

## Perfil del blogger hispano. III Encuesta a Bloggers

Fernando Garrido

Observatorio de la Cibersociedad

[fgarrido@cibersociedad.net](mailto:fgarrido@cibersociedad.net)

Tíscar Lara

Universidad Carlos III de Madrid

[tiscar.lara@uc3m.es](mailto:tiscar.lara@uc3m.es)

### Abstract

Desde comienzos de este nuevo siglo los blogs han sido objeto de debate en distintos foros y publicaciones, si bien las investigaciones que han trabajado con datos primarios son excepcionalmente limitadas. En el presente artículo se presenta parte de la explotación de los datos de la III Encuesta a Bloggers hispanos, haciendo especial hincapié en las diferencias en función del país de residencia que se muestran en las variables de mayor relevancia.

### Introducción y Metodología

Tras las dos primeras ediciones llevadas a cabo por Gemma Ferreres – Tintachina, desde el Observatorio para la Cibersociedad se replanteó este proyecto por completo. La idea de partida fue mantener la estructura y el corpus central de preguntas de las pasadas ediciones, de cara a garantizar y mantener una cierta comparabilidad, así como innovar y afianzar la metodología de la encuesta. De este modo, las dos primeras decisiones que se adoptaron fueron una metodológica y otra de contenido.

Las dos primeras ediciones de este estudio se sustentaban en un cuestionario online, accesible desde múltiples páginas web, utilizando una metodología similar a la empleada por AIMC en su encuesta a usuarios de Internet. Para difundir la encuesta, desde Tintachina.com (uno de los blogs más relevantes de la blogosfera hispana) se realizaron diferentes campañas de marketing viral para dar a conocer esta encuesta. La especial configuración de la blogosfera y la relevancia que en ésta tienen los enlaces, hicieron posible que las dos primeras ediciones de esta encuesta alcanzasen una cifra considerable de respuestas, superando las 2500 encuestas válidas terminadas.

Ahora bien, aunque se realizaron pruebas de consistencia estadística en los datos con posterioridad y no se encontraron contradicciones internas, las dos encuestas previas eran débiles desde un punto de vista metodológico. Con la voluntad de cubrir este problema, para la tercera encuesta se pasó de un cuestionario online autoadministrado disponible para todo el "universo" a una encuesta cerrada con una muestra seleccionada de este universo y a través de una metodología que garantizara su aleatoriedad.

Para la realización de esta encuesta, el Observatorio para la CiberSociedad contó en todo momento con la colaboración de la empresa Netquest, que fue quién cedió la plataforma de encuestas. Por medio de esta plataforma, y a través de una metodología que incluía un método aleatorio de muestreo, se realizó el trabajo de campo durante los meses de Marzo y Abril de 2006. El número de cuestionarios respondidos fue de 723 que, tras una depuración, dejó el número de cuestionarios válidos en 662.

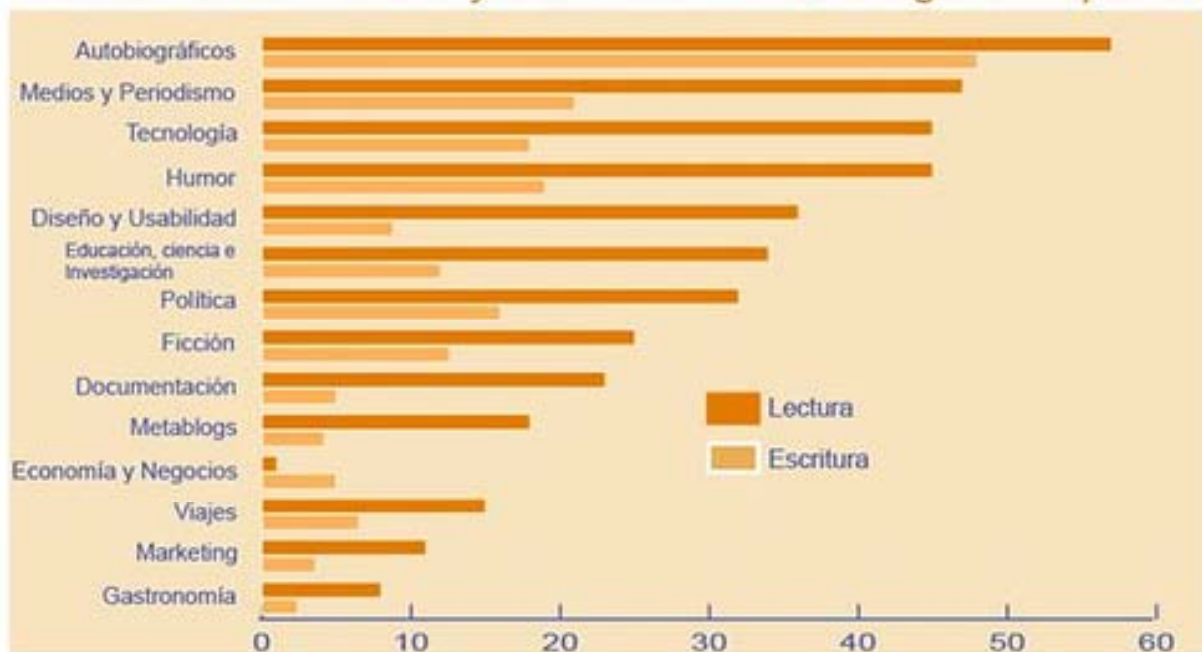
## Resultados. El perfil del blogger hispano

Esta tercera encuesta tiene por objetivo documentar la evolución del perfil de los bloggers en la blogosfera hispana, siguiendo la serie de encuestas iniciadas por Tintachina<sup>ii</sup>. El perfil del blogger hispano es de un hombre (73%) joven (el 51% tiene entre 20 y 30 años), con estudios universitarios (70%) y con más de 5 años de experiencia en la Red en un 76% de los casos. Además de ser usuario activo de internet, el blogger hispano se destaca por disponer de varios dispositivos tecnológicos: la mitad tiene un mínimo de 5 dispositivos (teléfono móvil, cámara fotográfica digital, reproductor de MP3, ordenador portátil y webcam).

Los países más representados en la blogosfera hispana son España (46%) seguida de lejos por México (14%), Argentina (9%) o Chile (8%), así como de un buen número de países con porcentajes inferiores.

La segmentación de resultados en función del país de residencia pone de manifiesto una ligera mayor participación de las mujeres en Argentina y México, frente a España y Chile. En lo que respecta al nivel de instrucción, la blogosfera es un universo en el que prima la formación universitaria, siendo tan solo Argentina el único país, entre los cuatro analizados, con un nivel de instrucción significativamente inferior.

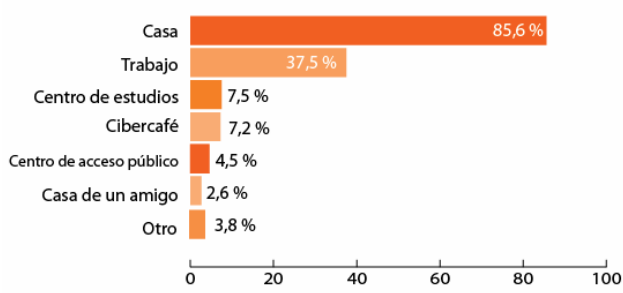
## Temáticas de lectura y escritura en los bloggers hispanos



En cuanto a sus contenidos, los blogs parecen estar dominados por el género autobiográfico, tanto en los hábitos de lectura como en los de escritura. En el resto de temáticas se percibe una diferencia notable entre el número de lectores y el número de escritores de las mismas, acrecentada en el caso de contenidos que requieren cierta especialización, como ocurre en las categorías de “Medios y periodismo”, “Diseño y usabilidad” y “Documentación”.

## Lugar escritura

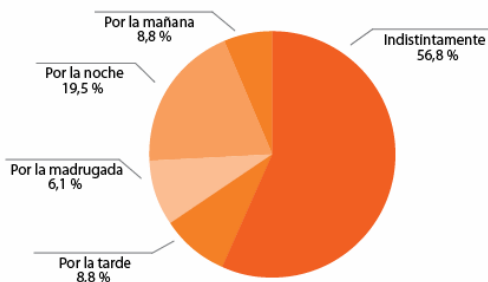
¿Desde qué lugar sueles escribir en tu weblog?



La práctica de escritura del blog está asociada principalmente al ámbito doméstico, con un 85% de los bloggers que afirman actualizarlo desde casa y una dedicación diaria de una hora en la mayor parte de los casos. No obstante, más de la mitad afirma no tener un horario preciso y más de una tercera parte dice escribir desde el trabajo, por lo que es de presumir que se trata de una actividad que les acompaña a lo largo del día.

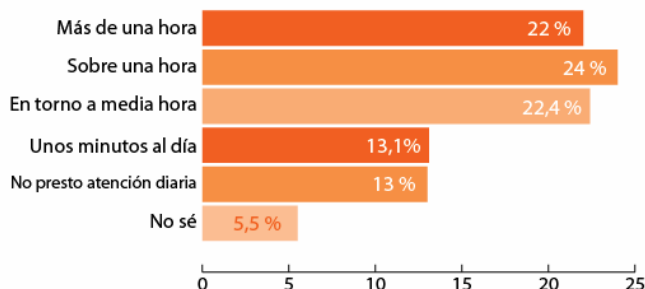
### Horario Actualización

¿A qué hora del día sueles actualizar tu weblog?



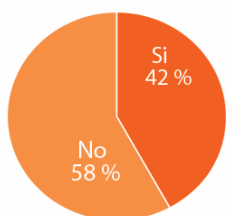
### Dedicación diaria

¿Cuanto tiempo le dedicas diariamente a tu blog?



### Abandono

¿Has abandonado alguna vez temporalmente tu blog?



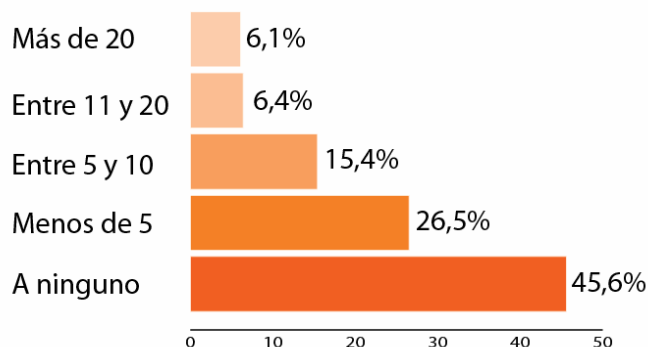
No obstante, la publicación periódica de un blog exige un esfuerzo personal que suele ir acompañado de periodos de abandono temporal del mismo, como le ha ocurrido a casi la mitad de los bloggers encuestados. Este porcentaje es notablemente más elevado en el caso de Chile, Argentina y México, siendo España (con un porcentaje de bloggers que han abandonado su blog cercano al 33%) el país en el que los bloggers son más constantes en la publicación de su blog.

### El blogger y su comunidad. Relaciones sociales

Los blogs pueden ser concebidos como una evolución de la comunicación mediada por computador, desde el “tradicional” correo electrónico o la Mensajería Instantánea. Pero, ¿cómo influye esta tecnología social en las relaciones sociales de los bloggers? ¿realmente se incrementa su red social? Para responder a estas preguntas se incluyó una batería de preguntas relacionadas con este aspecto.

### Red Social

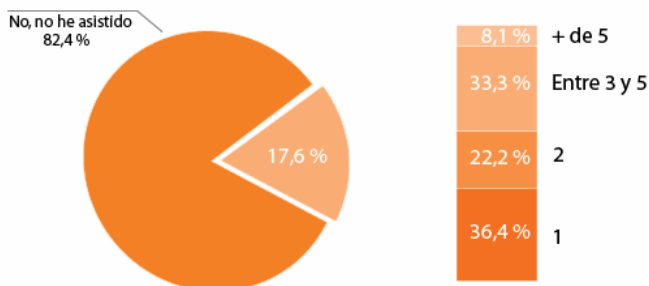
¿A cuantos bloggers has conocidos en persona que no conocías antes de ser tu un blogger?



En primer lugar, se preguntó a los bloggers acerca del número de personas que han conocido después de iniciar su “actividad como blogger”. En este sentido, cerca de la mitad de los entrevistados manifiestan no haber conocido a ningún nuevo blogger. Si se segmentan los resultados en función de las principales variables sociodemográficas (sexo, edad o educación) no se muestran diferencias significativas. Tan solo cabe señalar que son los bloggers mexicanos y españoles quienes, en relativa mayor medida, han incrementado su red social.

## Asistencia a Beers & blogs

¿Has asistido alguna vez a una reunión de Bloggers? [Beers & Blogs y similares]



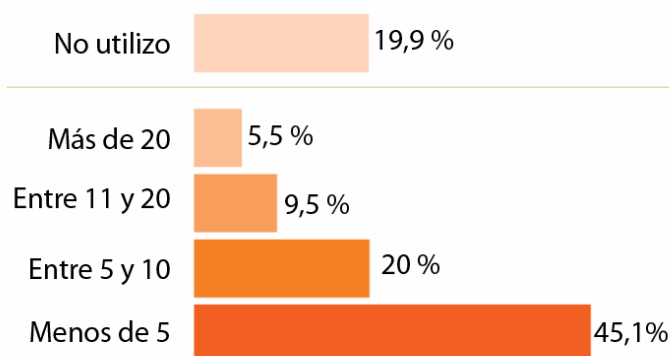
La asistencia a encuentros informales entre bloggers se ha ido popularizando en los últimos años. Cada vez hay más ciudades e incluso áreas temáticas que organizan de forma periódica su propio encuentro presencial, también llamado "B&B" o "Beers & blogs".

En el momento de realizar esta encuesta, sólo el 17,6% de los bloggers consultados habían asistido a un encuentro de este tipo. Son los usuarios con una mayor experiencia en la Red, a la que han llegado hace más de siete años y realizan un uso más avanzado de la misma, quienes han asistido a un mayor número de

"Beers & blogs" (una tercera parte de ellos ha repetido entre 3 y 5 ocasiones). Es significativo el hecho de que los encuestados de las blogosferas más consolidadas (España, México y Argentina) son quienes asisten en relativa mayor medida a estas reuniones.

## Red Social

¿Cuántos bloggers tienes en tu sistema de mensajería instantánea?

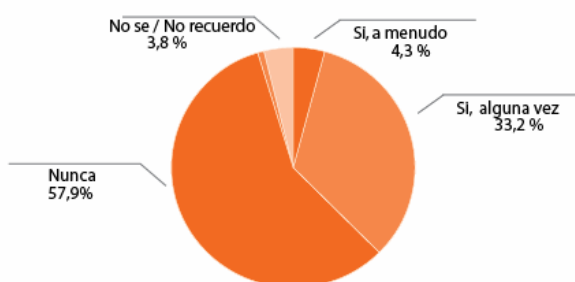


Las formas de relación entre bloggers van más allá de la tradicional conversación entre blogs (a través de los trackbacks y los comentarios) y salta a otro medio de comunicación como es la Mensajería Instantánea (con servicios como Yahoo Messenger o MSN Messenger). En este sentido, la mayor parte de los bloggers que emplean estos sistemas de mensajería (un 80%), tienen un número inferior de cinco bloggers en su lista de contactos. Cabe reseñar que el porcentaje de bloggers que tienen un número superior a los diez contactos en su sistema de mensajería instantánea es de un 15% y que son las mujeres bloggers quienes tienden a tener más contactos de autores de blogs en sus servicios de IM.

Son los bloggers que dedican un mayor número de tiempo a su blog y actualizan con mayor frecuencia su web quienes reciben un mayor *feedback* de sus lectores en forma de correos electrónicos. Es especialmente significativo que tan solo un 10% de los entrevistados manifiestan no facilitar datos de contacto, vía formulario web o vía correo electrónico.

## Censura... o "moderación"

¿En alguna ocasión has tenido que eliminar algún comentario de tu blog (no spam)?



Los comentarios en los posts es uno de los modos más habituales de contacto entre un blogger y sus lectores. En este sentido, cerca de la totalidad de los bloggers entrevistados tienen habilitado este canal de interacción (99%) y un 37% de los mismos afirma haber tenido que borrar en alguna ocasión algún comentario de su blog.

Por último, la mayor parte de los entrevistados afirma tener un blogroll (70%), frente a un 28% que dice no tener o no saber qué es un blogroll.

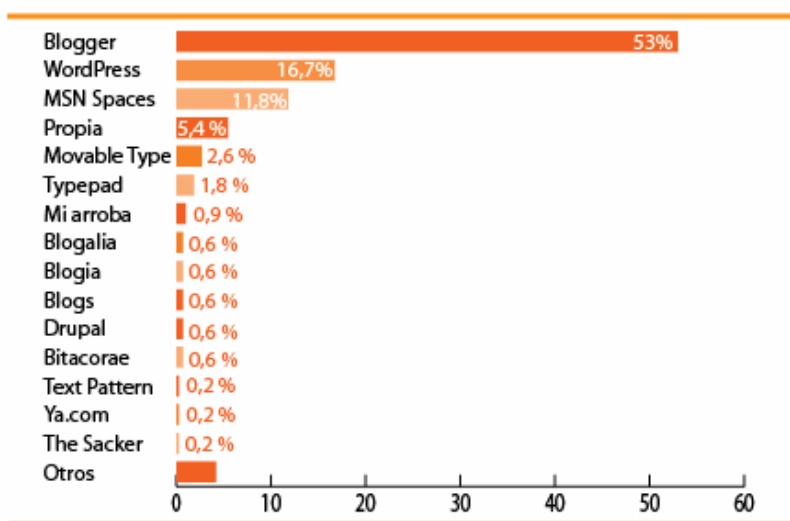
## Tecnología(s) asociadas

La facilidad para abrir un blog dentro de una plataforma gratuita sigue siendo parte de la popularidad de este sistema de publicación. Como se puede apreciar, Blogger continúa como el CMS o gestor de contenidos más utilizado, frente a otros sistemas como Wordpress (16,7%) o MSN Spaces (11,8%).

El 71,8% de los bloggers encuestados acude a hostings gratuitos para alojar su blog. Entre aquellos que sí han optado por un hosting de pago, los españoles representan el 22% y superan en varios puntos a mexicanos y argentinos (ambos con el 13%) y chilenos (10%).

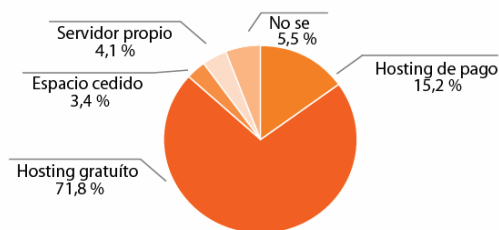
## CMS

¿Qué herramienta utilizas para actualizar tu blog?



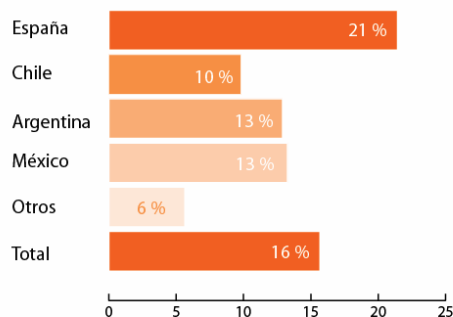
## Hosting

¿En donde tienes alojado tu blog?



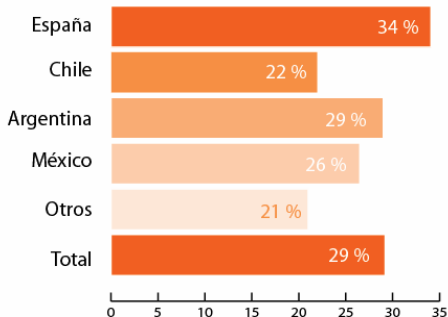
## Hosting de pago

¿Donde tienes alojado tu weblog? (Hosting de pago)



## Dominio propio

¿Tienes un dominio propio? (% posee dominio propio)



Cabe reseñar que son más los bloggers que disponen de un dominio propio (29,5%) que quienes alojan además su blog en un hosting privado (15,2%). Esta diferencia se explica por el hecho de que adquirir un dominio es una operación más sencilla, de menor coste económico y que apenas requiere de mantenimiento.

Si atendemos a las diferencias por países, veremos que de nuevo son los bloggers españoles quienes disponen, en relativa mayor medida, de dominio propio (34%) frente a argentinos y mexicanos (29% y 26% respectivamente) dejando a Chile en última posición (22%).

El desarrollo de los blogs suele ir asociado a la emergencia de nuevas tecnologías que vienen a complementar sus capacidades de difusión. Es el caso de buscadores especializados como Technorati, utilizado por una tercera parte de los bloggers, así como del Moblogging -la capacidad de publicar desde dispositivos móviles- que ha sido experimentado por un 10,5% de los encuestados.

### Tecnologías asociadas al blog

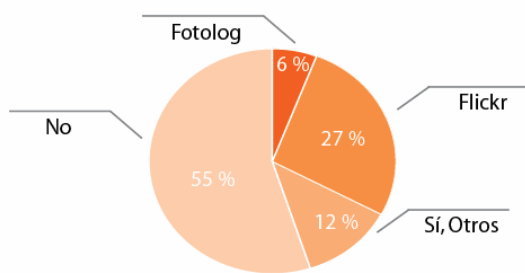
Moblogging 10,5 %

Dominio propio 29,5 %

Technorati 34,7 %

### Fotolog

¿Eres autor de algún album de fotografía digital? (tipo Fotolog o Flickr)

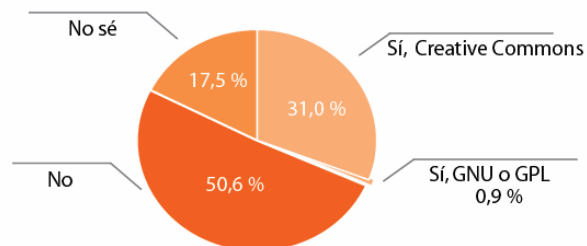


Los blogs son principalmente sistemas de publicación textual. No obstante, permiten la integración de diversos documentos multimedia como fotografías, audios y vídeos. Aunque más de la mitad de los bloggers no utilizan álbumes de fotografía digital, se puede apreciar cómo estos servicios comienzan a introducirse entre este colectivo como plataforma alternativa o complementaria a los blogs. De este modo, cerca de un 45% de los bloggers los utiliza, siendo Flickr la plataforma empleada en mayor medida para alojamiento y gestión de sus fotografías.

En el momento de realización de la encuesta, la mitad de los bloggers afirmaba no utilizar ningún tipo de licencia de propiedad intelectual distinta al copyright, mientras que un nada desdeñable 17,5% desconocía el tipo de licencia de su blog. Frente a estos datos, hay que mencionar que casi una tercera parte emplea conscientemente algún tipo de licencia abierta como es Creative Commons (31%) y GNU o GPL (0,9%).

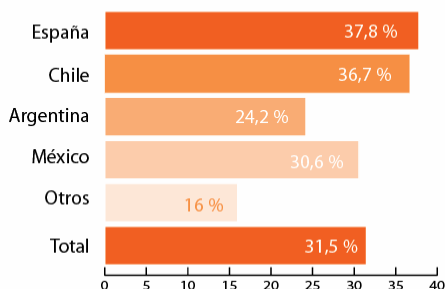
### Propiedad Intelectual

¿Tu blog tiene alguna licencia diferente al copyright?



### Licencia Creative Commons

¿Tu blog tiene alguna licencia diferente al copyright? (% posee Creative Commons)



En el caso de la segmentación por nacionalidades, sorprende que así como Chile aparecía más rezagado que Argentina y México en aspectos como el dominio y hosting propios, en cuestión de licencias CC<sup>iii</sup> aparece por encima de la media y casi al mismo nivel que España (36,7% y 37,8%, respectivamente).

## Discusión

Tal y como se ha comentado en la introducción a este artículo, la III Encuesta a Bloggers se ha desarrollado con una metodología distinta a las dos encuestas previas<sup>iv</sup>. Sin embargo, y a pesar de las diferencias en la forma de seleccionar la muestra y recopilar los datos, se podría decir que en términos generales se percibe una evolución estable en las tendencias del perfil del blogger hispano entre las tres encuestas: hombre joven, con estudios universitarios, con gran experiencia en internet y usuario habitual de nuevos dispositivos tecnológicos.

La distribución de género entre los autores de blogs resulta un tanto problemática. Si bien en las tres encuestas a Bloggers mencionadas se observa una proporción que ronda el 75% de hombres frente al 25% de mujeres, existen otros informes donde esta distancia se recorta considerablemente. Por un lado contamos con el estudio de Víctor Ruiz<sup>v</sup> sobre 50.000 perfiles de MSN Spaces, donde se observa una ligera mayoría de mujeres bloggers (54%), así como datos de la consultora Forrester Research<sup>vi</sup> donde se afirma que el perfil del blogger europeo, mayoritariamente, es mujer.

En ambos casos, tanto si hablamos de que la mitad de los bloggers son mujeres o sólo una cuarta parte de ellos, resulta evidente que los blogs de mujeres apenas están representados en los rankings de popularidad - Alianzo.com<sup>vii</sup> o Top.blogs.es<sup>viii</sup>-, así como en la composición de ponentes en los eventos sobre la blogósfera<sup>ix</sup>. Esto ocurre también con los blogs autobiográficos, que como se observaba más arriba, son los más escritos y leídos, pero sin embargo son temáticas ausentes en los rankings. Esto se explica en gran medida por el tipo de elementos que se utilizan para establecer tales rankings y que priman principalmente el número de enlaces entrantes y el número de suscriptores, en detrimento de otras variables como podrían ser las visitas y los comentarios.

## Conclusiones

Los datos de la III Encuesta que aquí presentamos pretenden aportar elementos de aproximación al perfil del blogger hispano. Para ello se ha refinado la metodología con el objeto de presentar una muestra más controlada que en ediciones anteriores y disponer de datos más representativos sobre la blogosfera hispana.

Como hemos visto al comparar los datos sobre género con otros informes, existe cierta disparidad en los resultados sobre perfiles de los bloggers. Como propuesta para futuros estudios, se hace necesario establecer metodologías adecuadas para el análisis y la recogida de datos que sirvan para dotar de cierta sistematización y continuidad a la investigación sobre perfiles de los usuarios de blogs, tanto de sus autores como de sus lectores.

### Notas:

- <sup>i</sup> El método de muestreo está disponible en la comunicación “La encuesta online como metodología de análisis de la blogosfera” en el I Congreso Internacional de Blogs, organizado por la Universidad Complutense de Madrid.
- <sup>ii</sup> VV.AA, *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Fundación France Telecom. 2006.
- <sup>iii</sup> Licencias Creative Commons: <http://www.creativecommons.org>
- <sup>iv</sup> Op. cit. (nota 2)
- <sup>v</sup> Ruiz, V., en Linotipo, Marzo 2007: [http://rvr.typepad.com/linotipo/2007/03/las\\_mujeres\\_en\\_.html](http://rvr.typepad.com/linotipo/2007/03/las_mujeres_en_.html)
- <sup>vi</sup> Diaro El Mundo, “Radiografía de la blogosfera”, Febrero 2007: <http://www.elmundo.es/navegante/2007/02/12/tecnologia/1171280170.html>
- <sup>vii</sup> <http://www.alianzo.com>
- <sup>viii</sup> <http://top.blogs.es>
- <sup>ix</sup> Lara, T.; “Blogs y Género”, Marzo 2007: <http://tiscar.com/2007/03/31/blogs-y-genero>

### BIBLIOGRAFÍA:

- Ferreres, G. y Garrido, F. (2006): *El perfil del blogger hispano. Capítulo en VV.AAA., La Blogosfera Hispana: Pioneros de la cultura digital*. Madrid. Ed. Fundación France Telecom.
- Garrido, F. (2005): “La encuesta online como metodología de análisis de la blogosfera”. Actas del I Congreso Internacional de Blogs, Universidad Complutense de Madrid.
- Herring, S et al (2004): *Bridging the gap: a genre analysis of weblogs* en *Proceedings of the Thirty-seventh Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-37)*. Los Alamitos: IEEE Press. <http://www.blognija.com/DDGDD04.doc>
- Merelo, JJ et al (2004a): *Visualización de la evolución de una red social generada por weblogs*. Comunicación en el II Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad. Disponible online en [www.cibersociedad.net](http://www.cibersociedad.net)
- Merelo, JJ et al (2004b): *The Spanish-Speaking blogosphere: Towards the powerlaw?* Germany. Blogtalk 2.0.