones "bajo la llave")

Durante mucho tiempo la cantidad de los amigos que era posible añadir a la lista de contactos estaba técnicamente limitada a 750 en segmento latino (en segmento cirílico – 1000). Ahora ya no existe el límite, pero para agregar a los amigos tienes que irte a través de la ayuda que aparecen en la pantalla (aparecen al dirigir cursor hacia signo de usuario de LiveJournal). Todavía no se puede agregar más de 750 (1000) amigos a través de consola o "página para añadir amigos" (lo hicieron con el fin de evitar "serial adding"). Para cada usuario de LiveJournal automáticamente se crea y se actualiza la página Web que contiene anotaciones las hechas en los blogs de sus amigos clasificadas según el orden de las publicaciones. Al ser muy parecida a las listas de noticias que ya existen en Internet esta página se llama banda de amigos.

Derechos de amigos o anotaciones "bajo llave".

Las anotaciones están accesibles sólo a los amigos y se llaman así porque siempre van acompañadas por una imagen de una llave pequeña. Sólo el bloguero y sus amigos pueden ver estas anotaciones.

Se puede ajustar el blog entero en el modo "sólo para amigos". En este caso todas las anotaciones anteriores se convierten en las "bajo llave" y todas las futuras anotaciones también lo serán. Si el blog regresa a su modo normal de trabajo, el estatus de anotaciones se recupera.

BlogsNews es un proyecto organizado en 2005 para mostrar y sistematizar lo más interesante y actual que hay en los blogs desde el punto de vista de los usuarios de Internet, y también para echar un vistazo al estado corriente de blogósfera rusa. Los materiales se recogen automáticamente sin la participación de redactores. Para la búsqueda, evaluación y colocación de los mensajes se aplican diferentes filtros y reglas, así como el sistema intelectual de reconocimiento de temas de textos. Los visitantes del portal reciben un resumen imparcial, independiente y objetivo de lo que está pasando en el mundo preparado por la gente común y corriente. *BlogsNews* es un medio de comunicación verdaderamente popular donde cada uno puede formar parte. Para los autores *BlogsNews* es una excelente oportunidad de ser parte de un medio de comunicación de nueva generación, de hacerse más reconocido, famoso y leído. Los autores que por alguna razón no quieren difundir sus diarios en el portal *BlogsNews.ru*, pueden negarse a participar en el proyecto. Además los lectores tienen derecho de recomendar a los autores los materiales de los cuales merecen la pena ser publicados en el portal. Más de 300 blogueros participan en el proyecto. Todas las noticias están divididas en subtemas: economía, sociedad, cultura, técnica, ciencias, deportes, filosofía, religión, moda, espectáculos, también hay subtemas como imágenes, videos, audio. Las noticias se actualizan cada 30 minutos por canal el RRS .

4. Principales tipos de blogs.

Según los datos del centro de información e investigación *Rambler-ru.net*, para el 22 de junio del 2007 los principales blogs que de acuerdo a su temática se han vuelto populares en Rusia son: Blogs corporativos, Blogs científicos, Blogs políticos, FotoBlogs, Podcast, OpenID, Blogcasting, Tlog, Blog Fantasma.

Tlog (abreviatura de inglés “tiny log”) es una variedad de blogs con la diferencia de que aquí las anotaciones pueden ser sólo de un cierto formato (cita, video, enlace, canción, conversación, etc.). Tlog también se destaca por su presentación: es una banda estrecha que puede contener un texto de 420 px. No más. En el periódico *Vdemositi* (<http://www.vedomosti.ru/newspaper/article.shtml?2007/04/18/124297>) se dice de los tlogs: “Tlogs es una cosa más simple donde los autores de las anotaciones están libres de todas las obligaciones, tanto como los lectores”.

OpenID fue elaborado por Brad Fitzpatrick, uno de los creadores de LiveJournal. Diferentes especialistas lo estuvieron perfeccionando, ya que a diferencia de TypeKey, OpenID al principio fue pensado para ser independiente de los proveedores de autenticación. Para mejorar sus mecanismos, animar a los colaboradores, proveedores y para divulgar el proyecto más rápido, se aportaron 50,000 dólares en agosto de 2006, de esa suma, 5,000 dólares fueron destinados a cada 1 de los 10 grandes proyectos “opensource” que recibieron ayuda de OpenID. Comenzando por la versión 1.1 OpenID que utiliza protocolo Yadis. Hace poco lanzaron la nueva versión 2.0.

Blog “Fantasma” (de inglés “ghost blog”) son blogs que lleva una persona o compañía utilizando otro nombre, o un anónimo. Las opiniones sobre el lado ético de uso de este tipo de blogs son divergentes. Los que están a favor prefieren comparar la manera de llevar este blog con el proceso de preparación de notas de prensa o cuando se escriben discursos para un político o la dirección de empresa. Como se sabe esto se practica y es más correcto decir que es común que ético. Los que están en contra dicen que esos blogs no son sinceros ni fidedignos, y la gente que los realiza puede tener opiniones diferentes de lo que escribe.

Blogcasting proviene de inglés “blogcasting” que se forma de las palabras “blog” (diario online) y “broadcasting” (radio o teledifusión, amplia difusión) es un tipo moderno de diario online. Blogcasting proporciona la información en forma de sonidos normalmente en formato MP3. Se considera que blogcasting es una simbiosis de los blogs y el podcasting. Blogcast es un blog que transmite sonidos. Tiene una interfase que permite a los usuarios descargar comentarios en sonidos.

La principal particularidad de un blogcasting que lo hace diferente a los podcasting, es que los amigos en los blogcasting tienen la oportunidad de añadir sus opiniones o completar el material del autor con su propio material, es decir, existe retroalimentación.

A las anotaciones o temas en los blogcast se llaman flujos. Cada flujo se compone del material del autor, es decir, de un mensaje en formato mp3 y de materiales agregados por los usuarios. Así los autores del flujo se consideran como las personas que añadieron su material para el flujo. El flujo puede tratar de cualquier tema y puede contener cualquier número de archivos media.

Para los usuarios, el blogcast representa el conjunto de uno o varios archivos mp3 y la lista de reproducción (play-list). El usuario descarga el flujo en su computadora o en su player (reproductor estéreo portátil) y lo puede escuchar donde y cuando quiera. Otra opción muy interesante consiste en que el blogcast se genera automáticamente desde un texto, por ejemplo, mediante de un servidor.

Fotoblog es un portal de la Web que tiene en su base fotos que se publican regularmente y que a menudo van acompañadas por el nombre, fecha/hora, descripción en forma de texto, datos Exif, etc. Normalmente a los fotoblogs se les pueden agregar comentarios, mostrar el índice de popularidad (rating), etc. El Fotoblog se apoya en la tecnología RSS y Atom. Pueden ser de un autor o colectivo. Existen fotoblogs móviles hechos con cámara instalada en un celular. Otra variedad de fotoblogs es la de texto. Aquí se enumeran algunos catálogos de fotoblogs:

- www.photoblogs.org (está en inglés) es un portal conocido mundialmente que tiene en su base más de 20.000 blogs de todo el mundo.
- www.photoblogs.ru es un blog sobre fotoblogs y al mismo tiempo es un catálogo de fotoblogs rusos.
- directory.mblog.ru son fotoblogs que se encuentran dentro de un catálogo en mblog.ru

- VFXY Photos (está en inglés) aquí hay fotos de los mejores fotoblogs en el mundo que se actualizan cada hora.

Ejemplos de fotoblogs en el Internet ruso (Runet):

- MOPOTO es un fotoblog móvil. Ofrece un servicio simplificado para colocar fotos hechas con un celular en Internet sin usar una computadora. Permite organizar la exportación a la mayoría de servicios del blog.
- Fotoblog Birsky|RSS es uno de los primeros fotoblogs en el Internet Ruso.
- Fotoblog Krymsky|RSS es un fotoblog de la región Crimea.
- DeFin FOTO es un fotoblog del autor Anatoly DeFin.
- Fotoblog Balaklavy |RSS es un fotoblog del autor Balaklavsky.

Podcasting proviene del inglés “podcasting” que fue formado por dos palabras “iPod”y “broadcasting” (amplia difusión). Es un modo de publicar el flujo de la media, el cual suele incluir transmisiones de sonidos o videos en la red (normalmente en formato mp3) donde estos flujos se anuncian de una manera especial que permiten automatizar el descargo de nuevas ediciones en un reproductor.

El público al que va dirigido el podcasting son los usuarios de las computadoras personales que probablemente tienen reproductores portátiles. Para que la reproducción de podcast sea más cómoda existen programas informáticos que regularmente piden informes al portal Web con el fin de enterarse de la aparición de las nuevas grabaciones. Luego estas grabaciones se descargan en la computadora del usuario y después, posiblemente, en un reproductor portátil.

El Podcast es una alternativa ventajosa respecto a la radio y teledifusión puesto que no requiere tener licencia para una frecuencia y está accesible a cualquier hora conveniente para el usuario. Actualmente algunas radio estaciones (Svoboda, Nemezkaaya volna) y algunas estaciones de televisión (NTV) publican podcasts junto con la difusión normal.

Un Podcast-Terminal es un sitio Web que apoya el alojamiento de archivos media y que de alguna manera automatiza la colocación de grabaciones y suscripción a actualizaciones. Podcasts son un archivo o una serie de archivos que se actualizan regularmente y que se publican en Internet con una dirección.

Vasily Strelnikov y Oleg Chistov fueron los primeros en lanzar la iniciativa de abrir el primer podcast-portal y hosting (“RussianPodcasting”) en Rusia. El podcast corresponde al concepto audioblog sólo que un blog se entiende como consecuencia de anotaciones en forma de páginas Web (en formato de HTML), y un podcast siempre proporciona una revisión automática de actualizaciones a través de formato RSS.

Blog corporativo es un blog que se publica por una organización y que se utiliza para mantener contactos con el público tanto para organizar trabajo interno como también se usa como blog científico y político.

Un Blog corporativo interno es un medio muy importante de comunicación, sobre todo en las compañías grandes. Tiene las siguientes ventajas:

- Un blog puede ayudar a mejorar relaciones entre los empleados, da la oportunidad de estudiar, sirve para lanzar nuevos proyectos y para poder trabajar en colectivos grandes y heterogéneos.
- Un blog ayuda a mostrar diferentes puntos de vista sobre algunos temas. El hecho de poder dejar mensajes y comentarios es una buena oportunidad de manifestarse ante todo el colectivo.
- A través de las discusiones sobre un tema dado el blog ayuda a encontrar el compromiso si hay diferentes opiniones.
- A través de un blog los dirigentes pueden establecer vínculos de cooperación con los empleados.
- Un Blog puede mostrar la “historia de una empresa”, como el archivo de ideas.

Muy a menudo cada empleado puede dejar sus comentarios en torno a cualquier mensaje. La política que sigue la empresa determina quienes serán los autores del blog. Normalmente cualquier empleado tiene derecho de escribir mensajes.

El Blog interno es una alternativa o complemento a reuniones corporativos. A veces los empleados de grandes compañías no tienen la posibilidad de organizar reuniones porque, por ejemplo, las sucursales están lejos o por estar muy ocupados. En este caso el blog tiene ciertas ventajas sobre el e-mail como un medio de comunicación corporativo interno. Las razones para eso son:

- Cuando hay muchos mensajes, la comunicación se hace difícil;
- No todos los empleados saben como archivar bien los mensajes por lo cual luego no pueden encontrar la información necesaria.

Para una empresa es importante tener un blog público con el fin de poder establecer comunicación con clientes (actuales y potenciales), ya que en un blog público los mensajes se publican de una manera muy operativa y se puede dejar comentarios.

Los blogs son un complemento valioso al portal corporativo porque aquí se pueden ubicar puntos de vista alternativos sobre diferentes asuntos, además se pueden describir productos de la compañía en forma más sencilla y comprensible.

5. Conclusión.

Durante los últimos cuatro años los blogs han ganado fama mundial. Rusia no ha sido la excepción. Entre los blogueros rusos existe la opinión que los primeros blogs aparecieron en Rusia, sólo que los llamaban “resúmenes”. Se puede discutir mucho tiempo sobre donde se originaron los blogs y quién fue el primero. En mi opinión esto no es tan importante. Lo más relevante en todo esto es el papel que desempeñan los blogs en la sociedad moderna. Se puede estar seguro de que en el Internet ruso se formó una blogósfera independiente con sus propios centros de influencia – blogs servicios.

Según diferentes datos, en el Internet ruso constantemente conviven y se relacionan desde 50 hasta 200 mil de blogueros (más de 5 veces a la semana se actualiza la banda de noticias) y unos 200 mil tienen sus blogs pero no los llevan regularmente. Es muy difícil calcular el número de blogueros pero es cierto que sus creaciones son muy populares entre los usuarios de Internet. Para asegurarse de eso basta revisar cuanta gente visita diariamente el portal noticiero BlogsNews: 300 visitantes diariamente, la banda de noticias en BlogsNews se compone de las noticias que se recogen en los blogs.

Como se sabe no existe el mecanismo que permita controlar lo que escriben los blogueros, ya que no hay esta censura en Internet, pero sin embargo, en los medios de comunicación oficiales no vamos a encontrar a nadie que se atreva a criticar la política del presidente de la Federación Rusa, al gobierno o al partido “Edinaya Rossia” (Rusia Unida). Así que el Internet y los blogs se quedan como las únicas fuentes de información independientes, los únicos medios de comunicación donde las oposiciones y los ciudadanos rusos tienen libertad real de expresión y de opinión.

Bibliografía

1. Евгений Горный. Летопись русского интернета: 1990-9999. // Zhurnal.ru
http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/texts/ru_let/index.html
2. Евгений Горный, Александр Шерман. Александр Гагин. // «Инфократия», март 1999.
http://www.guelman.ru/vse_obozrev/gagin.htm
3. Антон Носик. интернет – не СМИ // Vesti.ru
<http://old.vesti.ru/editor/2000/01/26/internetsmi/>
4. Умберто Эко. От интернета к Гуттенбергу. <http://spectator.ru/texts/frominternet>
5. Гари Вульф. Мудрость Св. Маршалла, Священного Глупца. // Русский Журнал
http://www.russ.ru/netcult/20010419_wolf.html
6. Линор Горалик. Они жили долго и счастливо и так никогда и не умерли. // Русский Журнал
http://www.russ.ru/netcult/20000922_goralik.html
7. Михаил Ямпольский. Интернет, или постархивное пространство. // Новое литературное обозрение.
<http://nlo.magazine.ru/philosoph/sootech/main7.html>
8. Евгений Горный. Интернет для журналиста // Русский Журнал.
<http://www.russ.ru/netcult/99-05-27/gorny.htm>
9. Андреев Алексей. Манифест Сетевой Литературы или Личный Опыт Поэтической Независимости. // Litera.ru
<http://www.litera.ru/slova/esse/manif.htm>
10. Линор Горалик. Нас мало, но мы умеем. // Русский Журнал.
http://www.russ.ru/netcult/19990802_goralik.html
11. Дмитрий Иванов. Введение к новой рубрике «Net-культуры». // Русский Журнал.
http://www.russ.ru/netcult/cathedra/20010206_ivanov.html
12. Алексей Андреев. ЧЕГОНЕТ, Выпуск 2: КОМПЛЕКС БЭТМЕНА.
<http://www.fuga.ru/articles/2000/11/chegonet-2.htm>
13. Ким Белов, Сергей Корсаков. Принесите нам голову главного редактора (Интервью с Александром Гагиным) // Русский Журнал.
http://www.russ.ru/journal/netcult/98-09-23/belo_new.htm
14. Интервью Дмитрия Иванова с Антоном Борисовичем Н. Создание виртуала — это особый литературный жанр // Русский Журнал.
<http://www.russ.ru/journal/netcult/98-07-02/ivanov.htm>
15. Пенсионер Мухин в путине интернета. // Журнал.Ру <http://www.zhurnal.ru/muxin.htm>
16. Гуманитарное Измерение. С Романом Лейбовым и Кубом беседует Антон Борисович Н. // Журнал «Internet» №2
<http://www.gagin.ru/internet/7/6.html>
17. «Катя Деткина» снимает маску, или Жени Шаден в интернет.
<http://www.crazyweb.ru/rus/16021997.htm>
18. Катя Деткина без маски — серия II-я, заключительная
<http://www.crazyweb.ru/rus/19021997.htm>
19. Александр Житинский. Виртуальная жизнь и смерть Кати Деткиной.
http://www.zhitinsky.spb.ru/what/netman/yellow_pages/4smi/kadet.htm
20. Настик Грызунова. Невод 28 // Русский Журнал
<http://www.russ.ru/journal/netcult/99-03-04/nevod.htm>
21. Носик Антон. СМИ русского интернета: теория и практика // Кузнецов С., Носик А. Интернет для журналиста. М., 2001, с.6-22
<http://institute.org.ru/library/articles/1007654794.html>
22. Александр Ларьяновский. Сидели три обозревателя.
<http://www.novocybersk.ru/internet/2000/02-11.html>
23. П. Шампань. Двойная зависимость. Несколько замечаний по поводу соотношения между полями политики, экономики и журналистики. <http://sociologos.narod.ru/champagne.htm>
24. Марина Литвинович. Что будет осенью-2000. // СМИ.Ру
<http://www.smi.ru/00/08/11/225744.html>

25. Т. Данилова. Невод и т.д. Выпуск 45. // Русский журнал.
<http://www.russ.ru/netcult/nevod/20020421.html>

26. Васильев. Графоманы становятся блоггерами
<http://www.sibnet.tn/article.php?sid=241>

27. Т. Данилова. Невод и т.д. Выпуск 43. // Русский журнал.
<http://www.russ.ru/netcult/nevod/20020415.html>