

La importancia de los blogs en la divulgación/difusión del protocolo. El caso «Protocol bloggers point»

The importance of blogs in the dissemination/difussion of the discipline of Protocol. The protocol bloggers point case

María Gómez Requejo ¹

Recepción: 27/04/2017 Revisión: 05/06/2017 Aceptación: 27/06/2017 Publicación: 27/06/2017

Resumen

Los blogs se han convertido en un vehículo para dar a conocer, comunicar y expresar información sobre un determinado tema. Dentro de la comunidad de expertos en protocolo los blogs constituyen una vía de divulgación que tiene mucho éxito, ya que de una forma asequible –ideas simples, palabras comunes, imágenes atractivas- captan la atención de una audiencia sin conocimientos especializados en la materia. Al mismo tiempo, aunque en menor medida, los blogueros de protocolo están divulgando conocimientos entre un público más especializado (en el bien entendido que un blog no sustituye a una publicación científica ni sus posts pueden ser considerados artículos científicos).

A través de la experiencia de tres años en la gestión de *Protocol Bloggers Point* se ha podido constatar el incremento en la divulgación del protocolo a través de blogs tanto específicos en la disciplina como en otras como: comunicación, marketing y eventos.

Palabras clave: blogs, divulgación, protocolo, difusión, blogueros.

Abstract

Blogging has become a common tool for communicating and expressing information on a particular topic. Within the community of experts in protocol, blogs are a popular way for disseminating information about this subject, because with simple ideas, common words and attractive images, the authors can catch the attention of a general audience. At the same time, although to a lesser extent, protocol bloggers are spreading knowledge among a more specialized public (being concious that blogs do not replace scientific publications nor their posts can be considered academic articles).

The management for three years of www.protocolbloggerspoint.com has stated the increase in the promotion of protocol as a discipline through blogs both specific in this field of study as in others related such as communication, marketing and event planning.

Keywords: blogs, divulgation, protocol, protocol promotion, bloggers.

¹ Licenciada en Derecho Universidad Autónoma de Madrid. Grado en Protocolo Universidad Miguel Hernández de Elche. Doctorando en Derecho UNED. Directora de Formación en GMS Protocolo y Eventos. Profesora en el MBA en Protocolo de la Universidad Europea de Madrid.

Sumario:

1. Introducción.
2. La importancia de los blogs en la difusión/divulgación del protocolo. El caso *Protocol Bloggers Point*.
 - 2.1. ¿Qué es un blog?
 - 2.2. Difusión y divulgación, formas de comunicar la ciencia.
 - 2.3. El caso *Protocol Bloggers Point*
 - 2.3.1. Origen y desarrollo de *Protocol Bloggers Point*.
 - 2.3.2. Estadísticas.
 - 2.3.3. El futuro del proyecto *Protocol Bloggers Point*.
 - 2.3.4. Los blogs de protocolo y eventos en la web *Protocol Bloggers Point*.
3. Conclusiones.
4. Bibliografía.

«La comunicación electrónica es una herramienta nueva y poderosa que está cambiando la esencia misma de la comunicación [...] logra que nuestros mensajes lleguen de manera directa e inmediata a miles de receptores distribuidos por todo el mundo [...] de manera neutra, sin pérdida o variación de información debida a los intermediarios» (MARTÍNEZ Sáez, 2006, p. 147)

1. INTRODUCCIÓN

Una forma de realizar la comunicación a la que se refiere la cita *ut supra* es a través de los blogs, páginas web en las que los usuarios –blogueros- van incorporando de forma habitual una serie de contenidos sobre una o varias temáticas y que actualizan con cierta frecuencia (LÓPEZ, 2014 y MARTÍNEZ, 2016).

En la sociedad actual hay un acceso universal al conocimiento a través de la web. El blog se mueve en la red y, aunque la evolución de las herramientas virtuales es enorme y ya no podemos hablar solo de publicación digital escrita, sino también de videos y podcasts como soportes del bloguero en su tarea divulgativa, aquí nos centraremos en las publicaciones digitales escritas.

Entre las características principales de un blog están: su rapidez de producción, publicación y distribución; su mínimo coste de mantenimiento; la posibilidad de establecer múltiples enlaces a otros recursos; la capacidad de almacenamiento y la posibilidad de revisar estadísticas en tiempo real.

Al hablar de blogs de protocolo refiriéndonos a la temática utilizaremos esta palabra – protocolo- en su sentido más amplio, heterogéneo y multidisciplinar, e incluiremos en esta categoría blogs que se aproximan al protocolo a través de la historia, la heráldica, los eventos, la comunicación, el marketing, las relaciones públicas, institucionales e internacionales, el derecho e incluso la política (temas todos ellos de interés para los seguidores del blog *Protocol Bloggers Point*).

La categoría de blogs de protocolo ya ha sido mencionada en este mismo foro, en el II CIEPC celebrado en 2016, Diana Rubio Calero presentaba la ponencia titulada “*Protocolo 3.0; de la normalización a la innovación*” en el que incluía una mención al “*Boom de los blogs de protocolo*” hablando de la proliferación de este tipo de blogs y su crecimiento continuado desde 2005, a la vez que dejaba abierto el debate sobre su uso.

Protocol Bloggers Point nace en 2014 en el marco del I CIEPC con la intención de ser una web para compartir posts relacionados con protocolo. Desde el principio esa idea se tuvo que ampliar y así entraron también: eventos, comunicación, tecnologías aplicadas a eventos y otras disciplinas relacionadas con los eventos y su organización. Los posts se ponen a disposición de los lectores mediante un link con acceso al blog en el que han sido subidos por su autor. *Protocol Bloggers Point* (en adelante *PBP*) en ningún momento se atribuye la autoría de ningún post ni lo modifica o manipula de ninguna manera: el post llega al lector tal y como lo ha redactado el bloguero que lo escribió.

Difusión y divulgación de una materia son tareas fundamentales para avanzar en el conocimiento y estudio de la misma. Si generamos conocimiento es para difundirlo y divulgarlo, si no hay publicidad no hay impacto. Sin difusión no podríamos acceder a las contribuciones que los investigadores hacen al ámbito que estudian; los estudiosos y profesionales no conocerían las contribuciones que sus pares hacen al desarrollo de la disciplina y sin divulgación la ciencia no llegaría a la sociedad en general. Difusión y divulgación, por tanto, permiten que se complementen ideas y experiencias y se integren en las redes de conocimiento, que es el motivo principal de este III CIEPC.

Hipótesis y objetivos

Se parte de la hipótesis de que los blogs son una herramienta eficaz para difundir y divulgar el conocimiento a través de la web, por lo que los blogs de protocolo y eventos a través de su presencia en la red, y con la ayuda de una plataforma que los reúne y distribuye sus publicaciones, están haciendo una labor de divulgación de conocimientos en esa materia específica, siendo en su mayoría divulgación de un conocimiento vulgar.

Este estudio tiene como objetivos, a través de la experiencia de tres años administrando la web www.protocolbloggerspoint.com: analizar los blogs de protocolo y eventos a fin de reconocer la existencia de una categoría específica por su temática; identificar y clasificar a los autores de los posts con la finalidad de contrastar su papel en la divulgación del conocimiento –técnico e investigador- de la disciplina protocolo y eventos; evaluar la relevancia del proyecto *Protocol Bloggers Point* plataforma a través de la cual se está realizando ese proceso divulgador.

Metodología

Para la realización de este trabajo se han manejado datos obtenidos de la propia web www.protocolbloggerspoint.com (consultas entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2016) y la encuesta realizada a blogueros y seguidores de blogs de protocolo y eventos en el mes de marzo de 2016. También se han utilizado libros impresos y publicaciones digitales cuyas referencias –citadas según el sistema anglosajón solicitado en las directrices para autores que recoge la Revista de Estudios Institucionales- aparecen recogidas en el apartado Bibliografía.

Se ha utilizado por tanto una metodología de trabajo en la que predomina el método cualitativo pero también se han usado herramientas cuantitativas (encuesta y datos estadísticos) para estudiar el fenómeno bloguero de protocolo desde el punto de vista estadístico, obteniendo datos numéricos que ayudan a describir de forma objetiva el caso objeto de estudio.

Las técnicas cualitativas utilizadas han sido tanto indirectas (bibliografía, revistas, recursos online) y directas, de observación de los propios blogs ya que la autora es administradora del blog *Protocol Bloggers Point* (siendo en este caso decisivas las características de accesibilidad, recurrencia y participación). Se ha realizado un muestreo y selección de blogs, categorizando los datos obtenidos y elaborando representaciones gráficas que han ayudado a obtener las conclusiones.

Respecto a las técnicas cuantitativas, el análisis estadístico que aquí se realiza tiene como universo los blogueros cuyos contenidos distribuye la web *Protocol Bloggers Point*, 264, de los tras una labor de actualización de datos se utilizan para este estudio una población de 184 que cumplen con la condición de haber realizado publicaciones durante 2016. Por motivos de espacio en el apartado bibliografía de este trabajo se incluye la referencia a la página web con el listado de blogueros de protocolo y eventos, ya que su citación detallada aquí ocuparía mucho más del espacio recomendado para el desarrollo del trabajo que se presenta.

2. LA IMPORTANCIA DE LOS BLOGS EN LA DIVULGACIÓN DEL PROTOCOLO. EL CASO *PROTOCOL BLOGGERS POINT*

2.1. ¿Qué es un blog?

La definición con la que abrimos la introducción de este estudio es, a nuestro entender, la que mejor recoge lo que es un blog: la definición que blogueros expertos hacen del mismo. El blog es una página web en la que los usuarios –blogueros- van incorporando de forma habitual una serie de contenidos sobre una o varias temáticas y que actualizan con cierta frecuencia (LÓPEZ, 2014 y MARTÍNEZ, 2016).

La facilidad de crear y mantener un blog por cualquier persona hace que se hayan convertido en algo habitual, cuyas características fundamentales son –según MILLÁN, 2007- las siguientes: millones de personas saben más que unos cuantos estudiosos de un tema (el

paradigma de Wikipedia); solo es posible en la red, donde se intercambia, se comparte y contactan personas interesadas en determinados temas; los contenidos corresponden a intereses de quien los produce.

Según este autor cualquier persona puede publicar en internet lo que desee, porque lo complicado no es crear un blog, sino conseguir lectores ya que “los más populares pueden tener miles de lectores, pero lo más habitual es que un blog solo tenga unas pocas decenas de fieles y que la gran mayoría no tenga prácticamente ninguno” (MILLÁN, 2007: 39).

Actores fundamentales en un blog son el lector y el autor. Lector: cualquier persona con un ordenador o dispositivo móvil e interés por el protocolo; consulta y lee el texto de forma inmediata; puede enlazar el texto e interactuar con el autor, puede tener su propia base de datos de posts publicados y consultar todos los que necesite de una temática determinada; puede localizar cualquier post sobre cualquier tema de su interés utilizando un buscador y tecleando unas palabras clave que él cree resumen su búsqueda.

El autor: publica gratis y no tiene que pagar por publicar, como mucho una cuota anual de alojamiento en servidor; dispone de tecnología a su servicio para añadir material complementario al post; puede ver estadísticas en tiempo real que le dan el *feedback* de su producción de forma instantánea.

Para que un blog funcione, según señalan los blogueros como los que escriben en *Ticbeat*, o *TIC's y Formación*, blogs cuyas contribuciones divulga habitualmente en *PBP*, ha de cumplir una serie de condiciones: identidad de su autor (unas breves líneas en las que diga quién es, su nivel académico y profesional); publicar contenido de calidad y valor; dominio de la materia sobre la que trata y actualización de la misma; interacción en redes sociales; conocimiento del público al que se dirige; publicación con regularidad, al menos una vez por semana, manteniendo la calidad; el blog será claro y sencillo en su manejo, además de estar adaptado a distintos dispositivos.

2.2. Difusión y divulgación, formas de comunicar la ciencia.

Habitualmente hablamos de difusión y divulgación de la investigación científica. Ambas son actividades de comunicación mediante las cuales los investigadores dan a conocer su trabajo, la difusión se hace entre un público especializado, normalmente a través de revistas científicas y la divulgación se realiza entre un público no especializado (GOBIERNO PRINCIPADO DE ASTURIAS, 2011 y RAMÍREZ MARTÍNEZ, 2012). Ambas tareas son fundamentales para el avance del conocimiento; la difusión hace posible que los investigadores conozcan las contribuciones de otros investigadores a la disciplina o ciencia objeto de estudio y mediante la divulgación se comunican esos hallazgos al resto de la sociedad (MARTÍNEZ DÍAZ, 2006).

Los investigadores de protocolo tienen dos revistas científicas específicas para difundir sus investigaciones: *Compé* (última publicación 2014) y la *Revista de Estudios Institucionales* (último número 2017). ¿Cómo se está divulgando este conocimiento científico? ¿Son los blogs de protocolo el vehículo de transmisión vía divulgación de ese conocimiento científico?

La divulgación tiene un objetivo claro: poner el conocimiento científico a disposición de la sociedad en general; para ello el escrito de divulgación tiene que tener una estructura expositiva o explicativa (introducción, desarrollo y conclusiones). Quien tiene los datos transmite la información (definiendo, ejemplificando, comparando, describiendo, citando, etc.) a quien sabe menos de esa materia de una forma en la que este último entiende y aprende, porque saber divulgar “es una forma de gestionar el conocimiento adquirido” (ESPINOSA, 2010: 5-6). Y por encima de todo esto la estructura expositiva/explicativa ha de hacerse de una forma atractiva. No todos los investigadores tienen blog, por lo que la divulgación se está haciendo por referencia de un tercero que si tiene un blog.

Por tanto hablar de blogs estaremos hablando de divulgación, no de difusión. Por otro lado no todos los blogueros son investigadores (solo podríamos calificar de tales a un 7,6% según información utilizada para realizar el gráfico 4), así que tampoco se puede hablar de divulgación científica generalizada. Dado el perfil de los blogueros de protocolo (15,8% aficionados y 84,2 % profesionales de todos los ámbitos) podríamos estar hablando de divulgación de un conocimiento vulgar (el que adquirimos en el medio en el que nos desenvolvemos, si leo sobre protocolo, acabo sabiendo algo de protocolo), por parte de los aficionados; de divulgación de un conocimiento especializado que se obtiene en el ámbito de la profesión; y de un conocimiento científico solo por parte del 9% de ese 84,2% sería divulgación realizada directamente por investigadores.

2.3. El caso *Protocol Bloggers Point*

2.3.1. Origen y desarrollo de *Protocol Bloggers Point*.

Protocol Bloggers Point surge por iniciativa de María de la Serna Ramos, Titulada Universitaria en Protocolo que ha desarrollado su carrera profesional en el ámbito del protocolo oficial, la organización de eventos institucionales y la docencia del protocolo. Esta idea es secundada por Pilar Muiños Morales y María Gómez Requejo, Tituladas Universitarias en Protocolo y docentes en Grado y Postgrado en Protocolo y Organización de Eventos.

La idea inicial fue la de tener una plataforma desde la cual se divulgasen los posts que se encontrasen en la red sobre protocolo y organización de eventos, creando de esa forma una comunidad de interesados en el protocolo en la que todo el mundo pudiese compartir sus experiencias y conocimientos en la materia.

La plataforma comienza a funcionar en 2014 alojada en *wordpress* y en mayo de 2015 adquiere el dominio www.protocolbloggers.com. A medida que va tomando forma, los posts publicados se van centrando en el ámbito del protocolo y la organización de eventos, ampliándose hasta incluir casi la totalidad de la temática recogida en las asignaturas que componen el Grado Universitario en Protocolo y Organización de Eventos.

En la actualidad el contenido de PBP se actualiza diariamente de lunes a sábado; se publican posts de blogueros residentes en 11 países, que incluyen información sobre protocolo, eventos y disciplinas auxiliares en castellano e inglés. Además se ha abierto una agenda

donde se publican las convocatorias a eventos relacionados con protocolo: jornadas, reuniones, Congresos y cualquier tipo de actividad relacionada con el tema del blog (salvo publicidad sobre cursos).

El proyecto además convocó la *I Jornada de Blogueros de Protocolo*, que se celebró el 12 de marzo de 2016 en Madrid y recientemente ha convocado la II Jornada que se celebrará el 23 de septiembre en la misma ciudad. Estas Jornadas tienen como finalidad que los blogueros se “desvirtualicen” y compartan sus experiencias sobre determinados temas relacionados con el mundo blog y específicamente sobre protocolo y eventos.

Para la difusión de todo lo que se publica en el blog este cuenta con un sistema de redifusión web (RRSS) y perfiles en las redes sociales Facebook, Twitter, Instagram y Google+.

2.3.2. Estadísticas

Para la realización de este trabajo, como se ha mencionado en la introducción, se han manejado datos estadísticos obtenidos de la propia web www.protocolbloggerspoint.com y la encuesta realizada a blogueros y seguidores de blogs de protocolo y eventos en el mes de marzo de 2016.

Durante el año 2016 se publicaron 11.425 posts, la web recibió un total de 59.081 visitas; el mes con más visitas fue noviembre, con 6.348 seguido de marzo, con 6.215. Solo cuatro meses bajaron de las 5.000 visitas: enero, julio, agosto y diciembre, por los largos períodos vacacionales. Haciendo una comparativa entre el segundo semestre de 2015 y el de 2016 (ya que carecemos de datos estadísticos anteriores a mayo de 2015) podemos constatar que las visitas crecieron un 62%.

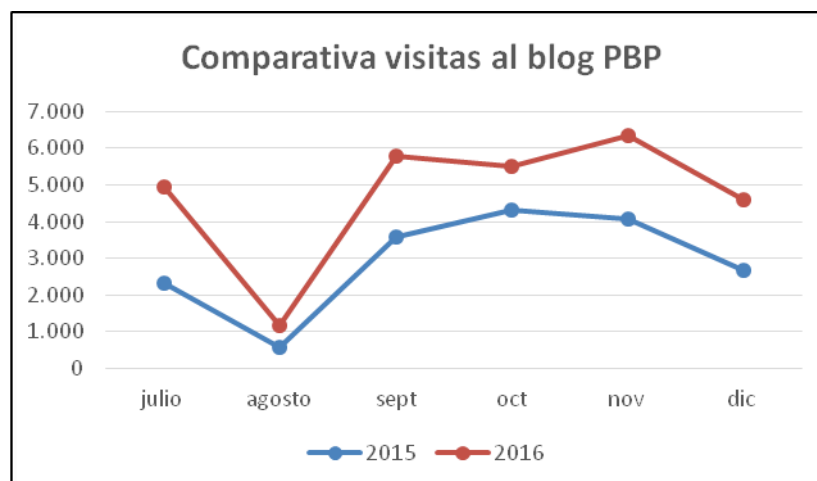


Gráfico 1: Visitas al Blog PBP. Fuente: wordpress.

Las páginas más visitadas del blog fueron: la página de inicio/archivos; la que contenía todo lo relativo a la I Jornada de Blogueros de Protocolo; en tercer lugar la página que incluye el listado de los blogueros de protocolo y eventos; la página de presentación; la que contiene los resúmenes semanales y para finalizar la que incluye los post de opinión de las administradoras.

2.3.3. Futuro del proyecto PBP

El blog ha experimentado un gran crecimiento en el último año. La estrategia seguida hasta 2016 se ha basado en el incremento del número de blogs que se siguen y ampliación del abanico temático. De cara a este 2017 el blog se plantea la posibilidad modificar la estrategia introduciendo una serie de objetivos que ayuden a mejorar la calidad del contenido que se comparte y para ello:

- Seguirá promoviendo reuniones- jornadas- con blogueros de protocolo y eventos con el fin de intercambiar experiencias.
- Fortalecerá los procesos de divulgación y visibilidad de las publicaciones de protocolo y eventos, mediante una selección de blogs que cumplan las condiciones standard de calidad que facilitan los propios blogueros: identidad del autor y periodicidad de publicación.
- Publicará información relevante dirigida a interesados en protocolo y eventos.
- Prestará especial atención a los cambios e innovaciones y las nuevas tendencias que mejoran procesos y procedimientos en la organización de eventos, publicando sobre la materia.

2.3.4. Los blogs de protocolo y eventos en la web PBP

Como señalábamos en la introducción, para este estudio se han utilizado 184 blogs que cumplen con la condición de haber realizado publicaciones durante 2016.

1.) Tipos de blogs de protocolo y eventos

Teniendo en cuenta la información disponible en los propios blogs podemos hacer una primera clasificación de los mismos distinguiendo entre blogs personales y blogs de agencias o empresas de eventos, de instituciones académicas de formación superior (oficiales y privadas) y de medios generalistas. Por tanto podríamos hablar de dos grandes tipos: blogs personales y blogs profesionales, aunque en el gráfico 2 esta última categoría aparece desglosada en sus subtipos.

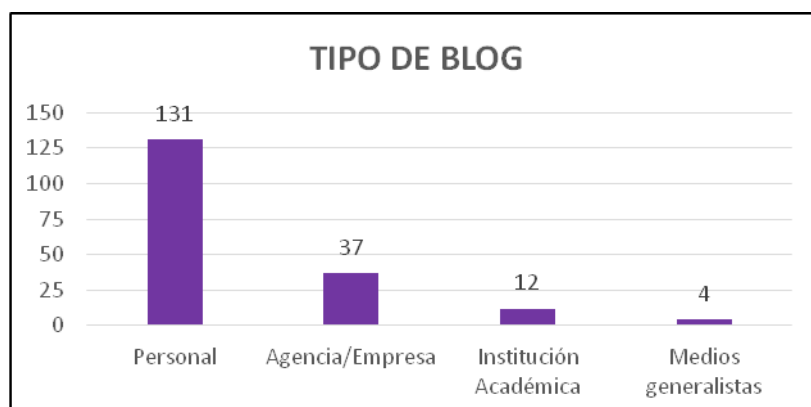


Gráfico 2: Tipología de blogs en PBP. Fuente: propia.

2.) Blogueros de protocolo y eventos

En la actividad de divulgación de la disciplina protocolo (utilizando el sentido amplio a que venimos haciendo referencia) participan distintos tipos de personas (con o sin formación específica; meros interesados con formación diversa desde distintos ámbitos; profesionales; profesores; aficionados, etc.) todos ellos con distintos intereses personales y profesionales.

A la hora de hacer una clasificación de los 184 blogueros que incluimos en este estudio, hay que hacerla doble, por un lado atendiendo a su formación y por otro a su dedicación, para ello se ha consultado la información que los propios blogueros ofrecen en el perfil abierto en sus blogs.

Teniendo en cuenta la formación académica del bloguero hablaríamos de blogueros sin formación contrastada y blogueros con estudios superiores, ya sea en protocolo o en otras disciplinas. El detalle aparece en el gráfico 3:

- 1) **Blogueros sin formación contrastada.** Pueden tener formación superior o no, y, en el caso de formación superior no necesariamente está relacionada con el ámbito del protocolo y los eventos, pero no lo dicen en su perfil, por tanto no lo sabemos. Los expertos insisten en la necesidad de identificación del bloguero, eso es bueno para la reputación y a la hora de citar el blog y convertirlo en blog de referencia es muy importante. El 42,4 % de los blogs no tienen a su bloguero identificado correctamente.
- 2) **Blogueros con formación universitaria** ya sea título propio, grado, licenciatura, postgrado o doctorado: 57,6%. En esta categoría se incluyen también títulos extranjeros.



Gráfico 3: Detalle de la formación de los blogueros en PBP. Fuente: propia.

Si tenemos en cuenta a qué se dedica el bloguero, teniendo en cuenta lo que él/ella dice de sí mismo, el medio a través del cual publica (profesional, académico o institucional) y su trayectoria personal, podríamos clasificarlos tal y como recogemos en el gráfico 4:

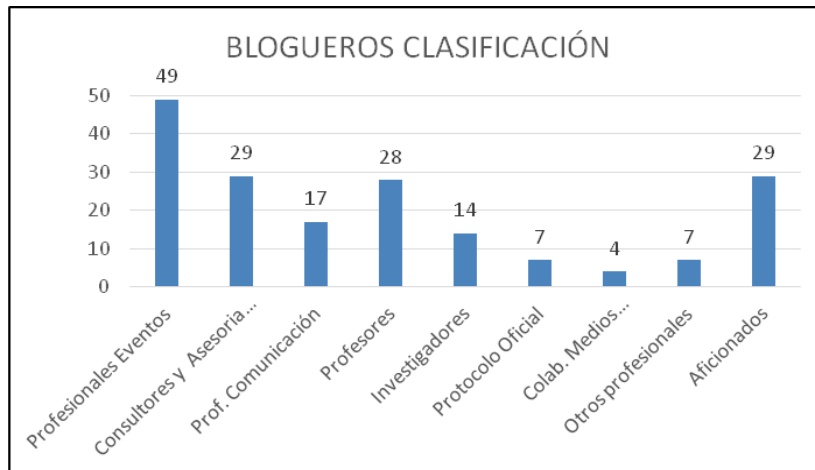


Gráfico 4: Clasificación de los blogueros en PBP. Fuente: propia.

- 1) **Blogueros profesionales de eventos:** entrarían en esta categoría las personas dedicadas a la organización de eventos y que, a través de un blog personal o profesional, comparten los conocimientos que han adquirido en la materia. El porcentaje de estos blogueros es un 26,6% del total.
- 2) **Blogueros consultores y asesores:** profesionales cuya ocupación principal es la consultoría en materia de protocolo y eventos, así como la asesoría de imagen personal y profesional. Estos blogueros representan un 15,8% del total.
- 3) **Blogueros profesionales de comunicación:** incluimos en esta categoría a todos los profesionales relacionados con la comunicación: interna y externa; política e institucional; también a los profesionales del marketing y a los especializados en redes sociales. Son el 9,2% del total.
- 4) **Blogueros profesores:** que tienen un blog personal o profesional propio de su institución académica y siempre que la temática tratada sea de protocolo, eventos y disciplinas auxiliares. Representan el 15,2% del total.
- 5) **Blogueros investigadores:** estudiosos de la materia y doctores. Personas que se dedican a la investigación, que difunden sus investigaciones en revistas científicas o publican libros y divulgan el contenido de todo o parte de sus investigaciones en sus blogs ya sean personales o de instituciones académicas. Esta categoría tiene un porcentaje del 7,6%.
- 6) **Blogueros de protocolo oficial:** personas cuyo trabajo se desarrolla en el ámbito oficial y así lo hacen constar en el perfil de su blog. Son un 3,8%.
- 7) **Blogueros colaboradores en medios generalistas:** en esta categoría nos referimos a los profesionales que colaboran de forma periódica en la versión digital de medios de comunicación generalistas, a través de blogs especializados en protocolo y eventos. Estos blogueros son el 2,2% del total.
- 8) **Otros profesionales:** incluimos en esta categoría blogueros que desarrollan su labor profesional en otros ámbitos que no están relacionados con protocolo y eventos pero que escriben posts que tienen relación con esta temática: p. ej. un blog dedicado al turismo que ocasionalmente escribe posts de protocolo intercultural. El 3,8% de los blogueros objeto de estudio entrarían en esta clasificación.
- 9) **Blogueros aficionados.** Quienes divulgan porque el tema les gusta y les apetece compartirlo; no escriben en un blog profesional, de su perfil no se deduce que sean

profesionales *freelance*, simplemente señalan que son aficionados y les gusta el protocolo. Representan el 15,8% del total.

3.) La temática

Respecto a los temas que tocan los blogueros podemos señalar que a través de los blogs se divulgan todo tipo de contenidos, desde conocimientos básicos –una gran mayoría de los blogs se quedan en este estadio- a temas más específicos o que buscan un público más especializado e interesado en la materia, también hay blogs de contenido formativo en temas de historia, derecho, heráldica, investigación y su metodología, lenguaje, etc. este apartado es minoritario pero de gran valor para entender la aplicación práctica de la disciplina, su valor social o su perspectiva histórica.

Los blogueros asistentes a la I Jornada de Blogueros de Protocolo celebrada en marzo de 2016 señalaron los temas que aparecen en el gráfico 5 como objeto de su interés:

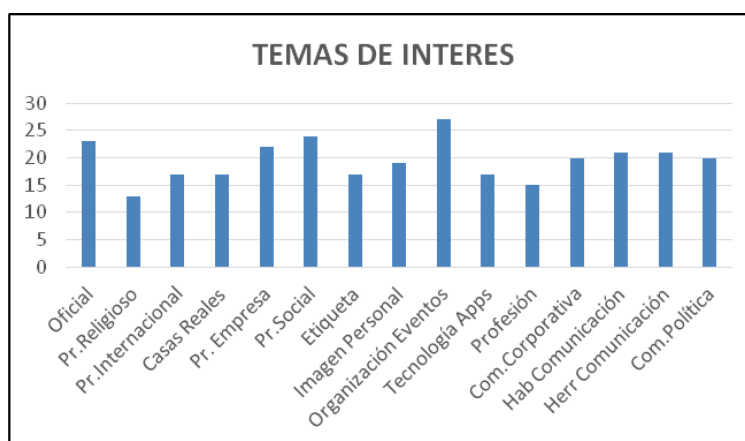


Gráfico 5: Clasificación de la temática de los blogueros PBP. Fuente: propia.

Protocol Bloggers Point ha simplificado la temática agrupándola en los grandes bloques que aparecen en el gráfico 6.

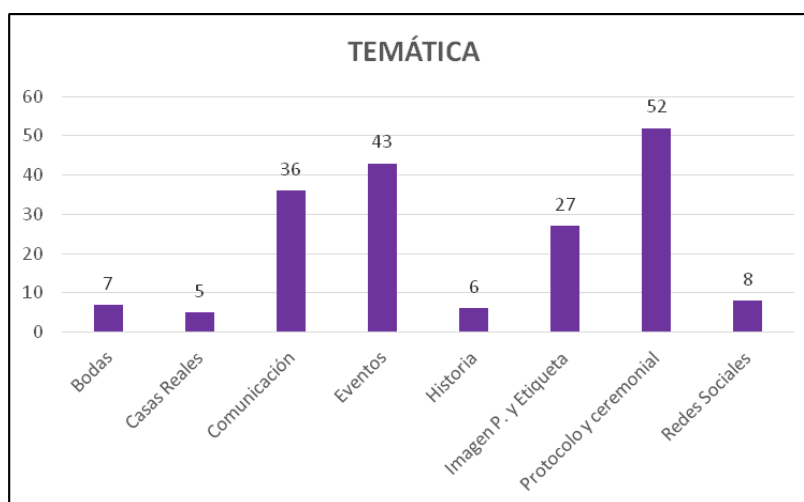


Gráfico 6: Temática de los blogs PBP. Fuente: propia.

Podríamos hablar, por tanto, de los siguientes temas de interés:

- **Protocolo y Ceremonial:** organización de actos oficiales, autoridades, símbolos; ceremonias oficiales, religiosas, académicas, diplomáticas o militares; análisis de actos, ordenaciones, y aplicación de normas de protocolo oficial. Es la categoría estrella un 28,3% de los blogs se dedican a ella: *Protocolo a la Vista, Gabinete de Protocolo, el Blog de Dolores del Mar Sánchez-González, Aula de Protocolo, Para Cortarse las Venas Con Una Pala de Pescado*, son algunos ejemplos de blogs de este apartado.
- **Eventos:** un 23,4% de los blogs divulgan contenidos relativos a eventos y todo lo que conlleva su organización y planificación; nos dan ideas para eventos; analizan la producción del evento y la figura del profesional de eventos. *EventMB, Eventbrite UK, BizBash, Event Industry News, GMS Protocolo y Eventos, El Blog de Carlos Fuente, Protocolo IMEP o Eventoplus*, son blogs que entrarían en este apartado.
- **Comunicación y Marketing:** a esta temática se dedica un 19,6% de los blogs objeto de estudio. Comunicación interna y externa, habilidades de comunicación, estrategia de comunicación; plan de Marketing; Marketing aplicado a eventos, etc. *Bright Bull, Política y Protocolo, Bloggy Mary, Blog o Corp, El Arte de Presentar o Todo es Comunicación*
- **Imagen personal, etiqueta y reglas de comportamiento social:** la forma de vestir personal y profesional; la etiqueta requerida en actos y eventos de protocolo; consejos y recomendaciones sobre la forma de comportarse en sociedad. Ocupan a un 14,7% de los blogs objeto de estudio: *Elegancia 2.0, Real Men Real Style, El Blog de Roberto Sánchez, El Blog de David Navarro*, podrían ser ejemplos de blogs de esta categoría.
- **Redes sociales y herramientas tecnológicas aplicadas a eventos** (4,3% de los blogs). Este tema ha experimentado un incremento notable en estos tres años el motivo es la aplicación práctica real que tienen en el desarrollo del trabajo profesional de quien se dedica al protocolo y la organización de eventos. La mayoría de estas publicaciones están en inglés aunque se van encontrando páginas como: *Eventbrite, Captio, TIC's y Formación, Enredada en el 2.0 o Ticbeat* que lo hacen en castellano.
- **Bodas:** un 3,8% de los blogs son específicos de bodas. Bajo el paraguas de la ceremonia se habla de todo: vestidos de novia, invitaciones, etiqueta, ceremonial, etc. *All Seated, Boda 2.0, Bodas de Alta Costura, Quién Dijo Boda*, son blogs cuyos posts son un 100% de esta categoría.
- **Historia:** protocolo, ceremonial, etiqueta, símbolos, heráldica, nobiliaria, genealogía, etc. son temas que agrupamos en este bloque. Son temas elegidos por investigadores – aunque no siempre tratados por ellos- y un 3,3% de los blogs entrarían en esta categoría, entre ellos: *Salón del Trono, Investigart, Aristocracias, Dibujo Heráldico o Protocolo con Corsé*.
- **Casas Reales:** se estudian desde los mismos campos que la historia del protocolo, un 2,7% de los blogs se dedican específicamente a ellas. *Coronas Reales, Dinastías Reales, Mis Joyas Reales, Casas y Familias Reales y O Blog Das Monarquías*, centran sus posts en las distintas casas reales.

En la mayoría de estos blogs se tocan temas de actualidad en protocolo y eventos, el día a día manda y los actos, autoridades, símbolos, eventos y ceremonias de protocolo se analizan, cada vez con más frecuencia, desde distintas perspectivas (protocolo, comunicación, imagen, eventos, marketing, etc.). En los temas en general hay que

mencionar el efecto “contagio” que se produce cuando un bloguero de referencia habla de un tema y dos o tres, durante la misma semana, vuelven a revisar el tema inicial.

La frecuencia de actualización del blog puede verse en el gráfico 7; solo un 32% se actualiza cada semana, un 3% lo hacen diariamente pero la gran mayoría es de quienes no publican de forma periódica, un 40%. La periodicidad es un requisito importante, uno de los más señalados por los autores si lo que se quiere es crear una reputación como experto en una materia, en este sentido pueden consultarse: MILLÁN, 2008, PÉREZ CASTRO, 2010 y ALÓS, 2015.

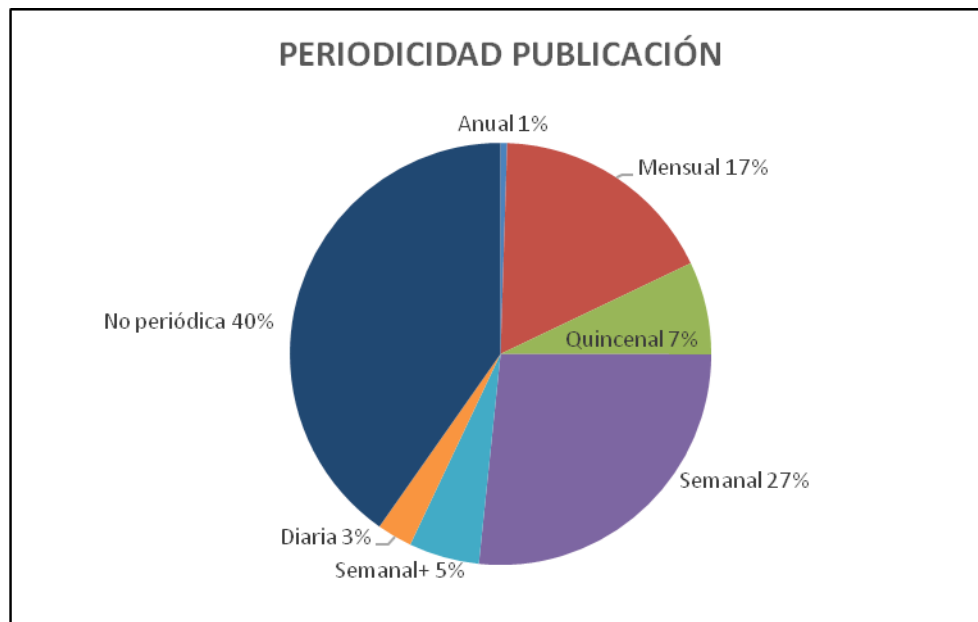


Gráfico 7: Periodicidad de publicación de los blogs objeto de estudio. Fuente: propia.

4.) Público objetivo: el lector del blog de protocolo y eventos

¿A quién nos dirigimos? Toda esa temática tiene que dirigirse a alguien. La respuesta a esta pregunta parece sencilla: a quien nos lea; potencialmente a todo el mundo que tenga acceso a internet (nos sorprende ver el detalle de los seguidores de PBP a través de *Google Analytics*: enseñanza, inmobiliarias, floristerías, empleo temporal, bibliotecas, talleres de automoción, empresas de contactos, etc. la diversidad es enorme).

Con la experiencia acumulada también podemos acotar al público objetivo y así deberíamos distinguir por un lado a quienes tienen un conocimiento e interés superficial en la materia, aquellos a los que solo les interesa la aplicación práctica en su parcela de interés específico o su momento de necesidad puntual (soy invitada a una boda y solo necesito saber qué es el *dress code* o como dice “el protocolo” que tengo que ponerme la mantilla) o incluso los “chascarrillos” mal etiquetados de protocolo (“el Papa rompió el protocolo usando un urinario público”). Las materias de interés en este caso son lo que podríamos denominar aplicación vulgar del protocolo, empleando el término vulgar en su significado de “común o general”, como contraposición a especial o técnico; en ningún caso estamos hablando de la acepción de vulgar como “impropio de personas cultas o educadas”.

Por otro lado estarían las personas con conocimientos específicos en las materias que se divulgan, ya sean profesionales o estudiosos y que siguen los blogs por los contenidos que tienen, analizando la utilidad práctica de lo que en ellos se cuenta para su trabajo. Estos lectores, son muy importantes ya que sus aportaciones, en forma de comentarios, ayudan a que quien escribe valore de forma muy positiva el esfuerzo que le supone escribir un post de estas características.

Y para finalizar están, como no puede ser menos, los pares, los blogueros de protocolo y eventos cuyo *feedback* llega de forma inmediata ya sea a través de un comentario o con los famosos “me gusta”, *retweet* o similares. A esta categoría de público nos dirigimos con una encuesta en marzo de 2016, son un grupo del que un 82 % se conecta para seguir lo que dicen los blogs más de 6 veces al mes. Consideran, al menos el 71% de ellos, que los blogs son una herramienta muy útil en la divulgación de conocimientos, pero deberían mejorar la calidad de lo que se escribe (el 21% de los encuestados se manifestó en este sentido).

A la pregunta: ¿Pará qué consultas un blog de protocolo y eventos?, estas fueron las respuestas de los encuestados:

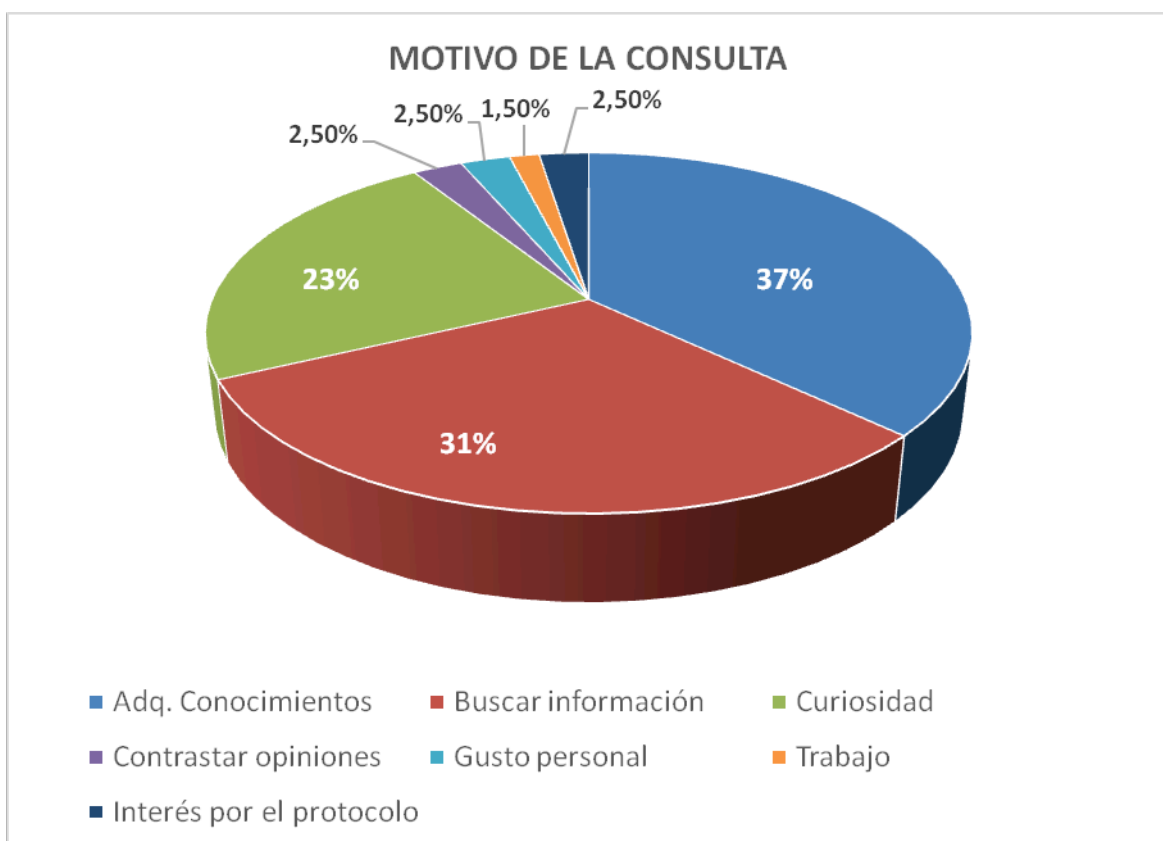


Gráfico 8: Motivo de consulta de un blog de protocolo. Fuente: propia.

Gusto personal, búsqueda de información, y curiosidad son los motivos más frecuentes. La búsqueda de información requiere que el bloguero que escribe maneje información veraz y contrastada y no dar por cierta cualquier cosa, ya que el post, como vemos en el gráfico 9, sirve, entre otras cosas y en opinión del 40% de los encuestados, para ampliar y completar conocimientos además de redundar en un incremento del interés por la materia.

A la pregunta: ¿Qué buscas cuando lees un post de protocolo y eventos? Los encuestados respondieron:

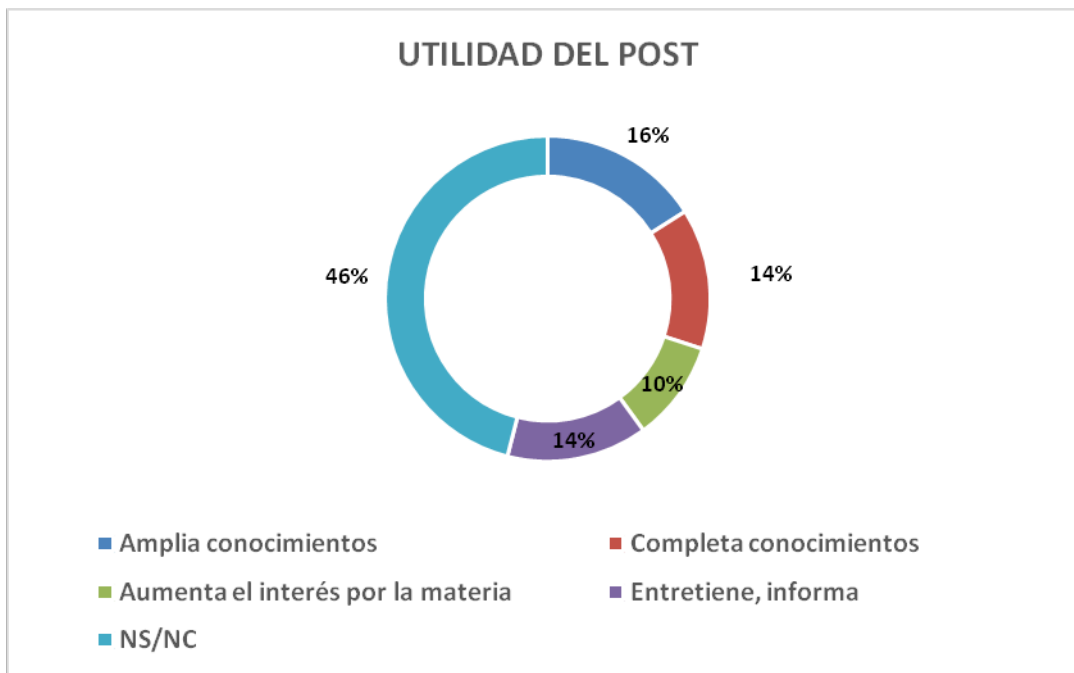


Gráfico 9: Utilidad de un post de protocolo. Fuente: propia.

Cuando un lector especializado, como lo es el bloguero de protocolo lee lo que publican sus pares, tiene bastante claro que es lo más importante para él, y hablan de calidad y actualización de contenidos, la periodicidad es muy importante.

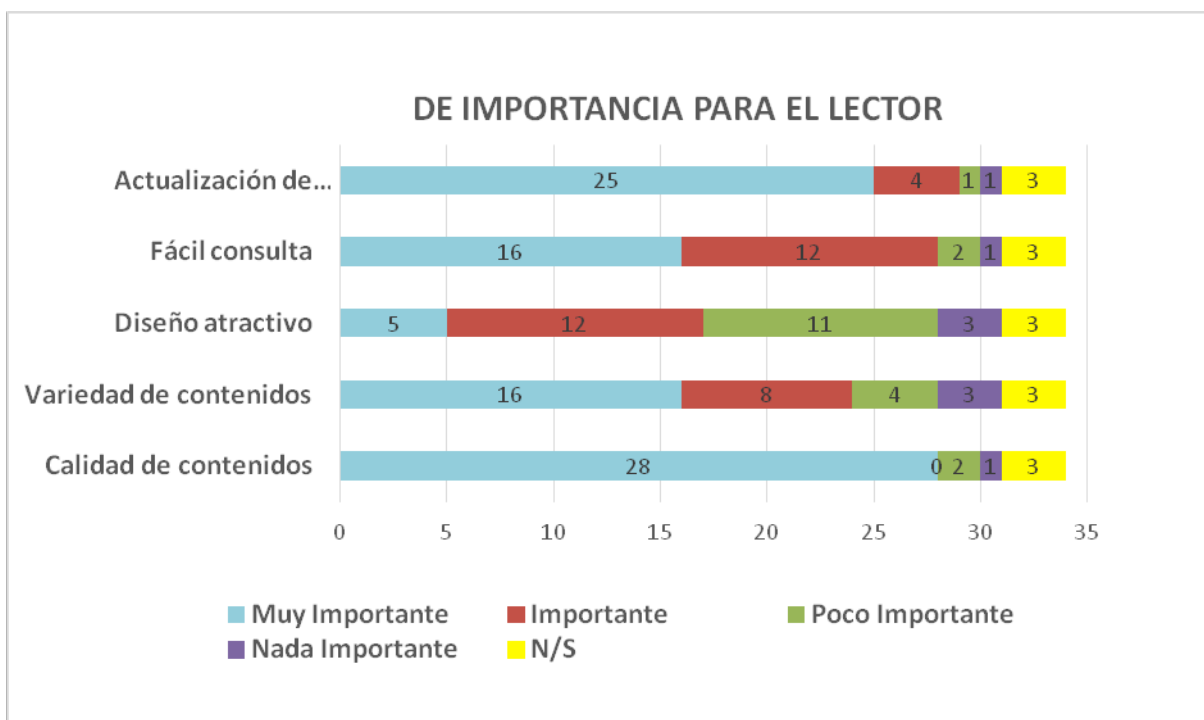


Gráfico 10: Temas importantes para el lector. Fuente: propia.

Si un lector busca calidad, el bloguero ha de buscarle y ofrecerle lo que él busca, por los beneficios que le aportará. En este sentido ALÓS en su *Blogger 2015* indica que “se ha de buscar un lector de calidad, que sepa interactuar con el editor y aportar un valor añadido a lo que se publique” (p. 232), valor añadido que no es otro que la reputación.

5.) Objetivos del bloguero

Para conocer los objetivos de un bloguero debemos ir a los objetivos generales de cualquier redactor de posts que detalla ALÓS en su libro *Blogger*, edición de 2015 y que podemos resumir de la siguiente forma:

- 1) Escribir por si alguien lo ve.
- 2) Utilizar el blog como herramienta de trabajo.
- 3) Crear notoriedad, para ser considerados expertos en el tema que tratamos.

Escribir por si alguien lo ve, nos remite a la idea primigenia del blog y que apunta ese mismo autor: “por encima de todo, un blog es un medio de comunicación personal, con una filosofía de divulgación que parte de las inquietudes del editor” (ALÓS, 2015: 232). Por la experiencia de tres años leyendo lo que se publica para divulgarlo a través de PBP este es el objetivo de un bloguero aficionado cuando se pone a escribir en su blog y decide compartir lo que le gusta. Le gusta el protocolo y los eventos y habla de aspectos generales básicos de la materia. Ser aficionado no quiere decir que su blog no valga para nada, al contrario, puede ser un blog buenísimo si, como recomienda el autor al que hemos citado anteriormente: se “permite hacer las cosas bien, con entradas y artículos bien fundamentados y correctamente escritos que atrapen la atención de los visitantes potenciales” (232). Sin olvidar que para escribir un artículo de calidad hay que “conocer bien el tema del que se quiere hablar” lo que nos permitirá “escribir con libertad y conocimiento (...) –teniendo- en cuenta el nivel que puedan tener los lectores del blog sobre el tema a tratar” (ALÓS, 2015, p.235).

El bloguero profesional y el investigador en protocolo y eventos utilizan el blog como herramienta de trabajo, escriben porque piensan que en el fondo hay una demanda real de conocimientos especializados que ellos tienen y creen son de utilidad social. Su objetivo es poner esos conocimientos a disposición de todos.

El tercer objetivo, el relativo a: ganar notoriedad, reputación y ser considerado un experto en el tema que se trate, nos lleva a hablar de escribir post para generar visibilidad (posibilidad de que los lectores encuentren la información que contiene el blog) y posicionamiento (reconocimiento mayor porque confían en la calidad del post y la credibilidad de su autor). La relevancia de un blog y por ende de quien lo administra, mantiene y escribe en él es muy significativa, y no viene dada por tener miles de seguidores, sino porque “se nos considere una fuente fiable de información sobre algún tema determinado y allí acuden periódicamente los lectores interesados en aquella temática, (...) y esporádicamente aquellos que busquen alguna información concreta sobre este tema”. (MILLÁN, 2008: 48).

Para lograr este tercer objetivo hay que construirse una identidad como autor y además no dejar de lado valores como: “Transparencia y honestidad intelectual (qué valor nos

reconocen nuestros pares, qué valor aporta quien nos cita, qué valor le damos a quien citamos o quienes los citaron antes)” (PÉREZ CASTRO, 2010: 3).

Solo se divulga si lo que escribimos llega al lector que lee y opina sobre lo que hemos escrito. Si un blog tiene visibilidad, se consulta y sus posts se utilizan convenientemente reseñados ya ha logrado su objetivo. Aunque aquí hay que hacer una precisión: el posicionamiento no siempre es consecuencia de un historial de calidad.

3. CONCLUSIONES

Los blogs se utilizan básicamente para compartir y comentar opiniones, noticias e información. Cada bloguero le encuentra al blog una utilidad diferente y los blogueros de protocolo y eventos han encontrado el vehículo para dar a conocer, comunicar y explicar información sobre la materia. En cualquiera de los casos la idea de la que partimos es que la divulgación del protocolo y los eventos, aunque sea de un conocimiento obtenido a través del medio en el que uno se desenvuelve, contribuye a aumentar la cultura y conocimientos de los lectores del blog.

Respecto a los objetivos que se plantean en la introducción del trabajo, se han analizado la totalidad de los blogs de protocolo y eventos que se recogen en *Protocol Bloggers Point*, eligiendo 184 de ellos que se han clasificado por su temática específica pudiendo afirmar que la categoría blogs de protocolo, apuntada ya en el II CIEPC, existe y está asentada con una gran cantidad de blogs dedicados a la misma. Aunque se ha constatado que muchos de ellos no cumplen con el requisito esencial que los expertos señalan para los blogs: la periodicidad.

El objetivo relativo a la identificación y clasificación de los blogueros y su papel en la divulgación de la disciplina, el estudio ha constatado que se puede clasificar en tres categorías generales a los blogueros: investigadores, profesionales y aficionados, siendo estas dos últimas categorías las más numerosas. En este apartado se plantea el problema de la identificación del bloguero tanto por su formación como por el trabajo que realiza, que en un alto porcentaje no aparece en su perfil, lo que supone un desafío para quien tiene que citarlo como fuente y referente. Esa ausencia de identificación también se refleja en la calidad de la divulgación que se está haciendo ya que, al ser en su mayoría una divulgación de referencia, no se puede constatar adecuadamente por quién se está realizando.

Por lo que se refiere a la autoevaluación del proyecto *Protocol Bloggers Point* en ese proceso divulgador, podemos afirmar que la web está realizando un gran esfuerzo en este sentido, indagando, registrando y compartiendo todo lo que se publica sobre protocolo y eventos, facilitando la labor de quien busca información sobre la materia; hemos constatado que se trata de un blog muy utilizado por la difusión del mismo y sus publicaciones en otras redes sociales. A través de los artículos de opinión del propio blog (escritos por sus administradoras) se recomienda siempre la calidad, argumentando a favor de la eliminación de plagios, invenciones o chascarrillos, por sus efectos negativos en el protocolo que se divulga.

Una vez realizado el trabajo y expuestas las conclusiones, con los datos obtenidos apreciamos que los blogueros tienen que enfrentarse a varios retos si quieren formar parte de una red de conocimiento: seguir apostando por aumentar el nivel de calidad de los posts; porque lo que se publica se haga de forma rigurosa; por reconocer la propiedad y las fuentes de lo que se divulga; por establecer una buena comunicación entre blogueros y de estos con la audiencia para conseguir visibilidad, posicionamiento y notoriedad. En definitiva por integrarnos en redes de conocimiento y poner en circulación ideas que comuniquen algo, posts de calidad que destaquen la importancia del protocolo como disciplina científica, que ayuden a avanzar en el conocimiento de lo que nos interesa: el protocolo. No olvidemos que los lectores quieren: “frescura, material original y veracidad en lo que se postea. No valen los “copia y pega”, porque a los blogs hoy se llega a través de los buscadores y una duplicidad de contenidos, con material creado por otro editor y publicado antes en otra página web, se detecta enseguida” (ALÓS, 2015, p. 232).

4. BIBLIOGRAFÍA y WEBGRAFÍA

ALÓS, V. 2015. *Blogger, 2015*, Madrid, Anaya.

ESPINOSA, V. 2010. *Difusión y divulgación de la investigación científica*, Chile. IDESIA, Volumen 28, Nº 3. Septiembre - Diciembre 2010, pp. 5-6. Recuperado de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-34292010000300001

GARRIDO, P. 2011. *Los blogs como herramienta de comunicación en el mundo ferroviario*, Madrid, SEPTEM.

GOBIERNO DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS. 2011. *Divulgación y difusión científica en internet*, Oviedo, Adama web. Recuperado de <http://blogs.ujaen.es/cienciabuja/wp-content/uploads/2013/06/Difusion-y-divulgacion-cientifica-en-Internet.pdf>

GÓMEZ REQUEJO, M., MUIÑOS, P. Y DE LA SERNA, M. 2015. *Blogueros de #protocolo y #eventos*. www.protocolbloggerspoint.com. Madrid. Recuperado de <http://www.protocolbloggerspoint.com/los-blogueros-de-protocolo-y-eventos/>

LÓPEZ, P. 2014. *¿Qué es un blog?*. Recuperado de <http://pablolopez.org/2014/11/20/que-es-un-blog-y-para-que-sirve/>

MARTÍNEZ BERNABÉU, I. 2016. *¿Qué es un blog y para qué sirve?* Recuperado de <http://ivanmb.com/que-es-un-blog-y-para-que-sirve/>

[MARTÍNEZ DÍEZ, L.A. 2006. *Comunicar la ciencia*, Madrid, Fundación COTEC.](#)

[MILLÁN, R. 2007. *Autores en la red*, Madrid, Acta y Cedro.](#)

[PÉREZ CASTRO, M.A. 2010. *Elaborar un blog profesional para los profesores de la Universidad de Granada*, Melilla, Institucional.](#)

[RAMÍREZ MARTÍNEZ, C., MARTÍNEZ RUIZ, L Y CASTELLANOS, O. 2012. *Divulgación y difusión del conocimiento: las revistas científicas*, Bogotá, Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/8394/>](http://www.bdigital.unal.edu.co/8394/)

[RUBIO, D. 2016. "Protocolo 3.0: de la normalización a la innovación" en Sánchez González, D. \(coord.\). *Protocolo: la imagen ritual del poder*, Madrid, Sociedad de Estudios Institucionales.](#)



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 Unported License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)