

Hacia una Caracterización del Blogger Argentino

Fernando R. A. Bordignon¹

Universidad Nacional de Luján.
Departamento de Ciencias Básicas
Laboratorio de Redes de Datos
bordi@unlu.edu.ar

Resumen

Los blogs son una alternativa válida, derivada de la sociedad del conocimiento, para que cualquier ciudadano pueda expresarse libremente ante sus pares. Dado su uso masivo y su valor potencial en ambientes educativos, esta moderna forma de comunicación merece ser estudiada con mayor detalle a los efectos de realizar una eficiente apropiación de estos recursos tecnológicos.

Se presenta un trabajo de investigación de carácter exploratorio que tiene por objetivo presentar una aproximación al perfil del autor de blog argentino, a través de una encuesta en línea realizada a mediados del año 2006. Del análisis de los datos se observa que el autor es una persona masculina, joven de menos de 40 años, con un nivel elevado de instrucción. Es profesional o estudiante y se desempeña en actividades relacionadas con la tecnología. Posee habilidades y conocimientos de informática que están más allá del usuario común de escritorio. Es un individuo con características sociales, dado que normalmente comparte recursos con sus pares. Ha empezado a realizar esta tarea de escritura en los últimos veinticuatro meses, su blog principalmente trata sobre experiencias de vida, entretenimiento y ocio. Permite que otros usuarios puedan colaborar con su medio de expresión y se relaciona habitualmente con sus pares autores.

1- Introducción

Desde sus inicios la web ha sido un espacio público para las personas que buscan un medio de expresión. En la actualidad, los blogs o weblogs son una herramienta de publicación digital y expresión inmediata que posibilitan que cualquier persona pueda escribir sus ideas, pensamientos, opiniones y conocimientos. Por otro lado, a partir de un mecanismo de respuestas, cualquier lector puede dialogar con el autor o con otros pares en el mismo espacio de publicación. Esta idea está en consonancia con lo expresado por Blood [BLOOD] dado que la investigadora visualiza los blogs como un instrumento de diálogo o charla entre varias personas. En general, cualquier visitante puede dejar su opinión sobre los temas tratados insertando un mensaje asociado a los mismos para que todo el mundo lo pueda ver. Esta forma de conversación entre usuarios tiende a crear comunidades que se expresan en tiempo real, su modo simplificado de publicación -donde el uso es intuitivo- facilita la retroalimentación de los temas a partir de fomentar su utilización.

Un aspecto importante que ha hecho que los weblogs tengan éxito es que esta herramienta de publicación es simple y no dependiente de técnicos o entrenamiento previo; el proceso de edición, diseño y publicación está totalmente facilitado al autor, en lo único que debe centrar sus esfuerzos es en la redacción de sus ideas o de la información a compartir. En resumen, la facilidad de uso y la posibilidad de comunicación masiva en un ambiente de libertad han sido pilares de su explosivo crecimiento.

¹ Profesor Ordinario Adjunto del Departamento de Ciencias Básicas de la Universidad Nacional de Luján (Argentina). Director del Laboratorio de Redes de Datos (<http://www.tyr.unlu.edu.ar>), lugar donde se llevan a cabo diversas investigaciones relacionadas con sistemas complejos.

Actualmente hay millones de weblogs activos en Internet. Technorati² es una empresa que ofrece servicios de directorio y búsqueda sobre el espacio constituido por todos los blogs (blogósfera), en el mes de octubre del año 2006 en su página inicial informaba que indexaba el contenido de 56 millones de weblogs. Dave Sifry, -creador de Technorati- en el reporte estadístico del mes de agosto del año 2006 [SIFRY] indicó que el espacio de los blogs es cien veces más grande que lo que era hace 3 años y dobla su tamaño cada seis meses y medio. Actualmente, cerca de 175.000 nuevos blogs son creados diariamente. El número total de publicaciones diarias es de 1.6 millones, representando el doble del volumen que hace un año. En una medición de proporción de lenguajes realizada en mayo del año 2006 se determinó que la lengua principal es el inglés con un 41% de los blogs y luego sigue el japonés con un 31%, 10% de chinos y un 3% para el español. Un indicador del grado de penetración alcanzado por este medio de comunicación se obtiene a partir de una encuesta [SAAD] realizada a ciudadanos norteamericanos en el año 2006 aproximadamente uno de cada cinco usuarios que navegan en Internet leen blogs de forma frecuente.

El presente trabajo de investigación, de carácter exploratorio, tiene por objetivo determinar cuales podrían ser las características que definen al autor argentino de weblog, a partir del análisis de datos obtenidos por medio de una encuesta en línea. Al obtener su perfil, medir la inversión de recursos y saber motivaciones es posible conocer más acerca del estado de evolución de este medio de comunicación y tratar de visualizar cuales son las tendencias de evolución en la región. Sobre la cantidad de weblogs argentinos no hay información que permita establecer con certeza cual es su cantidad. Consultados los principales directorios especializados en blogs de argentinos se observa que las cifras de sitios registrados difieren bastante. En Argenblogs³ se contabilizan 490 y en Weblogs⁴ 1.484 sitios argentinos en agosto del año 2006.

En lo referente a otros trabajos relacionados con la caracterización de autores de blogs se puede citar el estudio del perfil del blogger español [FERRERES] publicado en el libro La Blogosfera Hispana [CEREZO] de José Manuel Cerezo, basado en datos obtenidos por una encuesta en línea realizada en junio del año 2005. Garrido [GARRIDO] estudió las características de weblogs gallegos utilizando la misma metodología. Recientemente la organización Pew Internet ha publicado un estudio sobre bloggers norteamericanos [LENHART] el cual se basó en una encuesta telefónica a 4.753 usuarios de internet.

2 - Encuesta

En los meses de julio y agosto del año 2006 se enviaron 753 correos electrónicos invitando a participar a una encuesta en línea a autores de weblogs argentinos. Tales usuarios se seleccionaron a partir de datos extraídos de distintos directorios argentinos y del perfil público de usuarios del servicio de alojamiento Blogger. Respondieron, llenando correctamente el formulario, 134 personas que corresponden al 17,7% de los invitados. Se comprobó la consistencia de las respuestas y se eliminaron aquellas encuestas incompletas o con datos inconsistentes.

-Si bien no se conoce el número total de autores argentinos que actualmente mantienen blogs, este relevamiento con 134 encuestados es – inicialmente – válido a los efectos de obtener un primer perfil de los mismos.

Este estudio no intenta tener confiabilidad estadística debido a que no se conoce la población total y – por ende – es imposible obtener una muestra representativa de la misma. Por eso se deja constancia que este trabajo es de carácter exploratorio y no pretende aportar resultados representativos de la población argentina, pero si contribuir con datos inéditos orientativos de la misma.

² <http://www.technorati.com>

³ <http://www.argenblogs.com.ar>

⁴ <http://www.weblogs.com.ar>

3 - Características del blogger argentino

3.1 - Perfil

A partir del análisis de la muestra, se observa que el autor argentino en su mayoría podría ser es de sexo masculino, un 73,8% son hombres y un 26,2% son mujeres. Esta proporción se repite en España [FERRERES] dado que un 72% de los autores son varones y un 27% mujeres. La edad de los bloggers se distribuye de la siguiente forma: el 17,9% tienen 20 o menos años, el 42,5% poseen entre 21 y 30 años –es aquí donde se establece la moda-, 26,8% entre 31 y 40 años, 8,2% entre 41 y 50 años y 4,4% para 51 o más años. De los datos anteriores se desprende que el autor argentino de blog es una persona joven dado que el 87,3% posee 40 o menos años.

Con respecto al trabajo que desempeñan, en general se destacan empleos relacionados con la tecnología. Una amplia mayoría de los autores son profesionales o estudiantes. El 19,4% de los encuestados indicó estar relacionado de alguna manera con el periodismo y el 8,9% contestó que ejerce la docencia en alguno de sus niveles.

Sobre la instrucción máxima recibida el 79,8% manifiesta tener o estar cursando estudios terciarios o universitarios, un 19,4% de nivel medio y un 0,7% estudios primarios solamente. Esto indica que el autor de weblogs en su amplia mayoría es una persona con un nivel elevado de instrucción y por ende su espacio de escritura debería reflejar tal instrucción. Ante la pregunta de que si recibieron capacitación formal o informal sobre informática, más allá de cursos que tengan que ver con utilitarios, el 63,4% manifestó que si. En general, el autor es una persona con habilidades y conocimientos de informática que están más allá del usuario común de escritorio. Casi la mitad de los encuestados (48,5%) utiliza un seudónimo para identificarse en su weblog, esto plantea que el autor desea mantenerse en el anonimato. Esta proporción es semejante a la del blogger norteamericano (55%) [LENHART].

Cuando se analiza el tiempo que el encuestado declara ser autor de blogs se observa que casi el 67% indicó que ha comenzado esta actividad en los últimos 24 meses. Si se considera que el 35,6% empezó el último año puede verse claramente que la cantidad de autores va creciendo en forma significativa.

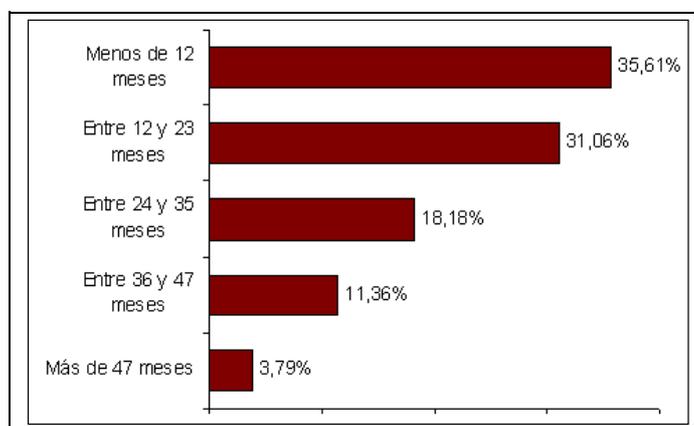


Gráfico 1 – Distribución de edad del autor de blog

Como característica social se destaca que el autor es un usuario que colabora con sus pares en la red ya que 8 de cada 10 autores normalmente comparten recursos (fotos, música, videos) con otros usuarios. Esta conducta es opuesta a lo que ocurre en otros sistemas colaborativos donde se produce un fenómeno conocido como *free riding* [ADAR], donde solo una pequeña fracción aporta recursos.

3.2- El blog

Para Cerezo Gilarranz [CEREZO_1] en la blogosfera hispana destacan los “weblogs tecnológicos , los relacionados con el periodismo y la actualidad política, siempre desde una perspectiva independiente y personal”. Al consultarles a los autores argentinos acerca de la temática principal de su blog se observa que “experiencias de vida” es la categoría más seleccionada con un 32%. Ahora, si se agrupan las categorías experiencias de vida, entretenimiento/ocio y deportes se observa que casi el 50% de los blogs tienen que ver con temáticas de orden personal. En la categoría otros se destacan los siguientes temas, como los más citados: literatura, arte, humor y multitemático. La distribución de los temas se presenta en el gráfico 2.

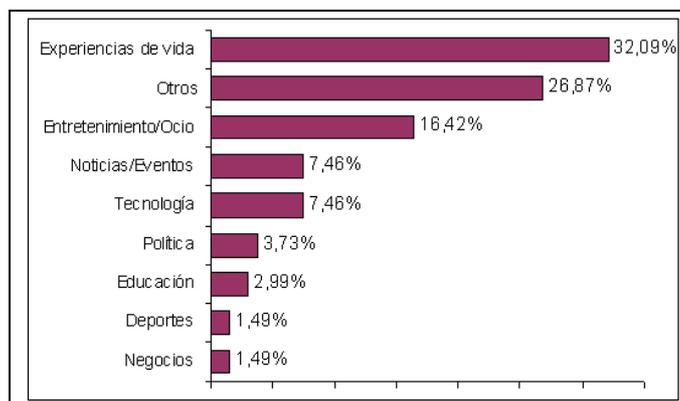


Gráfico 2 - Tema principal del blog

En el caso de los bloggers norteamericanos [LENHART], el 37% escribe sobre sus experiencias de vida, política 11%, entretenimiento 7%, deportes 6%, actualidad 5%, negocios 5%, tecnología 4% y religión 2%.

En su mayoría (84,3%) los autores alojan a sus weblogs en sitios especiales que proveen servicio especializado de mantenimiento, tales como Blogger⁵. Un 15,6% de los autores optó por instalar su propio servidor de blogs. El 86,1% de los encuestados continúan actualizando su espacio digital de comunicación. Con respecto a la frecuencia de actualización de contenidos (gráfico 3), se observa que la mayoría de los autores (40,18%) aportan nuevos contenidos solo una vez por semana y el 11,61% todos los días.

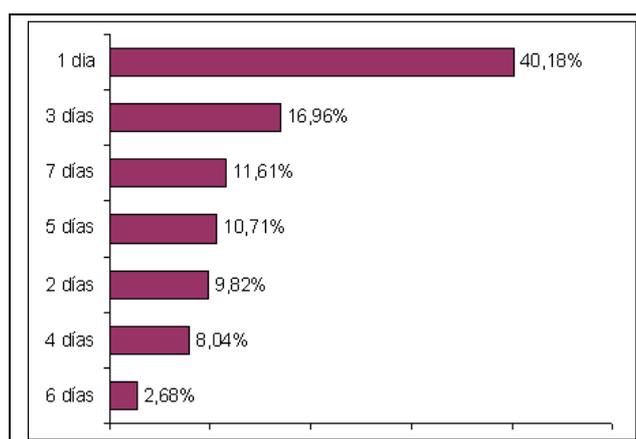


Gráfico 3 – Cantidad de días por semana que actualizan su blog

⁵

<http://www.blogger.com>

El weblog es un objeto de expresión que por sus propias características se construye, se mantiene y se desarrolla en forma colaborativa. Principalmente es su autor el que tiene la responsabilidad inicial de mantenerlo, pero si su ambiente es propicio la comunidad puede auxiliarlo en esta tarea dando sus propios aportes. En lo relacionado al ingreso de nuevos contenidos, consultados acerca de cuantos artículos ingresaron los últimos siete días, el 64,2% de los autores encuestados insertó 5 o menos, el 16,9% no lo actualizó, el 10,71 % entre 6 y 10 y finalmente más de diez el 8,8%.

La amplia mayoría de los autores considera que el blog es una herramienta de “*ida y vuelta*”, donde ellos expresan sus ideas o pensamientos y esperan que otros usuarios contribuyan al diálogo respondiendo con nuevas entradas. Esto se concluye a partir que el 93,2% de los autores permite respuestas a sus artículos. El 34,8% de los autores de weblogs que están activos indicaron que los últimos siete días recibieron 5 o menos respuestas a sus artículos, un 8% entre 6 y 10 y un 24,1% más de 10. Un 33% manifestó no haber recibido ninguna respuesta.

Cuando se indaga acerca de cómo los bloggers se relacionan con sus pares, ya sea navegando por weblogs o accediendo a sus contenidos a partir de sugerencias recibidas por sindicación, se ve que el 52,2% accede a 10 o menos blogs por semana, el 31,3% más de 10 y el 16,4% no visita otros blogs. Consultados acerca de cuántas intervenciones tienen con otros weblogs por semana se observa que hay un buen grado de participación dado que el 51,8% dice que aporta 10 o menos intervenciones, el 12,7% 11 o más y el 35,5% ninguna.

Se observa que preferentemente los weblogs se actualizan desde los hogares de los bloggers (gráfico 4) y queda claro que en el trabajo no es ámbito preferido para esta tarea. Esto también puede ser un indicador que la mayoría de los weblogs son personales y no corporativos o de empresas.

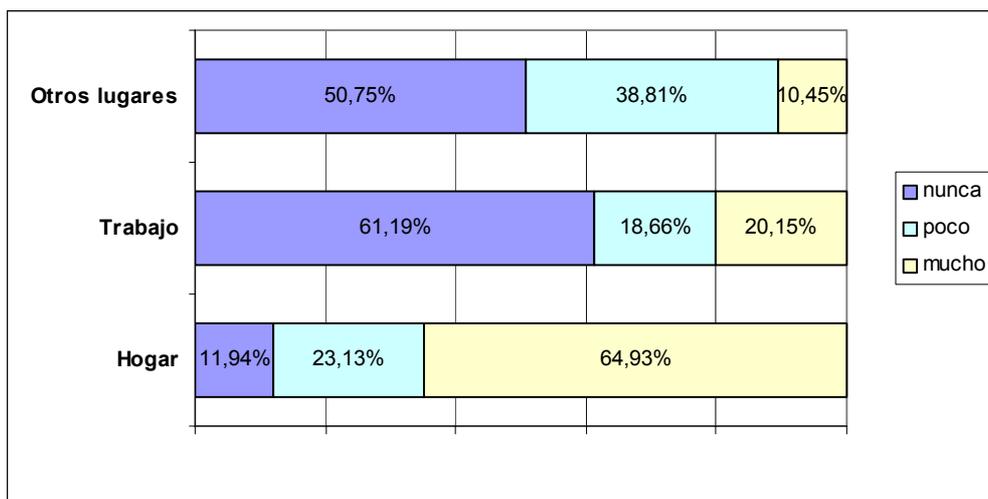


Gráfico 4 - Lugares preferidos para la actualización de contenidos

Para Civallero [CIVALLERO] hay una serie de términos que se asocian a los blogs tales como: libertad, apertura, independencia, sencillez, potencia, difusión, visibilidad, creatividad, imaginación y comunicación. En esta encuesta se pidió a los autores que aporten tres palabras o etiquetas que definan para ellos lo que es un weblog, con tal información normalizada se generó la nube de tags que se presenta a continuación.

fácil de expresión personal que a partir de la interacción permite que las personas se comuniquen, se diviertan, compartan ideas y opiniones en un ambiente informativo de total libertad”.

5- Agradecimientos

Al profesor Daniel Villa por sus acertados comentarios que contribuyeron a mejorar significativamente este trabajo.

6- Referencias

[CEREZO] Cerezo, J. M. (Ed), *“La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital”*. Fundación France Telecom, 2006

[CEREZO_1] Cerezo, J. M. *“Los weblog: participación y política en la Sociedad de la Información”*. V Bial Iberoamericana de Comunicación. Tecnológico de Monterrey, México, 2005.

[FERRERES] Ferreres, G. y Garrido, F. Capítulo *“Perfil del blogger español”*. Libro *“La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital”*. CEREZO, J. M. (Ed), Fundación France Telecom, 2006

[LENHART] Lenhart, A. y Fox, S. *“Bloggers. A portrait of the internet’s new storytellers”*. Pew Internet & American Life Project. 2006.

[SIFRY] Sifry, D. *“State of the Blogosphere, August 2006”*, Sifry's Alerts Weblog. <http://www.sifry.com/alerts/archives/000436.html/>, 2006.

[CIVALLERO] Civallero, E. *“Cuadernos de bitácora : los weblogs como herramientas de trabajo de las bibliotecas”*. E-LIS: Open Archive for Library and Information Science. <http://eprints.rclis.org/archive/00006747/>, 2006

[BLOOD] Blood, R.. *“The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog”*. Cambridge: Perseus Publishing 2002.

[SAAD] Saad, L. *“Blog Readership Bogged Down.”* Gallup, February 10, 2006. (<http://poll.gallup.com/content/?ci=21397>).

[GARRIDO] Garrido, F. *“I Enquixa a Blogueiros Galegos”* ENBLOGS’06 Encontro de Blogs de Galicia y Portugal, abril 2006, <http://www.consellodacultura.org/enblogs/>

[ADAR] E. Adar, E. y Huberman, B. *“Free Riding on Gnutella,”* First Monday, volume 5, number 10, Oct. 2000.