

# EL OBSERVATORIO VOL.4

JÓVENES Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

-ESTUDIO SOBRE JÓVENES BLOGUEROS-

LR-80/2017



**Ayuntamiento  
de Logroño**  
UNIDAD DE JUVENTUD

# ÍNDICE

<b>1- Introducción</b>	<b>3</b>
<b>2- Jóvenes y nuevas tecnologías</b>	<b>4</b>
<b>3- Estudio sobre jóvenes blogueros</b>	<b>10</b>
<b>3.1- Una aproximación a los blogs</b>	<b>10</b>
<b>3.2- Metodología</b>	<b>15</b>
<b>3.3- Resultados</b>	<b>17</b>
<b>4- Reflexiones a modo de conclusión</b>	<b>32</b>
<b>5-Bibliografía</b>	<b>33</b>

# 1- INTRODUCCIÓN

A pesar de su carácter reciente, las nuevas tecnologías han sido un objeto de estudio ampliamente examinado desde la sociología. En este sentido, cabe citar que ya en el año 1986 el INJUVE dedicó un número de su Revista de Estudios de Juventud<sup>1</sup> a evaluar el impacto de las nuevas tecnologías o que en el año 1991 el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) realizó un monográfico sobre nuevas tecnologías<sup>2</sup> en el que indagó por el conocimiento de manejo de ordenadores personales, su frecuencia de uso y la opinión que existía sobre los mismos. Desde entonces y hasta la actualidad son muchos los estudios que se han realizado sobre este tema, lo que ha permitido tener tanto datos cuantitativos como cualitativos que muestran, entre otros aspectos, cómo se han introducido las nuevas tecnologías en nuestra sociedad y el impacto que han tenido en la misma, tanto a nivel general, como en los distintos segmentos que la componen.

A pesar de su ya señalada corta historia, la rápida evolución de las nuevas tecnologías ha provocado que estas hayan creado una gran cantidad de campos nuevos (redes sociales virtuales) y hayan extendido su aplicación a otros que ya existían (la domótica en el campo de los electrodomésticos). Esto ha provocado que en muchas ocasiones los nuevos estudios sociológicos que se hacían en este ámbito más que actualizar los que se habían realizado con anterioridad, eran una adaptación a la nueva realidad tecnológica del momento en que se llevaban a cabo. Dicho esto, la investigación social no ha tratado del mismo modo todos los posibles campos de las nuevas tecnologías. Sin entrar a analizar y a valorar las causas de este hecho, la realidad es que mientras algunos ámbitos han recibido una gran atención, de manera que es fácil encontrar numerosos trabajos sobre los mismos, otros han concitado un menor interés por parte de los investigadores. Uno de estos últimos campos es el de los blogs. Es por este motivo que a la hora de abordar desde el Observatorio las nuevas tecnologías, nos hemos decantado por focalizarlo en esta temática, más en concreto, en los autores de los mismos, esto es, en los blogueros.

El presente número del Observatorio contiene, por tanto, los resultados de una investigación cualitativa realizada a jóvenes blogueros. Junto a los mismos, incluimos la metodología que se ha utilizado para llevarla a cabo y una pequeña introducción teórica acerca de lo que son los blogs o bitácoras. De manera previa a la presentación de esta investigación, sobre los blogs, este número del Observatorio incluye también la presentación de datos sobre jóvenes y nuevas tecnologías, ya que, hemos considerado que era una forma de contextualizar el estudio y porque permite además conocer el estado de una realidad, la de las nuevas tecnologías, tan rápidamente cambiante o líquida si utilizamos la terminología del sociólogo y ensayista polaco Zygmunt Bauman.

*1- Juventud y nuevas tecnologías, nº 21 de la Revista de Estudios de Juventud (marzo de 1986)*

*2- Este monográfico titulado Nuevas Tecnologías, que es el estudio número 1963 realizado por este organismo, fue publicado en abril de 1991 e incluyó un total de 8 preguntas (con 23 ítems en total) sobre ordenadores y servicios informáticos.*

## 2- JÓVENES Y NUEVAS TECNOLOGÍAS



**E**n este primer apartado del monográfico vamos a analizar la relación entre juventud y nuevas tecnologías a partir de una serie de datos y estudios relativamente recientes con el objetivo de conocer a grandes rasgos aspectos tales como la valoración que estas les merecen y el uso que estos hacen de las mismas. En concreto, para la redacción de este apartado se han utilizado los resultados de los cruces por edad de los Barómetros del Centro de Investigaciones Sociológicas<sup>3</sup> 3131 (de marzo de 2016) y 3168 (de febrero de 2017), así como de dos estudios de juventud: Informe Juventud en España 2016<sup>4</sup> y Jóvenes Españoles entre dos siglos 1984-2017<sup>5</sup>. Dado que la desagregación de datos por edad que realiza el CIS no recoge el intervalo 25-29 años y sí el de 25 a 34 años, extenderemos en el presente apartado la denominación de joven hasta los 34 años.

### Nuevas tecnologías: valoración, uso y frecuencia de utilización<sup>6</sup>.

Los jóvenes consideran, en mayor medida que el conjunto de la población, como muy o bastante necesarias para su vida cotidiana todos los aparatos y aplicaciones tecnológicas por las que el CIS les preguntó en marzo de 2016. A su vez, entre los jóvenes, los de 18 a 24 años valoran en mayor medida que los de 25 a 34 años estas nuevas tecnologías como muy o bastante necesarias. Dicho esto, en general, las diferencias entre unos y otros jóvenes no son muy altas con la excepción de los programas de mensajería instantánea y especialmente de las redes sociales virtuales.

3- A partir de ahora nos referiremos a este organismo a través de su acrónimo: CIS

4- Este informe está disponible en la web: <http://www.injuve.es/observatorio/demografia-e-informacion-general/informe-juventud-en-espana-2016>

5- A este estudio se puede acceder a través de la web: <https://www.observatoriodelajuventud.org/jovenes-espanoles-entre-dos-siglos-1984-2017>

6- Los resultados que se presentan a continuación están extraídos del Barómetro 3131 de marzo de 2016

<b>Porcentaje de población que considera muy o bastante necesarias las siguientes tecnologías</b>			
	18 a 24 años	25 a 34 años	Total Población
Teléfono móvil	92,7%	87,1%	77,9%
Ordenador personal <sup>7</sup>	76,6%	73,4%	56,4%
Conexión a Internet	94,6%	87,4%	65,1%
Correo electrónico	74,2%	67,7%	51,9%
Redes sociales virtuales <sup>8</sup>	51,7%	28,3%	24,5%
Mensajería Instantánea <sup>9</sup>	88,8%	78,2%	57,6%
Tableta/libro electrónico	34,6%	32,6%	23,3%

Respecto al uso que hacen de estas nuevas tecnologías cabe decir que, salvo en el teléfono móvil en el que las diferencias no son muy grandes, los jóvenes utilizaron en los seis meses previos a la realización del estudio en mayor medida que el conjunto de la población las tecnologías por las que se les preguntó. De nuevo, con la excepción del teléfono móvil, los jóvenes de 18 a 24 años señalaron haber hecho uso de las mismas en un porcentaje ligeramente superior a los de 25 a 34 años.

Por último, en lo que al manejo diario de estas tecnologías se refiere, los datos muestran que, en general, los jóvenes hacen un mayor uso de las mismas que el conjunto de la población. Ahora bien, la distancia que separa al conjunto de la población de los jóvenes varía según la tecnología y así es relativamente amplia en lo que al teléfono móvil se refiere y muy pequeña en el uso de tabletas/libros electrónicos<sup>10</sup>. Dentro de los jóvenes, se observa que algunas de ellas son utilizadas diariamente en mayor medida por los de 18 a 24 años (ordenador personal y redes sociales virtuales), otras son utilizadas a diario más por los 25 a 34 años (correo electrónico y tableta/libro electrónico) y en el caso del teléfono móvil y de la mensajería instantánea el manejo diario se da en proporciones similares entre unos y otros

<b>Porcentaje de población que ha utilizado las siguientes tecnologías en los últimos seis meses</b>			
	18 a 24 años	25 a 34 años	Total Población
Teléfono móvil	96,6%	98,0%	91,9%
Ordenador personal	88,8%	85,4%	62,1%
Correo electrónico	90,7%	86,3%	59,7%
Mensajería Instantánea	99,0%	96,3%	72,1%
Redes sociales virtuales	89,3%	81,1%	47,5%
Tableta/libro electrónico	52,7%	46,6%	32,2%



7 - Ya sea este de sobremesa o portátil.

8 - Dentro de este grupo cabe incluir redes como Facebook, Twitter, LinkedIn o Instagram.

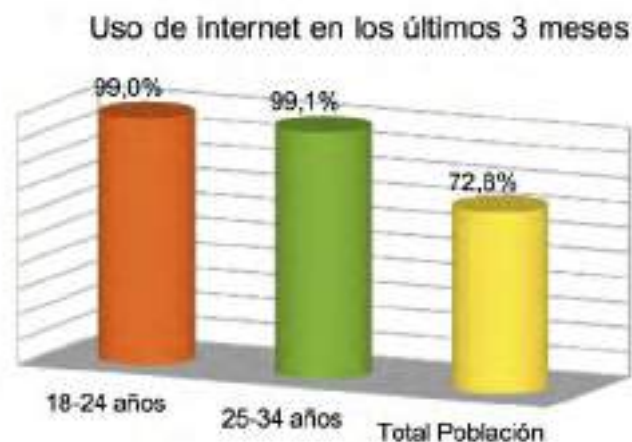
9 - Dentro de esta categoría se engloban aplicaciones como WhatsApp, Line, Telegram o Snapchat.

10 - De hecho, el porcentaje de población total que usa a diario la tableta/libro electrónico es dos décimas superior al de los jóvenes de 18 a 24 años.

Porcentaje de la población que utiliza las siguientes tecnologías diariamente			
	18 a 24 años	25 a 34 años	Total Población
Teléfono móvil	96,0%	96,2%	85,8%
Ordenador personal	84,1%	79,7%	77,0%
Correo electrónico	72,0%	75,1%	70,7%
Mensajería Instantánea	99,1%	98,2%	93,4%
Redes sociales virtuales	84,2%	75,1%	69,7%
Tableta/libro electrónico	59,3%	62,7%	59,5%

### Internet: uso, frecuencia y forma de conexión y aplicaciones para las que se utiliza<sup>11</sup>.

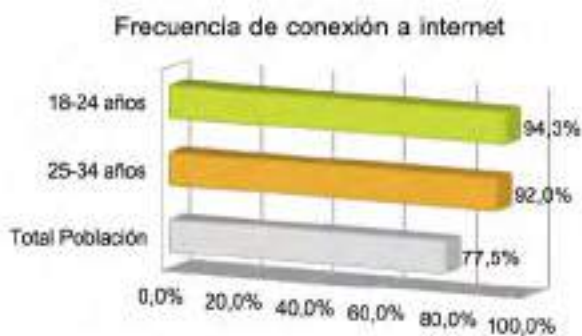
Puede decirse que internet es una tecnología cuyo uso está generalizado entre la juventud pero no en el conjunto de la sociedad, ya que, los datos del CIS muestran que si bien la práctica totalidad de los jóvenes usaron internet en los tres meses anteriores a febrero de 2017, a nivel global solo lo hizo un 72,8% del conjunto de la población. Estos mismos datos muestran que la edad es una variable clave a la hora de explicar la utilización de internet pues se observa como a partir de los 35 años va decreciendo progresivamente el porcentaje de personas que se conectaron a internet en esos meses. Ahora bien, hay que señalar, como bien se indica en el Informe Jóvenes españoles entre dos siglos, que la actual universalización de internet entre los jóvenes es un fenómeno reciente, de esta década en concreto<sup>12</sup>.



Una relación similar al uso se da en la frecuencia de utilización de internet. La práctica totalidad de los jóvenes entra en internet a diario, mientras que entre el total de la población solo se conectan con esta asiduidad tres de cada cuatro personas. Del uso de internet y de la frecuencia con la que se conectan a esta red, cabe concluir que esta tecnología está plenamente integrada en la vida de los jóvenes.

11 - Los datos que figuran en este apartado están extraídos del Barómetro 3168 de febrero de 2017.

12 - En este informe aparece una tabla (pag. 212) en la que se refleja la evolución del acceso de los jóvenes a internet a través de su utilización en los 4 meses anteriores a la realización de la encuesta. Los resultados muestran que en 1999 este porcentaje era del 14%, en 2005 del 72%, en 2010 del 95% y en 2016 del 99%.



Ordenador portátil y sobre todo teléfono móvil son los dispositivos más utilizados por los jóvenes y también por el conjunto de la población para conectarse a internet. Dicho esto, hay que matizar que no son los dos únicos medios que se utilizan para acceder a la red, ya que un porcentaje relevante de jóvenes y del total de la población recurre al uso de ordenadores de sobremesa y de tabletas para este fin. Estos resultados reflejan los cambios que, en su último Informe de Juventud, el INJUVE señaló que se habían producido en este campo en la última década<sup>13</sup>. Así se observa, tal y como indica este organismo, que el ordenador ha perdido su preeminencia como medio de acceso a internet y que los dispositivos móviles (teléfono móvil, ordenador portátil) predominan sobre los de carácter fijo (ordenador de sobremesa).

Esta mayor preeminencia de los dispositivos móviles de acceso a internet está provocando, a su vez, una serie de consecuencias. Por un lado, se constata que la conexión a la red deja de realizarse únicamente en unos espacios físicos (casa, oficina, instituto...), ya que, tal y como muestra el último Estudio General de Medios sobre Audiencia de Internet, el 61,9% de las personas que en el mes anterior a ser preguntados se conectaron a la red lo hicieron en la calle o en un medio de transporte<sup>14</sup>. Por otro lado, el INJUVE señala en su último Informe de Juventud que el mayor uso de estos aparatos está provocando transformaciones en nuestra vida cotidiana tales como la ruptura de la tradicional división entre ocio y trabajo.

En cuanto a las diferencias por edad, cabe señalar que los jóvenes de 18 a 24 años destacan sobre los de 25 a 34 y sobre el conjunto de la población por utilizar en mayor medida la televisión inteligente y otro tipo de dispositivos (videoconsolas, lector de libros electrónico o reloj inteligente) para entrar en internet. A un nivel más general también se detecta otra diferencia entre los jóvenes. Para cualquiera de los dispositivos por los que preguntó el CIS en febrero de 2017, el porcentaje de jóvenes de 18 a 24 años que los utiliza para acceder a la red es superior al que se da entre los de 25 a 34 años. Por ello, cabe concluir que entre los más jóvenes se da una mayor variabilidad en las formas de acceso a internet.

<b>Dispositivo utilizado para conectarse a internet en los últimos 3 meses</b>			
	18-24 años	25-34 años	Total Población
Teléfono móvil	97,4%	95,0%	87,0%
Ordenador portátil	68,0%	59,9%	54,4%
Ordenador de sobremesa	41,2%	38,3%	44,9%
Tableta	36,1%	35,7%	34,9%
Televisión inteligente	16,5%	11,8%	10,1%
Otros dispositivos <sup>1</sup>	20,6%	15,0%	10,0%
No contesta	-	0,9%	0,6%

<sup>13</sup> - Los datos referidos al uso de internet aparecen en este informe en el apartado titulado *La expansión de la movilidad y del acceso a internet* (páginas 364-367)

<sup>14</sup> - Los datos sobre el lugar de acceso a internet pueden consultarse en la página 8 del Estudio General de Medios sobre Audiencia de Internet correspondiente a octubre/noviembre de 2017. Este informe está disponible en la dirección web: <http://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/internet317.pdf>

<sup>15</sup> - Dentro de esta categoría se incluyen dispositivos tales como las videoconsolas, el lector de libros electrónicos o el reloj inteligente.

<b>Usos principales que se le da a internet</b>			
	18-24 años	25-34 años	Total Población
Buscar información/documentación	92,80%	91,40%	90,80%
Realizar gestiones bancarias	30,90%	45,70%	42,60%
Compra algún producto o servicio	56,70%	47,80%	40,50%
Vender bienes o servicios	10,30%	12,10%	8,60%
Comprar/reservar entradas	38,70%	33,60%	28,10%
Escuchar radio/música o descargarla	88,10%	69,00%	51,20%
Ver o descargar vídeos, películas...	76,80%	64,00%	46,10%
Ver en directo o en diferido programas emitidos en TV	44,30%	33,60%	27,80%
Jugar o descargar juegos	50,50%	29,80%	24,00%
Leer o descargar libros, periódicos...	46,40%	39,20%	40,10%
Realizar gestiones de la Adm. Pública	24,70%	34,80%	36,30%
Hacer llamadas telefónicas o videoconferencias	57,20%	39,50%	34,20%
Participar en foros, chats o usar sistemas de mensajería	78,90%	65,80%	62,10%
Mantener su propio blog/página web	16,50%	10,00%	8,50%
Utilizar espacio de almacenamiento en la nube	41,20%	28,30%	24,70%
Enviar/recibir correos electrónicos	75,30%	67,30%	68,50%
Realizar cursos/formación online	20,60%	21,80%	15,10%
Participar en redes sociales	87,60%	82,30%	64,40%
Otros	6,70%	3,80%	5,50%

Por lo que se refiere a la utilización de internet, se puede afirmar que la búsqueda de información o documentación es el uso por excelencia, ya que más del 90% de la población emplea la red para este fin. Junto a esta utilidad, las otras cuatro a las que recurre más de la mitad de la población que se conecta a la red son: enviar y recibir mensajes de correo electrónico, participar en redes sociales, participar en foros, chats y sistemas de mensajería instantánea y escuchar o descargar música. En cualquier caso, tal y como se puede ver en la siguiente tabla, internet es, hoy por hoy, un medio utilizado por la población, en general, y por los jóvenes, en particular, para un amplio abanico de tareas.







# 3- ESTUDIO SOBRE JÓVENES BLOGUEROS

## 3.1-UNA APROXIMACIÓN A LOS BLOGS

### Definición e historia de los blogs

Walter della Chiesa en su obra *Blogger* señala que un blog o bitácora<sup>20</sup> es un sitio web orientado hacia la interactividad, la espontaneidad y la libre expresión, en el cual uno o varios autores escriben, editan y recopilan textos, imágenes, canciones o vídeos en forma cronológica y por categorías temáticas, para finalmente publicarlos y abrir un debate con sus lectores a través de un sistema de comentarios<sup>21</sup>.

Para algunos autores el primer blog fue creado en el año 1992 por Tim Berner Lee con una página en la que iba apuntando cada nuevo sitio web que surgía. Para otros la invención de los blogs cabe atribuirla al periodista Justin Hall que publicó en 1994 una web con enlaces directos a páginas peculiares de internet. Pero la mayoría de los autores coinciden en señalar 1997 como el año fundacional de los blogs. Por un lado, en ese año, Dave Winer publicó el primer texto de su blog *Scripting News*, el cual aún sigue en funcionamiento. Por otro, Jorn Barger inventó el término weblog para referirse a su propia página *RobotWisdom.com*. En concreto, este programador desarrolló este término juntando la palabra web, que se refería a una publicación electrónica con el verbo log que en inglés significa anotar o registrar<sup>22</sup>. Además de la acuñación del término, Jorn Barger dio una definición del mismo y así señaló que *weblog es una página web donde un weblogger registra todas las páginas web que encuentra interesantes*<sup>23</sup>. Eso sí, este programador reconoció que existían páginas web similares a la suya, por lo que el suyo no podía considerarse como el primer blog.

Otra fecha relevante en la historia de los blogs fue 1999. En este año Peter Merholz acortó el término weblog de Jorn Barger, dejándolo simplemente en blog, concepto que se ha implantado para referirse a este tipo de páginas web. Junto a ello, se inauguró Eaton Web Portal, la primera página de internet dedicada en exclusiva a blogs. Pero mucho más relevante que estos hechos fue la aparición en este año de Pitas y Blogger. Ambas herramientas permitían el alojamiento gratuito de blogs, lo que permitió la expansión y socialización de los mismos, puesto que hizo innecesario poseer conocimientos informáticos para tener una página web de este tipo.

Gracias a Pitas, Blogger y otros servicios gratuitos para la publicación de blogs que fueron surgiendo, estos tuvieron una gran expansión en los primeros años del presente siglo, tal y como se puede ver en la gráfica que presentamos a continuación. En ella se puede ver como en espacio de poco más de un año y medio el número de blogs indexados en Technorati<sup>24</sup> aumentó casi en 35 millones.

20 - Bitácora es un término de la lengua castellana procedente del mundo de la navegación marítima que se utiliza en este idioma para referirse a los blogs pero que no ha llegado a arraigar, ya que los internautas de habla hispana prefieren usar el término inglés blog.

21 - Esta cita está extraída de la página 30 del citado libro de Walter della Chiesa, el cual fue publicado en el año 2007 por la editorial Anaya Multimedia.

22 - A partir de este verbo se desarrolló en inglés la expresión *log on ship* para referirse al cuaderno de bitácora o diario de abordo de los navíos. Esta expresión fue la utilizada como referencia para que bitácora fuera el elegido en castellano para designar a un blog.

23 - Cita extraída de la página 36 del libro *Blogger* de Walter della Chiesa.

24 - Technorati es un agregador de blogs creado por el norteamericano David L. Sifry que se puede utilizar para buscar blogs, posts o información que aparece en los mismos.



En los primeros momentos de expansión de los blogs, el perfil de sus autores se correspondió con el de aficionados. De esta manera los blogs fueron uno de los ámbitos desde los que se fue construyendo la denominada web 2.0<sup>25</sup>. Ahora bien, este carácter de los blogs fue poco a poco desapareciendo debido a que los periódicos en primer lugar y las empresas privadas a continuación se dieron cuenta de su potencial y los empezaron a utilizar. Los periódicos vieron en los blogs una forma de atraer y/o fidelizar a los lectores de sus ediciones digitales y las empresas privadas se percataron de su potencial de comunicación tanto interna como externa. Junto a esto, hay que señalar que una parte de los blogueros que empezaron como aficionados se acabaron profesionalizando al obtener ingresos a través de su blog<sup>26</sup>. De esta forma, se ha llegado a la situación actual en la que conviven en internet blogs de distintos tipos y con un variado tipo de finalidades.

Por otro lado, poco después del boom de los blogs a inicios del presente siglo, empezaron a aparecer las denominadas redes sociales. Aunque la finalidad original de estos sitios web era posibilitar/facilitar la comunicación entre usuarios de internet, han sido utilizadas con un variado tipo de finalidades entre las que está el desarrollo de blogs. En este sentido y como una combinación entre los blogs y la mensajería instantánea vinculada a las redes sociales surgieron los denominados microblogs. La actividad vinculada a los mismos recibió el nombre de microblogging<sup>27</sup> y las publicaciones que en ellos se realizan son conocidas como miniposts. Las características y prestaciones de los servicios de microblogs han venido marcadas por twitter que fue la red social pionera en este campo<sup>28</sup>. En relación a esto también cabe reseñar que las mayores posibilidades que ofrece la red social Instagram, han provocado que cada vez haya un mayor número de perfiles que son creados para ser usados como bitácoras<sup>29</sup> y, de hecho, es fácil encontrar perfiles de Instagram que se definen como blog. De esta forma hoy en día no solo es posible encontrar blogs en el formato en el que originalmente fueron desarrollados (el modelo clásico) sino también en las redes sociales.

25 - El término web 2.0 fue acuñado por el norteamericano Dale Dougherty en el año 2004 para referirse a aquellos ámbitos de internet que se basaban en el principio de participación colaborativa de los usuarios. Para el profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona Xabier Ribes cabe considerar como web 2.0 todas aquellas utilidades y servicios de Internet que se sustentan en una base de datos, la cual puede ser modificada por los usuarios del servicio, ya sea en su contenido (añadiendo, cambiando o borrando información o asociando datos a la información existente) en la forma de presentarlos o en contenido y forma simultáneamente (cita extraída de su artículo la web 2.0. El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva, que fue publicado en el nº 73 de la revista Telos. Cuadernos de comunicación e innovación)

26 - A este respecto Juan Marcelo y Eva Martín indicaron en su obra *La guía de bolsillo de los blogs* (pag 23-24) un debate de interés como es el de si, tal y como sucede en los periódicos, los blogueros debieran separar la publicidad de la comunicación.

27 - Los términos castellanos para esta palabra inglesa son microblogueo o nanoblogueo. A pesar de la existencia de estas palabras en castellano, hemos utilizado el término en inglés por la mayor difusión social que existe del mismo.

28 - En este sentido, cabe decir que los miniposts publicados en este tipo de blogs tienen una extensión limitada, de manera que oscilan entre los 120 y los 280 caracteres, dependiendo de la plataforma.

29 - A las personas que utilizan Instagram como blog se les conoce como instabloggers.

## Elementos de un blog<sup>30</sup>

A pesar de las diferencias en el contenido y en el diseño de los blogs, cabe identificar una serie de elementos comunes a todos ellos. Los más relevantes son los siguientes:

**-Título y descriptor:** A través de ellos se define el ámbito temático del blog

**-Identificación del autor/autores:** Consiste en una presentación de la/s persona/s responsable/s del blog y en la que junto a los datos biográficos se suelen señalar las motivaciones que han llevado a la apertura del blog y/o los objetivos del mismo

**-Entradas/posts:** Constituyen el elemento esencial del blog, ya que en ellas se recoge la información que el autor o autores quieren transmitir. En cada entrada figura la fecha de publicación y suele constar de los siguientes elementos: el título, el cuerpo del mensaje (bien sea en forma de texto, audio, foto o vídeo), un enlace permanente (permite acceder directamente al post), categorías (clasificaciones en las que cabe incluir a las diferentes entradas), marcadores sociales (posibilitan compartir el post en las redes sociales) y los comentarios (aportaciones que realizan los seguidores del blog y que permiten una comunicación entre el autor/es y sus lectores).

Junto a esto, cabe reseñar que las entradas aparecen habitualmente colocadas en orden cronológico inverso, esto es, el post más reciente está situado el primero (y, por lo tanto, es el más visible) y el más antiguo está colocado el último.

**-Enlaces recomendados/blogroll:** listado compuesto por aquellos sitios web (normalmente blogs) que el autor o autores consideran que están relacionados con el suyo, que visita habitualmente o que simplemente pertenecen a amigos suyos. Normalmente estos enlaces aparecen en una columna lateral del blog.

**-Archivos RSS:** Estos archivos se reescriben automáticamente cuando se produce alguna actualización en los contenidos del sitio web indexado. De esta forma, es posible conocer las novedades que hay en una página web sin necesidad de tener que acceder a la misma.



<sup>30</sup> - En este apartado nos referiremos únicamente a los elementos del blog de formato clásico.

## Tipos de blog

Debido a la gran diversidad de blogs que existen en la web, se han ido desarrollando tipologías con el fin de poder caracterizarlos. A continuación, presentamos 5 de las clasificaciones que se han realizado:

**-Según la autoría** cabe distinguir entre **blogs individuales y colectivos**. Los individuales son aquellos en los que un único autor es responsable de todos los contenidos. Son el modelo clásico de blog y constituyen la mayoría de los mismos. Los colectivos (también denominados mobblogs) son aquellos publicados, editados y actualizados por más de una persona. En este tipo de blogs la autoría de las entradas suele estar expresamente firmada por su autor para que quede claro quién se responsabiliza de las ideas y datos que se incluyen en la misma.

**-Según su carácter** se puede diferenciar entre los **blogs personales y corporativos**. Los primeros están realizados por uno o más autores que, de forma autónoma, han decidido la creación del blog, mientras que los segundos son creados por empresas, instituciones y otros tipos de organizaciones como parte de sus estrategias comunicativas y/o publicitarias.

**-Según su formato** se pueden establecer cuatro categorías a las que podemos denominar como ideales, ya que en la realidad buena parte de los blogs tienen un formato mixto.

**1-Basados en texto:** son aquellos cuyas entradas están compuestas de textos redactados y enlaces a otras páginas web. Es el formato clásico y constituyen la mayor parte de los blogs.

**2-Basados en fotografía (fotoblogs):** son los que se basan en la indexación de fotografías e imágenes digitales

**3-Basados en vídeo (vídeoblogs):** en este tipo de blogs las entradas están conformadas por vídeos e imágenes en movimiento. Este formato se ha podido extender mucho gracias en buena parte a las webcams que han posibilitado la creación de vídeos con muy pocos medios.

**4-Basados en audio (audioblogs):** en este caso los posts están constituidos por ficheros de sonido y audio que bien se pueden escuchar directamente a través de streaming o bien se pueden descargar en forma de podcast y reproducir de manera independiente al blog.

**-Según su fórmula de gestión** cabe distinguir entre tres tipos de blogs:

**1-Gestión propia:** cuando los contenidos de la bitácora se administran desde herramientas y programas instalados en el ordenador del autor

**2-Gestión en línea:** cuando el blog se encuentra alojado en un servicio gratuito de internet<sup>31</sup>.

**3-Gestión móvil** (también denominada moblog): cuando la administración, mantenimiento y actualización de la bitácora se puede realizar desde dispositivos portátiles como los teléfonos móviles, las PDA<sup>32</sup>, o los ordenadores de bolsillo.

<sup>31</sup> -Enric Bruguera señala en su libro *Los Blogs* (pag. 22) que esta es la opción más utilizada por parte de usuarios particulares por su coste económico prácticamente nulo y la extremada facilidad de publicación y gestión del blog.

<sup>32</sup> - Acrónimo en inglés de *Personal Digital Assistant* (*Asistente Digital Personal*) es un ordenador de mano, originalmente diseñado como agenda electrónica.

Según los beneficios económicos y/o materiales que se obtienen del blog se diferencia entre aquellos **sin ánimo de lucro y aquellos que sí lo tienen**. Los primeros se corresponden con blogs en los que el autor lo escribe por gusto, para difundir conocimiento y sin esperar recibir nada a cambio, ni tan siquiera una mejora profesional<sup>33</sup>. Entre los segundos existen distintos tipos de casuísticas. Por un lado están los blogs corporativos/empresariales que se usan para publicitar a la entidad y/o a los productos de la misma. También cabe incluir en este grupo a aquellos blogueros independientes que debido a su éxito han podido incorporar publicidad en su bitácora u obtener otro tipo de beneficios económicos/materiales. Otro grupo dentro de esta categoría son los denominados blogueros mercenarios. Estos son aquellos que utilizan su blog para hacer publicidad de bienes y servicios a cambio de dinero. Por último, dentro de este grupo se incluyen también aquellos blogueros que, a través de su bitácora, buscan promocionarse a sí mismos o la actividad que desarrollan con el fin de mejorar su cartera de clientes, su prestigio profesional o su puesto de trabajo.



<sup>33</sup> - En relación a esto, Juan Marcelo y Eva Martín señalan en su obra *La guía de bolsillo de los blogs* (pag 34) que la temática de este tipo de bitácoras suelen ser las aficiones preferidas de sus autores.

## 3.2- METODOLOGÍA

Una vez decidido que los blogs iban a ser el objeto de nuestra investigación, el primer tema sobre el que hubo que tomar una decisión fue la de seleccionar a la población objeto de estudio. A este respecto nos decantamos por centrar el estudio en jóvenes entre 18 y 35 años que residieran en Logroño o que tuvieran/hubieran tenido alguna vinculación con la ciudad, que tuvieran un blog en activo y una experiencia relativamente dilatada como blogueros. Los motivos que nos llevaron a optar por un rango de población tan amplio fueron principalmente dos. En primer lugar, la creencia de que jóvenes logroñeses con un blog activo y una cierta experiencia como blogueros no iba a haber muchos y, segundo lugar, que la ausencia de “censos” de blogueros nos iba a dificultar localizar y contactar con jóvenes que reunieran las características descritas.

La siguiente decisión que hubo que tomar fue la de elegir el tipo de técnicas a utilizar. A este respecto no hubo muchas dudas en escoger un enfoque cualitativo, ya que la señalada ausencia de censos/registros sistemáticos nos impedía plantear cualquier técnica que exigiese una representatividad estructural de la muestra (ej: encuesta) y sobre todo porque nuestra preocupación principal era conocer las motivaciones que les animaron a abrir una bitácora, su experiencia como blogueros y las vivencias que les había generado su actividad con el blog.

Dentro del conjunto de técnicas cualitativas que existen, nos decantamos por la Entrevista en Profundidad, debido a que esta técnica favorece la obtención de una gran riqueza de información personalizada y contextualizada tanto en palabras como en los enfoques de los entrevistados. A su vez, entre los tres tipos básicos de entrevista que existen<sup>34</sup> decidimos utilizar una de carácter semiestructurado, dado que el formato de la misma es flexible, lo que permite ir acoplando nuevos elementos a la investigación que no se habían contemplado en el diseño inicial.

En cuanto a los sujetos a entrevistar, descartada cualquier tipo de muestra con representatividad estadística, nos decantamos por la realización de un muestreo intencional o de conveniencia. Entre los distintos tipos de muestreo intencional que existen<sup>35</sup> elegimos el denominado muestreo más próximo, esto es, aquel en el que se recoge información a partir de los casos más fácilmente accesibles. Decidido esto, iniciamos la búsqueda de blogueros que entendíamos podían cumplir los requisitos que habíamos establecido para el estudio.

La búsqueda de los potenciales candidatos a participar en el estudio se realizó de dos formas:

A través de informantes clave conocedores del mundo juvenil<sup>36</sup>.

A través de internet, bien directamente utilizando un buscador, bien a través de las hemerotecas de las ediciones digitales de los periódicos regionales (principalmente La Rioja).

A través de estos sistemas localizamos un total de 25 blogueros. Con todos ellos nos pusimos en contacto principalmente a través de correo electrónico para presentarles el estudio, explicarles sus objetivos, indicarles los requisitos para poder participar en el mismo y solicitarles su colaboración. De los 25 blogueros contactados, 11 respondieron positivamente, 4 declinaron su participación (primordialmente por no cumplir el requisito de la edad) y 10 no nos contestaron.

*34 - Los tres tipos básicos de entrevista en profundidad son: la estructurada, la semiestructurada o focalizada y la no estructurada.*

*35 - El especialista norteamericano en evaluación Michael Patton señaló en su obra Métodos de Evaluación Cualitativa la existencia seis tipos de muestreo intencional: la muestra que recoge casos extremos, el muestreo de casos típicos, el muestreo multifase, el muestreo de casos críticos, el muestreo de casos políticamente importantes y, por último, el muestreo más próximo*

*36 - En este punto queremos agradecer la ayuda prestada por los técnicos del servicio Infojuven por facilitarnos datos de varios blogueros/as que ellos conocían.*

El trabajo de campo se desarrolló entre 11 de diciembre de 2017 y el 5 de febrero de 2018. Durante este periodo se hicieron un total de 11 entrevistas, de las cuales 9 se consideraron válidas y 2 fueron anuladas debido a que en el transcurso de las mismas se observó que los entrevistados no cumplían alguno de los requisitos establecidos para participar en el estudio. De las 11 entrevistas, 9 se realizaron presencialmente en un despacho del edificio de la Gota de Leche y dos se hicieron telefónicamente, tras constatar la imposibilidad de hacerlas de forma presencial<sup>37</sup>. La elección de la Gota de Leche como lugar de realización de las entrevistas se debió a su céntrica ubicación, a que se consideró que, siendo un edificio público, tenía un carácter neutral de cara a los entrevistados y porque en el mismo se disponía de despachos en los que las entrevistas se podían desarrollar tranquilamente, sin la interferencia de ruidos o la presencia de otras personas que pudieran obstaculizar o sesgar la información que se iba a proporcionar.

Todas las entrevistas se hicieron en una única sesión que osciló entre los 10:35 minutos de la más corta y los 25:40 de la más larga<sup>38</sup>. Todas ellas fueron grabadas<sup>39</sup> sin que los entrevistados manifestaran reparos una vez explicadas las razones que obligaban a ello y que se mantendría el anonimato de todo lo que dijeran en el transcurso de las mismas<sup>40</sup>.

En base al tipo de entrevista seleccionado, el método utilizado durante las mismas fue semidirectivo. Así, en todas ellas, se partió de un guión que respondía a los objetivos de la investigación pero se fue lo suficientemente flexible como para incluir otros aspectos que fueron surgiendo en el transcurso de las mismas y que se consideraron de interés. En relación a esto, cabe señalar que debido a los nuevos elementos que aparecieron durante el trabajo de campo se añadieron dos nuevos elementos al guión original en la creencia de que ayudarían a cumplir mejor los objetivos que nos habíamos planteado con la investigación.

Tras la finalización del trabajo de campo se pasó a realizar el análisis de las entrevistas. En primer lugar, la información recogida en las mismas se clasificó en temas y subtemas. A continuación, se realizó propiamente el análisis de esa información ya ordenada, siendo el producto del mismo los resultados que presentamos a continuación.



37- En el caso de estas dos entrevistas, se realizaron desde el teléfono de un despacho del Edificio de la Gota de Leche.

38- El tiempo medio de las 11 entrevistas fue de 17:53 minutos.

39- Existe un debate teórico acerca del uso de grabadoras en las entrevistas. Para algunos autores la presencia de la misma puede cohibir al informante. Para otros la grabadora es un instrumento de gran utilidad, puesto que evita al investigador tener que recoger datos y le permite concentrarse en la interacción con el entrevistado. Nosotros nos decantamos por el uso de la grabadora porque entendemos que transmitiendo confianza al entrevistado y realizando una buena interacción con el mismo, este puede olvidarse de la presencia de la misma.

40- Para mantener el anonimato a todos los entrevistados se les asignó un código que es el que figura junto a las citas que aparecen en el apartado de resultados. Junto a ello, se ha borrado cualquier elemento de las citas que facilite la identificación de los mismos.



# 3.2- RESULTADOS

## El nacimiento del blog

Todas las entrevistas se iniciaron preguntando a los participantes en el estudio acerca de los motivos que les llevaron a abrir su blog. Sobre esta cuestión, los entrevistados señalaron motivaciones de carácter muy variado, si bien, los siguientes cinco elementos aparecieron en más de una entrevista:

### Darse a conocer

Entonces, en el año 2006, 2008, más o menos, por esos años empezaba a haber un boom de las bitácoras de (cita ocupación) y se consideraba que las bitácoras eran una forma de darse a conocer como marca personal... (E10)

### Conectar con personas con inquietudes similares

...no tenía nadie a mi alrededor para hablar de este tema. Entonces, sí que creé este blog con el objetivo de encontrar gente afín y poder compartir lo que yo estaba viviendo, experimentando... (E11)

### Como una forma de desahogo

O sea, yo el blog lo inicié un poco como desahogo, de escribir mis movidas y lanzarlas ahí para quien las quisiera leer (E4)

### Contar una experiencia personal

Me fui con 19 años a estudiar medicina a (cita sitio)...  
...y entonces, bueno, al vivir en (cita sitio) e irme allá, durante, en principio, 6 años, porque es lo que dura la carrera, pues dije: "bueno, voy a empezar a contar un poco la experiencia que es vivir, vivir en (cita sitio). (E5)

### Plasmar un hobby o una inquietud personal

La temática siempre me ha gustado, o sea, de lo que va el blog siempre es un tema que me había gustado. Y, ¿cómo acaba siendo un blog?. Pues casi de rebote porque yo lo quería hacer era un libro... ...yo en un par de meses recopilando la información se me hacía que la cosa iba muy lenta y que era más fácil divulgar... ...era mucho más sencillo divulgarlo en un blog y además podía ir haciendo el trabajo poco a poco... (E3)



Detalle de una vivienda ancestral que sigue being una pequeña finca



**1991** Torre de Santa Ana de Valdevegas  
Valdevegas es uno de esos pequeños núcleos situados en La Rioja muy cercanos al centro. Aunque del resto del mundo, no hay ninguno en este que sea tan alto, se trata de una torre sobre el cerro de La Virgen, entre Santa y Miranda. En la parte con el pueblo, con todo el río, se encuentran las ruinas de la iglesia de Santa Ana.  
Es una moderna construcción de año XVIII en mampostería y sillón, de una sola planta que se cubren con techumbre de madera a dos aguas.



**1991** Castillo de Cerreto del Rio Albano  
Solo lo día de la parte de los Arroyos, durante en día el pueblo se encuentra el castillo de Cerreto del Rio Albano.  
Se trata de una construcción de época romana, aunque lo mayoría de las partes de que han sobrevivido fueron a partir de las murallas y que construido de la año 2011 y 2017. Trató de ser un núcleo de construcción de murallas empleando sus técnicas. Hoy mismo se reconstruyen, en el año y en parte.



**1991** Palacio de Zaratilla Mendocino de Múzila

Junto a esto cabe destacar un par de elementos que aparecieron en más de una entrevista a la hora de abordar esta cuestión. El primero tiene que ver con el contexto en el que se abrió el blog. Algunos entrevistados nos indicaron que esto se produjo vinculado a un proceso formativo o fue una consecuencia de él. El segundo es una característica personal como es el hecho de que, más allá del blog, escribir es algo que les gustaba y practicaban

Sí que es cierto que antes de escribir un blog yo escribía de manera particular. Entonces, por ejemplo, el blog de (cita temática) era una manera de, en una plataforma escrita online, plasmar lo que yo escribía en mi casa a mano en una libreta (E2)

... (el blog) un modo hobby por poner en práctica un poco los conocimientos del máster y de la carrera (E6)

Del relato de los entrevistados se extrae que el mundo de los blogs no era ajeno a ellos. De hecho, en un par de casos señalaron que, su bitácora actual, no es la primera que han tenido. En relación con su vinculación con el mundo de los blogs, hay que resaltar que buena parte de ellos reconocieron que en el tiempo en el que crearon el suyo eran consumidores de una bitácora con la misma temática que la que ellos abrieron.

Bueno, yo la verdad es que, tampoco pequeña, pero sí adolescente de una manera u otra he tenido, bueno, en varias plataformas o incluso blogs anteriores siempre tenía así algo, más o menos, en lo que he escrito casi siempre de manera online, aunque nunca le había dado, igual, tanta continuidad como al que tengo ahora. (E1)

...y alguno (blog) además seguía porque hay otros blogs muy buenos de temática parecida y en otros lugares... (E3)

Respecto a las motivaciones que les llevaron a la elección de la temática del blog, dos fueron las respuestas que recibimos. La primera es la experimentación de un determinado hecho en sus vidas mientras que la segunda de ellas, como ya se apuntaba lo dicho al final del párrafo anterior, es que esta se corresponde con una afición o inquietud personal del entrevistado.

## La puesta en marcha del blog

La mayoría de los blogueros entrevistados señalaron que no pasó mucho tiempo desde que tomaron la decisión de abrir un blog hasta que se pusieron manos a la obra a hacerlo, En cuanto a los que tardaron un tiempo en empezar a confeccionar su bitácora cabe destacar que indicaron que esto se debió a causas ajenas a su voluntad.

*Y entre esa decisión que tomas en tu cabeza, es decir, quiero hacer un blog hasta que te pones a hacerlo, ¿transcurre mucho tiempo?, ¿es más o menos inmediato?*

*Tardé un poquito, una cuestión de unos meses porque por aquel entonces yo no tenía internet. No fue hasta que fui a la universidad que tuve conexión a internet y me pude dedicar a ello (E4)*

*La verdad es que no, porque en la carrera una de las cosas que nos enseñaban realmente era hacer blogs y en seguida me puse manos a la obra y lo hice yo (E6)*

*Pues no, no, realmente yo creo que pasó muy, muy poco tiempo. No sé, no lo recuerdo pero para mí es como el mismo momento prácticamente (E11)*

A la hora de hablar de la puesta en marcha, un elemento que nos parece relevante es el del formato por el que optaron para dar forma a su blog. A este respecto hay que decir que todos lo abrieron utilizando un formato clásico de blog, excepto uno que optó por una red social debido a que le gusta la imagen como forma rápida de transmitir información y también, porque al no tener mucho tiempo, le parece un formato más rápido para colgar entradas.

*Y a la hora de hacer tu blog, ¿por qué optas por hacerlo en un modo de red social...?*

*Bueno, pues primero porque me gusta mucho el tema visual. Me parece mucho más rápido de, de informarte... También era una cuestión de tiempo, de que no tenía mucho tiempo y me parecía mucho más rápido... (E11)*

Por lo que se refiere a los que tienen el blog en formato clásico cabe decir que la práctica totalidad de ellos abrieron originalmente su bitácora utilizando un servicio de alojamiento gratuito (Blogspot o Wordpress). Ahora bien, mientras aquellos que tienen un blog más profesionalizado han realizado con el tiempo un migración a un formato web<sup>41</sup>, aquellos para los que la bitácora tiene un carácter más aficionado han permanecido en el formato gratuito original. En este último grupo de blogueros cabe también destacar su fidelidad, ya que han mantenido durante todo el tiempo (en algunos casos una decena de años ya) su bitácora en el alojamiento gratuito en el que lo abrieron. En cuanto a los motivos por los que en un primer momento optaron por abrir su blog en un determinado servicio de alojamiento gratuito y no en otro, sencillez de manejo y conocimiento del mismo fueron los factores más citados.

41 - De hecho, dos de los entrevistados señalaron específicamente la profesionalización como una de las causas que llevaron a migrar su blog a un formato web.

*Y, ¿por qué decides saltar del formato únicamente blog a un formato web en el que incluyes el blog?*

*Para profesionalizarlo más, básicamente (E2)*

*Y, ¿por qué te decantas por blogspot y no por otra opción?*

Pues no lo sé ya. Creo que me resultó más sencillo, más sencillo de manejar blogspot (E4)

Blogspot lo elegí porque bueno, realmente, busqué en google digamos "crear un blog" y este chico lo tenía en blogspot y dije, bueno lo voy a crear en blogspot (E5)

Dado lo extendidas que se encuentran las redes sociales en nuestra sociedad no solo en la actualidad sino también en el momento en el que los entrevistados abrieron su blog, preguntamos aquellos blogueros que se habían decantado por un formato clásico por qué no eligieron una red social para dar forma a su proyecto. La variedad de respuestas que recibimos apuntaron principalmente a dos motivos: control y, sobre todo, libertad. Con control se refirieron los entrevistados al hecho de tener los contenidos que uno genera en un sitio que es suyo. En cuanto a la libertad los blogueros apuntaron que el blog clásico les da la posibilidad de plasmar lo que ellos quieren tanto a nivel global (diseño del blog) como a nivel particular (contenido de las entradas, combinación texto-imagen, barra lateral...)

*¿por qué un blog y no las redes sociales?... ..pero el blog es que me gusta mucho el formato, me gusta mucho el formato de escribir, de poner alguna imagen, después poner en la barra lateral pues cosas que les puedan interesar para que vuelvan, para que estén más tiempo en el blog (E5)*

Porque un blog contiene la información que tú decides que esté, es decir, en una red social hay muchísima información y de todo (E8)



Eso sí, de la información recogida en las entrevistas se desprende que las redes sociales son utilizadas como un complemento del blog, ya que, excepto uno de los entrevistados, todos los demás recurren a ellas para difundir los contenidos de su bitácora. En la mayoría de los casos, además, habían creado una cuenta en las redes sociales (principalmente en facebook) vinculada directamente con el blog, esto es, tenía su mismo nombre y su actividad estaba al servicio de este.

*...hace un año o una cosa así me creé en facebook una página que es casi todo, pues eso, básicamente es del blog, o sea, cuelgo los enlaces... (E1)*

Yo empecé en blog totalmente y me creé a la vez el facebook y tal. Y el facebook era, lo usaba, sobre todo, para poner enlaces a mi blog (E2)

En este aspecto se detectó una diferencia entre los blogs más amateurs y los que tenían un carácter más profesional. Mientras entre los primeros lo habitual era tener únicamente una red social vinculada al blog, entre los segundos lo normal era tener varias.

*Desde hace ya algunos años que facebook tiene tanto poder, sí que compartía las entradas a través de facebook... (E4)*

**Vale. Entiendo, por tanto, las redes sociales sí las utilizas pero un poco de apoyo del blog**  
*Sí, o sea, twitter y facebook sí que las utilizo como de apoyo, e Instagram también. (E5)*

Un último aspecto a destacar en relación a este tema es el hecho de que nos encontramos varios casos en los que para hacer difusión de los contenidos del blog utilizaban tanto las redes sociales personales como las vinculadas.

*En twitter tengo cuenta personal y, a veces, enlace algún link, algún post (del blog) pero no he llegado a crear una, una cuenta de twitter para mi blog... (E8)*

*Con el blog directamente, directamente sí. Tengo en facebook, tengo una página. Después, en mi twitter personal está muy, muy relacionado también con el, con el blog personal porque aunque haya consideraciones personales... ..pues siempre doy cierta promoción a mis contenidos (del blog) también en twitter (E10)*

Otro aspecto por el que nos interesamos a la hora de hablar de la puesta en marcha del blog fue si les habían surgido problemas, principalmente durante el diseño del blog pero también con posterioridad. A este respecto se constató una diferencia en las respuestas de los entrevistados en función del tipo de plataforma en la que tenían su bitácora. Los que la tienen alojada en un servicio gratuito o usan una red social señalaron que no habían tenido problemas en la puesta en marcha de la misma. Un par de entrevistados matizaron, eso sí, que solo les habían surgido dificultades al intentar utilizar determinadas potencialidades para mejorar su blog.

#### **Y, ¿tuviste algún tipo de problema técnico para ponerlo en marcha?, ¿alguna dificultad?**

*Ninguna. Son cosas muy intuitivas, muy básicas y muy sencillas. Incluso luego el tema de diseño ni siquiera va por programación... (E3)*

*Cuando, cuando empiezas es muy sencillo pero, claro, una vez que empiezas también empiezas a descubrir otro tipo de herramientas con lo que podrías desarrollar dentro del blog. Entonces sí que hubo momentos en el que pudo ser más complicado... (E10)*

« Anterior Siguiente »



#### **16 maneras de reciclar barricas de vino**



#### **¿Cómo reciclar barricas de vino usadas?**

Os mostramos **16 maneras de reciclar barricas de vino.**

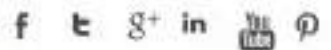
¿Dónde estamos?

c/Ortega y Gasset 2, 6ºB 26007 Logroño, La Rioja (Spain)

Phone: +34 660 833 785

Email: [mavi@marketingvinicola.com](mailto:mavi@marketingvinicola.com)

¡Síguenos en las Redes Sociales!



¡Recibe las últimas actualizaciones de nuestro **Blog** en tu mail!

¡Suscríbete a nuestra Newsletter!

Nombre

Email

## TODOS LOS EUROPEOS SOIS IGUALES.

abril 28, 2017

10 min de lectura estimada

Facebook 0 Tweet 0 Email 0 Pasa 0



Barcelona born and currently living in Barcelona (Spain), Pau Mateo is a twenty-something Medical Doctor and blogger that loves photography

Por el contrario, aquellos entrevistados que tenían su bitácora en un formato web reconocieron, en general, haber tenido problemas para cuya solución habían tenido que recurrir a tutoriales de youtube, a la búsqueda de información en internet, a la realización de cursillos o a la ayuda de profesionales.

*...me considero bastante autodidacta y si algo no sé cómo hacerlo o escribir código o html o lo que sea, lo busco en internet, busco tutoriales (E5)*

*No, tuve que contratar a un informático, claro, porque había cosas que yo desconocía. Yo sabía crear una web, poner algún plugging pero sí que es cierto que hay pluggings que yo desconocía... (E6)*

Por último, dentro de este apartado indagamos también acerca de los objetivos iniciales que tenían los entrevistados cuando pusieron en marcha su blog. Como cabía esperar, las respuestas recibidas fueron de carácter muy diverso pero lo que resulta patente de las mismas es que la práctica totalidad de ellos tenían claro lo que buscaban a la hora de abrir el blog. En cuanto al tipo de objetivos que querían alcanzar, el análisis de las respuestas nos muestra que principalmente las metas que se fijaron fueron de tipo personal. Dicho esto, también hubo quien puso en marcha su bitácora con un mero fin divulgativo y quienes en cuyo propósito inicial hubo motivaciones tanto divulgativas como personales. Junto a esto cabe reseñar que mientras algunos entrevistados señalaron querer alcanzar un único objetivo con el blog, otros indicaron que aspiraban a alcanzar varias metas con él<sup>42</sup>.

*Entonces, es una forma por un lado como de, como de dejar tu huella, también de tenerlo todo en un sitio... luego también, también fue un poquito como una barrera yo creo de quitarme, quizás vergüenza de escribir y saber que lo pueden estar leyendo otras personas... Y bueno también... pues a ver qué escribo, más allá de escribir para mi... (E1)*

*A ver, el blog, el objetivo principal es, primero, el ayudar a otras personas que se puedan sentir como yo y que sea motivo de esperanza, de que la actitud es importante. Y también me está sirviendo como terapia (E8)*

*Y la motivación que me lleva ahora es más un poco analizar la, la realidad de, del país en el que resido actualmente. (E10)*

42 - Hasta tres objetivos nos fueron señalados por dos entrevistados y cuatro por un entrevistado.

## La actividad con el blog

Antes de indagar en el tipo de actividad que habían desarrollado con el blog, nos interesamos acerca de si habían hecho algún tipo de campaña para darlo a conocer una vez que lo tuvieron listo. A este respecto solo uno de los entrevistados nos dijo que no había hecho nada por publicitarlo. Ahora bien, también señaló que la dinámica de interrelación que había entre los blogs en el momento en el que lo abrió no lo hizo necesario.

*Antes los blogs funcionaban un poco como red social...*

*...Si tú colgabas una entrada y luego con tu perfil comentabas en otro blog se creaba un feed-back.*

*Entonces sí que, pues eso, a raíz de comentar en blogs que yo seguía, pues se creó un poco una comunidad.*

*Pero no hubo una campaña ni nada, no (E4)*

Respecto a los que sí hicieron algún tipo de campaña cabe señalar que lo más común fue darlo a conocer a través de sus redes sociales personales (principalmente Facebook). Dicho esto, también se nos indicaron otras formas de publicitarlo como integrarlo en páginas que agregan blogs, el reparto de tarjetas con la dirección del blog o el pago de alguna campaña promocional.

### **¿Hiciste algún tipo de publicidad o de campaña por darlo a conocer, un poco?**

*Pues no. A ver, simplemente lo típico que igual alguna vez compartía en el tablón de facebook, no se, igual el link con la última actualización o algo así (E1)*

*Utilicé las redes sociales. Claro, lo publiqué en mi facebook personal que había lanzado esa página, enlazándola al facebook profesional, invité a mis amigos para tener los primeros seguidores en el facebook profesional... ...y me hice tarjetas y en las tarjetas está el enlace a la página, entonces, repartiendo tarjetas. Pero no hice una campaña, ni hice nada. (E2)*

Pero a la hora de hablar de este tema, algunos de los participantes en el estudio no solo se refirieron a lo que hicieron al principio sino también a lo que con posterioridad han hecho para dar a conocer su blog. En relación a esto, cabe decir que se observaron cambios en la “actividad publicitaria” que algunos de ellos desarrollaban. Así, un entrevistado nos contó que había reducido sus actividades de promoción al no considerarlas ya necesarias y otros nos relataron que habían pasado a utilizar otras estrategias para dar a conocer el blog y su actividad.

*Ha habido algún, algún post que he patrocinado en facebook, de esto de comprar los anuncios. Pues bueno, invertir 5 dólares o 5 euros... (E5)*

*Y nada, luego, ya no le he dado tanta difusión porque ya el boca a boca me han conocido... (E6)*



Centrándonos más en la actividad del blog, hemos de señalar que quisimos conocer la dedicación que los entrevistados le habían dado al mismo, ya que, como hemos dicho anteriormente, sus bitácoras llevaban abiertas y en funcionamiento un cierto tiempo. Las respuestas más recibidas sobre este tema fueron dos: variabilidad y ausencia de calendario de publicaciones. Con variabilidad aludimos al hecho de que buena parte de los entrevistados dijeron que su actividad con el blog había variado a lo largo de la existencia del mismo. Eso sí, algunos de ellos matizaron que a pesar de los altibajos que había habido si habían mantenido una frecuencia mínima de entradas..

*Sí que es cierto que, al principio, cuando lo creé pues no estaba trabajando y ahí sí que estuve una temporada que pues como que estuve trasteando bastante más con todo y escribiendo más y luego, pues desde que estoy trabajando... ..pues no lo actualizo tanto como me gustaría o, igual, como debería. Pero, no se, mínimo una cosa, mínimo una cosa al mes sí que escribo (E1)*

*Bueno, pues al principio era casi a diario, subía entradas casi a diario y luego con los años sí que se ha ido perdiendo. O sea, yo en los últimos años, pues al final, me he dejado llevar por facebook también... ..El blog, al final, se ha quedado para alguna cosa importante o algún tema de mayor extensión que he querido publicar pues he ido al blog. Pero no de la manera que lo hacía antes. (E4)*

Varias fueron las causas a las que los entrevistados atribuyeron esa variabilidad pero la disponibilidad de tiempo libre/falta de trabajo fue sobre la que hubo una mayor coincidencia.

*Al principio escribía mucho más pero también porque tenía más tiempo... (E2)*

*Ha dependido mucho de que tuviera trabajo o no. Que en estos últimos 5 años pues ha habido momentos en los que no he tenido trabajo, entonces tenía tiempo libre pues lo dedico a tus pasatiempos. Depende de mi tiempo libre le dedico más tiempo o menos (E3)*



Por su parte la ausencia de calendario de publicaciones se refiere a que la mayoría de los entrevistados indican no tener unos intervalos regulares de publicación de nuevas entradas en el blog. Eso sí, a la hora de hablar de este tema un entrevistado puntualizó que una regularidad en las publicaciones le repercutiría en una mayor audiencia y otro que aspiraba tener un calendario de publicaciones.

*Yo estoy seguro que si lo organizase, si dedicase tiempo a organizarme bien la estrategia y a ver realmente a qué horas tengo que compartir las entradas, qué día de la semana exactamente y esas cosas, yo creo realmente que iría mejor el tráfico (E5)*

*Entonces, pues no tengo regularidad. Que lo voy a ir entre comillas profesionalizando y decir uno cada 15 días o uno al mes, pues sí. (E8)*

Ante la ausencia de regularidad, indagamos en las entrevistas sobre las motivaciones que les llevaban a, en un momento determinado, publicar una nueva entrada. A este respecto las respuestas que recibimos fueron ganas, inspiración o necesidad.

*Yo quería que si escribía fuera un contenido interesante y que me gustara y que fuera inspirado. No obligarme a decir: "pues tengo que publicar sí o sí". Entonces si hay periodos en los que no he publicado, pues no he publicado... (E2)*

*...lo he tomado más como un pasatiempo, entonces surge un poco de las ganas que tenga yo de comentar algún tema que he visto en televisión, o del que he visto que se habla... (E10)*

Si bien lo que acabamos de describir corresponde, con matizaciones, al discurso mayoritario recogido en las entrevistas, también hay que señalar que nos encontramos con un entrevistado que señaló tener una actividad regular en su blog y un calendario de publicaciones establecido.

*Pero siempre publico de lunes a viernes y además temáticas muy concretas (E6)*



## Cupcakes de fresa y frambuesa con frosting de chocolate

by Sweet Mary | Jul 9, 2013 | 64

No hay comentarios



El Obrador de Sweet-Mary

Estamos en la Plaza de Las Damas 3 en Logroño

Archivos

Archivos | Elegir mes

Etiquetas

bebe boda bundtcake  
buttercream cacao rosa-pep  
chocolate coche  
comunion cupcake

Independientemente de la publicación de entradas, un aspecto que surgió de manera espontánea a lo largo de las entrevistas y que está muy vinculado con la actividad en el blog es la utilización de herramientas de apoyo, tales como google analytics<sup>43</sup>, hootsuite<sup>44</sup> o el posicionamiento en buscadores (SEO)<sup>45</sup>. Eso sí, es necesario aclarar que el uso de estos instrumentos fue citado solo por aquellos entrevistados que tenían blogs más “profesionalizados”.

*Pero cuando ya dices, no, voy a hacerlo más, con las palabras clave, estudié ya SEO... ..pero el poner las palabras clave, el elegir unos títulos y tal, eso es ya cuando empecé a hacer más blog profesional... (E2)*

*Y también porque de alguna manera puedo tener más, con lo de google analytics, puedo tener, digamos, más información de qué rango de edades vienen, o sea, para después no dejarme llevar completamente por la audiencia sino ver un poquito más qué es lo que más gusta, qué es lo que menos gusta y ahí entender un poco más la audiencia que tengo. (E5)*

A la hora de tratar la actividad en el blog, también nos interesamos por el tipo de comentarios que habían recibido por parte de sus seguidores ya fuera a través de mensajes o de forma personal. A este respecto, llama la atención el hecho de que dos entrevistados con una década aproximadamente de experiencia como blogueros a sus espaldas coincidieran en señalar que antiguamente se recibían un mayor número de comentarios por parte de los lectores del blog. Uno de ellos señaló que entendía que en la actualidad esto no se producía porque la actividad de los internautas se había trasladado a las redes sociales. Entendemos que este planteamiento tiene, al menos, algo de razón, ya que otro entrevistado, a la hora de respondernos a esta pregunta, indicó no recibir comentarios en su bitácora pero sí en el perfil de facebook vinculado a la misma.

43 - Google Analytics es una herramienta que ofrece información sobre el tráfico de una página web (audiencia, contenidos visitados...).

44 - Hootsuite es tanto una herramienta web y móvil que permite gestionar redes sociales.

45 - Se denomina posicionamiento en buscadores o SEO (acrónimo inglés de search engine optimization) al proceso técnico mediante el que se realizan cambios de una página web con el objetivo de mejorar su visibilidad en los resultados de los motores de búsqueda tales como google.

*Sí que se ve que en la primera fase que te comento, sí que se producían muchos comentarios en lo que es el blog, como te comentaba, eran, las bitácoras era un tema más candente de lo que puede ser hoy en día (E10)*

*...sí que se mete gente (en el blog) pero jamás nadie, nadie comenta nada. Y como mucho sí que comentan pues en la página de facebook cuando comparto el enlace. Ahí, igual sí. (E1)*

En cuanto al contenido de los comentarios recibidos, si bien un participante en el estudio señaló haber tenido haters<sup>46</sup>, la mayoría afirmaron haber recibido valoraciones positivas de sus blogs. Entendemos que este hecho se explica en parte por el hecho de que, como un entrevistado comentó, nadie entra a un blog temático sino le gusta y en parte también porque, como acabamos de señalar, los internautas desarrollan, tanto para bien como para mal, una mayor actividad hoy por hoy en las redes sociales.

*Los comentarios son siempre positivos. También es verdad que dudo que nadie se meta en un blog de este tipo para hacerte un comentario negativo. O sea, si no te interesa, no te metes. (E3)*

*(Refiriéndose a los comentarios) Yo creo que, en general, podría decir que casi, bueno podría decir que un 100% es positivo, porque, al final, los followers que tengo no hay ningún hater, como se dice ahora (E11)*

Además, cabe reseñar que un par de entrevistados indicaron que contaban con seguidores proactivos que les aportan ideas o les proponen temas y otro par de entrevistados destacaron, con cierto grado de sorpresa, el hecho de que la información que ponían en su blog no solo era leída sino que además generaba cambios de conducta en algunos de sus seguidores.



## ZAPATOS VERANO 2018: 2 TENDENCIAS PARA DEJAR PASAR

Introduce tu email

Suscribirme al blog

¡EN DIRECTO!



<sup>46</sup> - Hater es un sustantivo inglés que literalmente significa odiador o persona que odia aunque también se puede traducir al castellano como envidioso o aborrecedor. En el ámbito de internet este concepto se utiliza para hacer referencia a aquellas personas que utilizan las redes sociales para despreciar, difamar o criticar destructivamente a una persona.

*Y, en alguna ocasión, pues también ha habido algún debate pues con otros, otros, eh, pues con otros lectores pues que a lo mejor decían: “pues podíamos hablar de esto”, “he visto esto”. Es decir, muchas veces son muy proactivos, porque lo que intentan también es hacer un poco suyo el, el los podcast que pues en este caso genero (E10)*

*Pero que un amigo... ..Dice: “y leo tu blog y no hago caso al 100% a todo pero soy más consciente de lo que hago” (E8)*

Otro de los temas que, de manera espontánea, salió en varias de las entrevistas es la monetarización del blog, esto es, la obtención de beneficios económicos y/o materiales ligados a la actividad del mismo. En relación a este tema, dos fueron los tipos de comentarios que surgieron. Por un lado, hubo entrevistados que manifestaron no buscar la obtención de beneficios económicos con su bitácora y, por otro, hubo blogueros que, en el transcurso de la entrevista, reconocieron que de su actividad con el blog habían acabado consiguiendo algún tipo de rentabilidad ya fuera esta económica o material.

*O sea, que había gente que realmente confiaba en el proyecto del blog y que, bueno, pues gente que, sponsors y demás o gente que me ha enviado, pues tengo un sponsor de (cita producto) que nos envía (cita producto) para que las utilicemos, (cita otro producto) o colaboraciones con marcas... (E5)*



Ahora bien, estas ganancias vinculadas a la bitácora no fueron las únicas formas de beneficio que surgieron en las entrevistas, ya que hubo entrevistados que vincularon su actividad con el blog a logros profesionales o a beneficios que habían obtenido en otros ámbitos de su vida. Estos aspectos, aunque de una forma más indirecta, puede decirse que han constituido una forma de rédito para estos blogueros.

**¿Entiendo cuando dices que ha sido un buen escaparate que del blog te han surgido oportunidades que de otra manera no hubieses tenido?**

*Claro. Me ha dado la oportunidad de que llegaran a mi editoriales y personas afines en el mismo campo de la literatura que sí han visto un interés en mi. (E4)*

*Pero sí, me dio trabajo. Para mi, eso fue muy importante, porque además me contrataron por el blog (E6)*



## El Duende Crítico

Buscar este blog



SUSCRIBIRSE

Energía turca.

La operación acabó también con la detención de seis periodistas turcos bajo la acusación de ser miembros de dos grupos armados marxistas, de la guerrilla kurda PKK y de la cofradía islamista del predicador Fethullah Gülen.

Más de 200 días de reclusión en aislamiento e incluso una boda durante prisión preventiva con la productora de televisión Dilek Mayatürk. Hablamos en El Duende Crítico de Deniz Yücel.

Dicho esto, hay que indicar también que independientemente del tipo de ganancias, lo que se desprende del discurso de la práctica totalidad de estos entrevistados es que estas han sido algo no tanto buscado sino más bien algo que les ha surgido.

Un último aspecto que se abordó en este bloque fue el relativo a las cosas inesperadas que les habían surgido de su actividad con el blog. Si bien recibimos contestaciones muy variadas, cabe destacar tres de ellas, ya que fueron varios los participantes en el estudio que las señalaron. La primera de ellas es haber podido conocer gente con la que, en algunos casos, habían establecido lazos estables.

*Pues he conocido a gente que no, a través de comentarios, o sea, tengo, por ejemplo, una amiga de (cita sitio), o sea, que la conocí después a través de redes sociales y tal, a través del blog, de que me escribió, de comentarios y tal. (E2)*

*Entonces el blog me abrió un círculo de amigos, conocer a más personas y entonces eso también te enriquece (E6)*

La segunda de ellas tiene que ver con su audiencia, en concreto, el hecho de haber sido leídos por gente a la que no esperaban llegar o la cantidad de seguidores que habían llegado a tener. Estos hechos fueron comentados, en general, con una cierta sorpresa por parte de los entrevistados.

*No me esperaba cuando abrí el blog que tuviera tanta repercusión porque ahora ya no tengo tantos seguidores pero cuando lo abrí... ..en poco tiempo tuve muchos seguidores (E4)*

*Inesperado simplemente es saber que pues cuando uno vuelve a casa te comentan personas que no son tan amigos tuyos, te comentan: "¡Ah, mira!, pues te escucho". Eso son cosas que uno normalmente no espera porque hay veces que tampoco esas personas que te lo dicen en persona, no te lo dicen en lo que es online. Pues no es consciente (E10)*

Por último, y vinculado con lo anterior, algunos entrevistados indicaron haber sido contactados, debido a su blog, por medios de comunicación o asociaciones para solicitarles algún tipo de colaboración, bien puntual, bien continua.

...y luego sí que es verdad que me llamaron de (cita cadena de televisión) para hacer algún reportaje, alguna cosa. Bueno, te das cuenta que lo que haces es importante

### Supongo que no esperabas que te llamaran de (cita cadena de televisión)

No, no, por supuesto que no. Que te llamen de una cadena nacional para salir en las noticias es un tema que me parecía ciencia ficción (E3)

*Hace poquito me hicieron una entrevista de una asociación de aquí (E11)*



**Tutorial: Maquillaje para boda de tarde**

Llevo tiempo queriendo hacer un tutorial de Maquillaje y por fin me he decidido. Será el Otoño que como os decía el otro día parece que nos inspira para nuevos proyectos.

Este Verano me ha tocado maquillar a bastantes invitadas a bodas así que poco a poco os quiero ir contando cómo hice algunos de los trabajos. Y como se suele decir que los últimos serán los primeros hoy, para inaugurar los tutoriales en CherryTree Beauty, le toca al último maquillaje que hice.

Fue a Elena de My Commit All para una boda en Septiembre por la tarde-noche y el vestido es el que veis en la imagen de la derecha.



No es tan anaranjado como se ve en la fotografía sino que tiene más el coral. Los complementos iban en negro y plata y Elena quería un maquillaje en armonía pero, y oto teudalmente: "no muy fofo que el vestido ya es bastante ingenio".

Teniendo en cuenta que ella es de pigmentación cálida escogimos tonos marrones oscuros y corales.

Para el **rostro**, previamente limpio e hidratado, utilizamos primero la prebase matificante Happy Light Matte Oil Bougie para evitar los brillos. Después la BB Cream Vital Orange de Skin 79, ligera y cómoda para un día de calor y los polvos translúcidos de DNI MAKE UP para matificar. La BB Cream la aplicamos con la esponjita Beauty Blender y los polvos translúcidos con la brocha kabuki Nº25 también de DNI.

Os cuento con detalle el trabajo de los **ojos**:

1. Línea superior con lápiz marrón de Sisley (no os deciros el número porque era una muestra y tiene bastante tiempo, pero os valdría cualquier lápiz marrón oscuro).
2. Difuminamos un poco la línea con el pincel Nº24 de DNI MAKE UP, biselado y de pelo sintético.
3. Cuando la tenemos difuminada aplicamos sombra en polvo marrón oscuro encima. Yo escogí la Nº90 de DNI MAKE UP y el pincel Nº20 de la misma firma. Este tipo de pinceles biselados nos pueden ayudar mucho con las líneas ya que la forma que tienen facilita que nos salgan rectas.

## El blog en perspectiva

En este último apartado incluimos aquellos temas que fueron planteados a los participantes en el estudio con el objetivo de que hicieran una valoración de su blog. En concreto, indagamos acerca de su satisfacción con el mismo y la consecución de los objetivos que se plantearon al abrirlo.

Respecto a la satisfacción, hubo unanimidad entre los entrevistados a los que se interrogó sobre esta cuestión a la hora de señalar que estaban contentos con su bitácora. Ahora bien, varios de ellos matizaron sus respuestas mencionando cosas que les gustaría hacer o apuntando que el blog es mejorable.

*O sea, creo que el blog me ha dado cosas mucho más positivas, me ha dado más cosas positivas que negativas (E4)*

*Pues sí, estoy contenta. Hombre, a ver, todo es mejorable en la vida evidentemente. Y soy consciente de que podía estar mucho mejor. Vamos a ver, siendo realistas podía estar mucho mejor. Pero bueno, sí estoy contenta. Me entretiene y, pues bueno, pues plasma un poco las ideas que tengo (E6)*

Mayor variedad de respuestas recibimos a la hora de abordar la consecución de los objetivos con los que nació la bitácora. Así, hubo entrevistados que contestaron afirmativamente, algunos indicaron que los habían alcanzado solo en parte y hubo quien señaló no tenerlo claro. Dicho esto, a nivel general cabe señalar que, el sentido de las respuestas fue, aunque con matices, en términos positivos.

### **¿Has conseguido los objetivos que te planteaste al abrir el blog?**

*Sí. Sí, sí. Bueno, conseguidos y yo creo que, te decía un poco antes, sobrepasados porque igual mis expectativas eran muy, muy pequeñas... (E3)*

### **¿Tú crees que has alcanzado los objetivos que te planteabas cuando lanzaste el blog?**

*El personal sí y el, el de difundir, queda mucho, queda muchísimo (E8)*

Al hilo de esta cuestión, preguntamos a los entrevistados si se planteaban en estos momentos nuevos objetivos con su bitácora. El tipo de respuestas recibidas fueron de carácter muy distinto aunque todas fueron en la línea de no plantearse nuevas metas propiamente con el blog<sup>47</sup>. Lo que sí señalaron un par de entrevistados fue querer superar el formato blog haciendo llegar los contenidos del mismo a la gente de una manera mucho más directa, por ejemplo, a través de charlas.

### **Y, llegados a este punto, ¿te planteas algún otro objetivo con el blog?**

No, no. Creo que el blog da también para lo que da y no me planteo ir más allá de tratar de terminar, que igual no termino nunca porque al final te van saliendo cositas siempre, pero de tratar de terminar en gran medida esto y hacer otra cosa. (E3)

*Claro, ahora ya idealmente piensas que sí que te gustaría llegar a tener influencia y que te de la oportunidad de contárselo a alguien, en persona, que pudieras ir más allá ¿no?, dar un pequeño paso y salir de la red social. (E11)*

<sup>47</sup> - Eso sí, un entrevistado nos manifestó que más que nuevos objetivos lo que quería era volver al tipo de contenidos que publicaba al abrir el blog, esto es, volver a los orígenes.

# 4- REFLEXIONES A MODO DE CONCLUSIÓN

Si bien el escaso número de entrevistas en las que se basa este estudio no nos permite terminarlo con unas conclusiones al uso, no nos resistimos a cerrar el mismo con una serie de reflexiones, dado el interés de la información recabada en las entrevistas.

En primer lugar, nos parece interesante señalar el hecho de que, **más allá de los motivos para abrir el blog** (de muy variado tipo y condición) la información recogida en el trabajo de campo revela la existencia de **varios elementos en común entre los entrevistados** (les gustaba **escribir**, eran **seguidores de blogs** o las bitácoras habían formado parte de su **proceso formativo**). Pareciera como si estos fueran elementos que predispusieran a la apertura de un blog y el motivo fuera el chispazo necesario para ponerlo en marcha.

Del discurso de los participantes en la investigación también parece intuirse por qué el blog en **formato clásico** ha sobrevivido a la irrupción de las redes sociales en nuestra sociedad. Para ellos, este formato de blog no es solo un medio para escribir o publicar fotos... sino que, a diferencia de las redes sociales, también **ofrece la oportunidad de convertirlo en algo personal, pues permite reflejar lo que uno quiere y cómo uno lo quiere**. Dicho esto, y a tenor del discurso de los blogueros más veteranos, **la expansión de las redes sociales** no ha dejado indemnes a los blogs, ya que señalaron que se **ha producido una reducción en el número de comentarios que se hacían en los mismos**. Ahora bien, de la narración de los entrevistados se desprende que las redes sociales también han tenido su utilidad para la actividad de los blogs dado que los han utilizado como un altavoz del mismo. En relación a esto último, queremos destacar el hecho de que casi todos los entrevistados hubieran hecho algo por dar a conocer su blog cuando lo abrieron o los posts que publican en el mismo, dado que son actividades que requieren un cierto esfuerzo y dedicación complementaria a la escritura de las entradas de la bitácora. Nos parece esto relevante porque, a nuestro entender refleja el deseo de llegar a un otro, de tener un público.

Por otro lado, la coincidencia de todos los entrevistados a la hora de señalar, en general, su satisfacción con el blog y de haber alcanzado, al menos en parte, los objetivos que se plantearon a la hora de abrirlo, nos lleva a preguntarnos si ambos aspectos están vinculados con el hecho de que los participantes del estudio como, en general, cualquier bloguero mantenga activa su bitácora.

Por último, hasta ahora hemos hablado de los **blogueros** en términos genéricos pero de las entrevistas realizadas parece quedar claro la **existencia de una heterogeneidad** entre los mismos. En nuestro caso, hemos podido diferenciar, en base al formato del blog, al tipo de uso que hacen de las redes sociales y a la utilización de herramientas informáticas de apoyo, entre unos blogueros de carácter más aficionado y otros más profesionalizados.



# 5- BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA

## **E**studios que abordan el uso de las nuevas Tecnologías por los jóvenes:

DORADO, Javier (dir.) (2017): Informe de Juventud España 2016, Injuve, Madrid.

GONZÁLEZ-ANLEO, Juan María y LÓPEZ-RUIZ, José (2017): Jóvenes Españoles entre dos siglos 1984-2017, Fundación SM, Madrid

## **S**obre Blogs:

BRUGUERA, Enric (2007): Los Blogs, Editorial UOC, Barcelona.

BUDD, Andy y COLLISON, Simon (2007): Diseño y desarrollo de blogs, Anaya Multimedia, Madrid

DELLA CHIESA, Walter (2007): Blogger, Anaya Multimedia, Madrid

MARCELO, Juan F. y MARTÍN, Eva (2007): La guía de bolsillo de los blogs, Pearson Educación, Madrid

SANAGUSTÍN, Eva (2009): Tu blog paso a paso: manual para iniciarse en el blogging, Netbiblo, La Coruña



# Ayuntamiento de Logroño

UNIDAD DE JUVENTUD