

## Trabajo Fin de Grado

# **Motivaciones para la escritura de blogs personales en España**

Autor/es

**Alba Solana Fernández**

Director/es

**Juan Pablo Artero Muñoz**

Facultad de Filosofía y Letras. Grado en Periodismo

2015

## **RESUMEN**

Los blogs personales son actualmente el tipo de blog más utilizado por los usuarios de la blogosfera. Surgieron como una forma de diario personal en la red y hoy en día se han convertido en un medio de intercambio de información y de interacción entre el público de internet. El éxito de este tipo de blogs está basado en su contenido, por ello sus autores son los protagonistas. Centrándonos en ellos, la finalidad del presente trabajo es qué motivaciones llevan a cada autor a crear, escribir y mantenerlos. Por ello, mediante toda la información que se ha recopilado y analizado, el objetivo del trabajo es conocer estas motivaciones más a fondo, basándonos en diferentes aspectos, entre ellos la interacción con el lector, la edad y género de sus escritores y sus sentimientos y necesidades más personales, así como acercarse más al mundo del blog personal en general.

**Palabras clave:** blog, blogs personales, motivaciones, autores, lector.

## **ABSTRACT**

Actually, personal blogs are the type of blog most used by the users of the blogosphere. They emerged as a form of personal diary in the network and nowadays they have turned into a way of exchange of information and a way of interaction between the internet public. The success of this type of blogs is based on his content, therefore their authors are the protagonists. Focusing on them, the principal purpose of the present study is which motivations bring to every author to creating, to write and to support them. Therefore, using the information that has been collected and analyzed, the object of the study is to know these motivations more thoroughly, basing on different aspects, including the interaction with the reader, the age and gender of their writers and their feelings and their most personal needs, as well as bring us closer to the world of the personal blog in general.

**Key words:** blog, personal blogs, motivations, authors, readers.

# Índice

1. Introducción .....	5
1.1. Justificación del trabajo .....	5
1.2. Objetivos.....	5
1.3. Metodología aplicada .....	5
2. Aspectos históricos y teóricos del blog .....	7
2.1 Historia de los blogs .....	7
2.2. Concepto de blog, <i>blogger</i> , <i>blogging</i> , blogosfera .....	7
2.3. Características y estructura de los blogs.....	9
2.4. Tipos de blogs.....	11
2.5. Concepto de blog personal .....	12
3. Revisión de literatura .....	13
3.1. Estudios sobre los blogs en general .....	13
3.2. Estudios sobre los blogs personales.....	15
3.3. Estudios sobre las motivaciones de los autores para escribir blogs personales.....	17
4. Resultados .....	19
4.1. Tipos y temas de blogs personales .....	19
4.2. Motivaciones para escribir un blog personal .....	22
4.2.1. Influencia en las motivaciones según edad y sexo del autor .....	26
4.2.2. Influencia en las motivaciones por la interacción autor-lector .....	27
4.3. Inclusión de los blogs personales en las redes sociales .....	30
4.4. Plataformas de blogs personales más utilizadas .....	31
5. Conclusiones .....	33
6. Referencias .....	35
7. Anexos.....	39
7.1. Anexo documental.....	39
7.2. Cuestionario aplicado y frecuencia de las respuestas .....	39

## Índice de gráficas

Gráfica 1. ¿Cómo definirías tu blog?.....	20
Gráfica 2. ¿Qué crees que se refleja en tu blog?.....	21
Gráfica 3. ¿Qué expresas en tu blog?.....	21
Gráfica 4. ¿En qué temas se basa tu blog?.....	22
Gráfica 5. ¿Qué necesidades te satisface escribir un blog?.....	23
Gráfica 6. ¿Qué motivos te llevaron a escribir el blog?.....	24
Gráfica 7. ¿Cuáles son las motivaciones por las que escribes el blog?.....	25
Gráfica 8. Sexo de los autores.....	26
Gráfica 9. Edad de los autores.....	27
Gráfica 10. ¿Conoces a tus lectores?.....	28
Gráfica 11. ¿Qué edades comprenden tus lectores?.....	28
Gráfica 12. ¿Para qué tipo de lectores va dirigido tu blog?.....	29
Gráfica 13. ¿Consideras importante la interacción entre el autor y el lector?.....	29
Gráfica 14. ¿Qué opciones tienen los lectores para contactar contigo?.....	30
Gráfica 15. ¿Qué redes sociales utilizas para incluir el blog?.....	31
Gráfica 16. ¿En qué plataforma tienes el blog?.....	32

# **1. Introducción**

## **1.1. Justificación del trabajo**

Desde la aparición de los blogs, el fenómeno del blog personal ha ido en aumento, llegando a ser el sitio web de comunicación más utilizado. Este tipo de blogs se asemeja a los antiguos diarios personales que se escribían en papel, pero en formato en línea y con una característica diferencial muy significativa, su carácter público y comunicativo, lo que lleva a sus escritores a motivarse para escribirlos por diversas razones. Éste es un fenómeno que ha llevado a muchas personas a crear y mantener este tipo de blogs personales.

El presente trabajo se centra en las motivaciones de cada autor para escribir un blog personal, analizado desde diversos aspectos. Este tema es un hecho interesante para su estudio, por ello en el amplio mundo de la literatura científica, se ha prestado mucha atención a este fenómeno desde años atrás, llevándose a cabo numerosas investigaciones. Muchos de ellos se centran concretamente en el tema de este trabajo, los autores de estos blogs y sus motivaciones, como es el caso del estudio llevado a cabo por Li (2005), que analiza las necesidades y causas de cada autor para escribir estos blogs, o el estudio realizado por Flores (2012), basado en los autores. Como se explicará más adelante, las motivaciones de los autores para escribir un blog de este tipo son amplias y de muy diversas índoles, destacando sobre todo las de ámbito más personal.

## **1.2. Objetivos**

El objetivo principal y específico de este trabajo es conocer más de cerca los blogs personales desde la perspectiva de los autores y mostrar sus motivaciones a la hora de escribirlos. Se analizan las características, tipos y temas de los blogs personales, plataformas y redes sociales más utilizadas según cada autor así como sus motivaciones principales, basadas en la influencia de la edad y el género y de la interactividad con el lector, para conseguir mostrar una visión más concreta del tema.

## **1.3. Metodología aplicada**

Para el desarrollo del presente trabajo se ha llevado a cabo una búsqueda específica de información sobre los blogs en general y más concretamente de los personales y las motivaciones de sus autores para crearlos y mantenerlos. Para ello se han investigado y analizado diferentes estudios de expertos en la materia mediante recursos bibliográficos en internet.

A partir de ahí se ha llevado a cabo una encuesta online creada en la página web *encuestafacil.com.com*, que consta de 43 preguntas. La fecha de envío de la encuesta fue el miércoles 10 de junio de 2015, y las respuestas se recibieron entre el jueves 11 y el viernes 12 de junio. Se ha realizado con ella una muestra de conveniencia, enviando el cuestionario a 20 autores de blogs personales en España mediante la dirección de email proporcionada por cada autor o a través de Facebook y Twitter. En la siguiente tabla se muestran los blogs a los que se ha enviado el cuestionario y su dirección URL. De todos ellos han contestado 16, consiguiendo la realización de un análisis más específico de los blogs personales y las motivaciones del autor, y ampliar así el trabajo según los resultados obtenidos.

<b>TABLA: Blogs a los que se ha enviado el cuestionario</b>	
<b>Nombre del blog</b>	<b>Dirección URL</b>
<i>El cajón de Gatsby</i>	<a href="http://www.elcajondegatsby.com/">http://www.elcajondegatsby.com/</a>
<i>Compartiendo macarrones</i>	<a href="http://compartiendomacarrones.com/">http://compartiendomacarrones.com/</a>
<i>Café desvelado</i>	<a href="http://cafedesvelado.com/">http://cafedesvelado.com/</a>
<i>El último hielo de la copa</i>	<a href="http://el-ultimo-hielo-de-la-copa.blogspot.com.es/">http://el-ultimo-hielo-de-la-copa.blogspot.com.es/</a>
<i>Lo que ellos no saben</i>	<a href="http://loqueellosnosaben.com/">http://loqueellosnosaben.com/</a>
<i>Tal y como fuimos</i>	<a href="https://talycomofuimos.wordpress.com/">https://talycomofuimos.wordpress.com/</a>
<i>Ya lo entenderás cuando seas mayor</i>	<a href="http://yaloentenderas.blogs.elle.es/">http://yaloentenderas.blogs.elle.es/</a>
<i>Nada importa</i>	<a href="http://nadaimporta.com/">http://nadaimporta.com/</a>
<i>Vivir mata</i>	<a href="http://vivirmatablog.com/">http://vivirmatablog.com/</a>
<i>Eva Truth</i>	<a href="https://evatruth.wordpress.com/">https://evatruth.wordpress.com/</a>
<i>Te lo dije cantando</i>	<a href="https://telodijecantando.wordpress.com/">https://telodijecantando.wordpress.com/</a>
<i>La chica de los jueves</i>	<a href="http://lachimadelosjueves.com/">http://lachimadelosjueves.com/</a>
<i>La chica del quinto</i>	<a href="http://lachimadelquinto.com/">http://lachimadelquinto.com/</a>
<i>El rincón de Floricienta</i>	<a href="http://elrincondelfloricienta.com/">http://elrincondelfloricienta.com/</a>
<i>Al compás de tu silencio</i>	<a href="https://alcompasdetusilencio.wordpress.com/">https://alcompasdetusilencio.wordpress.com/</a>
<i>Que el corazón no pase de moda</i>	<a href="https://mariawatford.wordpress.com/">https://mariawatford.wordpress.com/</a>
<i>Palabras enlatadas</i>	<a href="https://palabrasenlata.wordpress.com/">https://palabrasenlata.wordpress.com/</a>
<i>Todo pasa por algo</i>	<a href="http://todopasaporalgo.com/">http://todopasaporalgo.com/</a>
<i>Un punto de locura</i>	<a href="http://puntodelocura.blogspot.com/">http://puntodelocura.blogspot.com/</a>
<i>Entrada agotada</i>	<a href="https://entradagotada.wordpress.com/">https://entradagotada.wordpress.com/</a>

## 2. Aspectos históricos y teóricos del blog

### 2.1 Historia de los blogs

El mundo de los blogs es muy complejo y amplio, y sus orígenes, según Blood (2000), comienzan en 1993, cuando salen a la luz por primera vez en *What's New Page*, del NCSA (*National Center for Supercomputing Applications*), y en 1994 en *Links from the Underground*, de Justin Hall, los primeros blogs. Este último se conoce como el primero en publicarse de la historia. En 1997 aparece por primera vez el término *weblog*, creado por Jorn Bargern que une las palabras web y log.

No fue hasta 1999 cuando surgió la frase “*We blog*”, con Peter Merholz (2002), surgiendo a su vez por tanto el término bloguear, y a continuación el término *blogger*, aquella persona que tiene y escribe un blog. Es en este año cuando se da la explosión de los blogs, aparece el *Eaton Web Portal*, una página web exclusivamente dedicada a ellos, pero sin duda, fue la aparición de Pyra Labs la que dio el gran salto en el mundo del blog. Fundada ese mismo año en San Francisco por Evan Williams y Mag Hourihan, crearon la plataforma *Blogger.com*, que en 2003 pasó a formar parte de Google, contando ya con más de un millón de weblogs registrados. Al ver el éxito de éstos, Google fue más allá, adquiriendo Picasa, una herramienta web basada en fotografías, para compartirlas y editarlas, y su sistema *Hello*, por lo cual gracias a este paso, los blogs pudieron empezar a incluir fotografías de todo tipo. Los primeros blogs eran simples páginas donde añadir links que conducían a otras páginas, con elementos muy simples. Con el paso de los años la plataforma *Blogger.com* fue evolucionado en cuanto a formato, estilo, y opciones de diseño a la vez que evolucionaba la tecnología, hasta el día de hoy, con millones de usuarios registrados que comparten sus historias con el mundo entero a través de sus blogs.

En España la revolución *blogger* llegó más tarde, con el desarrollo de internet. Fue *Bitácoras.net* el primer portal basado en estas páginas web de comunicación personal en aparecer, para dar paso a *Bitacoras.com* y *Blogosfera.org*. En la actualidad, según Martínez y Solano (2010) sólo un 3% de los blogs existentes en la blogosfera son en español.

### 2.2. Concepto de blog, blogger, blogging, blogosfera

Los términos blog, *blogger*, *blogging* y blogosfera están estrechamente relacionados, todos tienen una interdependencia ya que no puede darse uno sin el otro.

En la actualidad, existen muchas definiciones de blog, entre ellas destaca la que señala Fumero (2005: 1), “se conoce como blog un sitio web que exhibe una serie de funcionalidades distintivas, una dinámica peculiar dominada por una frecuencia de actualización relativamente alta y un formato donde los contenidos se organizan en orden cronológico inverso, apareciendo en primer lugar (arriba) los más recientes”. Es un sitio web, ya que se puede encontrar gracias a una URL en cualquier navegador web, es una publicación periódica ya que se puede actualizar en cualquier momento y las veces que se quiera, de diversos temas, funciona de manera cronológica, ya que los textos se dividen en entradas ordenadas de más antiguas a más recientes, y es un medio libre, porque cualquiera puede utilizarlo, que utiliza diferentes formatos y diseños. Un blog puede estar creado por una o varias personas, son un medio de comunicación ya que conlleva la interacción con los usuarios y muestran información, desde un ámbito personal, a todos los lectores.

Un *blogger* es cualquier persona que escribe un blog, de manera cronológica, sobre diversos temas que le interesen a él o al público en general. Cada *blogger* es distinto de todos los demás, ya que tienen distintas motivaciones, distintas experiencias y vivencias que otros no tienen y las cuales se dejan entrever en los mensajes de sus textos. A su vez, los *bloggers* son personas con distintas características físicas y mentales, que quedan reflejadas en sus entradas. Los *bloggers* son personas activas que producen una serie de mensajes, los hacen circular en la red y a la vez reciben mensajes de otras personas, por tanto, participan en el proceso de comunicación. El *blogger* es elemento esencial de este fenómeno, ya que sin ellos, no hay blogs.

El *blogging* es el acto de escribir de forma habitual en un blog. El *blogging* es la relación entre el *blogger* y sus lectores por medio de la escritura. Gracias a él los autores pueden expresar al bloguear sus sentimientos, experiencias, historias, intereses... Surgió con la llegada de los blogs y la necesidad de los autores de satisfacer sus necesidades en ellos.

La blogosfera es la comunidad virtual donde se reúnen todos los blogs existentes. Reúne millones de ellos, tiene una tecnología avanzada pero de fácil uso para los *bloggers* y destaca por la interacción entre todos los usuarios. La blogosfera está en continua expansión, cada día aparecen nuevos blogs divididos entre sus diferentes plataformas como *WordPress*. Es un sistema formado por estas páginas webs que se relacionan entre sí por el uso de hipervínculos.



### 2.3. Características y estructura de los blogs

Los blogs cuentan con una serie de características que los diferencian de otras páginas web. Entre ellas, cabe destacar:

- Facilidad de uso: Gracias a la interfaz y la tecnología que los forman, cualquier persona con un nivel bajo o medio de tecnología web es capaz de usarlo.
- Fácil acceso: El acceso a ellos es muy simple, tan sólo basta poner la dirección URL en el navegador para encontrarlos.
- Acceso público: Los blogs no tienen un carácter restringido, cualquier persona puede acceder a ellos.
- Orden cronológico: Las entradas publicadas se encuentran ordenadas cronológicamente por fecha, de más antiguos a más nuevos. Así, la última entrada publicada es la primera que ven los lectores.
- Pueden incluir archivos multimedia: Ofrecen a los autores la posibilidad de incluir en sus textos imágenes, vídeos, audios como música, y enlaces o links que llevan a otras páginas.
- Inclusión de comentarios: Ofrecen la posibilidad de que los lectores escriban comentarios en sus entradas.
- Interacción y participación: Son una herramienta de interacción entre los autores y los lectores, por medio de comentarios o por las redes sociales y email, que permiten a su vez la participación de éstos.
- Información, comunicación e intercambio de ideas: Son un medio de información para los usuarios, donde surgen nuevas ideas que pueden compartirse con toda la comunidad *blogger*.
- Pueden ser de diversos temas: Sus temas son infinitos, desde política hasta tecnología.
- Suscripción: Los lectores tienen la posibilidad de suscribirse a ellos, para recibir información vía email sobre las últimas noticias del blog.

La estructura de los blogs es simple pero a la vez muy completa, ofreciendo la opción al autor de utilizar diferentes diseños y formatos.

Tapia (s.f) define esta estructura principalmente en los siguientes elementos:

- Dirección URL: Es la dirección web del blog, la URL que colocamos en el navegador web para encontrarlo. Puede estar formada por una frase o por el propio título de éste.
- Cabecera: Es lo primero que se ve, e incluye:
  - Título del blog: Cuenta con un título elegido por el autor que puede estar relacionado con su contenido. Es lo primero que destaca al entrar en un blog.
  - Subtítulo: Los autores tienen la opción de incluir un subtítulo debajo del título, para ampliar la información de este o por simple estética, que puede ser también una cita.
  - Nombre del autor: Existe la opción de que el autor ponga su nombre debajo del título y subtítulo.
  - Imágenes o ilustraciones: Puede incluir imágenes o ilustraciones hechas por el autor acompañando al título.
- Cuerpo: En el cuerpo del blog, que es el elemento principal, podemos encontrarnos con varios elementos. Entre ellos destacan:

- Entradas: Es el texto que realiza el autor, puede tener imágenes, audio, vídeo, o ilustraciones. Las entradas se organizan cronológicamente. El lector puede leer un número concreto de entradas en la página principal, y acceder a otras más antiguas mediante un enlace. Las entradas cuentan con:
  - Nombre del autor: El autor puede poner su nombre en cada entrada.
  - Contenido: Es el texto que escribe el autor, que forma la entrada, puede tener audio, vídeo, imágenes o links.
  - Hora de publicación: Se incluye la hora en la que se ha publicado cada entrada.
  - Fecha de publicación: Se incluye la fecha en la que se ha publicado cada entrada.
  - Comentarios: Los lectores pueden comentar cada entrada del blog, y el autor puede contestarles.
  - Etiquetas: Se etiqueta cada entrada según los temas en los que se basa ésta.
  - Links o hipervínculos: Sirven para llevar al lector a otros blogs o páginas web que incluye el autor, relacionadas con sus textos.
- Barra lateral: La barra lateral incluye una serie de elementos, muchos de ellos son opcionales:
  - Biografía del autor: Los autores tienen la opción de incluir una breve biografía de ellos mismos para darse a conocer, que puede incluir una foto.
  - Archivo: Se incluye un archivo de todas las entradas ordenadas por meses, las más nuevas al principio.
  - Categorías: Si el blog se divide en distintas categorías, se incluye una lista donde aparecen.
  - Artículos ordenados por etiquetas: Podemos encontrar las entradas por las etiquetas que incluye el autor en ellas.
  - Enlaces de otros blogs: El autor puede incluir enlaces a blogs que son de su interés.
  - Opción de suscripción al blog: Se da la opción al usuario de suscribirse a éste, enviando su email, para recibir las últimas novedades.
  - Búsqueda: Se da la opción de buscar las entradas que se prefieran.
  - Publicidad: Se pueden incluir diversos anuncios publicitarios.
  - Links a las redes sociales: El autor tiene la opción de incluir links que llevan a las redes sociales donde se publica también el blog, como Twitter o Facebook.
  - Contacto: Los autores pueden incluir su email o otras formas para contactar con ellos.
  - Entradas más populares: Lista hecha por el autor con las entradas más visitadas.
  - Contador de visitas: Se puede incluir un contador de visitas para saber cuántos usuarios acceden al blog.

## 2.4. Tipos de blogs

Los blogs pueden ser de muchos tipos y temas. Según Fumero (2005: 4) podemos distinguir los siguientes grupos:

- Blogs temáticos: Son aquellos que tienen diferentes contenidos basados en uno o varios temas concretos, de interés del autor.

- Blogs según su formato: Pueden dividirse según el formato que tengan. Entre ellos Fumero (2005: 4) distingue:

- Fotoblogs: Se caracterizan por el contenido en imágenes y fotografías, que juntos forman el elemento principal de este tipo de blog. Las fotografías e imágenes pueden ser propias del autor, o extraídas de otros medios, y cuentan los intereses del autor sin necesidad de incluir texto. Se publican en orden cronológico.

- Videoblogs: Este tipo de blogs se basa en entradas formadas por clips de vídeos, que provienen de páginas web de vídeos como Youtube o Vimeo. Los vídeos pueden ser del propio autor o no, y estar en diversos formatos como mp4 o mov. Se publican ordenados cronológicamente, igual que los blogs normales.

- Audioblogs: Como su propio nombre indica, están formados por clips de audio que pueden ser de distintos formatos. Los más comunes son los de música, donde existe la opción de descargar el audio para los usuarios.

- Microblogs: Se caracterizan por los micro-textos que puede publicar el autor. A diferencia de los blogs normales, aquí existe un límite de palabras por cada texto.

- Openblogs: Se diferencian del resto por ser abiertos al público, pudiendo cualquier persona publicar contenido en ellos, no hay un único propietario.

- Moblogs: Se caracterizan por poder escribirse, manejarse y visualizarse en cualquier dispositivo móvil o PDA.

- Tumblelogs: Son aquellos que no tienen un diseño, estructura, tema o contenido concreto. No suelen ser muy extensos en contenido y los autores publican todo tipo de información encontrada en otras páginas web.

- Blogs corporativos: Son aquellos que pertenecen a una empresa y son llevados por ésta. Tienen intención de crear negocio o dar a conocer información sobre la empresa y noticias sobre la misma.

Lara (2005: 1) distingue también los edublogs, aquellos que tienen un interés educativo, enfocado a educar sobre temas concretos.

Blood (2000: 3) distingue también los blogs personales, que son los más comunes, llevados por un autor o varios, que cuentan en ellos sus experiencias personales, historias, sentimientos, opiniones, pensamientos, emociones y reflexiones.

## 2.5. Concepto de blog personal

Los blogs personales surgieron con la llegada de las primeras plataformas de blogs, como *Blogger.com*, y por la necesidad de los autores de contar sus experiencias, sentimientos, pensamientos, emociones, historias, y sus propias vidas.

En la actualidad, vivimos en una sociedad en la que la mayoría de la gente se deja influir por lo que lee, ve o escucha en los medios de comunicación masivos, en la opinión de la mayoría, e incluso por sus amistades o relaciones personales. Es por ello por lo que en parte estos blogs personales tienen tanto éxito. Porque la gente joven lee textos sobre por ejemplo, la forma de superar una ruptura o el significado de la verdadera amistad, y eso lleva a que esa persona se sienta cercana e identificada con el autor, y en consecuencia siga leyendo ese blog, convirtiéndose en un lector fiel.

Un blog personal se define por ser semejante a un diario, pero en formato online. Este tipo es el más utilizado en la actualidad, inundando la blogosfera. Todos ellos tienen varios elementos comunes; reflexiones y sentimientos del autor, temas similares de amor, confianza, amistad, situaciones vividas..., todo ello enfocado desde la propia experiencia del autor.

Estas plataformas personales son un medio de comunicación e información entre el autor y sus lectores, dando lugar a un intercambio de opiniones en una interactividad con el usuario. Lo que les caracteriza es el contenido personal de sus autores y el enfoque reflexivo de sus textos, que puede llegar a ser educativo también.

Sus textos no sólo nos muestran temas cercanos a el segmento femenino y joven actual, si no que los muestran de una manera didáctica para que cualquier chica que en un futuro o actualmente se encuentre en alguna de esas situaciones sentimentales sepa cómo actuar, cómo enfrentarse a esos problemas de la vida, cómo afrontar algunas situaciones e incluso cómo pensar respecto a ellas o interpretarlas. Es por ello que sus autores tienen un doble trabajo, tener sus blogs actualizados y saber enfocar lo que escriben a sus lectores para así seguir teniendo un público fiel que lean sus textos y sigan sus consejos.

El principal éxito de estas plataformas personales, como se ha indicado anteriormente, se debe a los temas de los que hablan y la forma en la que estos son tratados. Son temas con los que la sociedad (sobre todo la parte más joven y la parte femenina) se siente identificada. Los temas de amor, de amistad, de experiencias, de historias y más aún si éstos son contados por gente cercana de edad similar que ha vivido todos esos sentimientos y experiencias, crea una red online de blogs personales que tienen millones de seguidores de sus textos. Muchos de ellos cuentan también con perfiles en Facebook e incluso Instagram, donde se acercan aún más a los lectores, y a poder compartir sus historias más de cerca.

### 3. Revisión de literatura

#### 3.1. Estudios sobre los blogs en general

La revolución tecnológica conllevó la aparición de internet. Gracias a él, los blogs comenzaron a tomar gran relevancia en el mundo digital.

Castells (2001: 378), describe internet como “un nuevo entorno mediático que hace de la virtualidad nuestra realidad, es la columna vertebral de la comunicación global a través del ordenador (computer-mediated communication, CMC)”.

Es por ello que podemos decir que los blogs surgieron con el comienzo de internet, y hoy en día son un gran medio de comunicación que ofrece información de cientos de temas.

Internet es la clave, gracias a él la comunicación ha evolucionado hasta el punto de convertirse en un elemento de interacción personal, llegando incluso a condicionar las relaciones cara a cara. Las tres cosas en las que se basa internet hoy en día, según Martínez y Solano (2010), son la interactividad entre personas, el usuario como protagonista y generador de contenidos y la multidireccionalidad de los mensajes.

Esto es así porque gracias a él podemos crear y mantener relaciones con otras personas a través del ordenador, creándose una interactividad entre los usuarios. Li (2005: 9) señala que “internet combina la comunicación de masas y la comunicación interpersonal en los usuarios de internet”.

Todo ello ha llevado a la aparición de las redes sociales y con ellas el fenómeno *blogging*, llevando a cientos de sujetos a motivarse para compartir sus vidas, experiencias, y vivencias con otras personas. Según Silla (2003: 3-4) “los blogs se han convertido en auténticos medios de comunicación alternativos y en herramientas que difunden la actualidad profesional de forma fluida y eficiente. Los *weblogs* son recursos informativos de importante valor”. Estas plataformas en línea se consideran en la actualidad un medio de información, mediante los cuales los usuarios pueden compartir información sobre cualquier tema en cualquier momento del día.

Walker (2003: 1) los describe como “un sitio web frecuentemente actualizado que consiste en accesos fechados cronológicamente en orden inverso, de tal forma que los mensajes más recientes aparecen primero. Generalmente los blogs son publicados por individuos y su estilo es personal e informal”. Se consideran sitios web gracias a su formato online, cualquier persona puede encontrarlos en internet, y leer sus entradas ordenadas de tal forma que lo más actual aparece lo primero, para captar más la atención del lector.

A su vez, los autores pueden moldearlos a su gusto, como indica Silla (2003: 3) “los *weblogs* o blogs son recursos informativos en formato web en los que una persona o grupo de personas introducen por orden cronológico noticias, opiniones, sugerencias, artículos, reflexiones o cualquier otro tipo de contenido que consideran de interés”.

Estas páginas web de comunicación en línea comenzaron como espacios personales y ahora se han ido extendiendo hasta llegar a un uso profesional.

Hay diversas razones por las que los blogs han ido evolucionando y siguen estando a la orden del día en nuestra sociedad. Su éxito, según Sáez Vacas (2005: 2) reside en que “muchas gente desea hacer oír su propia voz, la gente todavía se siente insatisfecha con los canales tradicionales o busca escuchar, leer o ver voces alternativas, más sintonizadas con sus gustos, o más especializadas o más independientes”. Es por ello que el fenómeno blog nace, como indica Flores (2012: 2), como “un producto de una práctica social, el *blogging*, ejercida por determinados agentes, los *bloggers*, en un espacio social mediado tecnológicamente, la blogósfera”. La blogosfera es una amplia red que incluye todos los blogs existentes en Internet, está en continua expansión y ya que cada día aparecen nuevos blogs en distintas plataformas, su estudio es muy difícil. Según Fumero (2005: 5), “las iniciativas para obtener información primaria acerca del tamaño de la blogosfera (número de blogs) y su ritmo de crecimiento o de la frecuencia de publicación (número de *posts*) se apoyan en los servicios de directorio, donde los propios blogueros registran y clasifican sus publicaciones y en los proyectos destinados específicamente a cuantificar la blogosfera”. En España, destacan Blogalia, La Coctelera y Barrapunto. Estas plataformas han sido las causantes de la rápida expansión de este fenómeno en nuestro país, aunque cabe destacar la plataforma *Blogger.com*, la número uno en blogs mundial. La blogosfera por tanto es el centro del mundo del blog, en el que se lleva a cabo todo el proceso de comunicación. Como indica Flores (2012: 2), “en esta red, se dan procesos de producción, circulación y consumo de mensajes; hay interacción entre *bloggers*, mediante *posts* o entradas, comentarios, hiperenlaces y otros mecanismos”. Existe por tanto un proceso en el que se crea una interacción, se crean identidades, ya que cada persona que bloguea emite pero a la vez recibe mensajes, creando así relaciones sociales, al mismo tiempo que produce y consume.

De ello podemos deducir que así se crean una serie de relaciones a partir de la tecnología. Gracias a ella, cada vez es más fácil utilizar un blog, lo que los hace accesibles a cualquiera que quiera crearlos, gracias a las herramientas que nos da internet y la facilidad de su uso. Es por ello, que la gente de todas las edades puede crear y mantener uno de ellos.

Según un estudio llevado a cabo por Herring, Scheidt, Bonus, y Wright (2005) en el 85.8% de los blogs donde aparece el género del autor, un 60% son adultos y un 40% adolescentes, aunque la mayoría de los adultos tienen alrededor de 20 años.

Para adentrarnos más en el mundo de estas plataformas de comunicación e información en línea, cabe hacer una breve clasificación. Según Fumero (2005: 3), “existen muchos criterios de clasificación de los blogs”. Su tipología es muy amplia, pueden ser de cualquier tema, es el autor el que elige. Fumero (2005) propone la existencia de tres tipos de blogs, en función de la cantidad de enlaces y el equilibrio entre ellos. Se clasificarían en intrablogs, extrablogs o isoblogs. Podríamos hablar también de el carácter conversacional de los blogs, Fumero (2005: 4) describe esta capacidad conversacional como “el número medio de comentarios de las anotaciones, ponderado con la frecuencia de actualización”. Esto es, la cantidad de comentarios con los que cuenta un blog en sus diferentes entradas mostrarían su calidad en cuanto a ser más frecuentado por los lectores o menos. No todos ellos se basan en entradas con comentarios y enlaces con imágenes o vídeos, Fumero (2005) hace una clasificación según su formato en los audioblogs, fotoblogs, moblogs o videoblogs.

Sin embargo, cabe destacar desde el comienzo de este fenómeno, el blog personal. Según Blood (2000: 2) “los blogs más usados son los personales de filtros o temas concretos, los diarios personales y los blog de conocimientos sobre el propio autor”. El contenido de los personales de filtros conlleva todo lo externo al autor, los blogs de conocimientos personales suele ser de temas más amplios, mientras que el de los diarios personales es un contenido más interno del autor, como sus pensamientos.

### 3.2. Estudios sobre los blogs personales

Estos diarios personales en línea surgieron en 1999, con la aparición del blog. Este tipo es cada vez más popular, según un estudio llevado a cabo Herring et al. (2005), el 70% de los blogs de la blogosfera actual son personales.

Según Contreras (2004: 7) son “aquellos surgidos de la iniciativa individual o de grupo que no gozan del cobijo de grandes instituciones o empresas”. Los blogs personales tienen una característica que los diferencia del resto de los existentes en la blogosfera, son producto de la mente de un autor que no cuenta con otro apoyo que su propia personalidad. Por otra parte, Cheung (2000: 43) los define como “una página web hecha por una persona individual o varias personas que se centra en la personalidad e identidad del autor o autores”.

En algunas ocasiones es complicado diferenciarlos de una web personal, ya que son muy parecidos. Según Li (2005: 44) “los blogs personales incluyen intereses y hobbies del autor, familia y amigos, su propio trabajo creativo y la experiencia personal”. La identidad del autor queda reflejada en este tipo de blogs. Como señala Piscitelli (2002: 1), nos encontramos en ellos con “la personalidad, el carácter, la idiosincrasia y la forma de ser de su autor”. El concepto de blog personal incluye por ello todos estos aspectos. Además, éstos son usados según Li (2005: 40) como “un medio para satisfacer sus necesidades, donde el autor tiene el absoluto control en el contenido y lo usa de manera persuasiva para influir en sus lectores”.

Es por ello que el sujeto principal de este tipo de diario personal en línea son los autores, que definen el sentido del mismo. Hay muchos estudios sobre el mundo del blog, pero en concreto no hay muchos sobre los *bloggers*, los sujetos que los crean, y el propio acto de bloguear, de escribir en ellos. Según Blood (2000: 2) “la mayor parte de *webloggers* se encarga de dar a sus lectores algo nuevo para leer cada día, algunos blogs permiten a los lectores poner comentarios en entradas individuales, dando lugar a intercambios conversacionales sobre el blog en sí mismo”. El sujeto que escribe blogs es una persona activa, que produce, circula y recibe mensajes. Aquí surge el concepto de agente. Sewell (1992: 8) señala que “un agente es un sujeto que es capaz de ejercer algún grado de control sobre las relaciones sociales en que uno está inmiscuido, lo que a su vez implica la capacidad de transformar esas relaciones sociales en alguna medida”. Con ello podemos deducir que las aquellas personas que escriben blogs se sitúan entre la realidad y la vida ficticia, y crean una relación con los lectores a partir de sus mensajes.

Centrándonos en el propósito o intención de los autores, según Fumero (2005: 2) “los blogs con una intención personal suelen ser los blogs de reflexión, donde el autor cuenta sus pensamientos más profundos”. Esto crea una dependencia por parte de los lectores con este tipo de plataformas personales, sintiéndose identificados con lo que leen, como indica Contreras (2004: 7) “los blogs personales son los más activos y populares debido a que generan una relación muy directa y sincera con los lectores y con el autor mismo”.

Gracias a plataformas como *Blogger.com*, se les ofrece a sus autores un uso sencillo y cómodo, como indica Frey (2006: 2) “se les da una página en blanco para que escriban sobre lo que quieran, sin restricciones de tema o longitud, sin cuestionar su autoridad para comentar sobre cualquier tema y dándole incluso la posibilidad de no revelar su identidad eligiendo un pseudónimo, un apodo o sencillamente, el anonimato”. Los autores de los blogs personales, a la hora de escribirlos o crearlos, tienen una idea de qué temas va a incluir en él, y a qué público dirigirse. Es por ello que dependiendo de la opción que elijan, según Frey (2006: 5) “dependen en gran medida del tipo de discurso que pretenden desarrollar, pudiendo ser autobiográficos, de ficción y de auto ficción”.

Lo que le da calidad a este tipo de diarios personales en línea es la forma de discurso autobiográfico con la que funcionan. Frey (2006: 4) señala que “los blogs personales se distinguen por tener un discurso autobiográfico predominante que puede estar intercalado con otros tipos de textos”. Estos textos pueden ser recuerdos, historias, anécdotas...etc. Oravec (2003) señala el concepto de un “pacto autobiográfico” que se da entre el escritor y el lector, mediante el cual se realiza un compromiso con el lector, creando así lectores fieles. Frey (2006: 5) recalca que “la temática del blog personal es abierta pero autobiográfica siempre: su única constante es la voz del “yo” que escribe y que además se sabe leído”.

Mostrar la identidad del autor es importante también, según Li (2005) que los lectores encuentren en el blog la información crea un sentimiento de empatía hacia el autor. Conocer al escritor hace a los lectores sentirse más cerca de la persona que hay detrás de la pantalla. Según un estudio realizado por Herring et al. (2004), muchos de sus autores incluyen la información personal de manera explícita en la primera página de sus blogs. El estudio indica que un 92.2 % proporciona un nombre, el 31.4% un nombre completo, el 36.2% un nombre de pila y un 28.7% un seudónimo. Además, más de la mitad, concretamente el 54%, proporciona alguna otra información explícita personal (p.ej., la edad, la ocupación, la posición geográfica), y otro 16.2 % vincula a tal información en otra parte. Es por ello que la identidad del autor queda reflejada en sus textos.

Entre las muchas características de estos blogs, destaca la interactividad entre los autores y los usuarios. Esto es así porque éstos construyen una comunidad en la red, y es gracias a la interactividad que existe entre el autor y el lector. La existencia de los comentarios en los *post*, provoca una respuesta en los lectores, les anima a participar. Steuer (1992: 46) define la interactividad como “el grado por el cual los usuarios de un medio pueden influir en la forma o el contenido en el mundo de los medios en tiempo real”. Gracias a la existencia de *feedbacks* los autores pueden contestar a los lectores y crear así una comunicación bidireccional.



También cabe destacar la estructura de este tipo de blogs, destacando la aparición cronológica de sus entradas. Normalmente los autores conocen muy de cerca este sistema y le sacan provecho. Frey (2006: 4) señala que “hay dos elementos que hacen que los lectores sean fieles a un blog, el interés que pueda despertar su última entrada y la regularidad con la que actualice su blog”. A su vez, para que esto ocurra, las entradas deben de tener algo distinto, no solo un texto, tienen que ofrecerle al lector algo que cree la necesidad de seguir leyendo el blog. Así, según Frey (2006: 3) “el autor utiliza estrategias gráficas y narrativas que le ayuden a lograr que éste sea interesante y perdurable”. Aún así, hay muchas diferentes opciones de diseño en cuanto a la estructura de éstos, como señala Blood (2000: 2), “los blogs son muy maleables, la gente puede hacer con ellos lo que quieran”, mientras que Fumero y Sáez Vacas (2006: 1) concretan que “un blog será lo que nosotros queramos que sea”.

### **3.3. Estudios sobre las motivaciones de los autores para escribir blogs personales**

Para saber de verdad cómo surgieron estos blogs personales, hay que tener muy en cuenta aparte de los antecedentes ya comentados, qué lleva a los autores a escribirlos o crearlos, a que cuenten sus pensamientos, sus experiencias y sus vidas y analicen temas muy similares. Es por ello que las motivaciones que llevan a ello son un elemento esencial para caracterizarlos. Li (2005: 88) señala que “el empleo de blogs sistemáticamente es asociado con las motivaciones de un individuo para escribirlos, conocer estos motivos que llevan a bloguear predicen el contenido que el autor elige para escribir”.

En la actualidad hay muchos estudios que tratan de encontrar estas motivaciones. Flores (2012: 4) señala que “la necesidad de expresión, el interés por dar cuenta de su paso por el mundo, la intención de conocer gente, la búsqueda de visibilidad, son las razones que motivan a sujetos a crear un blog”.

La personalidad del autor también es un punto clave. Según varias investigaciones llevadas a cabo por John y Srivastava y McCrae y Costa (1999, 1986), todos coinciden en que la personalidad del autor influye en el blog, y ponen como ejemplo a las personas que tienden al nerviosismo, a la ansiedad o a las reacciones emocionales, porque son estas personas las que suelen escribir este tipo de blogs. Así, satisfacen su sentimiento de soledad. Según un estudio llevado a cabo por Papacharissi (2002) las motivaciones para escribir páginas personales son: Pasar el tiempo, entretenimiento, información, auto expresión, y comunicación con los lectores. Por otra parte, Noh (1998) señala las siguientes: escapismo, promoción, placer, contribución, y comunicación.

Li (2005), hace un estudio profundizando aún más en estas motivaciones. Para ello, primero estudia las necesidades de los autores, agrupándolas en varios grupos: las principales serían las necesidades cognitivas, que son aquellas relacionadas con la información reforzada,

conocimiento, y comprensión. Destaca también las necesidades afectivas, relacionadas con lo emocional, las necesidades personales integrantes: aquellas relacionadas con la credibilidad reforzada, confianza y estabilidad, las necesidades sociales integrantes relacionadas con el contacto reforzado con familia, amigos, y el mundo. Estas necesidades también reflejan el papel de Internet como un canal de comunicación interpersonal: la autoexpresión, mantenimiento de relaciones, utilidad social, socialización, inclusión, contribución, utilidad interpersonal, compañerismo y relaciones sociales. Y por último el autor destaca las necesidades de liberación de tensión, que son aquellas relacionadas con el escapismo o la liberación de tensión. Según el estudio de Li (2005), estas conclusiones llevan a concretar una serie de motivaciones, que serían la auto expresión, la información, pasar el tiempo y entretenimiento, la interacción social, la auto documentación, la aparición en los medios y el avance personal. Es por ello, que el autor (2005: 88) concluye que “los *bloggers* pueden satisfacer sus motivaciones aprovechando las características de los blogs como un lugar abierto, libre, y social para el conocimiento intrapersonal, la comunicación interpersonal, y de masas”.

Nardi, Schiano, Gumbrecht, y Swartz (2004) realizaron un estudio para conocer las motivaciones de los autores para escribir en blogs, y descubrieron que los autores tienen cinco motivaciones: documentar sus vidas, expresar comentarios y opiniones hacia sus intereses, liberar sus emociones, organizar sus pensamientos a través de la escritura y construir una comunidad. El término socialización como motivación, lo usaron F. Stafford, R. Stafford y Schkade (2004). Otras motivaciones serían la auto expresión, la propia documentación, y la emoción. Todas ellas están relacionadas por tanto con la intención de los autores de contar sus experiencias personales a sus lectores.

La forma de ser y la personalidad de cada persona hace que las motivaciones para escribir un blog sean distintas entre una persona y otra, aunque no diferentes del todo. Li (2005) señala que los aspectos demográficos como la edad, género y el uso de internet influyen en el uso de estas plataformas personales. El género del autor es algo destacable para comprender las motivaciones que llevan a las personas a escribir estos diarios en línea. Según un estudio llevado a cabo por Herring et al. (2005: 2) “el sexo está determinado en un 91.2% de los blogs, de los cuales un 54.2% son masculinos, y 45.8% femeninos”. Según Herring et al. (2005), las mujeres tienden a escribir más blogs de estilo personal, como un diario. Esto es así porque los hombres tienden a escribir más sobre temas externos como política o sociedad, mientras que a las mujeres les gustan más los temas personales. Chesher (2005: 11) concreta que “los blogs personales son asociados con los valores más femeninos de compartir historias, el cotilleo y la auto reflexión”. Por ello está claro que el sexo femenino es el más común a la hora de escribir blogs personales. Como indican Jung, Song y Vorderer (2012: 8) “las mujeres que sienten la mayor necesidad de auto revelarse estarán más dispuestas hacia rellenar la necesidad del *blogging*. Estas mujeres con una necesidad fuerte de auto revelarse, verán con mayor probabilidad el acto de bloguear como un medio de expresar su propia voz, comparada con las mujeres que son motivadas por otras necesidades, como la afiliación o el logro”.

Otras variables de los autores también influyen para saber que motiva a los autores de estos blogs. Como señala Li (2005: 88) “existen una serie de variables como el número de blogs que tiene un autor, la historia del blog, el número de entradas, la frecuencia de actualización del blog, el tiempo que el autor pasa en él, y su localización”. Por otra parte, Jung et al. (2012: 12) hablan del concepto “*impression management*” (dirección de la impresión) como el deseo de la gente de causar impresiones buenas a otros, en este caso los lectores. Cohen, Sherrod, y Clark, (1986) concluyen en su estudio que las relaciones personales con otras personas por medio de una red social es esencial para el autor y les da la felicidad. Esto es así porque los autores pueden entre otras cosas reducir la tensión personal del día a día, y llegar así a ser felices.

## 4. Resultados

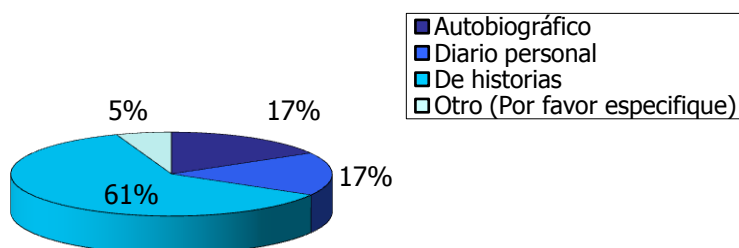
### 4.1. Tipos y temas de blogs personales

Los blogs personales pueden ser de diversos tipos. Según su tipo, los autores les dan un enfoque u otro y estructuran sus contenidos de diversas formas. Entre los tipos de blogs personales más destacados cabe nombrar tres:

- El blog de discurso y contenido autobiográfico: Se caracteriza por basar sus entradas en textos en primera persona sobre emociones, pensamientos, o sentimientos del autor.
- El blog de diario personal: Tienen la característica de parecerse a un diario personal, ya que los autores utilizan sus experiencias propias como tema principal en sus entradas, como si fuera un diario donde en cada entrada exponen un tema concreto relacionado con su propia personalidad.
- El blog de historias personales: Se basan en historias contadas por el autor que pueden ser reales o ficticias, siempre con el toque personal del escritor.
- El blog de reflexiones: Se basan en reflexiones propias del autor sobre temas como el amor, la amistad, la desilusión...etc.

Para conocer qué tipo de blog personal es más utilizado por los autores, en la encuesta realizada se les pregunto cómo lo definirían. Como muestra la gráfica a continuación, los resultados concluyen que un 61% de los autores utilizan el formato de blog de historias personales, frente a un 34% que utilizan los blogs autobiográficos y de diarios personales, y un 5% los blogs de reflexión. Con ello se observa que el formato en el que se cuentan las historias personales de cada autor es el más utilizado en este tipo de diarios personales en línea.

**Gráfica 1. ¿Cómo definirías tu blog?**

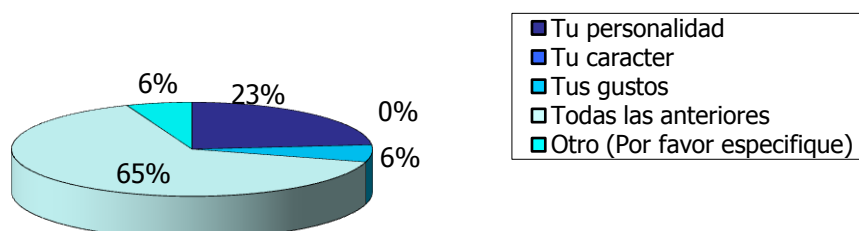


En lo que se refiere a sus temas, podemos encontrarnos con una amplia gama de éstos. Basándonos en las respuestas a una serie de preguntas referentes a los temas de los blogs personales, hemos llegado a diferentes conclusiones.

Primero de todo, para llegar a saber cuáles son estos temas, hemos querido saber que reflejan los autores en sus blogs, ya que es un punto importante para llegar hasta conocer los temas principales. Entre las posibles opciones cabe destacar la personalidad, el carácter y los gustos de cada uno.

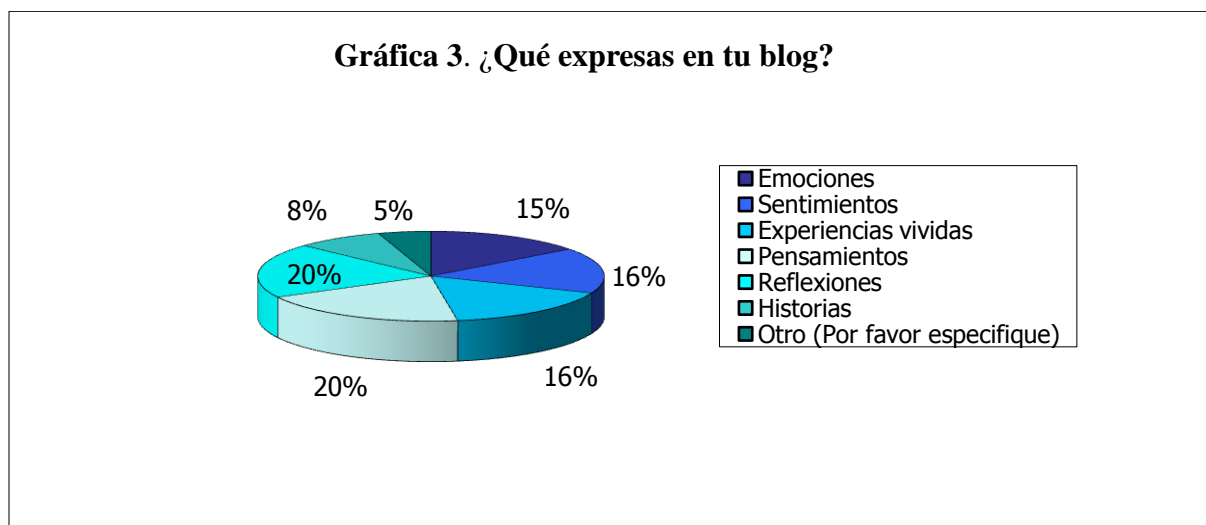
Como podemos ver en la siguiente gráfica, un 65% de los autores refleja en sus blogs todas las opciones dadas, por lo tanto destaca que su personalidad, sus gustos y su carácter son las tres opciones que más quedan reflejados en sus textos. Tan sólo un 23% señala la personalidad como aspecto más reflejado y un 12% no incluiría esta pero si su carácter y sus gustos.

**Gráfica 2. ¿Qué crees que se refleja en tu blog?**



Dado el carácter personal de este tipo de plataformas personales en la red, para acercarnos más aún a los temas de éstos, hemos querido conocer qué expresan en ellos. Para ello hemos seleccionado las emociones, los sentimientos, las experiencias del autor, sus pensamientos, sus reflexiones, y sus historias.

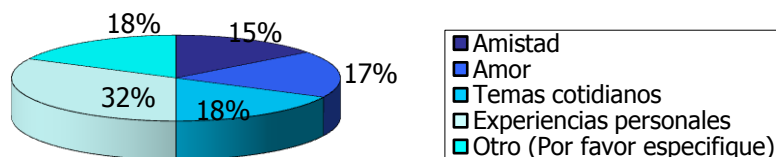
Como podemos ver en la gráfica de los resultados, un 40% de los encuestados expresa en su blog sus pensamientos y sus reflexiones personales. Un 32% expresa sus sentimientos y experiencias vividas, un 15% expresa sus emociones, un 8% sus historias y un 5% coincide en que expresa todo lo anterior. Cabe destacar por tanto que los sentimientos y las reflexiones más profundas de cada escritor es lo más expresado en este tipo de blog.



Según todos los aspectos analizados anteriormente, podemos concluir los temas en los que se basan los blogs personales, profundizando en que se basa cada uno según el autor. Para ello se han seleccionado los temas principales de éstos, entre los que se encuentran la amistad, el amor, los temas cotidianos y experiencias personales.

Como muestran los resultados de la gráfica a continuación, un 32% de los autores coincide en que el tema de su blog son las experiencias personales, un 18% en temas cotidianos, un 15% en el tema de la amistad y un 17% en el tema del amor. Sin embargo, otro 18% también señala que los temas de ellos son la poesía y las reflexiones. Cabe destacar que al poder seleccionar varias respuestas, un 70% coincide en que el tema principal de sus blogs son las experiencias personales entre otras cosas.

**Gráfica 4. ¿En qué temas se basa tu blog?**



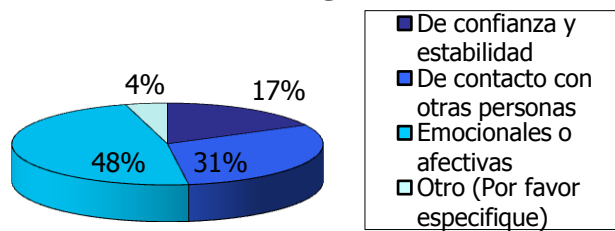
En general con todos los resultados concluimos que este tipo de blogs se basan en temas principalmente personales de cada autor, sobre todo sus experiencias vividas.

#### **4.2. Motivaciones para escribir un blog personal**

Los autores de estas plataformas personales en línea tienen diversas razones para escribir sus blogs y mantenerlos. Las motivaciones a la hora de crearlos son lo que les dan su enfoque personal, dependiendo de cada autor. El concepto inicial que hay que tener en cuenta para conocer estas motivaciones son las necesidades de cada autor, que varían según su personalidad. Para ello se ha hecho una división entre las principales necesidades que tiene cada persona, dividiéndose en:

- Necesidades de confianza y estabilidad: Muchos autores necesitan reforzar su auto confianza frente al mundo, y conseguir con ellas una estabilidad emocional.
- Necesidades de contacto: Son las relacionadas con la necesidad de mantener una relación o contacto con otras personas.
- Necesidades emocionales o afectivas: Son aquellas que surgen por las emociones de cada autor. Las emociones invaden la vida diaria de las personas. Entre ellas destacarían las emociones afectivas, es decir, mantener una relación cercana de cariño y afecto con otras personas, pero también se incluyen otras como el amor, la vergüenza, o el miedo.

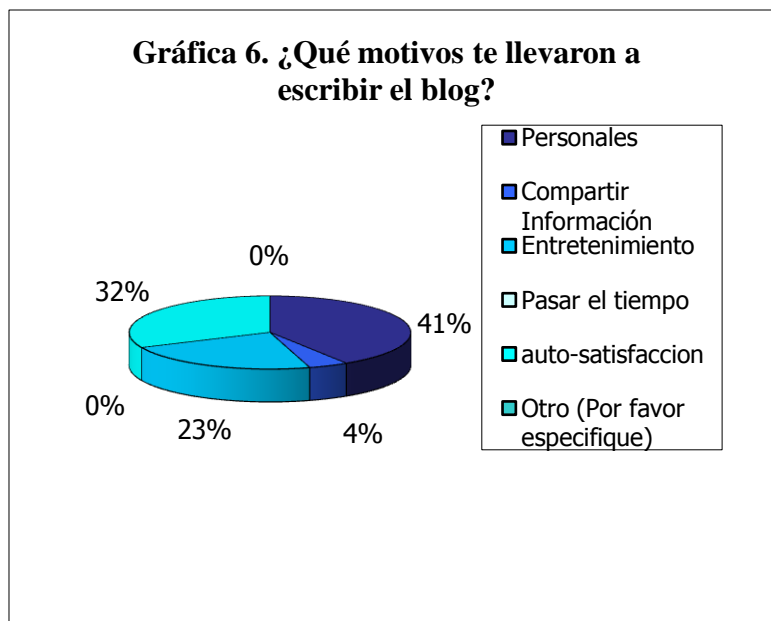
**Gráfica 5. ¿Qué necesidades te satisface escribir un blog?**



Según los resultados de las encuestas, el 48% de los encuestados señala que escribir en el blog satisface sus necesidades emocionales y afectivas, un 31% apunta que cubren las necesidades de contacto con otras personas y un 17% satisface sus necesidades de confianza y estabilidad por medio de su blog. Al poder seleccionar varias respuestas, un 69% de los autores satisface las necesidades emocionales y un 44% de contacto. Esto concluye que la mayoría de los autores tiene principalmente unas necesidades emocionales que satisfacen gracias a los blogs personales.

A partir de conocer las necesidades de cada autor, debemos preguntarnos qué motivos llevaron a cada persona a escribirlos. Para ello se ha tenido en cuenta en la encuesta las principales causas o motivos que llevaron a los autores a crear y mantener un blog personal. Entre ellas destacan:

- Motivos personales: Son los motivos relacionados con las necesidades personales de cada persona, como pueden ser conocer gente nueva, establecer nuevas relaciones...etc.
- Compartir información: Uno de los motivos para su escritura es compartir información con el público, sobre todo información personal.
- Auto-satisfacción: Es un motivo basado en satisfacer una necesidad de satisfacción personal.
- Entretenimiento: Entretenerse es una de las causas que lleva a los escritores a crearlos y mantenerlos, al igual que pasar el tiempo.
- Pasar el tiempo.



Como vemos en la gráfica 6, los resultados de la encuesta muestran que un 41% de los autores escribe blogs por motivos personales, frente al 32% por ciento que los escriben por motivos de auto-satisfacción personal, un 23% por entretenimiento, y un 4% por compartir información. Estos resultados confirman que los principales motivos de los escritores para escribirlos son los personales de cada uno de ellos y los de satisfacción personal.

Con los resultados obtenidos en cuanto a necesidades y motivos de los autores para mantener y crear sus blogs, llegamos a preguntarnos cuáles son las motivaciones para escribirlos. Para ello nos basamos en las motivaciones principales, que serían:

- Auto-Satisfacción: Motivaciones de satisfacción consigo mismos.
- Sentirse valorados: Para sentirse valorados por la gente.
- Dar a conocer sus sentimientos: Para poder mostrar sus sentimientos profundos.
- Facilidad de uso: Porque el sistema del blog es de fácil de utilizar.
- Contar cosas sobre ellos: Porque pueden contar todo sobre ellos.
- Dar a conocer sus experiencias vividas: Porque pueden contar sus experiencias.
- Contar historias: Pueden contar historias reales sobre ellos o ficticias.
- Compartir información: Pueden compartir todo tipo de información con sus lectores.
- Conocer gente: Se pueden crear relaciones con otras personas y conocerlas.
- Saber la opinión de los demás: Pueden conocer lo que sus lectores opinan sobre ellos.
- Porque es un sitio donde poder expresarse libremente: Pueden expresarse sin restricciones.
- Porque pueden practicar la escritura: Pueden practicar su escritura en cada entrada.
- Sentirse identificados con la gente: Sentir que tienen cosas en común con sus lectores.
- Para expresar su personalidad: Expresar su forma de ser y de pensar.
- Porque es entretenido: Para pasar el tiempo.
- Porque ayuda a expresarse: Les ayuda a expresar cosas que pueden ser difíciles de expresar en persona.
- Porque pueden contar sus vidas: Pueden contar todo lo relacionado con sus vidas.
- Por la facilidad de actualización: Porque pueden actualizarlo las veces que se quiera al día.

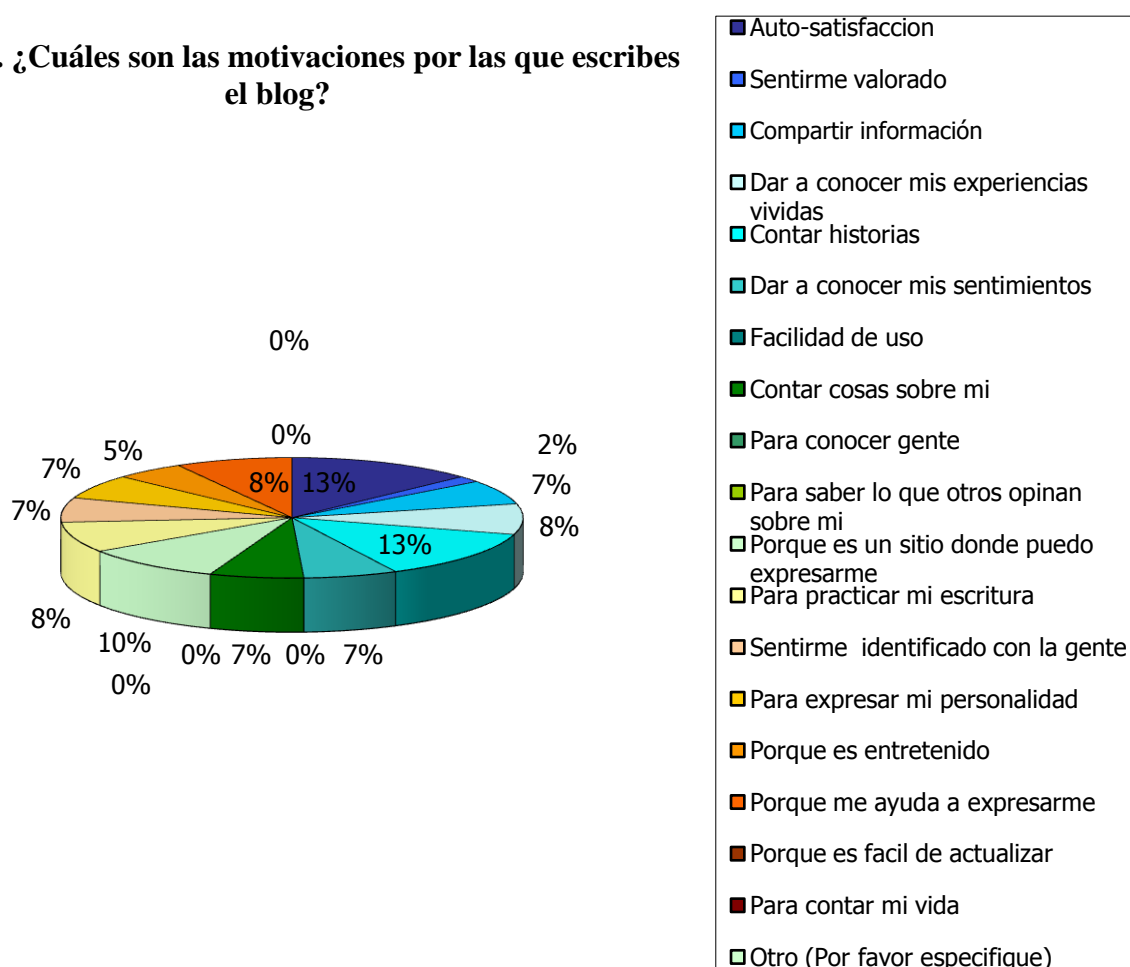


El gráfico a continuación muestra los resultados obtenidos, donde cabe destacar que las motivaciones que llaman la atención por encima de todas son las de auto-satisfacción, y la de contar historias, ambas con un 13%.

En total, un 16% concluye que la expresión es una de las motivaciones esenciales que llevan a escribir blogs personales, porque pueden expresarse libremente y les ayuda a expresarse mejor. Un 8% encuentran la motivación en la escritura, y por otra parte, un 35% de los autores coinciden en que les motiva porque pueden mostrar su personalidad, contar cosas sobre ellos mismos, dar a conocer sus sentimientos, sentirse identificados con la gente, y contar información. Tan sólo un 5% les motiva por ser entretenido, y un 2% por sentirse valorados. Concluimos también que hay la facilidad de uso, de actualización, conocer gente nueva, o saber la opinión de los demás no se encuentran entre las motivaciones de ninguno de los autores para escribirlos. Contando con que se ha dado la posibilidad de seleccionar diferentes motivaciones, el 100% de los encuestados coinciden en que la auto-satisfacción y el poder contar historias son las principales para escribir en un blog personal.

Llegamos por tanto a la conclusión de que los escritores tienen como primera opción en cuanto a motivaciones para escribir este tipo de diario personal en la red aquellas que satisfacen su persona y les dan la oportunidad de contar sus historias más personales.

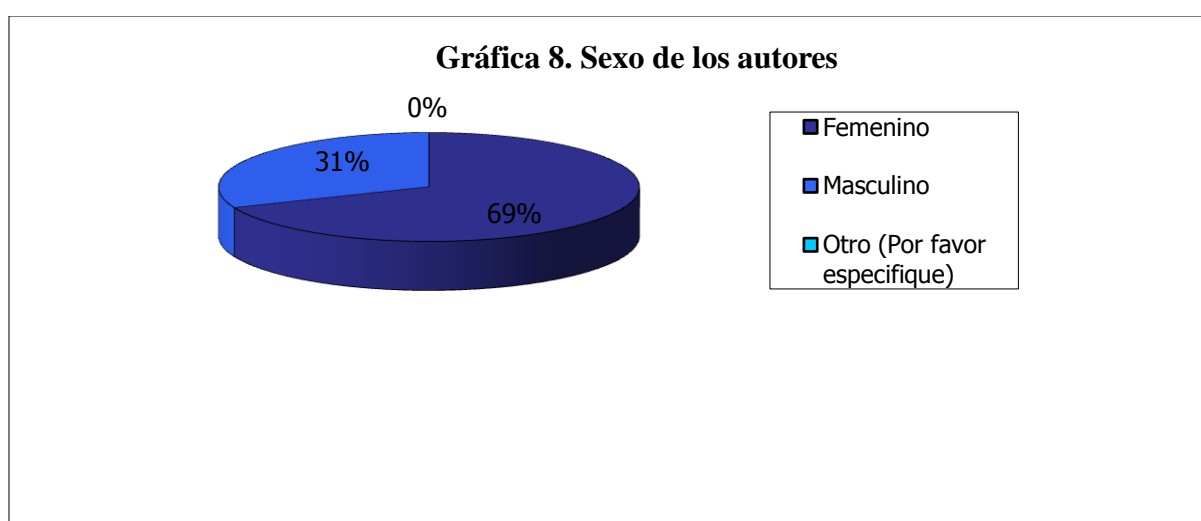
**Gráfica 7. ¿Cuáles son las motivaciones por las que escribes el blog?**



#### 4.2.1. Influencia en las motivaciones según edad y sexo del autor

Para conocer mejor las motivaciones de los autores de este tipo de blogs, hay que conocer también su edad y género. Los autores de estas plataformas personales son personas de distinta edad y sexo que tienen características y personalidades diferentes, que quedan reflejadas en sus blogs. Por ello, según el sexo o edad del autor se tiende a tener distintas motivaciones para escribirlos.

Según el estudio realizado a 16 autores de blogs personales, un 69% de los encuestados pertenecen al sexo femenino, frente al 31% que pertenecen al sexo masculino, como muestra la gráfica a continuación.

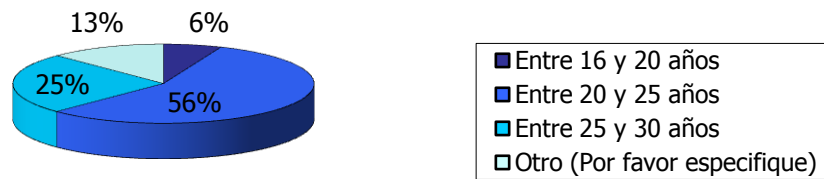


Esto se debe a las diferencias entre ambos sexos. Las mujeres tienden a ser más extrovertidas a la hora de contar sus intimidades, mientras que los hombres son más reacios.

Además, los temas en los que se basan éstos están relacionados con el sexo femenino más que con el masculino, como los temas de amor y amistad, temas con los que las mujeres se sienten más identificadas.

En lo que se refiere a la edad, el estudio revela que un 56% de los encuestados se sitúan entre un rango de edad de los 20 a los 25 años, un 25% entre los 25 y los 30 años y un 6% entre los 16 y 20 años. Sólo dos de los autores cuentan con una edad de 31 y 36 años respectivamente.

**Gráfica 9. Edad de los autores**



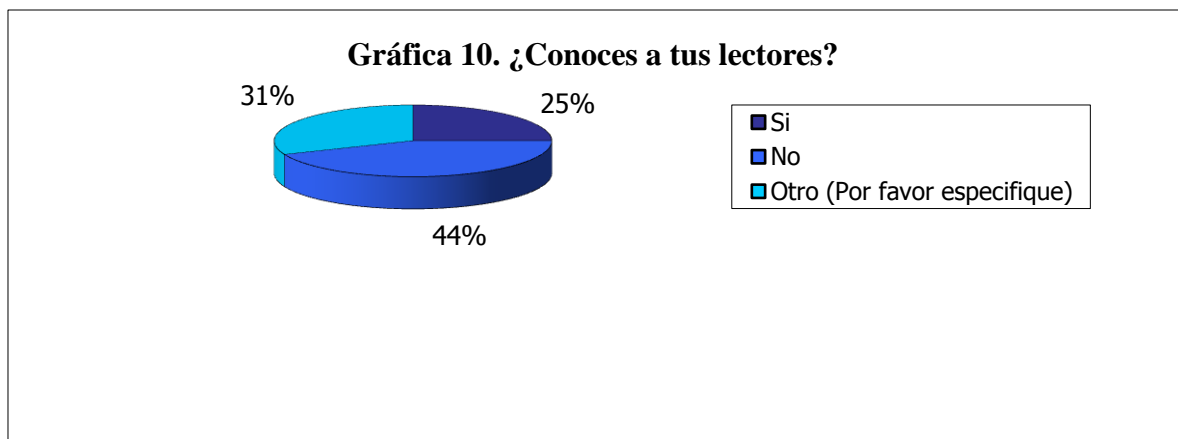
Los resultados por ello reflejan que en general los blogs personales son escritos por gente joven que no supera los 30 años. Esto ofrece una visión interesante de los autores. La gente joven tiende a ser más activa en las redes sociales y a participar más en ellas que las personas de edades mayores. El formato de diario personal de estos blogs es el preferido por la parte más joven de nuestra sociedad debido a la necesidad de muchos jóvenes de contar sus temas más personales en la red, y sentirse identificados con muchas personas. También podemos concluir que el hecho de que la mayoría de sus autores pertenezcan al sexo femenino influye en que las motivaciones estén enfocadas en satisfacer aspectos más personales de los autores.

#### **4.2.2. Influencia en las motivaciones por la interacción autor-lector**

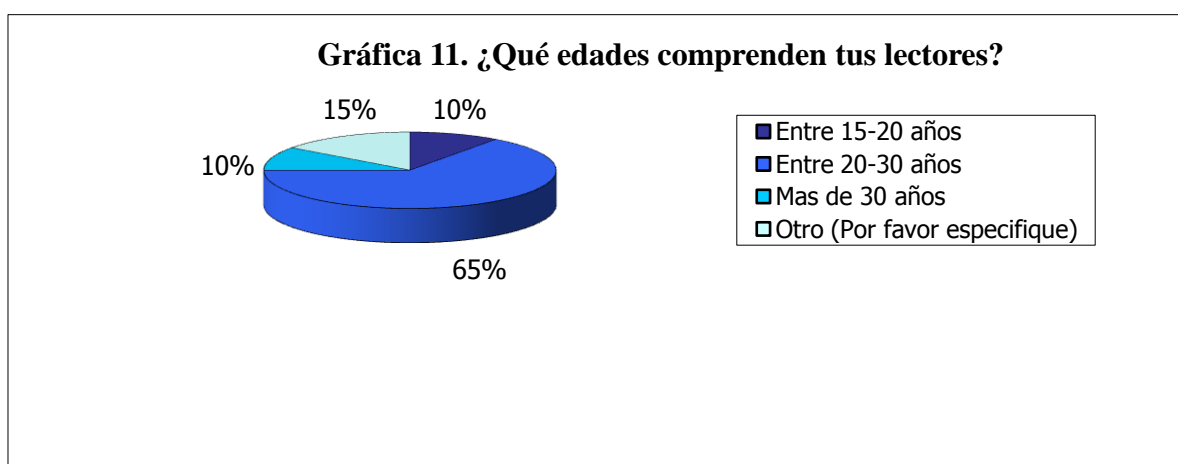
A la hora de analizar las motivaciones de los autores de los blogs personales, también es importante tener en cuenta a sus lectores, y con ello el concepto de interactividad.

Los blogs ofrecen una interactividad con sus lectores, a través de los comentarios, redes sociales, links o los propios textos, creándose así una comunicación bidireccional entre ambos. El hecho de que exista esa interacción hace que los autores enfoquen sus *posts* de una manera diferente, de forma que sus textos honden en la mente de los lectores, y con eso tienen una nueva motivación personal para dar a conocer a estos lectores sus historias, sus vidas, su personalidad...etc. Para conocer esta relación entre el autor y el lector, se han realizado una serie de preguntas en la encuesta, de las que se han obtenido los siguientes resultados.

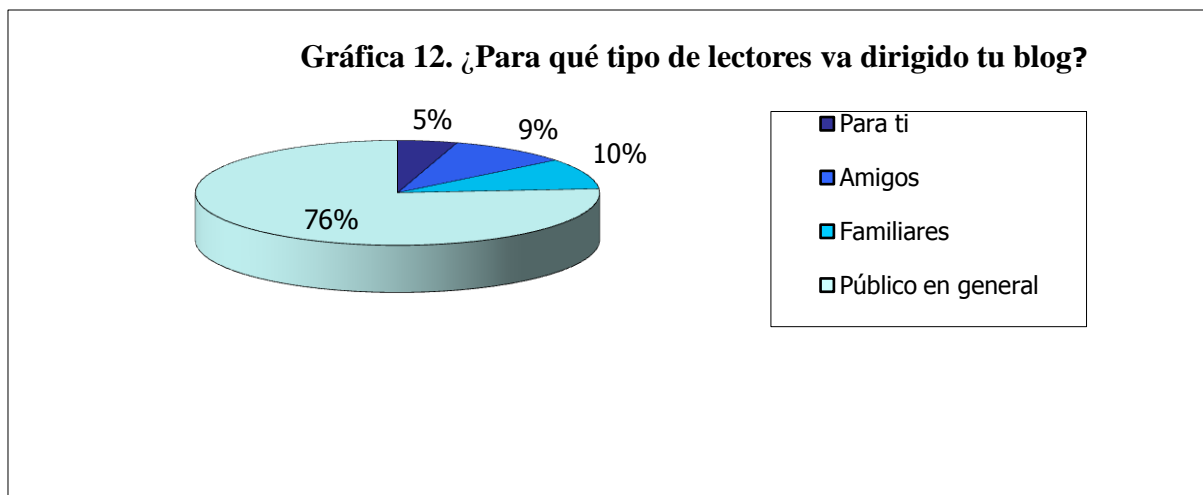
Como muestra la gráfica, la mayor parte de los *bloggers* son sumamente conscientes de sus lectores, ya que un 44% de los autores los conoce, un 31% señala que a algunos sí y a otros no, y sólo un 25% no los conoce.



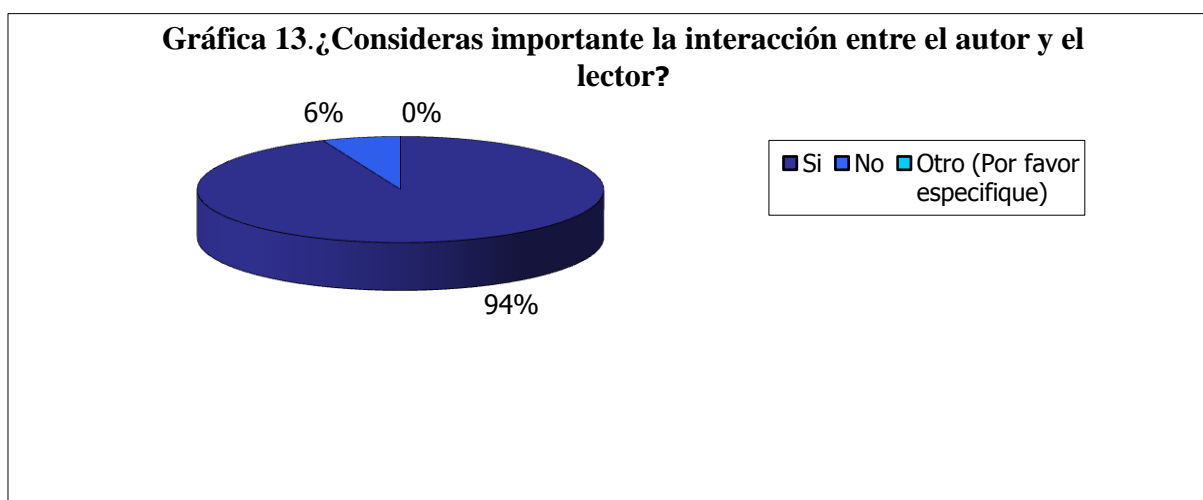
En cuanto a la edad, como muestra la gráfica a continuación, los autores son conscientes de que edades comprenden sus lectores, adaptando así sus contenidos. Un 65% de los encuestados señala que sus lectores comprenden un rango de edad entre los 20 y 30 años, frente a un 10% que los incluye entre los 15 y los 20 años, y un 10% de una edad superior a 30 años. Como muestran los resultados, cabe destacar que la mayoría de los lectores de este tipo de blogs son gente joven, por ello los autores enfocan sus contenidos para el rango joven de la sociedad.



A su vez, la gráfica siguiente nos muestra unos resultados que concluyen que los autores tienen claro para quien escriben sus textos, algo importante, ya que concretamente el 76% de los encuestados señala que sus blogs van dirigidos al público en general. Al poder incluir varias respuestas a esta pregunta, un 24% de los autores señala que también está enfocado a sus familiares y amigos y a ellos mismos, por lo cual podríamos deducir que escriben sus blogs para toda persona que quiera leer sus textos.

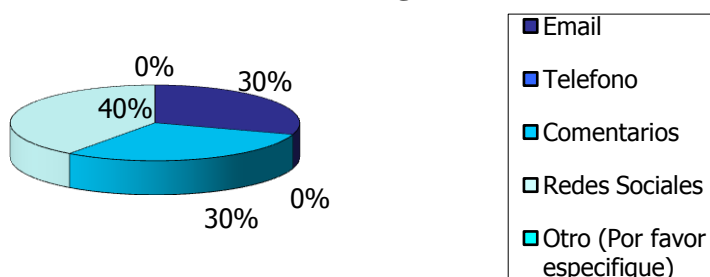


En cuanto al tema de la interactividad con su público, la mayoría de los encuestados señala que consideran esta interactividad entre autor-lector esencial, ya que más de la mitad escribe el blogs pensando en sus lectores.



Tener lectores fieles anima al *blogger* a escribir, porque hay muchos usuario esperando diariamente sus *posts*. Para calibrar lo que deberían revelar o no en sus textos y para atraer a un sector concreto de lectores, todos los autores afirman que permiten la interacción con el autor a partir de las redes sociales, un 60% la llevan a cabo a través de los comentarios y proporcionando su email, para así darles la oportunidad de aportar opiniones, hacer preguntas o conocerles más de cerca, y un 40% también lo hace a través de las redes sociales. Es por ello que a partir de los resultados reflejados en la siguiente gráfica se confirma que los autores dan muchas opciones en sus blogs para estar en contacto con sus lectores, y tener así una mayor interacción con ellos. De hecho, todos los encuestados permiten la inclusión de comentarios en sus blogs, lo que sirve de motivación para los autores a la hora de seguir escribiendo sus entradas y conocer así lo que opinan sus lectores de ellos.

**Gráfica 14. ¿Qué opciones tienen los lectores para contactar contigo?**



#### 4.3. Inclusión de los blogs personales en las redes sociales

Las redes sociales inundan internet. Actualmente son el medio de comunicación online más utilizado por los usuarios de esta red, permitiendo compartir información con todo el mundo en cualquier momento del día. Según el estudio realizado, en el que se les preguntó a los encuestados si utilizan las redes sociales para incluir sus blogs y cuáles utilizan, se concluyó que todos los autores de estas plataformas personales tienden a incluirlos en ellas. En concreto todos ellos coinciden en que tiene un perfil o cuenta del blog en las redes sociales.

Las tres redes sociales más utilizadas por los *bloggers*, como se muestra en la gráfica a continuación son las siguientes:

-Facebook: Es la red social por excelencia. Creada en febrero de 2004 por Mark Zuckerberg y su por entonces mano derecha Eduardo Saverin, actualmente cuenta con más de 1500 millones de usuarios. El servicio es totalmente gratuito, y está formado por perfiles de los usuarios donde pueden exponer sus fotos, sus historias, sus vidas, compartir amistades, eventos, vídeos y un sinnúmero de cosas. Es una importante red de comunicación que permite mantener a sus usuarios una interactividad muy completa. Los autores de los blogs utilizan Facebook para abrir perfiles de éstos y exponer así todo lo relacionado con ellos.

-Instagram: Relativamente nueva, fundada en octubre de 2010 por Kevin Systrom y Mike Krieger, Instagram es una red social basada en la fotografía. Actualmente cuenta con más de 400 millones de usuarios. Esta red social permite subir fotos o realizarlas al momento, editarlas con distintos efectos y compartirlas junto con un texto debajo de cada foto. Cada usuario tiene un nombre para identificarse en ella y puede seguir a otros usuarios y ser seguido por ellos. Además, permite compartir las fotos en otras redes como Facebook. Los autores de los blogs personales utilizan Instagram para mostrar fotos con textos de éstos.

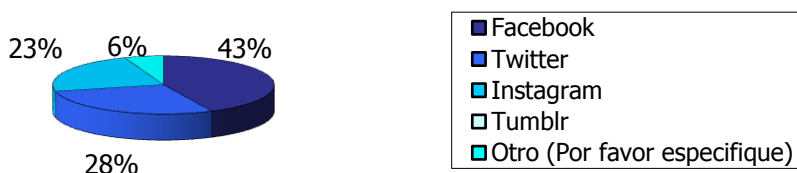
-Twitter: Esta red social creada en marzo de 2006 por Evan Williams, Noah Glass, Jack Dorsey y Biz Stone, permite a sus usuarios la interacción por medio de tweets, mensajes con un límite de 140 caracteres. Los *bloggers* crean cuentas de sus blogs en Twitter para mostrar sus novedades.

-Google + (Google Plus): Creada en 2011, esta red social cuenta actualmente con más de 350 millones de usuarios. Todos los usuarios que tengan cuenta en Youtube o en Gmail, entre otros, pueden acceder a ella. Se basa en una plataforma para compartir fotos, vídeos, eventos, textos y encuestas. Podría verse como un competidor de Facebook pero con algunas diferencias, además para ser usuario de Google Plus hace falta tener un mínimo de 13 años de edad. Los autores de los blogs utilizan esta red social como un medio para posicionarlos.

Según los resultados obtenidos, como se puede ver en la gráfica a continuación, un 43% de los encuestados tiene una página en Facebook de su blog, donde comparte las entradas que publica en éste y comparte otros textos sobre otros blogs, novedades...etc. Por otra parte, un 28% tiene también cuenta en la red social Twitter, y un 23% en Instagram, con el título del blog como nombre de usuario, donde mostrar las imágenes que usan en sus entradas. Sólo un 6% utiliza Google Plus para exponerlos.

Por ello concluimos que las redes sociales son un elemento a tener muy en cuenta por los autores de los blogs personales para dar a conocer más estos al público en general, y que de todas las opciones de redes sociales existentes en internet en la actualidad, Facebook es la más utilizada por los autores de estos diarios personales en línea.

**Gráfica 15. ¿Qué redes sociales utilizas para incluir el blog?**



#### 4.4. Plataformas de blogs personales más utilizadas

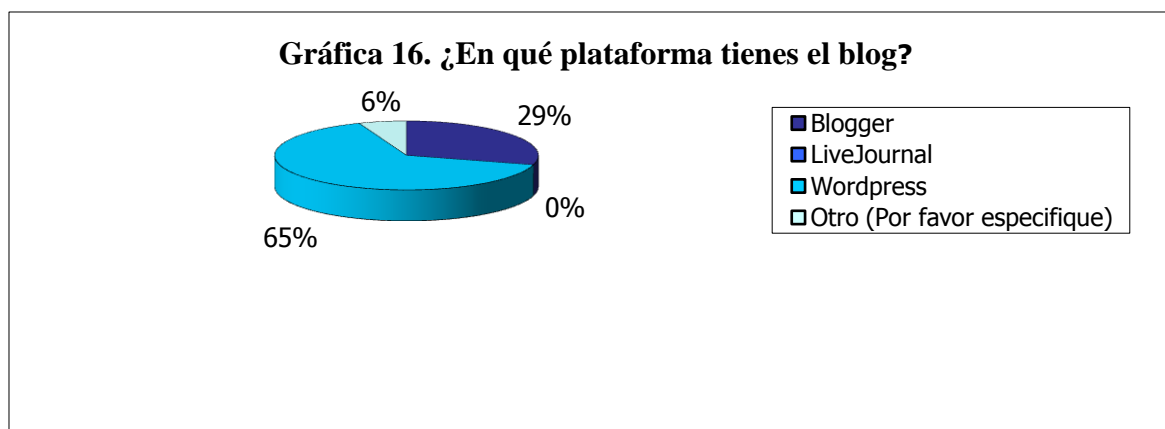
El surgimiento de las plataformas de blogs fueron la principal causa de la expansión de los blogs personales. Fue ahí cuando éstos comenzaron a surgir, donde los autores podían expresarse libremente sobre temas personales.

Para conocer las plataformas más utilizadas por los autores de éstos, se les preguntó cuáles eran las más utilizadas. Entre las plataformas más utilizadas para el uso del blogs de este tipo destacan *Blogger.com* y *WordPress*.

-*Blogger*: Es la primera plataforma de blogs creada en 1998 por Pyra Labs, y que pasó a formar parte de Google en 2003. Los blogs publicados en esta plataforma se encuentran bajo el dominio de *blogspot.com*. Totalmente gratuita, y disponible en varios idiomas, *Blogger* permite a los usuarios crear blogs, con una tecnología muy fácil de usar, ofreciendo plantillas donde poder seleccionar el diseño preferido por el autor y añadir en sus entradas textos, fotos, audios, vídeos y links, entre otras cosas.

-*WordPress*: Es una plataforma que permite crear blogs a los usuarios, entre otras cosas, gracias al sistema CMS (*Content Management System*). Creado en 2003 por Matt Mullenweg permite la gestión de contenidos en diferentes webs, pero destaca principalmente por la opción de crear y mantener blogs de manera fácil y sencilla, de ahí su éxito entre los autores de éstos. Su estructura permite al igual que *Blogger*, la inserción de entradas ordenadas cronológicamente, textos, vídeos, audios, links y fotografías.

Según el gráfico a continuación los resultados concluyen que un 65% de los autores de los blogs personales utiliza la plataforma *Wordpress* para sus blogs, frente al 29% que utiliza *Blogger*. Por ello vemos como *Wordpress* destaca por tanto por encima de cualquier otra plataforma, por ser la elegida por la mayoría de los escritores de este tipo de blogs.





## 5. Conclusiones

Tras la investigación inicial llevada a cabo en el presente trabajo, hemos podido concluir que en la actualidad existen una gran cantidad de estudios relacionados con el mundo del blogs en general, donde se analizan todos sus aspectos, desde su origen, pasando por los diferentes conceptos de blog, sus tipos, y su estructura hasta sus autores y sus lectores. También relacionados con los blogs personales, hay cabida para un gran número de estudios sobre ellos. Concretamente muchos de ellos centrados en el aspecto de los autores, como es el caso de los estudios sobre motivaciones a la hora de escribirlos y por qué se escriben.

Los estudios coinciden en que los blogs personales son aquellos en los que el autor muestra sus pensamientos, emociones, sentimientos, experiencias y conocimientos más personales, por ello se asemejan a un diario personal. A su vez, coinciden en que la identidad del autor es esencial en el estilo del blog, y la mayoría de los escritores la muestra en ellos para que el lector se sienta más identificado. Por otra parte, la edad y el género de los autores también es importante. Estas investigaciones de diversos expertos demuestran que la mayoría de estos blogs son escritos por gente joven y del sector femenino de la sociedad, que se identifica más con los temas de este tipo de blogs. La interactividad es un tema repetitivo en estos estudios. Todos coinciden en que es lo más importante para un autor, porque le da la oportunidad de comunicarse con sus lectores.

En cuanto a las motivaciones, los estudios muestran distintas conclusiones. Podemos deducir que la personalidad del autor es esencial para conocer qué le motiva a crear este tipo de blogs. También cabe destacar que algunos de los trabajos se centran en conocer las necesidades de cada autor para así llegar a conocer las motivaciones. Estas necesidades son principalmente afectivas, personales y sociales. En general, los estudios coinciden en que las motivaciones principales de los autores de estos blogs son el entretenimiento, la auto expresión, la socialización, expresar emociones y pensamientos y crear comunidad.

El presente trabajo concluye que existen unas necesidades en cada autor que tienden a satisfacer, destacando las necesidades emocionales. A su vez, se ha demostrado que los escritores tienen una serie de motivos, entre los que destacan los motivos personales. En cuanto a las motivaciones, se ha concluido que destacan principalmente las que se basan en la auto-satisfacción del autor, porque es un medio que les ayuda a expresarse y un lugar donde pueden contar sus historias personales. También se ha llegado a la conclusión de que estos autores tienen unas características parecidas en cuanto al enfoque de sus blogs, su edad, su género, el uso de las redes sociales o las plataformas que utilizan para sus blogs, y que todo ello es importante para conocer que les motiva a escribir este tipo de blogs. Los escritores son gente joven, la mayoría del sexo femenino, que utilizan principalmente la plataforma *WordPress* y redes sociales como Facebook para incluir sus blogs.

Entre otras cosas, también se concluye con el presente trabajo que los autores tienen consideran la interactividad con el lector esencial y la mayoría de ellos conoce a sus lectores,

los tienen en cuenta y conocen su edad. Es por ello que le dan mucha importancia a esta interactividad, y para facilitarla todos ellos permiten los comentarios en sus blogs.

Comparando los resultados obtenidos en el presente estudio con los obtenidos en otros estudios realizados por otros autores sobre el mismo ámbito, se ha comprobado que existen una serie de motivaciones concretas que identifican a cada autor a la hora de escribir sus blogs y que coinciden con algunos resultados de los diferentes estudios que se han tenido en cuenta para la realización del trabajo. Es el caso de las motivaciones más personales como la propia satisfacción.

En conclusión, en este trabajo se ha cumplido el objetivo principal, que es conocer más de cerca a los autores de los blogs personales y sus motivaciones. Por ello, con la información obtenida en los diversos estudios analizados en el trabajo y con la investigación personal llevada a cabo, podemos concluir que conocer a estos escritores es un aspecto esencial de este tipo de blogs, al igual que conocer sus motivaciones, que se basan no solo en cuestiones personales, sino también en cuestiones como la interacción con el lector y en la edad y género de cada autor, que influyen en el estilo, tipología, estructura y temas de cada blog. Así mismo, concluimos que los blogs personales son los más utilizados, y muy interesantes para su estudio en general.

## 6. Referencias

- Blood, R. (2000). Weblogs: A history and perspective. *Rebecca's Pocket*. Recuperado de: [http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html)
- Blood, R. (2002). *The weblog handbook: Practical advice on creating and maintaining your blog*. Cambridge, MA: Perseus Publishing.
- Castells, M. (2001). *La era de la información: economía, sociedad y cultura, la sociedad red. Volumen 1*. México: Siglo veintiuno.
- Chesher, C. (2005). *Blogs and the crisis of authorship*. Recuperado de: [http://www.academia.edu/191220/Blogs\\_and\\_the\\_crisis\\_of\\_authorship](http://www.academia.edu/191220/Blogs_and_the_crisis_of_authorship)
- Cheung, C. (2000). *A home on the Web: Presentations of self on personal homepages*. London: Arnold, 43-51.
- Cohen, S., Sherrod, D. R., & Clark, M. S. (1986). Social skills and the stress-protective role of social support. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50 (5), 963–973. Recuperado de: <http://repository.cmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1262&context=psychology>
- Contreras, F. (2004). Weblogs en educación. *Revista Digital Universitaria*, 5 (10), 2-12. Recuperado de: [http://www.revista.unam.mx/vol.5/num10/art65/nov\\_art65.pdf](http://www.revista.unam.mx/vol.5/num10/art65/nov_art65.pdf)
- Flores, D. (2012). En busca del sujeto extraviado, reflexiones en torno al estudio de blogs. *Revista Diálogos de la comunicación*, 76, 1-7. Recuperado de: <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/76-revista-dialogos-estudio-de-blogs.pdf>
- Frey, M. (2006). El discurso autobiográfico en el blog personal: características de un género híbrido. *Culturas Populares, Revista Electrónica* 3, 1-13. Recuperado de: <http://www.culturaspopulares.org/textos3/articulos/frey.pdf>
- Fumero, A. (2005). Un tutorial sobre blogs. El abecé del universo blog. *Revista Telos*, 65, 1-13. Recuperado de: <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=1&rev=65.htm>
- Fumero, A., & Sáez Vacas, F. (2006). Blogs: en la vanguardia de la nueva generación web. *Novática: Revista de la Asociación de Técnicos de Informática*, (183), 68-73. Recuperado de: <http://www.ati.es/novatica/2006/183/183-68.pdf>

- García, D. (2008, 29 de Mayo). *¿Qué es una blogosfera?* [web log post]. Recuperado de: <http://www.danielgarciaperis.cat/es/2008/05/29/%C2%BFque-es-una-blogosfera/>
- Herring, S. (2003). *Gender and power in online communication*. Recuperado de: [http://www.researchgate.net/profile/Susan\\_Herring3/publication/37609678\\_Gender\\_and\\_Power\\_in\\_Online\\_Communication/links/53e3fae20cf21cc29fc76e57.pdf](http://www.researchgate.net/profile/Susan_Herring3/publication/37609678_Gender_and_Power_in_Online_Communication/links/53e3fae20cf21cc29fc76e57.pdf)
- Herring, S., Kouper, I., Scheidt, L., & Wright, E. (2004). *Women and children last: The discursive construction of weblogs. Into the Blogosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs*. Indiana University, Bloomington.
- Herring, S., Scheidt, L., Bonus, S., & Wright, E. (2004). Bridging the gap: A genre analysis of weblogs. *Proceedings of the 37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*. Indiana University, Bloomington.
- Herring, S., Scheidt, L., Wright, E., & Bonus, S. (2005). Weblogs as a bridging genre. *Information Technology & People*, 18 (2), 142-171. Recuperado de: <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/09593840510601513?journalCode=p>
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The Big Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. *Handbook of personality: Theory and research*, 2 (1999), 102-138. Recuperado de: <http://www.rc.usf.edu/~jdorio/Personality/BIG%20FIVE%20TRAIT%20TAXONOMY.pdf>
- Jung, Y., Song, H., & Vorderer, P. (2012). Why do people post and read personal messages in public? The motivation of using personal blogs and its effects on users' loneliness, belonging, and well-being. *Computers in Human Behavior*, 28, 1626-1633. Recuperado de: [http://ac.els-cdn.com/S0747563212000933/1-s2.0-S0747563212000933-main.pdf?\\_tid=5e42d0e8-0e9c-11e5-afca-00000aach361&acdnat=1433850226\\_b7472f54b2848e3057437b71b585892b](http://ac.els-cdn.com/S0747563212000933/1-s2.0-S0747563212000933-main.pdf?_tid=5e42d0e8-0e9c-11e5-afca-00000aach361&acdnat=1433850226_b7472f54b2848e3057437b71b585892b)
- Lara, T. (2005). Blogs ara educar. Uso de los blogs en una pedagogía constructivista. *Revista Telos*, 65, 1-10. Recuperadode: <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=2&rev=65.htm>
- Li, D. (2005). *Why Do You Blog: A Uses-and-Gratifications Inquiry into Bloggers. Motivations*. Marquette University, Milwaukee, Wisconsin.
- Martínez, S., & Solano, E. (2010). *Blogs, bloggers, blogósfera. Una revisión multidisciplinaria*. México D.F: Publica. Recuperado de:

<https://books.google.es/books?id=nebaXXDHoHIC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

- Masullo Chen, G. (2012). Why do women write personal blogs? Satisfying needs for self-disclosure and affiliation tell part of the story. *Computers in Human Behavior*, 28, 171-180. Recuperado de:  
[http://ac.els-cdn.com/S0747563211001798/1-s2.0-S0747563211001798-main.pdf?\\_tid=3fe0ad06-0eb9-11e5-aba0-00000aab0f02&acdnat=1433862630\\_58a8ac94c88d244b9ea893bf206cd77a](http://ac.els-cdn.com/S0747563211001798/1-s2.0-S0747563211001798-main.pdf?_tid=3fe0ad06-0eb9-11e5-aba0-00000aab0f02&acdnat=1433862630_58a8ac94c88d244b9ea893bf206cd77a)
- Merlo Vega, J. A., & Sorli Rojo, A. (2003). Weblogs: un recurso para los profesionales de la información. *Revista Española de Documentación Científica*, 26 (2), 227-236. Recuperado de: [http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/17991/1/DBD\\_Weblogs.pdf](http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/17991/1/DBD_Weblogs.pdf)
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1986). Personality, coping, and coping effectiveness in an adult sample. *Journal of personality*, 54(2), 385-404. Recuperado de: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-6494.1986.tb00401.x/abstract>
- Nardi, B., Schiano, D., Gumbrecht, M, & Swartz, L. (2004). Why We Blog. *COMMUNICATIONS OF THE ACM*, 47 (12), 41-46. Recuperado de: [http://psych.stanford.edu/~mgumbrec/Why\\_We\\_Blog.pdf](http://psych.stanford.edu/~mgumbrec/Why_We_Blog.pdf)
- Noh, G. (1998). Motivation, design and personal web presence. In *annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Baltimore, MD*.
- Oliver, B. (s.f). *Videoblogs: qué son y cómo sacarles partido*. Recuperado de: <http://tendenciasweb.about.com/od/memes-y-viralidad/a/Videoblogs-Que-Son-Y-Como-Sacarles-Partido.htm>
- Oravec, J. A. (2003). Blending by blogging: Weblogs in blended learning initiatives. *Journal of Educational Media*, 28 (2-3), 225-233. Recuperado de: [http://www.researchgate.net/publication/254302654\\_Blending\\_by\\_Blogging\\_weblogs\\_in\\_blended\\_learning\\_initiatives](http://www.researchgate.net/publication/254302654_Blending_by_Blogging_weblogs_in_blended_learning_initiatives)
- Papacharissi, Z. (2002). The presentation of self in virtual life: Characteristics of personal home pages. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(3), 643-660. Recuperado de: [http://tiger.uic.edu/~zizi/Site/Research\\_files/PresentationInVirtualLife.pdf](http://tiger.uic.edu/~zizi/Site/Research_files/PresentationInVirtualLife.pdf)
- Piscitelli, A. (2002). Psicología de los weblogs. *Cátedra procesamiento de datos*. Recuperado de: <http://www.ilhn.com/datos/archives/000044.php>

- Rubín, R. (2012, 18 de Julio). *Qué es Facebook, cómo funciona y qué te puede aportar esta red social* [web log post]. Recuperado de: <http://www.ciudadano2cero.com/facebook-que-es-como-funciona/>
- Rubira, F. (2013, 24 de Junio). ¿Qué es Instagram y para qué sirve?. *El Confidencial Digital*. Recuperado de: [http://www.elconfidencialdigital.com/opinion/tribuna\\_libre/Instagram-sirve\\_0\\_2076992284.html](http://www.elconfidencialdigital.com/opinion/tribuna_libre/Instagram-sirve_0_2076992284.html)
- Rubira, F. (2014, 20 de Octubre). ¿Qué es Google Plus y para qué sirve?. *El Confidencial Digital*. Recuperado de: [http://www.elconfidencialdigital.com/opinion/tribuna\\_libre/Google-Plus-sirve\\_0\\_2364963501.html](http://www.elconfidencialdigital.com/opinion/tribuna_libre/Google-Plus-sirve_0_2364963501.html)
- Sáez Vacas, F. (2005). La blogosfera: un vigoroso subespacio de comunicación en Internet. *Revista Telos*, 64, 1-5. Recuperado de: <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulotribuna.asp?idarticulo=3&rev=64.htm>
- Sewell, Jr. (1992). A Theory of Structure: Duality, Agency, and Transformation. *AJS*, 98 (1), 1-29.  
Recuperado de: [http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic1134127.files/March%207%20Readings/Sewell\\_Theory\\_of\\_Structure.pdf](http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic1134127.files/March%207%20Readings/Sewell_Theory_of_Structure.pdf)
- Silla, M. (2003). El profesional de la información ante los weblogs. *Comunicación para CALSI*, 1. Recuperado de: [http://eprints.rclis.org/4291/1/mlledo\\_weblogs.pdf](http://eprints.rclis.org/4291/1/mlledo_weblogs.pdf)
- Stafford, T. F., Stafford, M. R., & Schkade, L. L. (2004). Determining uses and gratifications for the Internet. *Decision Sciences*, 35(2), 259-288. Recuperado de: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.00117315.2004.02524.x/abstract?deniedAccessCustomisedMessage=&userIsAuthenticated=false>
- Steuer, J. (1992). *Communication in the Age of Virtual Reality*. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Tapia, J. (s.f). *Estructura y partes del blog* [web log post]. Recuperado de: <http://www.blogeninternet.com/2008/12/estructura-y-partes-del-blog.html>
- Walker, J. (2003). *Final version of weblog definition*. Recuperado de: [http://jilltxt.net/archives/blog\\_theorising/final\\_version\\_of\\_weblog\\_definition.html](http://jilltxt.net/archives/blog_theorising/final_version_of_weblog_definition.html)

## 7. Anexos

### 7.1. Anexo documental

Exposición de los recursos utilizados en los puntos 4.3. y 4.4. del presente trabajo, basados en las redes sociales y en las plataformas de blogs personales más utilizadas.

Redes sociales:

-Facebook: <https://www.facebook.com/>

-Instagram: <https://instagram.com/>

-Twitter: <https://twitter.com/>

-Google Plus: <https://plus.google.com/>

Plataformas de blogs:

-Blogger: <https://www.blogger.com>

-WordPress: <https://es.wordpress.com/>

### 7.2. Cuestionario aplicado y frecuencia de las respuestas

A continuación se expone el cuestionario realizada a los diferentes autores de los blogs personales, y mediante el cual se obtuvieron los resultados para el presente trabajo. Cabe destacar que en muchas de las preguntas se daba la opción de seleccionar varias respuestas a la vez, lo que cambia su frecuencia.

#### Motivaciones de los autores de blogs personales

Encuesta dirigida a los autores de blogs personales en España para conocer sus motivaciones, características y preferencias para escribir este tipo de blogs.

##### \*1. Edad

- |   |     |
|---|-----|
| <input type="checkbox"/> Entre 16 y 20 años | 6%  |
| <input type="checkbox"/> Entre 20 y 25 años | 56% |
| <input type="checkbox"/> Entre 25 y 30 años | 25% |

☐ Otro (Por favor especifique) 12%

**\*2. Sexo**

☐ Femenino 69%

☐ Masculino 31%

☐ Otro (Por favor especifique)

**\*3. ¿Cuántos blogs escribes?**

☐ Uno 75%

☐ Entre uno y cinco 25%

☐ Mas de cinco

☐ Otro (Por favor especifique)

**\*4. ¿Qué edades comprenden tus lectores?**

☐ Entre 15-20 años 12%

☐ Entre 20-30 años 81%

☐ Mas de 30 años 12%

☐ Otro (Por favor especifique) 19%

**\*5. ¿Cuánto tiempo llevas blogueando?**

☐ Menos de un año 19%

☐ Un año 6%

☐ Entre uno y tres años 50%

☐ Más de tres años 25%

☐ Otro (Por favor especifique) 0%

**\*6. ¿Cuánto tiempo al día dedicas al blog?**

☐ Una hora 50%

☐ Entre una hora y tres horas 31%



- ☐ Mas de tres horas 6%
- ☐ Otro (Por favor especifique) 19%

**\*7. ¿Con qué frecuencia actualizas tu blog?**

- ☐ Una vez al día 0%
- ☐ Mas de dos veces al día 12%
- ☐ Varios días a la semana 12%
- ☐ Una vez a la semana 25%
- ☐ Una vez al mes 25%
- ☐ Cada dos meses 6%
- ☐ Otro (Por favor especifique) 19%

**\*8. ¿Cuántas entradas tienes en el blog?**

- ☐ Menos de 50 44%
- ☐ Entre 50 y 100 31%
- ☐ Entre 100 y 200 12%
- ☐ Otro (Por favor especifique) 12%

**\*9. ¿En qué plataforma tienes el blog?**

- ☐ Blogger 31%
- ☐ LiveJournal 0%
- ☐ Wordpress 69%
- ☐ Otro (Por favor especifique) 6%

**\*10. ¿En qué se basa tu blog?**

- ☐ Amistad 31%
- ☐ Amor 38%
- ☐ Temas cotidianos 38%
- ☐ Experiencias personales 69%

☐ Otro (Por favor especifique) 38%

**\*11. ¿Qué expresas en tu blog?**

☐ Emociones 56%

☐ Sentimientos 62%

☐ Experiencias vividas 62%

☐ Pensamientos 75%

☐ Reflexiones 75%

☐ Historias 31%

☐ Otro (Por favor especifique) 19%

**\*12. ¿Se corresponde el título del blog con el tema del blog?**

☐ Si 56%

☐ No 44%

☐ Otro (Por favor especifique) 0%

**\*13. ¿Incluyes en el blog una descripción personal o es anónimo?**

☐ Se incluye 56%

☐ No se incluye, es anónimo 38%

☐ Otro (Por favor especifique) 6%

**\*14. ¿Conoces a tus lectores?**

☐ Si 25%

☐ No 44%

☐ Otro (Por favor especifique) 31%

**\*15. ¿Escribes el blog pensando en tus lectores?**

- |   |     |
|---|-----|
| <input type="checkbox"/> Si                           | 50% |
| <input type="checkbox"/> No                           | 44% |
| <input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique) | 12% |

**\*16. ¿Para qué tipo de lectores va dirigido tu blog?**

- |   |      |
|---|------|
| <input type="checkbox"/> Para ti                      | 6%   |
| <input type="checkbox"/> Amigos                       | 12%  |
| <input type="checkbox"/> Familiares                   | 12%  |
| <input type="checkbox"/> Público en general           | 100% |
| <input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique) | 0%   |

**\*17. ¿Consideras importante la interacción entre el autor y el lector?**

- |   |     |
|---|-----|
| <input type="checkbox"/> Si                           | 94% |
| <input type="checkbox"/> No                           | 6%  |
| <input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique) | 0%  |

**\*18. ¿Lees otros blogs relacionados con el tuyo?**

- |   |     |
|---|-----|
| <input type="checkbox"/> Si                           | 88% |
| <input type="checkbox"/> No                           | 12% |
| <input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique) | 0%  |

**\*19. ¿Sobre qué temas los lees?**

- |   |     |
|---|-----|
| <input type="checkbox"/> Similares al tuyo            | 81% |
| <input type="checkbox"/> Personales (amor, amistad..) | 50% |
| <input type="checkbox"/> Política                     | 6%  |
| <input type="checkbox"/> Tecnología                   | 0%  |
| <input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique) | 6%  |

**\*20. ¿Con qué intención los lees?**

- |   |     |
|---|-----|
| <input type="checkbox"/> Sacar información            | 6%  |
| <input type="checkbox"/> Sentirte identificado        | 6%  |
| <input type="checkbox"/> Comparación                  | 19% |
| <input type="checkbox"/> Por gusto                    | 94% |
| <input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique) | 0%  |

**\*21. ¿Cómo es la estructura de tu Blog?**

- |  |     |
|--|-----|
| <input type="checkbox"/> Básica (post y entradas, comentarios, archivos) | 81% |
| <input type="checkbox"/> Específica (diseño original)                    | 19% |
| <input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique)                    | 0%  |

**\*22. ¿Incluyes contadores de visitas en tu blog?**

- |   |     |
|---|-----|
| <input type="checkbox"/> Si                           | 62% |
| <input type="checkbox"/> No                           | 38% |
| <input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique) | 0%  |

**\*23. ¿Cada cuánto tiempo miras las visitas?**

- |   |     |
|---|-----|
| <input type="checkbox"/> Diariamente                  | 38% |
| <input type="checkbox"/> Semanalmente                 | 44% |
| <input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique) | 19% |

**\*24. ¿Incluyes en tu entradas imágenes y videos?**

- |   |     |
|---|-----|
| <input type="checkbox"/> Imágenes                     | 25% |
| <input type="checkbox"/> Videos                       | 6%  |
| <input type="checkbox"/> Ambas                        | 69% |
| <input type="checkbox"/> Ninguna                      | 6%  |
| <input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique) | 0%  |

**\*25. ¿Todas las entradas que forman tu blog son escritas por ti?**

- ☐ Si 62%
- ☐ No 25%
- ☐ Otro (Por favor especifique) 12%

**\*26. ¿Lo que escribes en tu blog es real o ficticio?**

- ☐ Real 38%
- ☐ Ficticio 6%
- ☐ Ambas 56%
- ☐ Otro (Por favor especifique) 0%

**\*27. ¿Te ayudas de algún recurso de información para elaborar tus textos?**

- ☐ Si 31%
- ☐ No 69%
- ☐ Otro (Por favor especifique) 0%

**\*28. ¿Qué motivos te llevaron a escribir el blog?**

- ☐ Personales 56%
- ☐ Compartir Información 6%
- ☐ Entretenimiento 31%
- ☐ Pasar el tiempo 0%
- ☐ Auto-satisfacción 44%
- ☐ Otro (Por favor especifique) 0%

**\*29. ¿Cuáles son las motivaciones por las que escribes el blog?**

- ☐ Auto-satisfacción 50%
- ☐ Sentirme valorado 6%

<input type="checkbox"/> Compartir información	25%
<input type="checkbox"/> Dar a conocer mis experiencias vividas	31%
<input type="checkbox"/> Contar historias	50%
<input type="checkbox"/> Dar a conocer mis sentimientos	25%
<input type="checkbox"/> Facilidad de uso	0%
<input type="checkbox"/> Contar cosas sobre mi	25%
<input type="checkbox"/> Para conocer gente	0%
<input type="checkbox"/> Para saber lo que otros opinan sobre mi	0%
<input type="checkbox"/> Porque es un sitio donde puedo expresarme	38%
<input type="checkbox"/> Para practicar mi escritura	31%
<input type="checkbox"/> Sentirme identificado con la gente	25%
<input type="checkbox"/> Para expresar mi personalidad	25%
<input type="checkbox"/> Porque es entretenido	19%
<input type="checkbox"/> Porque me ayuda a expresarme	31%
<input type="checkbox"/> Porque es facil de actualizar	0%
<input type="checkbox"/> Para contar mi vida	0%
<input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique)	0%
<input type="text"/>	

**\*30. ¿Permites los comentarios en tu blog?**

<input type="checkbox"/> Si	100%
<input type="checkbox"/> No	0%
<input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique)	0%
<input type="text"/>	

**\*31. ¿Contestas a los comentarios?**

<input type="checkbox"/> Si	69%
<input type="checkbox"/> No	19%
<input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique)	12%
<input type="text"/>	

**\*32. ¿Con que frecuencia contestas a los comentarios?**

- |   |     |
|---|-----|
| <input type="checkbox"/> Diariamente                  | 62% |
| <input type="checkbox"/> Una vez a la semana          | 6%  |
| <input type="checkbox"/> Varias veces a la semana     | 0%  |
| <input type="checkbox"/> Una vez al mes               | 6%  |
| <input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique) | 25% |

**\*33. ¿Utilizas las redes sociales para incluir tu blog?**

- |   |      |
|---|------|
| <input type="checkbox"/> Si                           | 100% |
| <input type="checkbox"/> No                           | 0%   |
| <input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique) | 0%   |

**\*34. ¿Qué redes sociales utilizas para incluir el blog?**

- |   |     |
|---|-----|
| <input type="checkbox"/> Facebook                     | 94% |
| <input type="checkbox"/> Twitter                      | 62% |
| <input type="checkbox"/> Instagram                    | 50% |
| <input type="checkbox"/> Tumblr                       | 0%  |
| <input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique) | 12% |

**\*35. ¿Qué opciones tienen los lectores para contactar contigo?**

- |   |      |
|---|------|
| <input type="checkbox"/> Email                        | 75%  |
| <input type="checkbox"/> Telefono                     | 0%   |
| <input type="checkbox"/> Comentarios                  | 75%  |
| <input type="checkbox"/> Redes Sociales               | 100% |
| <input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique) | 0%   |

**\*36. ¿Qué aspectos de tu blog te parecen los más importantes?**

- |                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| <input type="checkbox"/> Entradas | 88% |
|-----------------------------------|-----|

- |  |     |
|--|-----|
| <input type="checkbox"/> Archivos                        | 6%  |
| <input type="checkbox"/> Título                          | 31% |
| <input type="checkbox"/> Comentarios de los lectores     | 44% |
| <input type="checkbox"/> Número de gente que lee tu blog | 25% |
| <input type="checkbox"/> Todos los anteriores            | 12% |
| <input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique)    | 0%  |
| <input type="text"/>                                     |     |

**\*37. ¿Consideras los blogs fáciles de usar?**

- |   |      |
|---|------|
| <input type="checkbox"/> Si                           | 100% |
| <input type="checkbox"/> No                           | 0%   |
| <input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique) | 0%   |
| <input type="text"/>                                  |      |

**\*38. ¿Qué nivel tienes de conocimientos de tecnología?**

- |   |     |
|---|-----|
| <input type="checkbox"/> Básico                       | 25% |
| <input type="checkbox"/> Medio                        | 62% |
| <input type="checkbox"/> Alto                         | 12% |
| <input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique) | 0%  |
| <input type="text"/>                                  |     |

**\*39. ¿Qué necesidades te satisface escribir un blog?**

- |   |     |
|---|-----|
| <input type="checkbox"/> De confianza y estabilidad     | 25% |
| <input type="checkbox"/> De contacto con otras personas | 44% |
| <input type="checkbox"/> Emocionales o afectivas        | 69% |
| <input type="checkbox"/> Otro (Por favor especifique)   | 6%  |
| <input type="text"/>                                    |     |

**\*40. ¿Te supone mucho esfuerzo y dedicación escribir el blog?**

- |                             |     |
|-----------------------------|-----|
| <input type="checkbox"/> Si | 38% |
| <input type="checkbox"/> No | 56% |



☐ Otro (Por favor especifique) 6%

**\*41. ¿Lo que cuentas en el blog está ligado a la actualidad o al pasado?**

☐ Actualidad 6%

☐ Pasado 0%

☐ Ambas 88%

☐ Otro (Por favor especifique) 6%

**\*42. ¿Cómo definirías tu blog?**

☐ Autobiográfico 19%

☐ Diario personal 19%

☐ De historias 69%

☐ Otro (Por favor especifique) 6%

**\*43. ¿Qué crees que se refleja en tu blog?**

☐ Tu personalidad 25%

☐ Tu caracter 0%

☐ Tus gustos 6%

☐ Todas las anteriores 69%

☐ Otro (Por favor especifique) 6%