

La influencia de los blogs en España

Enviado el lunes, 16 de abril de 2007 7:55

Recogemos en este blog una información que se acaba de publicar en la mayoría de los periódicos españoles, en la que se presentan datos de la influencia que tienen los blogs en España.

La influencia sobre el consumo de los españoles de uno de los fenómenos de mayor crecimiento en la red de Internet, los blogs, alcanza ya a más del 40 % de sus usuarios o, lo que es lo mismo, a entre 600.000 y 800.000 personas.

La compañía 'Zed Digital', especialista en márketing en Internet, publicó hoy un estudio según el cual "un 44,1 % de los lectores de blogs" en España "aseguran estar dispuestos a cambiar su marca habitual si leyeran algún comentario negativo" a través de este canal de información.

De hecho, un 41 % ya lo ha hecho en alguna ocasión, según el estudio, que ha encuestado a 2.000 personas, lectores o creadores de blogs, cuyas edades están entre 14 y 54 años.

Un reciente informe de la Fundación Telefónica situaba el número de bloggers españoles en torno a los dos millones de personas (la cifra de usuarios superaba ese límite y la de creadores de estas web no alcanzaba, por poco, este número).

Otras fuentes aportan cifras cercanas al millón y medio cuando estiman el número de usuarios de blogs en España, pero todos los consultores están de acuerdo en que este fenómeno experimenta un permanente crecimiento.

Teniendo en cuenta estos datos numéricos, sometidos todavía a debate entre los estudiosos y muy probablemente en proceso de crecimiento, el porcentaje aportado por el estudio de 'Zed Digital' situaría entre 600.000 y 800.000 el número de consumidores que ven afectados sus hábitos de compra por el contenido de estos canales de comunicación.

Un blog es una página web particular en la que una o más personas opinan de modo individual y mantienen un diálogo público a través de la red con sus lectores.

Fernando Carrión, experto de Microsoft, expuso hoy en la presentación del citado estudio que hay más de 70 millones de usuarios de los blogs en el mundo y que cada cinco meses se dobla el número de personas que participan en estas comunidades virtuales.

Fernando Manuel Redondo, presentador del estudio de 'Zed Digital', apuntó hoy por su lado que "este es el fenómeno de moda en internet", aunque su existencia es de unos diez años.

Según el estudio, se trata de un fenómeno al que son más aficionados los "veteranos" en la red (está concentrado en un 77,3 % en los que llevan más de cinco años navegando) y está asociado en la mente de los internautas con valores como independencia y participación. El 90 % de los bloggers consulta páginas en español.

El estudio apunta a dos tipos de creadores de blogs, los que buscan simplemente expresarse y que no tienen gran motivación y los que convierten su página web en un medio de comunicación.

Estos segundos encajan con el 12 % de los bloggers para los que esta actividad es una parte muy importante de su vida y probablemente también con ese 15 % que acude a los blogs a diario y quizá con el 29 % que utiliza su propio nombre, y no un seudónimo, cuando escribe en estas páginas.

Fernando Carrión, de Microsoft, recordó que en la red "hemos pasado del entorno individual y estático, en el que uno navegaba a través de links y páginas sucesivas", a la web 2.0, en la que las conexiones de banda ancha y los cambios tecnológicos permiten la conexión en comunidad y la personalización de las webs.

Los blogs son el mejor ejemplo de esta segunda oleada de internet, la red en comunidad, de la que forman parte también los vídeos, los agregadores de noticias u otro fenómeno de moda, Second Life, que recrea la realidad en un mundo virtual en el que cualquier internauta puede vivir... a través de una personalidad virtual.

Fuente:

<http://www.lavanguardia.es/gen/20070412/51328686417/noticias/los-blogs-son-decisivos-en-el-consumo-de-unos-800.000-espanyoles-internet-microsoft-fundacion-telefonica-madrid.html>