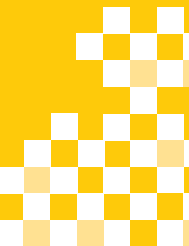


'TOP TEN'



UN DIEZ EN INTERNET

ENTRE LOS 50 'BLOGS' MÁS INFLUYENTES DE EUROPA, 16 SON DE ESPAÑA. Y LOS SITIOS CRECEN ALENTADOS POR LA BUENA SALUD DE LA 'BLOGOSFERA'. ÉSTE ES UN RECORRIDO LLENO DE BITS POR PÁGINAS Y BITÁCORAS BRILLANTES.



MARÍA OVELAR

Son sólo diez. Pero dan una buena idea de la consolidación del Internet español. Una selección de sitios y blogs de España que han dado la campanada. Ya sea porque han merecido un premio en el último año, porque han sido comprados por una empresa o porque encabezan las clasificaciones. Criterios polémicos entre la *blogosfera*. “Es difícil comparar. Los *ranking* tienen algoritmos distintos. Suelen medir el número de enlaces a un *blog* y no tienen en cuenta un dato fundamental: el tráfico”, razona Julio Alonso, propietario de la red comercial Weblogs, SL (con 37 bitácoras, la más importante de Europa).

Sea como sea, son sintomáticos y componen un cuadro que no pinta nada mal. España lidera la lista europea de los 50 blogs más influyentes (elaborada por el portal Wikio) con 16 bitácoras. Alonso asegura: “Se acabó la fase de euforia donde todo el mundo descubre lo maravilloso que es un *blog*, se abre uno y escribe: ‘Hola, mundo’. Hemos entrado en una fase de madurez donde existen otras herramientas como Tuenti, Facebook o Twitter que sirven para decir ese ‘hola, mundo”. Esto ha permitido una mayor especialización y profesionalización. Uno de los sistemas a los que se refiere Alonso ha revolucionado el ciberespacio: Twitter permite comunicar desde casi cualquier plataforma (el móvil es muy común) lo que se está haciendo en ese momento. Todo condensado en 140 caracteres.

¿Y qué hay de los sitios? “Los periódicos *online*, por ejemplo, han ido incorporando rasgos de la *blogosfera* y ya no tienen miedo a enlazar fuera, son mucho más participativos”, asegura Enrique Dans, profesor en el Instituto de Empresa de Madrid. Y las ideas de emprendedores tampoco faltan.

1 UN TRIPLE PELOTAZO

Asegura Jorge Sierra que cuando viajan a Estados Unidos y suben al autobús de la prensa los tratan como estrellas. Nada sorprendente. Este periodista de 30 años, Ángel Marín y Raúl Barrigón gestionan Hoopshype.com, una página sobre la NBA muy respetada en EE UU. “La vendimos a Fantasy Sports Venture [una red de webs deportivas con sede en Nueva York] por una cifra de siete dígitos, es lo único que puedo revelar”, confía Sierra. Es decir, por entre uno y nueve millones de dólares (entre 600.000 y 3,5 millones de euros). La génesis de Hoopshype (nombre que proviene de *hoops*, sinónimo de baloncesto) no tiene desperdicio. “Mientras estudiaba periodismo, colaboraba en una *web* de baloncesto femenino; aquel sitio ganaba dinero. Pensé que una de baloncesto masculino ganaría más”. Barrigón y Martín, con los que trabajó en la puesta en marcha de la versión *online* de la revista *Gigantes* (que fracasó), le ayudaron. Contrataron a colaboradores de EE UU. Y Hoopshype, nacida en 2002, empezó a subir. Entrevistas, artículos de opinión, vídeos, fichas de jugadores, propietarios, etcétera, todo en inglés y administrado desde Madrid por tres vallisoletanos. Hoopshype.com

2 UN ‘GEEK’ EN JAPÓN

Se siente más de Calpe, en la misma provincia, que de Alicante, aunque el país que le cautivó que-

da en otra galaxia. Héctor García, de 28 años, vive en Tokio desde hace más de cinco. Y su *blog* Kirainet, lleno de curiosidades sobre Japón, ocupa desde entonces los primeros puestos de las listas (el séptimo, según la empresa Alianzo). Hace poco, García fundó la *start-up* [empresa emergente] Mirai, pero la crisis ha frenado el crecimiento de este negocio, cuyo fin es ayudar a empresas japonesas a adaptarse al comercio electrónico. “No nos está yendo bien. Este año se ha ido la mayoría de los extranjeros. La industria financiera se colapsa”, dice. Pero él ya ha publicado un libro, *Un geek en Japón* (Norma Editorial; por la tercera edición) y ha firmado un contrato para un segundo. www.kirainet.com

3 EL ‘BLOG’ DE LOS FOGONES

Ferran Adrià acaba de entregarle un premio y Txaber Allué todavía no se lo cree. El Cocinero Fiel ha sido considerado el mejor *videoblog* en el Salón Navarra Gourmet. Allué es profesor de Gestión de Empresas en Tarragona y en la Universitat Oberta de Catalunya (*online*) y ama la cocina desde pequeño. Desde mayo de 2007 sube un vídeo semanal de entre dos y ocho minutos con una receta. “No tengo ni idea de cómo funciona una cocina profesional, pero es una afición, y como también me gustaba el vídeo, me animé. Un día, mi tío [autor del *blog* Desde Mi Cocina] me envió un vídeo de Robert Rodríguez [director de *Sin City*] con una receta de las que incluye en sus DVD. Ahí surgió”. Comparte con quien le sigue en el ciberespacio sus intentos (algunos, fallidos) de preparar truchas a la navarra, pastel de chocolate o polenta. ¿El más famoso? “El primero, el de la tortilla de patatas”. <http://elcocinerofiel.blogspot.com>

4 CIBER-CATÓDICOS

La hecatombe económica arrastró la caída de Mobuzz TV, el *videoblog* nacido en 2004 en España. Cinco de sus colaboradores unieron fuerzas y fundaron La Comuna TV. Martín Milone, de 39 años, es uno de ellos. “Teníamos mi estación de edición, mi cámara HD, guionistas y un *webmaster* y todo, así que decidimos seguir disfrutando de los vídeos”. Desde el pasado enero —mes de su nacimiento— han subido ocho programas (con títulos como *El desamor en tiempos de Facebook*) y diez minivídeos. Un proyecto por amor al arte, libre de anuncios, lleno de humor y noticias sobre *marketing* viral, redes sociales o *blogs*. Y sus esfuerzos se han visto recompensados: ganaron un EuroBlog Award al mejor *videoblog* español el pasado abril. www.lacomuna.tv

5 UNA RED SOCIAL DE PURA CEPHA

Tuenti y sus cerca de 5,5 millones de abonados tejen el rostro cibernético de una gran parte de la sociedad. Ícaro Moyano, madrileño de 31 años, es el responsable de comunicación de una plataforma nacida en 2006 y que, según la leyenda, está habitada por adolescentes. “Sólo entran mayores de 14 años y los menores de 18 representan un tercio del total. El año pasado, Tuenti tenía 23 años, éste tiene 24”, aclara Moyano. Hay más chicas que chicos, lo que, según Moyano, refleja que Internet ya no es sólo cosa

de hombres. Esta comunidad es imparable: si en enero de 2008 acumulaba 2.000 millones de páginas vistas, el pasado febrero sumaba 15.000 millones. Aunque Facebook acabó con su liderazgo ese mismo mes, según la consultora ComScore. Pero se trata de un adelantamiento con truco: Facebook permite a los buscadores registrar su contenido, algo que Tuenti impide. Así, si una persona busca el nombre de otra en Google es probable que entre los primeros resultados aparezca su cuenta en Facebook, por lo que el número de visitantes ocasionales es mayor. www.tuenti.com

6 EL PAPEL EN RED

Su lema es “Publica sin límites”. Bubok, con apenas un año de vida, suma unos 10.000 libros; la mayoría, en castellano. Ángel María Herrera, director general y fundador de Bubok, explica: “El autor tiene todo el control del proceso editorial. Él decide el precio: en eBook puede regalar su obra; en papel, el precio tiene un mínimo para cubrir costes de producción. Luego, por cada venta, el escritor se lleva el 80%, y nosotros, el 20%”.

Los beneficios de Bubok vienen asimismo de servicios adicionales (maquetación, edición, etcétera), pero no son obligatorios. Andreu Teixidor, un histórico de la edición (estuvo en Destino durante diez años), se ha involucrado en el proyecto. A esta empresa de diez empleados le han llovido los premios: en el Startup de Barcelona, en los Plugg’s Start-Ups Rally, entre otros. “Quizá el más importante es el que recibimos la semana pasada a la mejor *web* del año en los Premios de Internet”. Bubok ha fallado su propio galardón. En mayo premiaron la novela de Juan Julián Merelo *Lujoyglamour.net*. “Queríamos demostrar que en este tipo de plataformas se descubren talentos. Por eso escogimos un jurado muy bueno, compuesto por Rosa Regás, Lorenzo Silva y José Ángel Mañas”. El libro ganador se distribuye a través de Elpais.com. www.bubok.com

7 LOS CACHIVACHES DE GENBETA

Se abrió seis meses después de Xataka, perteneciente a la red española de bitácoras comerciales Weblogs, SL, con la vocación de ser un *blog* de *software*. No tardó en adelantar a su hermano mayor en las clasificaciones (primero entre los *blogs* en español, según Bitacoras.com). Genbeta no es un *blog* al uso, porque, como explica Salva Castro, de 29 años y uno de los ocho editores, vive de la publicidad. ¿Un condicionante? “Para nada permite cobrar un sueldo por escribir sin preocuparse de los anuncios que se encarga de atraer Weblogs”. No quiere dar cantidades, pero asegura que pagan bien y que hay quien (es el caso de Javier Penalva, colaborador habitual de Xataka, Applesfera y Genbeta, todos de Weblogs, SL) vive holgadamente. Tanto como para que el año pasado unos *hackers* (piratas informáticos) amenazaran con tumbiar la *web* si Genbeta no pagaba un rescate. “Fue una represalia. Habíamos avisado contra servicios que ofrecían comunicar quién te había borrado de su lista de Messenger si dabas tu nombre y clave. Era un fraude para conseguir contraseñas”, comenta. El ataque les tumbó la *web* durante días. www.genbeta.com

8 UNA PORTADA DE NOTICIAS

Hablar del Internet español significa citar a Ricardo Galli. Este activista de *software* libre y científico de la computación fue uno de los primeros en intentar llevar Internet a Palma de Mallorca, donde reside. Fue pionero en abrir un *blog* y en sumarse a la cultura digital. Con su portal Menéame (creado en diciembre de 2005) aplicó los principios participativos de la *web* 2.0. Se trata de un portal donde los internautas envían y votan noticias del ciberespacio. “Se reciben unas 1.000 al día; al final quedan unas 60”, explica este profesor en la Universidad de Baleares. Un ejercicio de democracia que quedó demostrado a principios de mayo. Un internauta fue vetado, según él, injustamente, extremo que contó en su bitácora. Los usuarios se solidarizaron y mandaron y votaron su noticia en Menéame. Al final del día era la noticia más votada. meneame.net

9 LA ATRACCIÓN TELEFÓNICA

La palma se la lleva Telefónica, que con su portal atrae a siete millones de visitas mensuales, según Nielsen (PageRank lo sitúa en el número 33 de los más populares en España). ¿Cómo ha logrado situarse tan alto la página de la empresa de telecomunicaciones española? “Creemos que una de las claves es que el departamento de Internet es el mismo que el de comunicación y depende de la secretaría general técnica de la presidencia. Consideramos la Red un medio de comunicación con clientes, acciones y sociedad en general. Las claves de su éxito son dos: dar contenidos y saberse posicionar”, argumenta Marisa Navas, directora de comunicación de Telefónica. “En nuestra página encuentras un montón de documentación. Imagina que un estudiante está rastreando Internet en busca de información sobre responsabilidad corporativa. Seguramente acabe en nuestra página porque es fácil de navegar y hemos incluido información sobre el tema”. www.telefonica.es

10 PERIODISTAS ‘ONLINE’

Para muchos son los *oscar*s de Internet. El premio del jurado de la última edición de los BOBs, que entrega el ente público alemán Deutsche Welle, fue para 233grados.com, una bitácora nacida en junio de 2008 (también con premio de Bitacoras.com). “El nombre corresponde a los 451 grados Fahrenheit, la temperatura a la que arde el papel. No es que quisiéramos quemar nada, pero cuando nacimos la situación de la prensa tradicional no era precisamente buena”, apunta Vanessa Jiménez, directora y fundadora de este medio digital. Noticias sobre redes sociales, *marketing*, diseño, entre otras cuestiones, con secciones fijas como *Entre bits* (entrevistas a directores de medios digitales) o *Emergentes* (perfiles de emprendedores *online*) y columnas como la de Jeff Jarvis, reconocido periodista de *The Guardian* y *blogger* (Buzzmachine). Con el nacimiento, hace poco más de un mes, de Lainformacion (www.lainformacion.com), 233grados se ha convertido en el *blog* de comunicación de Lainformacion. Un sitio que ya ha fichado a *bloggers* como Antonio Martínez (Fogonazos) y a expertos como Chiqui Esteban, antiguo director de infografía del diario *Público*. 233grados.com



En los círculos, arriba, y de izquierda a derecha: los creadores de Hoopshype; Héctor García, de Kirainet; el portal de Telefónica y Ricardo Galli (izquierda) junto al diseñador de su sitio Menéame. Debajo, en el sentido de las agujas del reloj: el equipo del *videoblog* La Comuna TV; Vanessa Jiménez, directora de 233grados; Ángel María Herrera, director general de Bubok; cachivaches en la mesa de uno de los editores de la bitácora tecnológica Genbeta; Txaber Allué, fundador del *blog* El Cocinero Fiel, e Ícaro Moyano, responsable de comunicación de Tuenti.

