



**ANÁLISIS SOCIOEDUCATIVO DEL BLOGUEO COMO
ACTIVIDAD ALFABETIZADORA Y COLABORATIVA**
*SOCIO-EDUCATIONAL ANALYSIS OF BLOGGING AS LITERACY
AND COLLABORATIVE ACTIVITY*

Sonia M^a Santoveña Casal
Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) (España)
ssantovena@edu.uned.es

RESUMEN

El objetivo de la investigación es conocer la incidencia del uso de los blogs en la mejora de las relaciones sociales y de la formación académico-profesional de los usuarios y propietarios de blogs. La muestra está formada por 179 usuarios y/o propietarios de blogs. Es un estudio basado en un diseño mixto y el instrumento de recogida de información ha sido una entrevista semiestructurada. Desde el paradigma de los nuevos alfabetismos, es posible estudiar el blogueo para llegar a comprender su utilidad en el ámbito educativo.

PALABRAS CLAVES: Blogueo, colaboración, participación y nuevos alfabetismos.

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the influence of the use of blogs on the improvement of social relationships and academic and professional training of both users and owners of blogs. The sample is formed by 179 users and owners of blogs. It is a study based in a mixed design and the research instrument used is a semistructured interview. Since we are following the approach of the new literacies, it is possible to study blogging to get to know its use on the educational system.

KEY WORDS: Blogging, collaboration, participation and new literacies.



1. INTRODUCCIÓN

La Web 2.0 es mucho más que un nuevo espacio de herramientas en red. Define los nuevos tipos de relaciones sociales y profesionales que se generan y mantienen por su filosofía de cooperación y de participación colectiva, donde los recursos tecnológicos son espacios abiertos que facilitan puntos de encuentro para intercambiar, crear redes sociales y entornos con acceso exclusivo desde la Web.

Uno de los objetivos del sistema educativo, desde este paradigma, es renunciar al modelo tradicional de instrucción –el profesor explica y el alumno toma apuntes– y potenciar el pensamiento crítico y constructivo. El compromiso de la Declaración de Bolonia es que este cambio se haga realidad en el 2010. El crédito europeo supone reformas en la metodología didáctica, donde el alumno llevará a cabo un aprendizaje autónomo, flexible, activo y constructivo, un estudiante participativo y colaborativo.

La implantación del sistema europeo de educación en España, para el actual curso académico 2009-10, requiere del estudio de los recursos tecnológicos y, sobre todo, de las nuevas prácticas socioculturales que desde la Web 2.0 se están creando y publicando. No podemos ignorar los avances sociales, ni la experiencia de los profesionales y participantes que hacen realidad la Web 2.0. La educación de futuros profesionales deberá abandonar un punto de vista individualista de la formación y aprovechar la inteligencia colectiva para enriquecer el proceso de aprendizaje. La comprensión de las relaciones interpersonales y el estudio de las posibilidades que ofrecen los blogs como recurso educativo desde esta perspectiva psicosocial han sido los elementos principales que han motivado esta investigación.

2. MARCO TEÓRICO Y OBJETIVOS

La Web 2.0 como fenómeno social

La Web 2.0 supone un cambio de paradigma, con principios subyacentes diferentes a lo que ha sido conceptualizado posteriormente como Web 1.0, puesto que no se sabía que iba a ver otra web diferente. En la Web 2.0 no se ofrecen artículos de consumo, sino servicios (Google, YouTube...) y su eficacia está determinada por su capacidad de facilitar un aprendizaje por medio del aprovechamiento de la inteligencia colectiva. Lankshear y Knobel (2008b) destacan los blogs, entre otros servicios que nos ofrece la Web 2.0, que se caracterizan principalmente por su capacidad para movilizar la participación y la colaboración entre los usuarios.

Shrage en 2001 afirma que «(...) decir que ‘cocinar’ tiene que ver con las temperaturas del horno; es técnicamente exacto, pero fundamentalmente falso» y que «el mayor impacto que han tenido y tendrán estas tecnologías se ha producido en las relaciones entre las personas y entre las organizaciones» (citado por Lanksheary Knobel, 2008a:201). En esta misma línea, Bigun en 2003 señala que «contemplar las TIC en términos de una revolución de las relaciones quizá no sea tan pegadizo como algunas de las otras descripciones de uso común, pero promueve una forma de pensar en las TIC en las escuelas que abre algunas posibilidades útiles» (citado por Lankshear y Knobel, 2008a:201).



Desde la aceptación de una perspectiva interaccionista y constructivista se pretende explicar el desarrollo y la creación de nuevas experiencias sociales, educativas y profesionales que se forman con ayuda de los nuevos medios virtuales. El estudio de las relaciones interpersonales y de los intereses implicados en la actividad de bloguear no puede separarse del entorno social en el que se desarrollan. Construimos y crecemos en un mundo social y, en la era de la sociedad del conocimiento y de la información, en un mundo virtual. Podemos suponer que la publicación de un blog y su mantenimiento implica la creación de nuevas relaciones sociales y, por lo tanto, de un enriquecimiento personal y académico al entrelazar lo individual con lo colectivo, lo personal con lo social.

Es indiscutible que la Web 2.0 es un fenómeno social. Wellman y Salaff (1996) definen las comunidades virtuales como las redes que unen a las personas entre sí y con los ordenadores, transformando las redes sociales en redes sostenidas por máquinas. Consideran que las comunidades virtuales también son comunidades, donde se genera sociabilidad, relaciones y redes interpersonales. En 1997, Wellman y Gulia, argumentan que las redes sociales en Internet no son muy diferentes de las redes sociales «cara a cara». Los sentimientos que se generan en ambos tipos de relaciones son profundos, son sentimientos de pertenencia a una comunidad y afirman que con frecuencia las comunidades virtuales sustituyen a las comunidades físicas. Por otra parte, señalan que las relaciones mantenidas en las comunidades virtuales son más similares a las relaciones que se suelen establecer con conocidos ocasionales que las relaciones que creamos con los amigos más cercanos.

Son interesantes los estudios antropológicos que buscan comprobar hipótesis relativas al tamaño de los grupos sociales. Dunbar (2010), antropólogo de la Universidad de Oxford, concluye que tenemos limitaciones cognitivas en nuestro cerebro que nos impone fronteras en las redes sociales que somos capaces de mantener. Establece que 148 es el número máximo de miembros que pueden formar una red social manejable por el hombre. Redondeando se habla de 150 como el «número de Dunbar». Algunos estudios paralelos obtienen resultados parecidos.

Marlow, en 2010, encontró que el tamaño medio de una red social en Facebook era de 120; sin embargo, el número de personas consideradas como «núcleo social» o la red básica, está formada por un grupo más pequeño de aproximadamente 17 en los hombres y 26 en las mujeres con los que se mantiene contacto de forma frecuente y no causal.

¿Realmente estos datos indican que las relaciones sociales en la Red reflejan nuestras formas más tradicionales de relación? ¿Tendemos a mantener un grupo reducido de personas como contactos más frecuentes, dejando al resto para un trato más esporádico y eventual?

El aprendizaje colaborativo

Partimos de la concepción constructivista social del aprendizaje colaborativo de Matthews (1996) que lo define como el aprendizaje que tiene lugar cuando los estudiantes y profesores trabajan juntos con el objetivo de generar conocimiento. Parte de una fundamentación pedagógica que sostiene que las personas crean juntas significados y que este proceso de desarrollo del saber enriquece a los participantes del proceso y les hace evolucionar.

Sobre la base de los principios teóricos del constructivismo social de Bruffeé en 1995 y Vigotski en 1978, se puede afirmar que un aprendizaje colaborativo «(...) se construye



socialmente mediante consenso entre colegas bien informados» (citado en Barkley, Cross y Major, 2007:20).

El aprendizaje colaborativo «es una forma de organización social del aula y de los procesos de enseñanza y aprendizaje basada en la interdependencia positiva de objetivos y recursos entre los participantes (...)». El objetivo es que los estudiantes se comprometan en «(...) un esfuerzo coordinado y continuo de construcción conjunta del conocimiento (...)», siendo esencial compartir intereses y responsabilidades para el logro del objetivo común. (Onrubia, Colomina y Engel, 2008: 238).

Como señalan Barkley, Cross y Major (2007:22) el éxito del aprendizaje está en la implicación activa del estudiante en el proceso de aprendizaje, por medio del establecimiento de conexiones: neuronales (entre neuronas), cognitivas y sociales. Las conexiones cognitivas son las conexiones, entre conceptos o entre la teoría y la aplicación práctica..., que producen una comprensión profunda de la información. Las conexiones sociales son las que se constituyen cuando se aprenden conocimientos, que no forman parte del repertorio actual del alumno, como resultado de la presentación común de contenidos; es decir, cuando aprende de otros estudiantes.

Un entorno virtual que promueve el aprendizaje colaborativo son, para Lipponen y Lallimo (2004), «(...) aquellas aplicaciones que se han diseñado especialmente para apoyar y establecer la colaboración en contextos educativos» y por estar caracterizados por: ser diseñados sobre la base de alguna teoría de aprendizaje, con el objetivo de facilitar el trabajo en grupo colaborativo y disponer de aplicaciones y herramientas que posibiliten la comunicación entre los usuarios.

En definitiva, el aprendizaje colaborativo se puede considerar como un medio de aprendizaje en grupo, diseñado especialmente para la realización de actividades de aprendizaje en parejas o grupos interactivos, donde todos los miembros deben comprometerse para el logro de los objetivos que comparten.

El uso de los blogs como herramienta docente se fundamenta en el éxito de los modelos de aprendizaje basados en el aprendizaje colaborativo. Es un recurso didáctico que refuerza el trabajo en grupo, la interacción y la participación colectiva y que permite estructurar la comunicación en función de sus contribuciones. Para que realmente se convierta en una herramienta de aprendizaje dependerá del uso que se haga del mismo, pero, se puede afirmar que, sus características pueden facilitar el logro de objetivos de aprendizaje colaborativo.

La Alfabetización con «A» mayúscula

Entendemos la educación desde una perspectiva social del proceso de alfabetización. Desde del enfoque de Freire de *alfabetización emancipadora*, concibe la alfabetización dentro de un desarrollo cultural orientado a la libertad, el derecho y el deber de aprender y cambiar las experiencias personales, sin relegar la reconstrucción de su relación con la sociedad. Freire nos aproxima a una alfabetización conformada sobre la base de una multitud de formas de discurso y de aptitudes socioculturales que facilitan la generación de diferentes tipos de relaciones y de experiencias que se dan entre los estudiantes y la realidad que viven. Partimos de su concepción de la cultura relaciona con los procesos sociales, considerada como *sede de diferencias y luchas sociales*. (Freire y Macedo, 1987).



En un principio, *alfabetizar* estaba reducido a la capacidad de enseñar a leer y a escribir. Pero la alfabetización va mucho más allá, no podemos separar la acción de enseñar del contexto donde tiene lugar, la sociedad. La educación integra en sus elementos más fundamentales su capacidad de culturizar y socializar en el marco socio-histórico en el que se desarrolla. Es decir, el aula tiene que estar conectado con lo que ocurre fuera de ella, no al margen del contexto social donde tiene lugar. Aceptamos un concepto de alfabetismo desde una perspectiva social.

Los alfabetismos son formas de crear, transmitir y comunicar contenidos por medio de textos o de cualquier otro formato (dibujos, vídeos, ...) que en una determinada sociedad son reconocidos por la mayor parte de la gente. Es decir son prácticas sociales habituales, cotidianas. Entre los nuevos alfabetismos, en la Web 2.0, encontramos: *bloguear* (uso de los blogs), *fanfiction* (escritura *fanfic*, narrativa creativa *en grupo*), diseño y publicación de *manga* («cómic japonés» donde se combina las imágenes con las palabras), etc. Son formas de comunicarse que están desarrollando los más jóvenes.

Este concepto de alfabetización, como acción social, respalda la actividad de bloguear, el *blogueo*, desde un enfoque colaborativo y participativo. Por tanto, desde esta investigación, hemos intentando ir más allá de una concepción de la *alfabetización digital* asociada a prácticas nuevas relacionadas con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) o con Internet. Partimos del concepto de Nuevos alfabetismo de Gee, Lankshear y Knobel.

Gee (2004:17) mantiene que «cuando la gente aprende a jugar con videojuegos, está aprendiendo un nuevo alfabetismo» y lo explica sobre la base de dos razones principales. La primera porque el lenguaje no es único sistema de comunicación, encontramos también los gráficos, símbolos, imágenes, y otros elementos visuales. La segunda razón, es la proliferación de textos «multimodales», es decir, se está fomentando la yuxtaposición de palabras e imágenes, palabras y gráficos, contenidos, voz y música. Ante esta situación se puede hablar de *multiplicidad de alfabetismo* puesto que no es el mismo alfabetismo el que necesitamos para leer un *manga*, que el usamos para comprender un artículo de un periódico. Concluye que existen diferentes alfabetismos con relación a textos impresos y, además, diferentes alfabetismos para aprender con otros tipos de formatos (imágenes, audio, vídeo, gráficos,...).

Lankshear y Knobel (2008a) plantean un enfoque abierto donde lo «nuevo» se concibe como fenómeno social, por lo tanto, consideran que los nuevos alfabetismos, desde este enfoque, sólo pueden investigarse desde un punto de vista sociocultural. Los nuevos alfabetismos se plantean como tipos prácticas con un alto componente social, considerados ontológicamente diferentes a los alfabetismos más convencionales, desde una perspectiva técnica (o «sustancia técnica»), pero sobre todo desde una perspectiva espiritual, que implica una nueva forma de pensar, donde se da especial importancia a la participación, colaboración y la dispersión. Se definen por prácticas más colaborativas y menos individualizadas.

Lankshear y Knobel (2008a), argumentan que estos nuevos alfabetismos conllevan una nueva forma de pensar, una nueva mentalidad. No podemos hablar de una evolución real en la alfabetización, sino lo acompañamos de un verdadero cambio en el paradigma de la educación. Es decir, Alfabetizar (con «A» mayúscula) va acompañado de una nueva conceptualización del mundo y de una nueva forma de considerar la alfabetización donde se integran las nuevas prácticas sociales. Estos autores diferencian entre dos tipos de



mentalidades: mentalidad tipo 1 y mentalidad tipo 2. La diferencia esencial entre la primera y segunda mentalidad es la concepción sobre el mundo y su evolución y, por supuesto, todo en lo que esta concepción pueda influir: análisis de las relaciones sociales, concepción de la industria, la valoración de la inteligencia individual o colectiva, consideración del experto... La primera mentalidad, característica de la web 1.0, considera que, a pesar de los desarrollos tecnológicos, el mundo es algo estable, que no ha sufrido cambios importantes. Estas personas tienen a hacer lo mismo que antes de forma más informatizada (por ejemplo, hacer la compra por internet, ofrecer materiales educativos digitales, etc.) pero sin considerar que el mundo ha sufrido un cambio profundo que ha afectado a multitud de dimensiones. La segunda mentalidad, es característica de la Web 2.0, considera que el mundo actual es significativamente diferente de cómo era antes de la aparición de las nuevas tecnologías. Como afirman los autores, en esta mentalidad hay un cambio de paradigma, tiene de manera significativa diferentes principios y fundamentos. La web 2.0 se ha convertido en una escala de valores, una ética completa, una visión del mundo y en una forma de comportarse en la vida. En el concepto de web 2.0, está en oposición y contraste a la 1.0, como una nueva «lógica de vida».

En la web 1.0, como reflejo de la mentalidad tipo 1, la actividad es puramente industrial, los productos son de carácter «industrial», las empresas y los diseñadores trabajan para producir productos de consumo, la generación de los productos depende de unos pocos y se refuerza la inteligencia individual y los espacios cerrados. Existe una clara división entre productor y consumidor. Los productos eran diseñados por expertos concretos. Algunos ejemplos Lankshear y Knobel (2008a):

- *Ofoto*: venta de fotografía digital.
- *Britannica Online*: un artículo al que pueden acceder los suscriptores previo pago de un canon.
- *Taxonomía*: sistemas de clasificación centralizados, oficiales basados en ideas de los expertos.

La Web 2.0 representa una forma muy diferente de comprender, aproximarse y operar en la web de la que definía la construcción social de la web original. Las tecnologías han facilitado este cambio (Lankshear y Knobel, 2008b):

- El contenido es valorado por su capacidad de divulgación. Cuánto más movimiento, mejor. Mayor movimiento—mayor valor. No es considerado un producto físico o una mercancía, como pueden ser los diamantes que su control por una única empresa supone un aumento de su valor, siguiendo el principio de que la escasez de algo hace que aumente su valor.
- Mantienen una visión posindustrial (no el industrial, como en la mentalidad 1): Después de la industria (fábricas de acero, hierro o cerámica...) los productos valorados son los servicios y las herramientas virtuales que nos permiten relacionarnos. Los servicios de la web 2.0 no son artículos de consumo o artefactos, son recursos que se han creado para ser utilizados, para ponerlos en práctica: «cosas» como buscadores, o wikis, o servicios de blog... No se puede conseguir el producto, primero debes registrarte y posteriormente accedes a ellos y consigues la oportunidad de utilizarlos e interpretarlos libremente, pero no te puedes *llevar a casa* el producto.



- Se valora y refuerza la inteligencia colectiva. Lo que hace al buscador Google *grande* no es exactamente que sea un producto práctico para el usuario, sino que mucha gente lo use. El uso colectivo hace que mejore el servicio. A diferencia de la mayoría de los productos que se desgastan y estropean por el uso, en la Web 2.0, la utilización del servicio facilita su mejora.
- El rol de experto no está en una persona, sino que se valora la autoridad y pericia colectivas (no situadas en personas concretas).
- Se usan espacios abiertos (no cerrados) y las prácticas sociales no responden a estándares preestablecidos, se desarrollan en diferentes espacios. Lo importante es la maximización (generación y generalización) de relaciones, conversaciones, redes y divulgación. Los servicios de la web 2.0 facilitan y movilizan la participación y la colaboración, involucran literalmente a millones de personas cuyas contribuciones se suman a algo más grande, como en el caso de la base de datos bibliográfica de Amazon.com o la base de datos de información de Wikipedia como una fuente de búsqueda.

En definitiva, Lankshear y Knobel (2008a:55), describen la Web 2.0., como reflejo de la nueva mentalidad tipo 2, una web donde se ha pasado a valorar la inteligencia colectiva, la generación de servicios para todos y donde los colectivos participan en la creación y la evolución de la sociedad. Los productos son de carácter «postindustrial», centrados en dar un servicio y la producción está basada en la «Participación colectiva», «Colaboración», «Pericia» y la «Inteligencia distribuidas/colectiva». Veamos algunos ejemplos con esta nueva concepción de las tecnologías, consideradas como las «tecnologías de relación»:

- Google: No es un producto, no vende ningún producto que consumir. Es un servicio que nos facilita buscar información, incluir imágenes, vídeos, sonidos, etc. Por tanto, es un servicio que optimiza nuestra experiencia en Internet. La optimización de su funcionamiento está basado en inteligencia colectiva, cuanto más personas lo usen, mejor funcionará.
- Wikipedia: Es una enciclopedia colectiva. Se construye de manera colaborativa, reforzando la participación responsable y colectiva de los usuarios de internet.
- Amazon.com: Espacio virtual destinado a la venta de libros pero que permite hacer comentarios a los usuarios sobre los libros.
- Flickr.com: Espacio para compartir fotografías. Cada usuario puede asignar etiquetas personalizadas que faciliten la búsqueda. Se basa en el etiquetado *folksonomía*, sistema de clasificación popular. Las fotografías son clasificadas siguiendo los criterios de los autores, no los criterios de expertos como ocurría en la Web 1.0.

La web 2.0 representa un nuevo paradigma, no solo una actualización. Por el contrario, cuando la gente habla de la web 2.0 en contraposición a la web 1.0 que, por supuesto, están en realidad hablando sobre el nuevo paradigma: algo que tiene de manera significativa diferentes principios subyacentes de lo que ha sido conceptualizado posteriormente como la web 1.0.



Los blogs

Como hemos visto, los blogs son un buen ejemplo de este cambio de paradigma. Es considerado un nuevo alfabetismo donde se mezclan e integran diferentes elementos digitales que producen transformaciones en su formato y en su contenido original, que van acompañados de una nueva concepción del mundo, donde el espíritu de participación, colaboración y enriquecimiento mutuo definen su funcionamiento y le dan significado.

Un weblog o blog se puede describir como «una página web que es actualizada frecuentemente, con el material nuevo colgado en la parte superior de la página» (Lanksheary Knobel, 2006: 2). Las entradas de los blog se ordenan cronológicamente en orden inverso para que la entrada más reciente se sitúe en primer lugar. Lankshear y Knobel, en 2006, destacan la definición de blogs de Torill Mortensen como una de las más ricas descripciones fenomenológicas. Torill Mortensen describe los blogs como un hijo verdadero del medio informático, los blogs podrían tener sus raíces en el periodismo de investigación, los diarios de a bordo, los diarios personales y los periódicos, todos al mismo tiempo, pero, como un *perro mestizo* que está a la caza por los callejones oscuros de la ciudad digital, el weblog no es nada excepto adaptable y único al mismo tiempo. Desde esta perspectiva, el blog no se puede considerar un *purasangre*, sino un *hijo bastardo* de toda escritura personal.

Los blogs se podrían calificar como las contribuciones más sobresalientes de los usuarios en la Web 2.0, más que diarios personales, son espacios personales interconectados entre sí, donde se generan conversaciones y conexiones personales que se involucran en un proceso ágil e incansable en constante renovación.

La evolución de los blogs comienza a principios de los años 90 como páginas web con hipervínculos a contenidos que se consideraban interesantes, los editores de las páginas incluían comentarios para que los lectores pudieran decidir –sobre la base de los comentarios– si accedían o no la dirección. El perfil de estos blogueros era principalmente técnico, debían entender de edición web para hacer realidad estas publicaciones. La situación ha cambiado. Actualmente, crear un blog es una tarea muy sencilla que se realiza en poco más de media hora. Los blogs carecerían de sentido sin esta consideración de cooperación y desarrollo abierto, en constante proceso de actualización gracias a la retroalimentación y la interacción flexible. Los blogs tienen un objetivo concreto, están dirigidos a objetivos específicos y procuran atraer a lectores con intereses parecidos, por lo que se convierte en un espacio desde donde compartir, discutir y contrastar diferentes puntos de vista sobre un tema de interés.

Techonati.com, un conocido servicio de búsqueda de blogs, publica datos estadísticos de la actividad de la blogosfera que son actualizados anualmente. Algunos datos más destacados han sido: 30 millones de blogs en la primera semana de marzo de 2006, 2,7 millones en junio de 2004 y 24,2 millones de blogs en diciembre de 2005. Cifras que siguen aumentando en los años posteriores. Desde 2003 hasta el 2008 se han publicado 133 millones de blogs. De los 133 millones de blogs publicados, solo 900 mil han sido actualizados en los últimos 24 horas, el 1,5 millones en los últimos 7 días y 7,4 millones en los últimos 120 días. En 2010, Techonati.com, destaca el crecimiento de la telefonía móvil en la blogosfera, como característica específica de este año. Encuentra que el 25% de los blogueros están utilizando los blogs móviles.



Estos datos hacen que algunos expertos hablen de una gran mortalidad de blogs y un estancamiento en lo que hasta ahora se había considerado una elevada natalidad, además se habla de un gran número de blog, existentes en la blogosfera, que están «muertos».

Según el buscador de blogs Wikio, los cinco blogs más influyentes del mundo en enero de 2008 fueron TechCrunch, Mashable!, Engadget, Gizmodo y Boing Boing. En español el más influyente fue Microsiervos (España), situado en la décimo tercera posición. Entre los veinte blogs más influyentes de Europa, existían cinco de España, todos en castellano: Microsiervos (2ª posición), Mangas Verdes (6ª), Genbeta (7ª), Loogic (19ª) y Error 500 (20ª). En abril de 2009, el ranking de Wikio mostraba el siguiente orden de blogs: Microsiervos, ALT1040, Genbeta, Xataka, El blog de Enrique Dans (Tecnología), Mangas Verdes (Tecnología), Escolar.net (Política), FayerWayer, Engadget Spanish (Tecnología) y Vidaextra (Ocio) (Wikio Blog, 2009).

En habla hispana exclusivamente, Alianzo presenta los blogs más prestigiosos en español a los siguientes: Microsiervos (España), Barrapunto (España), Enrique Dans (España), Alt1040 (México), genbeta (España), Dirson (España), FayerWayer (Chile), Kriptópolis (España), Escolar.net (España) y Denken Über (Argentina). En febrero de 2009, Alianzo, mostraba el ranking de blogs, de habla hispana, en el siguiente orden: Genbeta, El blog de Enrique Dans, Barrapunto, Xataka, Kirai.net, Escolar.net, google.dirson.com, Error500 y VidaExtra. Este es el ranking seguido en la investigación que se presenta en el este artículo. (Alianzo, 2009)

Por otra parte, es necesario recordar los premios internacionales de blogs, *The BOBs*, organizados por Deutsche Welle (cadena de radio y televisión pública alemana). El concurso comenzó en 2004 y los premios se conceden en 11 idiomas a los mejores blogs, podcasts y videoblogs. La V Edición de los Premios Internacionales de Weblogs de la Deutsche Welle señala como el mejor blog de 2008 a *Generación Y* y como el mejor blog en español a *233grados.com* (The BOBs, 2008).

La consideración de una educación superior y una práctica docente, integrada en el marco social, que pueda facilitar la adquisición de los nuevos alfabetismos sobre la base de la inteligencia colectiva y el enriquecimiento mutuo, es el punto de partida de esta investigación.

Objetivos

El desarrollo de este estudio está motivado principalmente por razones profesionales, con el objetivo de conocer las posibilidades que tienen los hasta qué punto es interesante utilizar un blog, como recurso virtual complementario, en una nueva asignatura del Título de Grado de Educación Social para el curso académico 2009-2010.

En definitiva, el objetivo principal de la investigación es conocer cómo el uso de los blogs puede contribuir a la mejora de la calidad de la enseñanza. Los objetivos perseguidos han sido los siguientes:

1. Estudiar cuál es el perfil personal y profesional de los usuarios: sexo, edad, nivel académico y profesión.
2. Analizar las relaciones interpersonales generadas a través de la acción de bloggear: tipos, evolución y mejora.
3. Conocer el grado de satisfacción interpersonal de los usuarios de los blogs.



4. Comprender la incidencia que tiene el uso de los blogs en el desarrollo profesional y/o académico.
5. Identificar aspectos funcionales de los blogs y su utilización por parte de los propietarios: admisión, lectura y respuesta de comentarios.
6. Conocer la opinión general sobre la utilidad de la herramienta: aspectos positivos y negativos.

3. MÉTODO Y PROCESO DE INVESTIGACIÓN

Población y muestra:

La población y la selección de la muestra se realiza siguiendo el ranking de *Alianzo*, que es un ranking de los principales blogs de España actualizado semanalmente en función del número de entradas a cada uno de los blogs. Su consulta nos facilita conocer, en una fecha concreta, qué blogs tienen más entradas y, por tanto, cuáles son los blogs más populares e influyentes. Estructura las búsquedas de blogs en función de tres criterios [*País*, *Categoría* (actualidad, adultos, arte, cine, música, videojuegos...) e *Idioma*] permitiendo conocer cuáles se utilizan con más frecuencia en el área concreta de interés.

En definitiva, el uso del ranking *Alianzo* facilitó la clasificación de los blogs más populares, registrados el 09 de febrero de 2009, garantizando obtener una población constituida por los principales propietarios y usuarios de blogs en esa fecha. Por tanto, la **población** está formada por los usuarios y/o propietarios de blogs de habla hispana localizados en los primeros 600 puestos del ranking de *Alianzo* y la **muestra aceptante** está compuesta por 179 usuarios y/o propietarios de blogs.

Con el objetivo de hacer llegar la invitación para formar parte de la investigación, se envió un correo electrónico a los propietarios de los blogs de los primeros 600 puestos del ranking de *Alianzo*. Sólo se envió la invitación a aquellos blogueros que publicaban en su blog el e-mail o aportaban otro medio que facilitara la comunicación privada, puesto que no hubiera sido adecuado enviar la invitación por un medio público que interfiriera en el normal funcionamiento de los blogs. Posteriormente, algunos de los propietarios de los blogs reenviaron la invitación a otros usuarios por medio del correo o publicando el cuestionario en su blog.

El estudio del **error muestral** ha dado los siguientes resultados:

Teniendo en cuenta la población de 600 bloggers y una muestra aceptante de 179 usuarios y/o propietarios de blog se encuentra un error muestral de 6,2% (0,062).

El error muestral se halla sobre la base de un muestreo aleatorio simple en el caso más desfavorecido del muestreo ($p=q=0,5$) y considerando un intervalo de confianza de 72s.

A continuación se presenta los resultados obtenidos:

$$n = \frac{N}{e^2 (N - 1) + 1}$$



$$e = \frac{K^2 (N - n)}{4n (N - 1)}$$

$$e = \sqrt{\frac{N - n}{n (N - 1)}} * 100$$

n es el tamaño de la muestra

N es el tamaño de la población

e es el error muestral

$$e = \sqrt{(600 - 179) / (179 * 599)} * 100 = 0,0626615482425323 * 100 = 6,266155$$

Diseño: El estudio es un diseño mixto, se ha realizado desde la metodología cualitativa y cuantitativa.

Técnicas e instrumentos de recogida de información principales han sido los siguientes:

1. **Entrevista semiestructurada:** Con el objetivo de recoger la opinión de expertos y usuarios de los blogs, se desarrolló una entrevista semiestructurada y a la que podían acceder online en la dirección: <http://spreadsheets.google.com/viewform?key=prFR0IEooUSD0n7o5DK7sFw>.

Se ha utilizado una entrevista semiestructurada (estructurada y abierta). Estructurada porque algunas respuestas se establecen de antemano, se requieren respuestas muy breves, concretas y cerradas: elegir entre las varias opciones presentadas. Además, para facilitar la recogida de información cualitativa y ofrece la posibilidad de ampliar la información a los encuestados interesados, se presentan preguntas abiertas que complementan la información. El contacto se realizó por medio de correo electrónico, presentando la investigación y la entrevista. Para una población tan dispersa y de difícil acceso, el entrevista on-line es un instrumento muy útil.

Siguiendo la clasificación utilizada por García, González y Ballesteros (2001) clasificamos los tipos de preguntas que formó el cuestionario en: preguntas de identificación, preguntas cerradas y preguntas abiertas: 6 preguntas de identificación, 1 de pregunta cerrada y 14 abiertas. Para finalizar, se les da la oportunidad de incluir su dirección de correo para hacerles llegar los resultados una vez publicados. En total son 21 preguntas. Las preguntas de identificación nos sirven para organizar la muestra de estudio en función de las características personales siguientes: Sexo (Mujer, Hombre), Edad, Nivel académico, Profesión, tiempo que dedica al blog y fecha de creación del blog. La pregunta cerrada, relativa a las relaciones que pueden generarse y mantenerse con el uso de los blogs, el encuestado podía elegir entre diferentes opciones: profesionales, socio-profesionales, sociales y personales, y otros.

Para la formulación de las preguntas se han seguido algunas recomendaciones de Sierra Bravo (citado en García, González y Ballesteros, 2001):

- Se ha evitado incluir un número excesivo de preguntas: menos de 40.



- Todas las preguntas son positivas: No se han utilizado preguntas negativas.
- No se han utilizado preguntas que requieran hacer esfuerzos memorísticos, todas son relacionadas con la actividad actual en los blogs.
- Se ha empleado fórmulas personales y preguntas directas.
- No se han planteado preguntas prejuiciosas.

Las preguntas abiertas, donde solo está disponible la pregunta, pretende recoger las opiniones de los evaluados sin presentarles una dirección predeterminada que influya en sus respuestas. Se busca recoger opiniones y análisis personales para la mejora de esta herramienta. A través de estas preguntas se busca ampliar la información.

*** Elaboración de la versión preliminar de la entrevista**

Se obtuvo una versión preliminar de la entrevista que posteriormente fue reformulada y corregida, en función del juicio de los expertos consultados. Se lleva a cabo la validación del contenido a través de un grupo de expertos. Cinco profesionales que fueron seleccionados en función de criterios de competencia relevante, experiencia laboral y formación académica. Los resultados obtenidos de la validación de la entrevista presentada al grupo de expertos han sido los siguientes:

1. ¿Los ítems evalúan las relaciones generadas y el grado de satisfacción que puede obtenerse de la participación en los blogs? La repuesta general ha sido afirmativa. Se recomienda separar en dos preguntas el grado de satisfacción y el tipo de relaciones generadas.
2. ¿La entrevista nos permite recoger información relevante sobre la funcionalidad y uso de los blogs? Se recomienda incluir una pregunta relativa a si permiten o no incluir comentarios y si los propietarios de los blogs realizan un seguimiento del mismo (lectura y respuesta de los comentarios).
3. ¿Considera que a través de la entrevista podemos conocer la influencia de la actividad de bloguear sobre el desarrollo profesional y/o académico? La respuesta en líneas generales ha sido afirmativa.
4. ¿Evalúa los aspectos positivos y negativos de los blogs? Los expertos considera que sí se evalúan ambos aspectos, pero recomiendan separar ambos aspectos en dos preguntas diferentes.
5. ¿La entrevista tiene una extensión adecuada? La respuesta en líneas generales ha sido afirmativa.
6. ¿Incluiría alguna pregunta más? Las indicadas anteriormente.
7. ¿Eliminaría alguna pregunta? No, se recomienda la reformulación de alguna de ellas.
8. ¿Las preguntas están expresados de forma comprensible? Algunas de ellas son reformuladas, siguiendo las indicaciones de los expertos.
9. ¿Podría optimizarse el instrumento? Mejorando el medio de distribución de la entrevista. Se aconseja no utilizar el correo electrónico y utilizar una *Google Doc*.

En síntesis, los resultados obtenidos de la validez de contenidos de la entrevista son positivos. En la mayoría de los casos, consideran que la entrevista evalúa los objetivos para el que fue creado de forma adecuada y se estima que las preguntas están expresadas de forma comprensible. Los expertos no aconsejan añadir más ítems, excepto en los casos comentados con anterioridad. El cambio más significativo realizado en la entrevista ha sido el relacionado con medio de distribución de la entrevista.



Con las indicaciones recibidas se elabora la versión definitiva de la entrevista.

2. **Hoja de Cálculo de Excel y SPSS 16** para el estudio de los datos cuantitativos.
3. **Técnica de análisis de contenidos** para el análisis de las respuestas abiertas de la entrevista siguiendo los criterios que se presentan a continuación:
 - a. Lectura objetiva y sistemática de las entrevistas.
 - b. Subrayado de los aspectos principales indicados.
 - c. Identificación de aspectos comunes; Identificación de aspectos diferenciadores.
 - d. Extracción de conclusiones.

Procedimiento:

El paso previo al comienzo de la investigación fue la confección de la entrevista. Antes de comenzar el estudio propiamente dicho, se desarrolló una primera versión de la entrevista que fue enviado a 5 expertos y posteriormente modificada sobre la base de sus correcciones y comentarios. Los pasos seguidos para la construcción de la entrevista fueron los siguientes:

1. Establecimiento de los objetivos de investigación de la entrevista;
2. Determinación de las variables: Decidir qué información necesito y consultar las fuentes de información más acordes;
3. Diseño de la entrevista: Decidir el tipo de entrevista que es más adecuado para los objetivos de mi investigación: estructurado y abierto;
4. Elaborar la primera versión: Elaboración de los primeros ítem;
5. Primera evaluación por parte de expertos en la materia; Reelaboración de la entrevista en función de los resultados;
6. Envío de la entrevista a una muestra previa;
7. Análisis de la validez de la entrevista; Envío de le entrevista al resto de la muestra.

Después de las primeras correcciones realizadas por el grupo de expertos, se comienza a enviar la invitación a usuarios y profesionales de los blogs siguiendo el ranking de *Alianzo*. Una vez recogidas todas las respuestas son exportadas de *Google Docs* a *Excel* y *PDF* para su análisis y cuantificación. Los datos cuantificados son exportados de *Excel* a *SPSS 16*. Para finalizar, se analizan los contenidos a las preguntas abiertas y se extraen las conclusiones del estudio.

4. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

1. Análisis descriptivo.

* **Sexo:** El 71,3% de los blogueros estudiados son hombres y el 28,7% mujeres.

* **Edad:** La edad media de los participantes es de 37,59 años. Un 46,6% de los usuarios y/o propietarios de los blogs tienen entre 30 y 39 años y el 23,0% están en la franja de 40 a 49 años. Solo el 1,1% son menores de 20 años y el 10,3% son mayores de 50 años.



* **Nivel académico:** La mayoría de los encuestados son licenciados (57,8%) y el 12,1% son doctores. En definitiva, encontramos que el 69,9% tienen estudios superiores, quedando el 30,1% para el resto de los casos.

* **Profesión:** La mayor parte de los encuestados tienen profesiones científicas e intelectuales (48,2%) (Profesionales de la salud –médicos–, de la enseñanza –profesores ESO, maestros, profesores de universidad–, Especialistas en organización de la administración pública y de empresas, Profesionales de tecnología de la información y las comunicaciones –informáticos, ingenieros, telecomunicaciones–, Profesionales en derecho, en ciencias sociales y culturales –abogado, sociólogo, publicistas, psicólogo, periodistas–). El grupo de Profesionales de Ingeniería lo formaba el 12,4%. El 18,2% son profesionales Técnicos y profesionales de nivel medio (consultores, técnico informático, desarrolladora web, diseño gráfico, divulgadora científica, gestores, traductores, diseñador web, técnicos de laboratorio, investigación, etc.). El resto de los participantes (21,2%) se dividen entre estudiantes, amas de casa, directores y gerentes, personal de apoyo administrativo, oficiales y operarios y funcionarios.

* **Tiempo que dedica al blog:** El 28,5% dedican a bloguear entre 30 minutos y 2 horas al día. En segundo lugar, encontramos que el 14% le dedica entre 2 y 4 horas diarias. El 10,5% no especifica el tiempo, dependiendo de la disponibilidad y de la época del año. El 9,9% afirma que le dedica demasiado tiempo, pero no concreta. Menos de 30 minutos diarios se lo dedican el 7,0%.

* **Fecha de participación/creación:** El 33,73% participa en los blogs o tiene uno propio desde los años 2004-2006. El 27,3% lo tiene desde 2006-08, el casi 14% comenzó en los años 2002-04 y el 10,71% a partir del 2008. Se puede afirmar que la mayoría de los encuestados bloguean desde antes del 2008 y que el 15,7% antes del 2004. Solo el 8,7% afirman tener o participar en esta actividad desde sus inicios, antes o durante el 2002.

* **Tipos de relaciones establecidas:** La mayoría de los blogueros clasifica las relaciones generadas y mantenidas por medio de los blogs (39,45%) como sociales y personales. En segundo lugar, encontramos que el 28,52% afirma que las relaciones desarrolladas son principalmente socioprofesionales y, en tercero, el 26,17% considera que sus relaciones han sido principalmente profesionales.

* **Generalización de las relaciones mantenidas por medio de los blogs a la «vida real».** El 70,8% afirman que han conocido a algunos de los bloggers con los que se relaciona en persona. Solo el 29,2% afirma que sus relaciones son exclusivamente virtuales.

* **Satisfacción personal con la participación en los blogs:** La mayoría de los entrevistados (91%) afirma que la participación en los blogs le ha proporcionado satisfacción personal. Sólo el 9% considera que no ha sido una actividad satisfactoria desde un punto de vista personal, sobre todo por considerarla una actividad principalmente profesional.

* **Adquisición de conocimientos y habilidades profesionales con la participación en los blogs:** El 87,5% de los blogueros considera que la participación en esta herramienta le ha proporcionado conocimientos y/o habilidades profesionales. Sólo el 12% afirma que la participación en los blogs no le ha aportado conocimientos o desarrollo de habilidades profesionales.



* **Propietario de un blog personal y/o profesional:** El 67,5% de los usuarios entrevistados son propietarios de un blog personal. El 32,5% no tiene ningún blog personal. El 61,9% es propietario de un blog profesional y el 38,1% no es propietario de ningún blog profesional.

***Fecha de inicio del blog personal y del blog profesional**

El 24,3% de los entrevistados son propietarios de su blog personal entre 2004 y el 2006 y entre el 2006 y el 2008. El 6,8% lo tiene desde los años 2002 y 2004. Es decir, se puede afirmar que el 31,1% tiene el blog personal en propiedad antes del 2004 y el 48,6% son propietarios del blog antes del 2008. Sólo el 2,7% de los blogueros afirma que tiene el blog personal antes del 2002.

Con relación a los blogs profesionales, el 36,5% tienen un blog profesional entre el año 2006 y el 2008 y el 31,1% lo tienen entre el 2004 y el 2006 y el 10,8% de los encuestados entre el 2002 y el 2004. El 41,9% tienen un blog profesional desde antes del 2004. El 2,7% tienen el blog profesional antes del 2002.

***Permite publicar comentarios en su blog:** La mayoría de los bloggers (98,7%) permite hacer comentarios en su blog y el 99,4% hace un seguimiento de las participaciones; es decir, responde a los comentarios, los sigue, he incluso, en ciertos casos, hacen un filtro de aquellos comentarios que se consideran inadecuados.

***Perspectiva de recompensa económica o fama:** La mayoría de los blogueros no esperan remuneración o fama, se sienten recompensados con el simple hecho de ser leídos (65,2%). Sólo el 34,8% de los entrevistados afirman esperar cierta fama o remuneración, aunque en muchos casos añaden que no era el objetivo principal a la hora de crear el blog pero que con el tiempo han aprendido a cómo obtener beneficios. El 96,9% aprecian la recompensa que supone ser leído. Sólo un 3,1% afirma que no se siente recompensado por ser leído.

* **Análisis cualitativo: Análisis de contenidos**

¿La participación en blogs ha supuesto satisfacción personal? ¿Por qué?

La inmensa mayoría de los blogueros consideran que participar en los blogs les ha aportado **satisfacción personal**. Sólo 4 de los encuestados han respondido que bloguear «no» supone satisfacción personal. La participación y/o creación de un blog para la mayoría de los blogueros ha supuesto una fuente de satisfacción y de enriquecimiento personal y profesional. De las entrevistas realizadas, se ha observado que sólo una parte muy pequeña de los blogueros utilizan los blogs exclusivamente como medio profesional; en la mayoría de los casos, los blogs son un medio de satisfacción personal y de enriquecimiento profesional. Entre las funciones que cumplen los blogs, podemos destacar: Conocer gente [«porque me ha permitido conocer a gente interesante y sus puntos de vista», «amplitud de mi entorno de amistades», «conocer gente con los mismos intereses»], recuperar antiguas amistades [(...) encontrar a mucha gente que perdí el rastro», «Recuperar amistades haciendo sentirse *más unido* a mi pasado, a mi historia personal»], intercambiar opiniones y sentimientos [«(...) intercambio de ideas, inquietudes y opiniones»], darse a conocer, exponer sus pensamientos [«Sí, porque es una forma de expresar mis opiniones libremente»], organizar las ideas, compartir. En definitiva, los blogs les son un espacio donde poder expresarse libremente.



Desde un planteamiento exclusivamente de **enriquecimiento personal**, los blogueros consideran que les ha permitido crecer personalmente, compartir amigos, expresar emociones y pensamientos («Porque he podido desarrollar mi forma de escritura y mis relaciones», «forma de expresar mis opiniones libremente» «expresar y difundir mis pensamientos») e incluso han comentado la capacidad de algunos blogs como medio de apoyo a la superación de problemas personales [«(...) salida terapéutica y de superación de problemas personales»].

¿Considera que el uso de los blogs ha supuesto una mejora en sus conocimientos y/o habilidades profesionales? ¿Por qué?

Se ha destacado la actividad de bloguear como facilitador del **desarrollo de habilidades o competencias profesionales y/o académicas**. Señalan que les ha ayudado en un **ámbito cognitivo y organizativo** a «(...) organizar sus pensamientos». Los blogs les ha ayudado a organizar conferencias o discursos y además, ha supuesto, en muchos casos, un aumento de la eficacia profesional al constituir un elemento que facilita la gestión de sus tareas profesionales [«(...) anotaciones que realizo en mi blog me sirven posteriormente como referencia para mis publicaciones académicas y profesionales»]. Incluso han argumentado que el uso de los blogs refuerza el «nivel de exigencia profesional» y la «disciplina de trabajo».

Les ha facilitado la **adquisición de información y conocimientos**, a mantenerse informado [«(...) he aprendido contenidos y habilidades nuevas», «un blog te obliga a aumentar el nivel de exigencia, estar informado constantemente»], la **práctica docente** [«(...) recopilar exámenes, test, resúmenes», conocer a otros estudiantes, «(...) revisar trabajos de alumnos en sus blogs y (...) calificarles»], **desarrollar competencias creativas**, de **investigación y docencia** [« (...) te hace resumir y perfeccionar el estilo. Las opiniones en los comentarios son un buen aspecto que tener en cuenta para aprender; se ponen en marcha la paciencia, la humildad y la argumentación en una discusión razonada por encima del tratar de llevar la razón.»].

Afirman que les ha permitido **desarrollar competencias sociales**, además de académicas, [«(...) desarrollar competencias sociales, sobre expresión escrita, e investigación (...)», «(...) publicar poemas que llevo toda la vida escribiendo y que alguna gente los comente»]. En algunos casos, afirman que la participación en determinados blogs facilita **el desarrollo de la creatividad** («desarrollar mi creatividad como profesora y que eso ayude a mis alumnos»). Afirman que en los blogs se encuentra información que «(...) de otra manera está muy dispersa» e «(...) ideas originales». Consideran que los blogs «(...) son un gran medio de conocimiento y reciclaje de conocimientos, además de entretenimiento».

Otras de las habilidades señaladas como adquiridas a través de esta herramienta están relacionadas con la mejora de la escritura y el estilo de redacción [«(...) el aprender a escribir sin faltas de ortografía», «(...) mejorado facetas como la expresión escrita (...)», «(...)no sólo mejoró mi expresión escrita, sino que también me sirvió para ampliar y reforzar conocimientos sobre aquello que he estudiado (medicina)», «Mejora la capacidad de escribir llano y claro sobre asuntos complejos. Implica estar abierto a razonar ante opiniones en contrario de lo dicho, o al menos diversas», «(...) me ha obligado a cuidar mi estilo de redacción»].



Por otra parte, destacan el **aprendizaje de aspectos técnicos concretos**, como es el manejo de herramientas, lenguajes de programación, gestión de CMS, html y css, entre otros: «he aprendido cuestiones técnicas (manejo de herramientas) y he tenido acceso a información especializada de manera libre y gratuita», «me ha aportado conocimientos de diversos lenguajes de programación y gestión de CMS y dominios (...)», «He aprendido un poco de html, css y a editar imágenes. También me ha servido para aprender a usar otros sistemas operativos como Linux, Unix y MacOS», «Los gestores de contenido (CMS) en general y los blogs(...)», «(...) diseño, HTML, PHP, gestores de contenidos (Wordpress), gestión de dominios, de servidores(...)»

Entre los usuarios que consideran que los blogs **no aportan conocimientos y/o habilidades profesionales** destacan aquellos bloggers que su actividad laboral está muy alejada de Internet [«Lamentablemente poco tiene que ver mi labor profesional con el mundo de internet», «Trabajo como banquero y escribo acerca de historia clásica... no hay interrelación ni simbiosis posible»] y aquellos que afirman que los blogs no son una herramienta de aprendizaje o de desarrollo profesional [«No. Los Blogs tienden más a un conocimiento informal, consejos, anécdotas ... rara vez ayudan a mejoras conocimientos técnicos o habilidades profesionales», «Sin embargo, no me ha servido de mucho a nivel académico/ profesional en mi sector concreto, ya que soy estudiante de Ciencias Matemáticas y hay pocos blogs que se centren en el tema», «No. Los blogs son una herramienta más en el periodismo y un sinfín de profesiones pero no son, en sí mismos, una mejora de mis conocimientos o habilidades profesionales»]

Las relaciones que mantiene por medio de los blogs, ¿han pasado a la vida real?, ¿ha conocido a algunos de los bloggers con los que se relaciona en persona?

Las relaciones sociales se generalizan a la vida «real», aunque en la mayoría de los casos en grupos con intereses en común. Se forman grupos con intereses profesionales comunes. Los grupos personales o privados son más pequeños, pero no son los más frecuentes: «hemos entablado una amistad bastante fuerte; vaya, es gente con la que puedo contar incluso para asuntos personales, y ellos conmigo. Claro, no con todos me ha pasado esto», «Sí, en varias ocasiones», «(...) he consolidado amistades realmente valiosas... he tenido oportunidad de conocer a personas que viven en mi país (México) y con quienes he comprobado que la afinidad por la escritura traspasa pantallas y distancias», «Una de las cosas buenas de los blogs es que se hacen amigos al compartir un interés común», «(...)He hecho muchos amigos (...)».

Se tienden a conocer «cara a cara» en reuniones más o menos formales, relacionadas sobre todo con el área temática del blog o con el área profesional de interés común: «Conocí gente con la que me había relacionado a partir de blogs profesionales (...)», «He conocido a un par de personas aunque no ha prosperado la amistad, pero si he mantenido el contacto con alguna gente de la que quizá me hubiese alejado», «Afirmativo, en encuentros sobre temas relacionados con la profesión», «Sí, bien quedando personalmente, o bien a través de cursos y congresos», «(...) Conozco a la mayoría de los bloggers gracias a encuentros como la Campus Party, EBE o twittmad», «Las veces que he participado en algún evento con bloggers la experiencia ha sido más que satisfactoria. Pero no deja de ser algo esporádico, seguimos en contacto a través de la Red», «(...) he conocido a algunos bloggers en eventos y quedadas», «Formo parte de una comunidad de bloggers que ya hemos quedado en varias ocasiones para conocernos en el *Mundo Real*. Es fantástico conocer a gente con tus mismas aficiones, te sientes completo».



Considero que hay dos respuestas que podrían **resumir la situación más general** de los encuestados con relación a las relaciones mantenidas en los blogs:

«(...) muchas de las personas que conocía únicamente online han pasado a ser habituales en las reuniones y conferencias a las que asisto, bien en calidad de oyente o de participante. Algunos de ellos se han convertido en amigos»

«Si. Pese a lo "internacional" que pueda parecer los blogs, los bloggers tienden a unirse en grupos locales, y en mi caso he conocido a más de medio centenar de bloggers de mi comunidad autónoma en reuniones, quedadas y congresos. Y no sólo en lo personal, sino en lo profesional, tengo una sociedad mercantil formada por bloggers que nos hemos conocido a través de los blogs».

Entre las personas que consideran que sus **relaciones no se han generalizado** a las relaciones «cara a cara», señalan que la idea de pasar a conocer a otros blogueros «cara a cara» no les ha atraído: «No, no tengo especial interés», «(...) Hasta ahora no me ha atraído demasiado la idea de trasladar a la vida real mis relaciones blogueras», «la información solo utilizo la información en una dirección, yo aprendo pero no pregunto». Otros afirman que realmente las relaciones de su vida han pasado a la vida virtual y no al revés: «Es al revés. Muchas de los amigos de mi vida real se han incorporado a la comunidad en torno a mi blog», «Las relaciones de los blogs era con gente que ya conocía (...)», «No, únicamente comparto mi blog con gente que conozco... no tengo comentarios de gente desconocida, aunque lógicamente desconozco si alguien me lee desde el anonimato», «No, más bien consulto algunos blogs de personas que ya conocía «en la vida real».

¿Qué aspectos de los blogs le parecen más positivos?

Los aspectos más positivos resaltados de los blogs han sido los siguientes:

- La riqueza en contenidos e información actualizada: «(...)son la parte más interesante de la oferta de contenidos», «La posibilidad de encontrar información más o menos organizada, sobre casi cualquier tema (...)», «La información temática», «(...) capacidad de informarse rápidamente de los temas que a uno le interesan (...)», «(...) la interconexión que entre todos los nodos de la blogosfera se hace y que consigue un primer filtro de relevancia para las informaciones que se producen en ella a diario». La obtención de «Un punto de vista distinto sobre las noticias y la velocidad de difusión (...)». En definitiva, «la posibilidad de encontrar un abanico prácticamente infinito de fuentes de información (lo que redundo, si se sabe seleccionar bien, en información de más calidad)».
- La inmediatez, la velocidad, lo económico: «La inmediatez», la «velocidad», «la posibilidad de obtener inmediatamente mucha información sobre cualquier cuestión», «Lo económico», el «Feedback, lo inmediato de las respuestas», «La inmediatez de la comunicación y la respuesta», «La velocidad de estímulo-respuesta».
- La facilidad para publicar y participar en una comunidad con objetivos comunes: «La facilidad de publicación y la posibilidad de participar en una comunidad de intereses».
- El refuerzo y el desarrollo de las relaciones personales: «Facilitan las relaciones sociales, es un medio fácil y cómodo para expresar ideas y conocimientos (...)», «La posibilidad de poder conocer a gentes distintas, de intercambiar opiniones»,



«Socializar con otros usuarios», «La interacción con los lectores», «La posibilidad de interactuar con otros afines».

- La posibilidad de desarrollo personal y profesional: «la posibilidad de crecimiento y reafirmación personal y profesional», «Las oportunidades de trabajo que parten de él», «La posibilidad de tener un curriculum práctico».
- Los diferentes recursos que ofrece: «Los recursos audiovisuales», «(...) contenidos organizados y jerarquizados (...)», «los vídeos y comentarios (...)».
- El desarrollo de capacidades como la reflexión, redacción, trabajo colaborativo y la libertad de expresión.
- Sencillez de funcionamiento y ausencia de habilidades técnicas específicas: «Cualquiera puede abrir uno y expresarse libremente. No se requieren conocimientos técnicos de ningún tipo», «Qué no se necesitan grandes conocimientos de informática para crearlos y por lo tanto cualquiera los puede hacer y su interactividad con el lector gracias a los comentarios. Además, hacer links a otros blogs aumenta el flujo de buena información en la red», «(...) la facilidad de crear uno, el hecho de que la información en ellos contenida sea fácilmente accesible», « (...) la facilidad para comenzarlo».
- La posibilidad de expresarse, compartir y comunicar: «EL COMPARTIR CONOCIMIENTOS, EXPERIENCIA E INFORMACIÓN, DE FORMA DESINTERESADA», «La capacidad de llegar a mucha gente. La facilidad para hacerse oír», «(...) la posibilidad de expresarse en multitud de ámbitos», «Posibilidad de expresión de estados de ánimo», «La posibilidad de comunicarse con los demás y con uno mismo», «La posibilidad de llegar a un gran público de una manera sencilla y directa», «La comunicación», «Posibilidad de comunicación y de expresión».
- La libertad en el intercambio, interacción y expresión: «El intercambio de información entre ciudadanos es fundamental. Es muy positivo para la sociedad que cualquiera pueda opinar públicamente sobre cualquier tema, especialmente cuando se trata de defender nuestros derechos (...)», «Lo mejor de los blogs desde mi punto de vista es la democratización de la información, ya no hace falta ser periodista y formar parte de un gran grupo editorial para llegar a un buen número de gente para que se escuche lo que tienes que decir», «Inmediatez, libertad, diversidad», «frescura, no hay detrás una ideología marcada, sólo por el autor del blog», «La posibilidad de que no haya límites», «la posibilidad de hablar de cualquier cosa y poder dejar comentarios», «La inmediatez, el intercambio y la libertad», «ESCRIBIR LO QUE SIENTES, SABES Y TE APETECE (...)»

¿Qué aspectos del uso de blog considera más negativos?

Como aspectos negativos han destacado los siguientes:

- La falta de seguridad en la red: «El hecho de que pueden atraer a gente obsesionada con ciertos temas, a veces gente muy desequilibrada o agresiva»
- Obtención de información no verificada, exceso de información, repetición: «Exceso de información, repetición de tema», «Información poco contrastada», «Demasiadas "opiniones" que hay que filtrar», «Posibilidad de información y opinión sesgada o poco fiable...», «(...)información falsa», «El exceso de conversación inútil y redundante que hace que te pierdas cuando quieres buscar algo interesante», «Al no



pasar por filtros editoriales, algunos blogs no contrastan suficientemente su información», «falta de rigor, excesiva sensación de medio objetivo cuando es una web de opinión...»,

- Uso inadecuado de la herramienta como medio para difamar o insultar: «El meme de que todas las opiniones son respetables y cualquiera tiene derecho a pontificar, tanto política como culturalmente. Es peligroso potenciar el anonimato y la tendencia al insulto», «Los ataques personales, fundamentalmente por comentaristas anónimos. La falta de rigor en algunos contenidos», «(...) los "trolls", que son los comentaristas que ofenden o molestan», «Comentarios insultantes», «(...) en casos en que se mienta o difame los cuales aún no he conocido», «(...) la falta de educación de algunas personas».
- La falta de originalidad y la duplicación de contenidos: «La mayoría están completamente vacíos en cuanto a originalidad... la moda ha hecho que mucha gente quiera tener un blog, pero casi nadie lo aprovecha para escribir sus propios textos... prácticamente todos los bloggers reescriben noticias viejas o que acaban de salir en una web importante. Hay muy poco que valga la pena leer. »
- Inversión tiempo necesario para su mantenimiento: «Qué hay que dedicarle mucho tiempo tanto a la redacción (...)», «La gran inversión de tiempo que hace falta para mantener el blog de manera constante», «(...)se necesita de tiempo para actualizar el blog (...)».
- El plagio: «La falta de exactitud en los contenidos y la apropiación de contenidos por parte de algunas personas sin respetar la autoría de los mismos», «(...) aquellos blogs que usan el plagio para publicarse y adjudicarse créditos, aquellos que tocan temas delicados y los publican no como ideas públicas, sino para hacer críticas cerradas o señalamientos absurdos... ».
- El ego: el exceso de autoestima y de egocentrismo: «La endogamia y elitismo entre las comunidades de la blogosfera, falta de apertura y transparencia, (...)», «Los comentarios mal pensados, el "ombliguismo": hablar demasiado de uno mismo, de sus amigos blogueros y del propio fenómeno blog».
- Abuso de la publicidad: «El spam, día a día hay que lidiar con los desaprensivos que tratan de colar mensajes publicitarios y/o agresivos o insultantes», «(...) abuso de spam».
- Convertir al lector en pasivo: «Vuelve al usuario un lector perezoso, incapaz muchas veces de leer y asimilar textos más largos que los de los "posts estándar" (...)»
- Dificultad de organización: «la dificultad de organización de las ideas expuestas (aunque a la vez, esto es estimulante)».

¿Qué mejoraría de los blogs?

Algunos aspectos que mejorarían de los blogs destacados han sido:

- Los contenidos, el rigor y el filtro de la información y los plagios: «El rigor (...)», «Que tengan contenidos interesantes. Existe mucha superficialidad», «La redundancia de los temas. En ciertos ámbitos (tecnológicos, por ejemplo) la información es prácticamente idéntica de unos blogs a otros». El filtro y la «(...) supervisión», «La falta de seriedad en la documentación y veracidad de algunos. Pero sobre todo las copias y los plagios. Copiar sin citar fuentes, plagiar con descaros».



- Las posibilidades de organización: «Su adecuada organización en directorios, de modo que fueran más sencillos de hallar por cualquier internauta».
- Mejora del uso de la publicidad y la mejora de su gestión: «El uso de la publicidad» y «Gestión de alternativas de publicación»
- Creación de ranking adecuados: «Creo que no existe ningún buen catalogo o ranking de blogs. A pesar de que hay varios intentos de elaborarlo todos se basan en criterios parciales y no han tenido demasiado éxito».
- El diseño: «El entorno, la apariencia en algunos casos»
- Aspectos técnicos y la facilidad de uso: «Hacerlos cada vez más simples y fáciles de usar.». «Facilitaría los enlaces entre blogs. En España enlazamos poco», «Facilidad en diseño y publicación», «Las herramientas técnicas como deben ser más amigables», «Herramientas informáticas. Gráficos», «DAR UN MEJOR RENDIMIENTO Y MAS ALTERNATIVAS», «Sus plantillas suelen ser muy rígidas y si no conoces nada de programación pueden resultar complicadas de manejar»y, entre otros aspectos, «La velocidad de las cargas»
- Aspectos de la escritura: «LA FORMA DE ESCRIBIR Y REALIZAR APORTACIONES», «Cuidaría la utilización del idioma y la gramática».
- Mejoraría aspectos conductuales de la blogosfera: «Quizás trataría de evitar las suplantaciones de identidad, aunque no por ello eliminaría la posibilidad de comentar de manera anónima», «La actitud de los bloggers, es necesario ser mas abiertos y escuchar al resto de bloggers. Considero que no se confía en los usuarios ni en sus aportaciones, estamos inmersos en una burbuja endogámica y sectaria. Creo en el aprendizaje transversal y multidisciplinar, la blogosfera no debería por barrios»

Es significativo los bloggers que afirman que no cambiarían nada de la herramienta: «Nada de particular, creo que están bien como están, aunque no dudo que en los próximos años surgirán novedades que los mejoren significativamente. », «Nada, están muy bien como están. Hay blogs mejores y otros peores, pero es algo que depende del blogger y no del blog», «Nada. El blog es un espacio de libre expresión (siempre que quede el respeto y la educación en esta expresión). Cada uno hace lo que quiere. Nadie te obliga a ir a verlo, así que no se puede mejorar el concepto. Le pertenece a cada uno mejorar su propio espacio. »

5. CONCLUSIONES

La web 2.0 pone a nuestra disposición herramientas que facilitan la participación y la colaboración. Los blogs son espacios abiertos que facilitan puntos de encuentro, de intercambio de opiniones y creación de nuevas redes sociales. *Bloguear* es un nuevo alfabetismo que facilita el proceso de enseñanza-aprendizaje integrado en su contexto social. Al utilizar los blogs como recurso didáctico facilitamos la conexión del aula con lo que ocurre fuera de ella. Podemos considerar que la acción de *bloguear* supone la creación, transmisión y comunicación de contenidos a través de diferentes textos y formatos. Es un ejemplo claro del nuevo paradigma que supone la Web 2.0, de la nueva concepción del mundo de la segunda mentalidad, que considera que el mundo actual es significativamente diferente de cómo era antes de la aparición de las nuevas tecnología. Se fundamentan en la filosofía de la Web 2.0, en la nueva escala de valores basada en la participación, colaboración, inteligencia colectiva, divulgación del conocimiento, espacios abiertos de



opinión, en la autoridad distribuida y no centralizada en la figura de autoridad y en la generalización de las prácticas sociales a diferentes ámbitos.

Así lo entienden la mayor parte de los propietarios y usuarios de blogs entrevistados, en su mayoría hombres, con 37,59 años de media de edad, de entre 30 y 39 años, con estudios superiores y de profesiones científicas e intelectuales, que dedican entre 30 minutos y 2 horas al día a escribir y/o leer en blogs. Un porcentaje pequeño de los entrevistados mantiene el blog desde sus inicios (8,7%), sólo el 15,7% lo hace desde antes del 2004 y la mayoría participa o es propietario de un blog desde antes del 2008. Los blogueros entrevistados, un 48,2%, tienen perfiles profesionales científicos de muy diferentes ramas (salud, de la enseñanza de ESO, primaria, profesores de universidad, profesionales de tecnología de la información y las comunicaciones, de Derecho, Ciencias sociales y culturales). Encontramos también que el perfil profesional de parte de muestra es un perfil técnico, el 18,2% son profesionales Técnicos y profesionales de nivel medio (consultores, técnico informático, desarrolladora web, diseño gráfico, divulgadora científica, gestores, traductores, diseñador web, técnicos de laboratorio, investigación, etc.). La mayor parte de los profesionales (69,9%) son licenciados (57,8%) y doctores (12,1%). Por otra parte, se puede afirmar que para mantener un blog activo, el bloguero necesita dedicarle bastante tiempo, es una actividad absorbente. Se observa que el 28,5% dedican a la atención del blog entre 30 minutos y 2 horas al día y que el 14% le dedica entre 2 y 4 horas diarias.

Estos datos nos muestran que el blogueo es una actividad que ha ido aumentando a lo largo de los últimos años, aunque no podemos afirmar que los blogs tengan una elevada longevidad, puesto que hemos comprobado que en su mayoría son blogs recientes. Sería conveniente corroborar, en un estudio longitudinal, si estos blogs se mantienen a lo largo del tiempo o son sustituidos por el uso de otras herramientas de comunicación; es decir, sería interesante comprobar las posibles razones que expliquen la mortalidad de los blogs. El tiempo de dedicación necesario para el mantenimiento de un blog, puede ser una explicación de la mortalidad de los blogs. Asimismo, si tenemos en cuenta los datos que indican que mayoría de los blogueros permiten hacer comentarios y realizan un seguimiento de la actividad y de las participaciones que se desarrollan en su blog (responden a los comentarios y siguen las cadenas que se forman) y que incluso filtran los comentarios que consideran inadecuados, podríamos afirmar que mantener un blog de forma adecuada implica una gran dedicación.

Los blogueros clasifican las **relaciones** generadas y mantenidas, por medio de los blogs, como sociales y personales (39,45%) y, en segundo lugar, las consideran relaciones socioprofesionales (28,52%). Sólo el 26,17% afirma que sus relaciones son exclusivamente profesionales. La mayoría de los entrevistados valoran que las relaciones forjadas en los blogs tengan una connotación social además de profesional. El uso de los blogs sin un vínculo social carecería de sentido.

Las relaciones sociales traspasan el espacio virtual, se generalizan a la vida «real», llegan a convertirse en la mayoría de los casos en relaciones «cara a cara». El 70,8% afirman que han conocido a algunos de los blogueros, llegando a relacionarse con ellos en persona. Es importante aclarar que en la mayoría de los casos se forman grupos con intereses comunes, ya sean profesionales o de ámbito más personal, pero siempre responden a un objetivo compartido por el grupo. Se tienden a reunir en situaciones más o menos formales, relacionadas sobre todo con el área temática del blog o con el área profesional de interés común como son: conferencias, eventos, encuentros como la Campus Party, EBE o twittmad



o en otros eventos de blogueros. En algunos casos, estas relaciones profesionales, generalizadas a relaciones «cara a cara», han llegado a una relación de amistad, sin embargo no es lo más frecuente. A pesar de ser una herramienta internacional –como afirma uno de los blogueros– se ha observado que las relaciones más cercanas se organizan en grupos pequeños, sólo manejan relaciones de amistad con redes básicas formadas por un reducido número de personas. Estos datos pueden ser un reflejo de nuestras limitaciones cognitivas que nos impone fronteras en las redes sociales que somos capaces de mantener, como afirma Robin Dunbar.

Es significativo señalar que la mayoría de los entrevistados (91%) manifiesta que la participación en los blogs le ha proporcionado **satisfacción personal**. Sólo un porcentaje muy bajo considera que no ha sido una actividad satisfactoria desde un punto de vista personal, debido a que valoran el blogueo como una actividad exclusivamente profesional. El blog ha sido considerado un medio de apoyo y colaboración, que ha supuesto una fuente de enriquecimiento personal. El uso de los blogs les ha permitido: establecer relaciones interpersonales interesantes, recuperar antiguas amistades, crecer personalmente, compartir amigos, intercambiar experiencias y expresar emociones y pensamientos. En algunos casos, se considera una verdadera herramienta terapéutica que les ha ayudado a la superación de problemas personales. En definitiva, los blogs cumplen con uno de los principales objetivos que defiende la filosofía de la Web 2.0.: permiten compartir, colaborar y expresarse libremente.

La mayor parte de los blogueros considera que la participación en esta herramienta le ha aportado **conocimientos y/o habilidades profesionales (87,5%)**. Sólo el 12% afirma que la participación en los blogs no le ha aportado conocimientos o habilidades profesionales. Los blogs permiten colaborar, participar, compartir información, contrastar opiniones, debatir, generar contactos, conocer clientes, darse a conocer. Los blogs, en muchos casos, es una fuente principal de promoción profesional que permite una comunicación e interacción profesional, promocionarse, mejorar competencias y conocimientos y por tanto, darse a conocer, crear una red de contactos e incluso desarrollar un negocio o empresa propia. La blogosfera abre nuevas posibilidades de interacción y de información. En definitiva, se ha destacado la actividad de bloguear como facilitador del desarrollo de habilidades o competencias profesionales y/o académicas. Señalan que les ha ayudado en: un ámbito cognitivo y organizativo, en la adquisición de información y conocimientos, el mantenimiento de la información adquirida, la práctica docente, el desarrollo de competencias relativas a la creatividad y la investigación, así como el desarrollo de habilidades sociales. Se ha señalado que postear mejora la escritura y el estilo de redacción. Algunos de los entrevistados, afirman que escribir en el blog les ha obligado a perfeccionar y cuidar el estilo de redacción e incluso les ha facilitado la mejora de la ortografía. Por otra parte, se destaca el aprendizaje de aspectos técnicos concretos, como es el manejo de herramientas, lenguajes de programación, gestión de CMS, html y css, aprender a usar otros sistemas operativos como Linux, Unix y MacOS, gestores de contenidos (Wordpress), entre otros.

Sólo, en algunos casos, se afirma que los blogs **no aportan conocimientos y/o habilidades profesionales**, entre estos casos destacan aquellos blogueros que su actividad laboral está muy alejada de Internet y aquellos que consideran que los blogs no son una herramienta de aprendizaje o de desarrollo profesional. En su mayor parte, los usuarios entrevistados, tienen un blog personal y/o profesional, permiten hacer comentarios en su blog, hacen un



seguimiento de los post publicados, responden a los comentarios, los siguen e incluso, en ciertos casos, se filtran aquellos *post* que se consideran inadecuados. No esperan **remuneración o fama**, se sienten suficientemente recompensados con el simple hecho de ser leídos, aunque algunos de los blogueros afirman que de alguna manera esperan fama o remuneración.

Entre los **aspectos positivos** de los blogs han destacado su capacidad como herramienta democratizadora de las relaciones y de la comunicación y expresión. Los blogs son considerados como un instrumento que permite la comunicación y la expresión en libertad, que facilita la adquisición de información y contenidos actualizados. Se encuentra de forma rápida información sobre cualquier tema, actualizada y organizada, se ofrece interconexión entre todos los nodos de la blogosfera, proporcionándonos un filtro sobre las informaciones que se producen a diario sobre un tema concreto. Además, se obtiene diferentes puntos de vista sobre un asunto, enriquecimiento enormemente la información y la formación. Se ha resaltado su agilidad, inmediatez, su gratuidad, su facilidad para publicar artículos y opiniones y su capacidad para permitir formar parte en una comunidad virtual con objetivos comunes. Destacan la capacidad de los blogs para generar relaciones socioprofesionales y mantenerlas en el tiempo, conocer personas con intereses comunes con quien intercambiar opiniones e interactuar. Los blogs nos permiten *llegar a mucha gente, hacerse oír, comunicarse con los demás y con uno mismo*. Subrayan la posibilidad que nos ofrecen para crecer y reafirmarnos personal y profesionalmente, aportando oportunidades laborales. Además, postear facilita el desarrollo de capacidades como la reflexión, redacción, trabajo colaborativo y la libertad de expresión. No se puede olvidar la facilidad de uso y la ausencia de conocimientos técnicos específicos para utilizarlos, aspecto muy valorado en la Web 2.0.

Los principales **inconvenientes** resaltados están relacionados con el exceso de información, pero sobre todo por la falta de rigor y de filtro previo de la información publicada y el exceso de conversaciones poco interesantes y redundantes. Incluso se ha criticado el exagerado uso de algunos blogs como medio exclusivamente de intercambio de opiniones sin verificación. La tendencia en algunos blogueros de utilizar la herramienta para difamar e insultar, es otro de los aspectos criticados. Han destacado lo peligroso que puede ser usar estos medios para fomentar el insulto respaldándonos en el anonimato. Recalcan el plagio, es decir la «(...) falta de exactitud en los contenidos y la apropiación de contenidos por parte de algunas personas sin respetar la autoría de los mismos» y la adjudicación de ideas sin respetar la autoría y la falta de originalidad. Llegan a afirmar que «la moda ha hecho que mucha gente quiera tener un blog, pero casi nadie lo aprovecha para escribir sus propios textos... prácticamente todos los blogueros reescriben noticias viejas o que acaban de salir en una web importante. Hay muy poco que valga la pena leer». Otros inconvenientes descritos han sido: La necesidad de invertir bastante tiempo para su mantenimiento y en su actualización. Para que un blog tenga calidad suficiente, es necesario invertir tiempo. La personalidad egocéntrica de alguno de los blogueros, el exceso de autoestima o la tendencia al egocentrismo, descrito en algún caso como la predisposición a «hablar demasiado de uno mismo, de sus amigos blogueros y del propio fenómeno blog». Otros elementos consideramos como negativos, han sido: El abuso de la publicidad o *spam*, la posibilidad de convertir al lector en *perezoso*, en lector pasivo, la dificultad de organizar la información y los problemas relativos a la seguridad de la red.

La mayoría de las **mejoras sugeridas** para la herramienta están dirigidas a aspectos técnicos y a su funcionalidad: posibilidades de organización en directorios, facilitar la publicación de



manera más sencilla, mejorar el rendimiento y las alternativas de funcionamiento, flexibilizar las plantillas. Además, se resalta el interés por mejorar la calidad de los contenidos, el rigor, la veracidad, originalidad y seriedad de la información, así como, por eliminar el plagio. Otros aspectos comentados han sido: el diseño del entorno y la apariencia, la mejora de la gestión de la publicidad y la «gestión de alternativas de publicación», mejora de la comunicación escrita, del uso de la gramática y la mejora de aspectos conductuales de la blogosfera, como son: «(...) evitar las suplantaciones de identidad, (...)» y la tendencia egocéntrica de algunos blogueros «(...) ser más abiertos y escuchar al resto de blogueros (...)». Sin embargo, es significativo destacar que son muchos los blogueros que consideran que, como herramienta, los blogs no tienen nada que cambiar: «Nada, están muy bien como están. Hay blogs mejores y otros peores, pero es algo que depende del bloguero y no del blog»,

Se puede concluir que los blogueros evalúan de forma muy positiva las interacciones sociales –que se generalizan a la «vida real»– y las oportunidades profesionales y académicas que les ofrece la blogosfera. De las entrevistas realizadas, se ha observado que sólo una parte muy pequeña de los blogueros utilizan los blogs exclusivamente como medio profesional, en la mayoría de los casos, los blogs suponen un medio de satisfacción personal y de beneficio profesional. Es considerado uno de los medios más innovadores y enriquecedores de la web 2.0. y puede ser un medio que facilite el desarrollo y la adquisición de competencias profesionales y/o académicas: creativas, de investigación y de docencia, sociales, organizativas y de gestión. Es un medio idóneo para la adquisición de información y de conocimientos específicos de un área de interés, para facilitar la gestión de la docencia y la evaluación de los estudiantes. La acción de bloguear facilita la organización del pensamiento y de las ideas, ayuda a organizar conferencias y discursos. En definitiva, los blogs apoyan la gestión de nuestras profesiones, la adquisición de conocimiento, el desarrollo de competencias creativas, de investigación y docencia, además de facilitar la mejora de las habilidades interpersonales.

Los blogs son un medio que permite el intercambio, interacción y expresión en libertad, donde los ciudadanos pueden opinar y defender sus derechos. Ha sido clasificado como un medio *fresco*, donde la ausencia de barreras facilita la comunicación, siempre que se respeten los límites establecidos desde la perspectiva de la consideración y respeto interpersonal.

En síntesis, el uso de blogs, en el ámbito educativo, puede facilitar la adquisición, el desarrollo y el mantenimiento de habilidades sociales, técnicas, académicas y profesionales, puesto que es una herramienta de colaboración, participación que permite compartir información actualizada, contrastar perspectivas y opiniones y debatir. Además, aprender a publicar y utilizar blogs, facilita el desarrollo de competencias digitales relativas a la Web 2.0, como afirma uno de los blogueros encuestados: «(...) yo era un analfabeto digital y al empezar a escribir y publicar blogs ha mejorado notablemente mis competencias digitales». Sobre la base de los resultados obtenidos, se decide publicar un blog para la asignatura del Título de Grado de Educación Social para el próximo curso académico 2009-2010.

Desde esta investigación se ha pretendido ampliar los conocimientos sobre el funcionamiento de los recursos en Red. Los datos obtenidos pueden servir de base para el diseño de investigaciones posteriores que respondan a cuestiones como que han quedado abiertas: ¿Cuáles son las causas de mortalidad de los blogs? ¿Es fiable la información que



publican? ¿Serán sustituidos por otros tipos de recursos en Red? ¿Qué diseño debe tener un blog para lograr que refuerce un aprendizaje colaborativo?

Es evidente que no podemos entender la acción de *blogging* separada de su contexto social. La blogosfera se define por su actividad participativa y de colaboración. El uso de los blogs supone participar en la creación y la publicación de *post* colectivos. La blogosfera es un ejemplo claro de entorno de aprendizaje colaborativo desde la perspectiva del construccionismo social. Al igual que en la pedagogía construccionista, partimos de una concepción del *blogging* donde los usuarios construyen significados juntos y se enriquecen y evolucionan por medio de la cooperación en red. Podemos afirmar que los blogs suponen un entorno donde se comparte información y conocimiento, donde la presentación colectiva de contenidos puede facilitar la adquisición de nuevos conceptos y el enriquecimiento de nuestro repertorio actual. Sobre este marco, sería interesante estudiar si el uso de los blogs refuerza los diferentes tipos de conexiones necesarias para producir aprendizaje colaborativo: neuronales, cognitivas y sociales.

Desde la Educación es conveniente conocerlos y estudiarlos para llegar a comprender su utilidad desde una perspectiva de colaboración y de participación democrática en Internet. Como medio de comunicación e interacción, de consulta y de intercambio de conocimiento, los blogs nos ofrecen grandes posibilidades. Algunos autores han resaltado la evidencia de que el *movimiento blog* es real y que está evolucionando, no sabemos si a formas más sociales como las redes sociales (Facebook, My Space, etc.) o hacia otros entornos que refuerzan la escritura más concreta como los *Twitter*. Ninguna de ellas incompatible con los blogs, sino complementarias y enriquecedoras mutuamente.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALIANZO (2009). Blog Alianzo. Puede consultarse en: <http://www.alianzo.com/en/top-blogs/>. [Consultado: 31 enero de 2011]

BARKLEY, E.F., CROSS, K.P. y MAJOR, C.H. (2007). *Técnicas de aprendizaje colaborativo. Manual para el profesorado universitario*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia y Morata.

BRUFFE, K.A. (1995). Sharing our toys: Cooperative learning versus collaborative learning. *Change*, 27 (1), 12-18.

DUNBAR, R. (2010). *How Many Friends Does One Person Need? Dunbar's Number and Other Evolutionary Quirks*. London. Faber.

FREIRE, P y MACEDO, D. (1987). *Alfabetización. Lectura de la palabra y lectura de la realidad*. Barcelona: Paidós y Ministerio de Educación y Ciencia.

GARCÍA LLAMAS, J. L., GONZÁLEZ GALÁN y BALLESTEROS VELÁZQUEZ, B. (2001): *Unidad didáctica de Pedagogía: Introducción a la Investigación en Educación (Tomo I y II)*. Madrid: Universidad de Nacional Educación a Distancia.

GEE, J.P (2004). *Lo que nos enseñan los videojuegos sobre el aprendizaje y el alfabetismo*. Málaga: Enseñanza Abierta de Andalucía. Ediciones Aljibe.



- JOYCE, B., WEIL, M. y CALHOUN (2006). *Modelos de enseñanza*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- LANKSHEAR, C. y KNOBEL, M. (2006). Blogging as Participation: The active sociality of a new literacy. *American Educational Research Association Annual Meeting*, En: <http://www.geocities.com/c.lankshear/bloggingparticipation.pdf>. [Consultado: 31 enero de 2011]
- LANKSHEAR, C. y KNOBEL, M. (2008a). *Nuevos alfabetismos. Su práctica cotidiana y el aprendizaje en el aula*. Madrid: Ediciones Morata, S.L.
- LANKSHEAR, C. y KNOBEL, M. (2008b). The «twoness» of learn 2.0: Challenges and prospects of a would-be new learning paradigm. *Learning 2.0: From Preschool to Beyond*, Montclair. En: http://www.geocities.com/c.lankshear/Montclair_Talk [Consultado: 31 enero de 2011]
- LIPPONEN, L. y LALLIMO, J. (2004). Assessing applications for collaboration: from collaboratively usable applications to collaborative technology. *British Journal of Educational Technology*, 35 (4), pp. 433-442. En: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.0007-1013.2004.00402.x/pdf>. [Consultado: 31 enero de 2011]
- MARLOW, C. (2010). *Overstated. Maintained Relationships on Facebook*. Weblog de Cameron Marlow. En: <http://overstated.net/2009/03/09/maintained-relationships-on-facebook>. [Consultado: 31 enero de 2011]
- MATTHEWS, R.S. (1996). Collaborative learning: Creating knowledge with students. En Svinicki, M.D. (Ed.), *The changing face of college teaching* (pp. 19-30). New Directions for Teaching and Learning. San Francisco: Jossey-Bass.
- ONRUBIA, J., COLOMINA, R. y ENGEL, A. (2008). Los entornos virtuales de aprendizaje basados en el trabajo en grupo y el aprendizaje colaborativo. En Coll, C. y Monereo, C (Eds.). *Psicología de la educación virtual*. (pp. 233-252). Madrid: Morata.
- TECHNORATI (2008). State of the Blogosphere 2008. En: <http://www.technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/>. [Consultado: 31 enero de 2011]
- TECHNORATI (2009). State of the Blogosphere 2009. <http://technorati.com/blogging/article/state-of-the-blogosphere-2009-introduction/>. [Consultado: 31 enero de 2011]
- TECHNORATI (2010). State of the Blogosphere 2010. En: <http://technorati.com/blogging/article/state-of-the-blogosphere-2010-introduction/>. [Consultado: 31 enero de 2011]
- THE BOBs (2008). Edición de los Premios Internacionales de Weblogs de la Deutsche Welle. Puede consultarse en: <http://www.thebobs.com/>. [Consultado: 31 enero de 2011]
- VIGOTSKY, L.S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- WELLMAN, B. y GULIA, M. (1997). *Net Surfers Don't Ride Alone: Virtual Communities as Communities*. *Communities in Cyberspace*. Berkeley: Univ. California Press. En:



<http://homes.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/netsurfers/netsurfers.pdf>

[Consultado: 31 enero de 2011]

WELLMAN, B., SALAFF, J., DIMITROVA, D., GARTON, L., GULIA, M. y HAYTHONTHWAITE, C. (1996). Computer networks as social networks: collaborative work, telework, and virtual community. *Annual Review of Sociology*, 22, 213-238.

WIKIO BLOG. YOU ARE THE MEDIA. Top 20 de los blogs más influyentes de Europa. En: <http://blog.wikio.com/es/2008/01/top-20-de-los-b.html>. [Consultado: 31 enero de 2011]

Para citar este artículo:

SANTOVEÑA, S. M. (2011) «Análisis socioeconómico del blogueo como actividad alfabetizadora y colaborativa» [artículo en línea]. EDUTEC, Revista Electrónica de Tecnología Educativa. Núm. 35 / Marzo 2011. [Fecha de consulta: dd/mm/aa].

<http://edutec.rediris.es/revelec2/revelec35/>

ISSN 1135-9250.

