

Algunos apuntes en torno a la blogósfera de historia de México

IÑIGO FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ*

Universidad Panamericana

RESUMEN

En México se carece de trabajos que versen sobre la blogósfera de historia nacional. Para la realización de esta tarea, se utilizó el modelo de investigación desarrollado por Puschmann, marco que sirvió para el planteamiento de las siguientes preguntas de trabajo: ¿cuál es el perfil de los blogueros que escriben sobre historia de México? ¿Con qué propósito lo hacen? y ¿sus blogs tienen más un carácter informativo o comunicativo? Dar respuesta a estos cuestionamientos requiere, además, revisar de qué manera, y por qué canales, los blogueros y los lectores interactúan.

Palabras clave: Blog, Bloguero, Blogósfera, Historia de México, Puschmann

ABSTRACT

In Mexico there is a lack of works related to the national history blogosphere. To perform this task, was used the research model developed by Puschmann, which served to frame the approach of the following working questions: What is the profile of bloggers who write about history of Mexico? For what purpose they write? and Are their blogs are more informative or communicative? The response of these questions also required a review of how, and by what channels, bloggers and readers interact.

Key words: Blog, Blogger, Blogosphere, History of Mexico, Puschmann

* Doctor en documentación por la Universidad Complutense de Madrid, maestro en historia por la Universidad Iberoamericana y profesor-investigador de la escuela de comunicación de la Universidad Panamericana, campus Ciudad de México. Correo electrónico: inigus2002@gmail.com

INTRODUCCIÓN

El presente texto surge de la necesidad de comprender cómo se vinculan hoy en día la historia, en cuanto al estudio y escritura del pasado, y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). En un principio, el ejercicio puede ser cuestionado en su deseo por comparar dos ámbitos que, por naturaleza, son opuestos. Si bien es cierto que tanto la historia como las TIC son parte constitutiva de la sociedad y que parten del presente en su deseo por recabar información, guardarla y comunicarla, lo cierto es que sus perspectivas son diferentes: en tanto que la primera posa su mirada hacia lo pretérito y sus restos, la segunda señala continuamente hacia un futuro que se manifiesta, al menos en apariencia, como ilimitado.

La afirmación anterior parece ser el reconocimiento de una brecha insalvable entre dos espacios, con intereses tan opuestos, que están imposibilitados para generar y mantener un vínculo entre sí. Sin embargo, Yehya (2008: 14) explica que la historia y las TIC si pueden interactuar y relacionarse, pero que ello debe darse en el espacio de la tecnología en su calidad de “[...] proceso que ha logrado penetrar en todos los ámbitos de la vida y la cultura, adquiriendo enorme complejidad [...]”. Este ejercicio no debe ser considerado como una pérdida de la especificidad de la disciplina histórica, por el contrario, es un paso hacia la multidisciplinariedad, entendida como “la ampliación y consolidación de los saberes que hasta ahora han estado fragmentados” (Pálau, 2008: 4).

En el caso mexicano, desde la década de los años noventa del siglo xx las prácticas de producción de los historiadores se han visto afectadas de manera positiva por los avances de la tecnología al menos en dos ámbitos. Primero, con la creación de bases de datos documentales cuya consulta pronto pasó de las terminales in situ a las redes computadoras personales. Segundo, y más reciente, con la digitalización de los documentos, labor que permitió a los estudiosos de la historia adquirir de manera gratuita, o a veces a bajos costos, textos que de otra manera les hubiera sido imposible consultar. Los dos casos más reconocidos son la Colección Digital de la UANL, acervo que permite a los investigadores acceder y descargar sin costo documentos impresos entre los siglos xvi y xix; y la Hemeroteca Nacional Digital de México, que, además de la gratuidad en acceso y descargas, cuenta con casi mil periódicos y nueve millones de

páginas digitalizadas (Hemeroteca Nacional Digital de México, n.d.), gran parte de ellas correspondientes a publicaciones editadas entre mediados del siglo XVIII e inicios del XX.

Los historiadores han encontrado en las TIC y en la internet, entendida como una de las condiciones necesarias de ser de éstas, usos diversos que van más allá de los antes señalados. Uno de ellos es, sin lugar a dudas, el de los blogs o bitácoras, espacios virtuales que brindan a los estudiosos del pasado la posibilidad de expresar y compartir con otros sus ideas y posturas ante lo pasado.

Desde la aparición de los primeros blogs en 1994 (Gurak. *et al.*, 2004) han sido varios los caminos seguidos para definirlos. Lucas (2000: 104) afirma que se trata de una nueva tecnología de comunicación o de información, según el uso que se le dé; en tanto que Boyd (2006) señala que no son pocos los que los consideran como “un género de mediación computacional”, y añade que se trata de una actividad que involucra la producción de contenido digital con el deseo de compartirlo asincrónicamente con un cierto tipo de audiencia. Por su parte, Grumbrecht, Nardi y Schiano (2004: 1) al igual que Herring, Scheidt, Bonus y Wright (2004: 1) los definen como páginas web que se actualizan constantemente con una serie de historias archivadas en orden inverso al cronológico.

Si se sigue el camino trazado por Herring, Scheidt, Bonus y Wright en el sentido de que un blog es un espacio virtual en el que la información se organiza en un orden que va de lo reciente hacia lo antiguo; Cervera (2006: 12) establece que, además, debe reunir una serie de elementos estructurales para que sea definido como tal: una serie de historias —*posts*— que son la unidad básica del blog y que deben contar con su propia dirección URL, o *permalink*; un archivo de las historias anteriores; un apartado para comentarios de los lectores; una lista de ligas a otros blogs, o *blogroll*; elementos multimedia y canales web para la difusión.

A pesar de que en los últimos años los blogs han crecido como nunca antes en la historia al ofrecer a los individuos la posibilidad de conquistar el ciberespacio y de hacer oír sus voces (Yehya, 2008), es de destacar que en México no es una actividad primordial entre los internautas. Según la AMIPCI (2012), sólo el 16% de ellos tiene como actividad primordial el acceso, creación y mantenimiento de blogs. Ello permite entender porque no se han realizado análisis profundos en torno al estado que guarda la

blogósfera de historia de México a pesar de que esta tuvo su mayor crecimiento entre los años 2008 y 2009 (Castro, 2011). Este es justo el punto de partida del presente estudio.

Como punto de partida se tomó el modelo sobre la investigación de blogs que Puschmann ha desarrollado (2012: 78) y que establece que esta tarea debe comprender cuatro parámetros: los campos, en este caso los de la comunicación y la historia; una metodología basada en el modelo antropológico del “observador participante”, a través de la aplicación de cuestionarios y la revisión de las bitácoras; una conceptualización implícita, el bloguerismo como práctica, y una serie de preguntas de investigación, en este caso: ¿cuál es el perfil de los blogueros que escriben sobre historia de México? ¿Con qué propósito lo hacen? y ¿le dan a sus *blogs* más un carácter informativo o comunicativo?

Para aplicar esta metodología, se trabajó con una muestra tomada de *Cliotropos*. Creado por Felipe Castro¹ a finales del 2007, este blog ha hecho una labor digna de reconocimiento pues ha dado cuenta de las distintas maneras en las que la historia y la tecnología se relacionan y, en ese sentido, ha dado un lugar muy especial al tema de los *blogs*. Desde el 2008 ha publicado varios *posts* sobre la situación anual de la blogósfera de historia mexicana en los que comparte y comenta los perfiles de las bitácoras antiguas y las de reciente aparición.

Como consecuencia de lo anterior, se creó una base de datos de *blogs* entre diciembre de 2012 y enero de 2013, en función de dos criterios: que trataran de la historia de México y que estuvieran redactados en español.² La base de datos quedó compuesta por 39 *blogs* personales y 2 *k-logs* que a continuación se ennumeran (los asteriscos indican que sus autores también contestaron una encuesta de formato electrónico):

¹ Felipe Castro es, además, miembro del comité científico de Hypotheses.com y el creador de H-México, el K-log más importante que tienen los historiadores en México y que, en gran medida, les ayuda a mantener contacto entre sí y difundir sus actividades, necesidades y trabajos académicas.

² Hubo dos blogs que a pesar de que cumplían estos requisitos, fueron descartados. El “Blog Bicentenario” por contar sólo con dos entradas y “Aculco lo que fue y lo que es” porque fue dado de baja mientras se realizaba la investigación.

1. Aportaciones histórico taurinas mexicanas
2. Artes e historia de México
3. Ayer y hoy de la Iglesia católica en México
4. Bibliofilia novohispana*
5. Cabezas de Águila
6. Caleidoscopio histórico: formas y colores de la historia
7. Cine silente mexicano*
8. Clionáutica*
9. Clíoregio
10. Clioscopia*
11. Cliotropos*
12. Crónica de Torreón*
13. Cuadernos de notas*
14. El Bable. El pasado perfecto del futuro incierto del verbo vivir*
15. El blog de Homero Adame*
16. El Presente del Pasado
17. El reino de todos los días
18. El Señor del Hospital. La Microhistoria Regional en Salamanca
19. Espejo de mudanzas. Blog de historias varias
20. Facetas históricas*
21. Fotógrafos de la Revolución*
22. Historia de general Cepeda
23. Historia, crítica, política

24. Idólatras y herejes en el México colonial
25. La Batalla de Monterrey, 1846*
26. La gula de Clío*
27. La Nao va*
28. Leo gente muerta
29. Leyendas mexicanas*
30. Los protagonistas. Fotógrafos en México*
31. Mayistas*
32. Monedas de México
33. Patrimonio Huichapan
34. Pedro Ángeles
35. Peregrinaciones en el pasado*
36. Policromía de la historia y un poco más*
37. República de las palabras: cultura, historia y algo más...
38. Tlamatqui
39. Tarjetas postales en profundidad*
40. Toda historia es contemporánea
41. Un historiador y sus viajes

Entre febrero y marzo del 2013 se procedió a revisar cada uno de ellos tomando en consideración elementos formales propios de un *blog*: alojamientos, archivos, comentarios, ligas a otras páginas, multimedia, tags, redes sociales, suscripciones..., así como otros que responden a los intereses de esta investigación: fechas de apertura y de inactividad, interacción con otros *blogs* de la muestra estudiada, temáticas, frecuencia de los comentarios.

A manera de complemento, y siguiendo el modelo metodológico de Puschmann, se elaboró una encuesta para los propietarios de los *blogs* que ayudara a obtener información complementaria sobre su formaciones académicas, edades, motivos que les llevaron a abrir o dejar sus bitácoras y, también, la interacción que sostienen con sus lectores y otros blogueros. El cuestionario se envió a los responsables de 36 *blogs*, pues hubo 5 a los que no fue posible contactar, y se les dio un plazo de tiempo para responder comprendido entre el 21 de marzo y el 5 de abril de 2013. A 28 se les remitió por correo electrónico, a 5 por Facebook y a 3 por Twitter.

El 58% de los encuestados lo respondió (20 en total, de los cuales 5 son propietarios de *blogs* inactivos);³ de ellos, el 90.9 lo hizo por correo electrónico mientras que el 9.1% por Facebook. Ninguno de los contactados por Twitter envió sus respuestas.

RESULTADOS

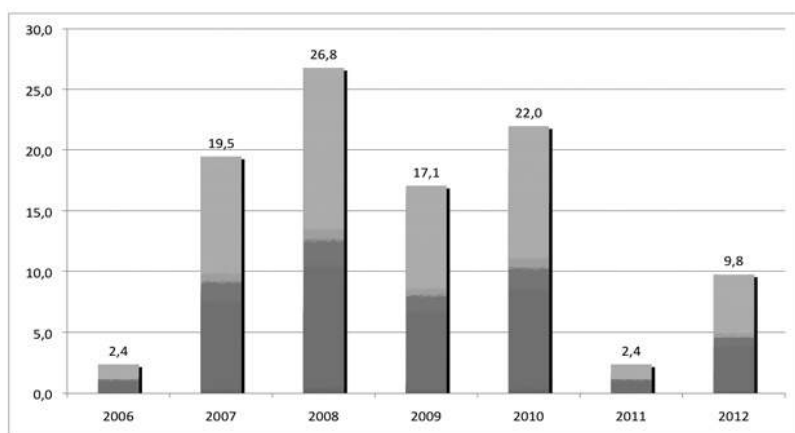
En cuanto a los Sistema de Gestión de Contenidos (cms) utilizados para abrir y actualizar su blog, el 70% de los usuarios prefiere Blogger, en tanto que el 17% utiliza Wordpress. A diferencia de otros países, como España, en donde la cultura de los dominios propios y el uso de los *hostings* de pago ha crecido en la última década, México es la excepción, pues sólo tres blogs cuentan con este recurso.

Un caso a destacar es el de Hypotheses, cms que aunque se localiza en la categoría de “otros” puede ser de gran ayuda para quienes desean dotar a sus bitácoras de una connotación académica, pues es una plataforma de blogs de investigación en el campo de las ciencias sociales y humanidades de acceso, que no de consulta, restringido pues requiere del envío de una solicitud y la aceptación de ésta por un comité. Quienes son aceptados, adquieren el compromiso de subir continuamente *posts* que destaquen por su contenido científico.

La base de datos sitúa como el *blog* más antiguo a *Crónica de Torreón*, abierto el 23 de julio de 2006, y como el más reciente a *El presente del pasado*, creado el 17 de septiembre de 2012. Entre estos extremos se localiza el resto de la muestra, cuyos años de creación a continuación se presentan:

³ En realidad fue el 61%, sin embargo, una de las encuestas no se incluyó por ser anónima.

Cuadro 1
Blogs creador por año



Fuente: elaboración propia con datos de *Cliotropos*

El cuadro 1 confirma parcialmente la hipótesis de Castro pues si bien afirma que la época de mayor crecimiento de la blogosfera de la historia de México se dio entre 2008 y 2009, lo cierto es que el impulso llega hasta el 2010. Garrido y Lara (2008) afirman que el mantenimiento de un *blog* requiere “de un esfuerzo personal que suele ir acompañado de periodos de abandono temporal del mismo”, lo que ocurre con el 31.7% de los *blogs* de la muestra, que llevan seis meses o más sin que su propietario escriba *posts*.

Castro (2011) se cuestiona si la tendencia seguida por los *blogs* después de 2009 corresponde a un proceso de estancamiento o de consolidación. La evidencia indica que más bien se trata de un retroceso. Al cuestionar a los blogueros sobre los motivos que les llevaron a cesar sus actividades en los últimos seis meses, el 82% lo atribuyó a la falta de tiempo (por motivos escolares y personales) en tanto el 18% alegó falta de interés. Al hacer la misma pregunta a quienes tienen más de seis meses de inactividad, no hay discrepancias: el 80% argumentó carecer de tiempo y el 20% manifestó falta de interés.

En lo que se refiere al género, cabe señalar que son más los hombres que las mujeres que mantienen un *blog*, pues mientras que

los primeros se encargan del 63.9% de las bitácoras, las mujeres hacen lo propio con el 30.6% de las mismas. En el 5.6% de las bitácoras restantes, fue imposible determinar el género de los blogueros.

La distribución del género de los autores ha sido siempre motivo de problemas. Si se parte de la base de que gran parte de los blogueros son historiadores, las cifras que presenta el Observatorio Laboral (2013) demuestran que existe una paridad entre los hombres (50.5%) y las mujeres (49.5%) que estudian la carrera; sin embargo, ésta favorece más a los hombres en dos parámetros: en número de profesionistas (57.6% contra 42.4%) y en jorana laboral de tiempo completo (56.6% contra 43.5%). Garrido y Lara (2006) apuntan que en las encuestas que realizaron en la blogósfera hispanoamericana la proporción es de 75% de hombres contra 25% de mujeres, en tanto que el estudio mundial realizado por Technorati (2011) sitúa esta relación en un 60% y 40%, respectivamente.

En cuanto a la formación académica de los blogueros, el 43.2% posee estudios de historia, el 18.9% son historiadores que poseen una segunda carrera y el 13.5% no brinda información al respecto. El 24.3% de la muestra posee estudios en otras áreas tales como arte, arquitectura, comunicación, economía, literatura, medicina, turismo y periodismo. Lo anterior representa una cifra superior a la esperada al inicio de la investigación que pone de manifiesto que la falta de estudios profesionales sobre la historia de México no es un disuasor para crear y administrar bitácoras sobre el tema.

La aplicación de encuestas evidenció que existe una relación entre los rangos de edad de los blogueros y el nivel de estudios que poseen. El 77.3% de los encuestados tiene 40 años o más y el 75.5 posee estudios de posgrado que comprenden desde la maestría trunca hasta el doctorado concluido. En este sentido, se puede afirmar que una de las características de estos blogueros es que son inmigrantes digitales por formar parte de la generación X, la primera que tuvo contacto con las computadoras y la última que se formó en el uso de las herramientas tradicionales.

Cabe reseñar que la distribución geográfica de los blogueros responde a la tendencia centralista propia de México a lo largo de su historia. Mientras que el 53.6% de las bitácoras se congrega en el centro del país (cerca del 49% en el Distrito Federal), el 12.1% lo hace en el occidente y el 4.85 en el norte de la república. La cuestión, al menos en lo que a al Distrito Federal y a la zona centro

se refiere, no sólo responde a una tradición aún vigente, también a otros factores, como la concentración de servicios o la accesibilidad a internet. A manera de ejemplo, basta señalar que en agosto de 2012 había 37.6 millones de usuarios de internet en México, de los cuales el 53.6% se localizaba en la capital del país (INEGI, 2012).

En cuanto a la revisión de los elementos estructurales, se encontró lo siguiente. El 24.2% de las bitácoras carecen de etiquetas; el 17.1% de archivos de historias anteriores, el 39% de objetivos, el 22% de ligas a otras páginas y el 54% de categorías. Si bien todos integran diversos documentos multimedia, el 56% contiene imágenes en tanto que el 44% cuenta además con videos. Sólo las siguientes bitácoras, que representan el 34% de la muestra, cumplen con los requisitos estructurales propios de un blog: Ayer y hoy de la Iglesia católica en México, Bibliofilia novohispana, Cabezas de águila, Cine silente mexicano, Clionáutica, Cliotropos, Espejo de mudanzas. Blog de historias varias, La Batalla de Monterrey, 1846, La gula de Clío, La nao va, Leo gente muerta, Mayistas, Patrimonio Huichapan y Un historiador y sus viajes.

El uso de ligas a otras bitácoras y páginas web es fundamental para el enriquecimiento de la blogósfera; además, es uno de los elementos que favorecen la creación de una comunidad, la transición del acto de informar al de comunicar y la generación de opiniones. En concordancia con ello, es del interés de este estudio hacer un análisis de las ligas desde dos perspectivas: una “endogámica”, para establecer cuáles son las más recurrentes entre las partes de la muestra y otra “exogámica”, para saber cuáles son las más frecuentes a sitios de la red fuera de la muestra.

Respecto al primer punto, hay 17 blogs que entran en este apartado; de ellos, siete son los que cuentan con más vínculos a los blogs analizados: Cliotropos, con el 18%; Clionáutica, con el 10.3%, y Ayer y hoy de la Iglesia católica en México, Enciclopedia del fotógrafo, Fotógrafos de la Revolución y Los protagonistas, Peregrinaciones de pasado, con el 7.7% cada uno. Aunque la lista de las ligas a otras páginas *web* es extensa en la medida en que supera la centena, los sitios que aparecen con más constancia son tres: H-México, con un 40%, los servicios digitales de la Universidad Nacional Autónoma de México, con un 26.7% y la Biblioteca virtual de la Universidad Nacional Autónoma de Nuevo León, un 13.3%. La totalidad de las ligas

a estas páginas *web* y acervos digitalizados aparecen únicamente en los *blogs* de historiadores, grupo que las visitan con frecuencia y que aprovecha sus recursos.

En lo que se refiere a la pregunta ¿los *blogs* sobre historia de México son concebidos por como páginas para comunicar o para informar? la respuesta no es sencilla y debe buscarse através del análisis de los siguientes criterios: la finalidad con los que se crearon, el tipo de público al que se destinan, los comentarios que comparten los lectores y las facilidades otorgadas para que éstos contacten a los autores.

Al preguntar a los blogueros sobre las razones que tuvieron para abrir su bitácoras, el 54.6% contestó que deseaba difundir la historia de México; el 31.8% lo atribuyó a motivos profesionales; el 4.6% respondió que por diversión, y el 9.1% lo relacionó a cuestiones escolares y personales. Este carácter divulgativo de los *blogs* concuerda con los lectores en que pensaron los blogueros al abrir sus bitácoras: el 54.5% consideró al público en general, el 13.6% a especialistas y el 31.8% a ambos .

Otra de las razones halladas, y que no se consideró al inicio de la investigación, es la del prestigio. El 95.5 de los encuestados reconoció haber utilizado su bitácora para compartir su trabajo académico y actividades profesionales. Este rubro comprende varios aspectos: notificar la aparición de un artículo en una revista académica (incluso su reproducción en el *blog*) o la publicación de un libro, dar la noticia de la obtención de un reconocimiento académico o invitar a los lectores a una actividad de la que el *blogger* es promotor o, bien, participe.

Una de las características que poseen las bitácoras es la de favorecer el diálogo entre quienes producen los contenidos y quienes los leen. Se puede afirmar que los lectores son un factor que, en la medida en la que los blogueros lo permiten, imprime un mayor dinamismo a las bitácoras e incide en su desarrollo a través del planteamiento de dudas, de inquietudes y de sugerencias. Lo importante es, entonces, saber cuál es el papel que los blogueros dan a los lectores y sus comentarios, y que canales utiliza, o puede utilizar, el público para contactar a los administradores de las bitácoras.

Un primer indicador son los comentarios en los *blogs*. Blogger y Wordpress ofrecen la posibilidad de publicarlos directamente, con previa moderación o no permitir si quiera su escri-

tura. El 36.6% de las bitácoras carece de moderación, el 48.8% cuenta con ella y el 24.6% no permite comentarios. Es así como en la mitad de los *blogs* existe una “censura previa” sobre los comentarios vertidos por los lectores. A partir de este punto, y desde la perspectiva de que tales filtros se pueden modificar en cualquier momento, surgen dos preguntas: ¿los *blogs* que cuentan con moderación de comentarios han tenido esta opción desde el inicio? y, de no ser así, ¿qué llevó a sus propietarios a recurrir a este filtro?

En la encuesta aplicada, el 57.2% de los blogueros aclaró que había habilitado la opción de moderación desde la creación de su bitácora, en tanto que el 42.9% restante lo hizo posteriormente. Al cuestionar a estos últimos sobre las razones que tuvieron para tomar dicha decisión, 44% respondió que porque había sido víctima de *trollers*; 20% por recibir mensajes no relacionados con la información publicada (en algunos casos se refiere a los *spams* en tanto que en otros a la pertinencia de lo expresado por los lectores); 12% por cuestiones de seguridad; 12% por ningún motivo en especial, y 12% por otras causas. De igual manera, también se les preguntó sobre el tiempo que tardaban para publicar los comentarios seleccionados. Las respuestas fueron: un día en el 78.6% de los *blogs*, de dos a tres días en el 14.3% e irregular en el 7.1%.

También se solicitó a los blogueros que ponderaran los comentarios del público en una escala del 1 al 5 –donde 1 es lo mínimo y 5 lo máximo–, en función de tres criterios:

1. El interés que suscitan.
2. La motivación que despiertan.
3. La riqueza que aportan.

Según el cuadro 2, la cuarta parte de los encuestados se muestra “muy interesada” en los comentarios que sus lectores les comparten; de igual manera, casi la mitad se siente “muy motivada” para seguir subiendo historias y leyendo comentarios. Estos datos ayudan a comprender porque la mayoría de los blogueros que cuentan con moderación de comentarios tardan tan sólo un día en publicarlos.

Los resultados son los siguientes:

Cuadro 2
Comentarios del público

Interés que despiertan los comentarios					
1	2	3	4	5	Media aritmética
0%	0%	14,3%	9,2%	76,2%	4,6
Motivación que generan los comentarios					
1	2	3	4	5	Media aritmética
9.5%	0%	9.50%	33.3%	47.6%	4.1
Riqueza que aportan de los comentarios					
1	2	3	4	5	Media aritmética
9.5%	23,8%	14,3%	23,8%	28,6%	3,4

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta enviada a los blogueros

En el último apartado, en cambio, las respuestas se atomizan. Poco más de una cuarta parte considera que lo expresado por el público es “muy enriquecedor” para sus *blogs* en tanto que cerca de la tercera parte estima que son “poco menos que enriquecedores”. Este último resultado tiene sentido a la luz de la contradicción

que genera la combinación del perfil académico y profesional de la mayoría de los encuestados con la vocación de divulgación con la que la muchos de ellos crearon sus bitácoras.

Respecto a la relación que guardan las preguntas escritas por los lectores con las respuestas dadas por los blogueros, se consideró conveniente observar la relación numérica entre las primeras y las segundas. A reserva de los aspectos cualitativos que dicha relación puede ofrecer, y que por su importancia merece un análisis más detallado, aquí se presenta la correspondencia numérica que existe entre ambas y que se puede expresar con el siguiente cuestionamiento: ¿qué número de comentarios reciben respuesta?

En principio, se excluyeron los *blogs* que no tienen habilitada la sección de comentarios o que sus administradores no responden éstos. A saber: Clionáutica; Clioregio; Crónica de Torreón; Historia de general Cepeda; Idólatras y herejes en el México colonial; Los protagonistas. Fotógrafos en México; República de las palabras: cultura, historia y algo más; Tlamatqui; Tarjetas postales en profundidad, y Toda historia es contemporánea.

Los cinco *blogs* que más intercambios muestran entre autores y lectores son: El Bable, con 3884 contribuciones y 514 comentarios; Monedas mexicanas, con 856 y 204, respectivamente; Bibliofilia novohispana, con 453 y 375, respectivamente, y La batalla de Monterrey, 1846, con 330 y 130, respectivamente.

Al sumar estos resultados con los mostrados por los otros *blogs* de la muestra, la media aritmética queda en 1 respuesta por cada 4.6 preguntas. Las bitácoras que se acercan a la media son Cliotropos con 4.8 y El Señor del Hospital. La Microhistoria Regional en Salamanca con 4.5. Esta medición, sin embargo, se ve afectada por dos cifras que se salen de la tendencia: la de Ayer y hoy de la Iglesia católica en México, con 12.8 preguntas por respuesta, y Caleidoscopio histórico: formas y colores de la historia, con 32 preguntas por respuesta. Si éstas bitácoras son excluidas y se vuelve a realizar el cálculo, la media aritmética queda en 3 preguntas por respuesta, siendo las bitácoras que más se acercan a ella: Patrimonio Huichapan con 3.2, y Espejo de mudanzas. Blog de historias varias con 2.9.

La relación anterior, sin embargo, no da cuenta del tiempo que se toman los blogueros en responder los comentarios. Al interrogarles al respecto, 9.5% estableció que no los respondía; 4.8%

apuntó que una vez al mes, el 42.9% una vez por semana e igual porcentaje respondió que lo hacía de manera irregular. Si bien en este punto las respuestas no se atomizan, como sucede en el de la riqueza que los comentarios aportan a los *blogs*, es de destacar el hecho que se hallen empatadas dos opciones tan diferentes. En cierto sentido, esto implica que cerca de la mitad de los propietarios considera que es importante dar una respuesta pronta a sus lectores, en tanto que igual número de ellos valora dicho aspecto como poco relevante.

Se les preguntó, también, si podían identificar el número de los comentaristas más asiduos a sus *blogs* durante el último año. El 30% aseguró que ninguno, el 20% uno, el 15% tres y el 10% cuatro. El 25% restante corresponde a los *blogs* inactivos, de ahí que sus administradores señalaran que ignoraban el dato o, por el contrario, que los comentarios eran muy esporádicos como consecuencia de la inactividad de sus bitácoras.

De lo anterior se desprende que sólo el 45% de los blogueros cuenta con lectores que les escriben con regularidad. Cabe cuestionarse ¿si conocen sus nombres o nicks? y, de ser ello correcto, ¿acaso los recuerdan? El 21% de este grupo, que corresponde al 9.5% de la muestra, contestó afirmativamente, pero sólo un solo administrador, el de Bibliofilia novohispana, escribió sus nombres.

Islas (2008: 8) señala que “el desarrollo de la web 2.0 impulsó importantes cambios tanto en el comportamiento como en los hábitos de consumo cultural de los cibernautas. El cibernauta accedió a la condición de prosumidor”. En un contexto en el que las nuevas tecnologías favorecen un ambiente en el que el una misma persona es capaz de producir y consumir contenidos de manera simultánea, resulta fundamental indagar entre los blogueros si entran en la categoría de prosumidores.

Para tal fin, se les invitó a que nombraran aquellas bitácoras de la muestra en las que hubieran escrito algún comentario a lo largo del último año. Sólo uno de los encuestados afirmó no haber visitado ni comentado alguno de los *blogs* propuestos. A reserva de lo anterior, las bitácoras más comentadas fueron: Clionáutica, 55%; Artes e historia de México, 40%; Cliotropos, 35%; El Bable. El pasado perfecto del futuro incierto del verbo vivir, 30%, y Aportaciones historico taurinas de México, Ayer y hoy de la Iglesia católica mexicana, Cabezas de Águila, Cine

silente mexicano, El presente del pasado y Leo gente muerta, 25%. Se puede afirmar que estos son los *blogs* más valorados por los pares en la blogósfera mexicana. Resalta el hecho de que no todos sus autores son historiadores (uno de ellos está vinculado al sector turismo), ni que todos tengan el mismo nivel de estudios (que varía desde el nivel de licenciatura inconclusa hasta el de doctorado). Queda claro que lo que en este punto se valora es la calidad de los contenidos y no quién los genera.

Además de la sección de comentarios hay otros recursos que facilitan la comunicación de los visitantes con los blogueros, y viceversa. Estos son: la dirección de correo electrónico, las redes sociales, las inscripciones por correo y el *Really Simple Syndication* (RSS). En cierto sentido se puede inferir que la ausencia o la presencia, parcial o completa, de estos recursos es otro factor que determina el interés de los blogueros por entablar y mantener contacto con su público.

Un primer aspecto a considerar es si el correo electrónico aparece en la página principal de los *blogs*. El 85.4% de éstos no cumplen con el requisito, si bien el 36.6% de ellos lo muestran en el perfil del administrador. Hay que apuntar que los CMS dejan a criterio del mismo la publicación o no de esta información.

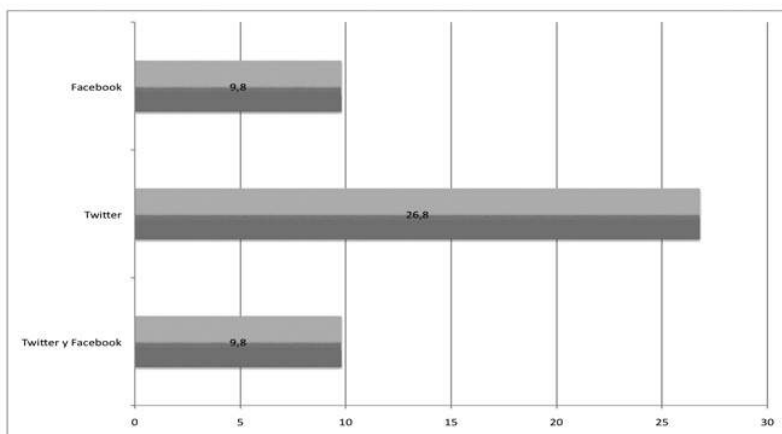
De igual manera, los CMS ofrecen a los lectores la posibilidad de que se inscriban por correo electrónico a los *blogs* y que así sean notificados de las nuevas historias que se publican. Si bien la opción no se encuentra habilitada al dar de alta las bitácoras, se puede activar posteriormente y de manera sencilla pues los CMS cuentan con herramientas para tal fin. Sólo el 31,7% de los *blogs* ofrece este recurso.

En los últimos años, las redes sociales han experimentado una gran expansión. Moreno (2013) establece que “el crecimiento de las redes sociales a nivel mundial parece imparable. En algunos países –en los mercados más maduros– se relentiza, pero en otros el potencial de crecimiento todavía es muy grande”, como es el caso de México donde cada día éstas tienen un mayor número de usuarios y se convierten en un medio ideal para formar comunidades y grupos de interés donde los prosumidores pueden interactuar.

Dos de la redes sociales más extendidas en el mundo, y que en México poseen gran fuerza, son Facebook y Twitter. Según el sitio socialbakers (S. F.), en noviembre del año pasado México se situó en el 5º lugar mundial de usuarios activos de Facebook con una

cifra ligeramente superior a los 42 millones de personas; en tanto que en septiembre del 2012, GlobalWebIndex colocó a México en el 5º lugar de usuarios de Twitter con una cifra de 11.7 millones de personas (Emarketer, 2012).

Cuadro 3
Blogs y redes sociales



Fuente: elaboración propia con datos de los blogs de la muestra

En virtud de lo anterior, y de que los cms han generado herramientas que vinculan a los *blogs* con Facebook y Twitter, en el presente estudio se consideró como necesario determinar cuántas bitácoras tienen ligas con estas redes sociales. El cuadro 3 indica que, contrario a la tendencia antes señalada sólo 9.8% de ellas cuentan con una a liga Facebook; 26.8% con Twitter y 9.8% con ambas. En este último grupo se encuentran Cine silente mexicano, Clioscopia, Facetas históricas y Un historiador y sus viajes; todos ellos *blogs* que, además, cuentan (o al menos sus propietarios) con una página en Facebook.

El rss es una aplicación que permite a los interesados recibir directamente en su computadora la información actualizada de los *blogs* deseados. A diferencia de los indicadores pasados, en el presente, el 75.6% de las bitácoras cuenta con ella, lo que se explica, al menos en el caso de Blogger, porque la aplicación forma parte de la estructura básica de sus plantillas.

Para finalizar, sólo existe una bitácora que pone a disposición del público todas estas herramientas de contacto e interacción con los blogueros: Cine silente mexicano.

CONCLUSIONES

Los objetivos del trabajo se lograron gracias al uso del modelo metodológico propuesto por Puschmann. La primera conclusión consiste en el hecho de que gran parte de las bitácoras sobre historia de México han sido creadas por historiadores; sin embargo, existe una cuarta parte de los blogueros que poseen otras formaciones académicas y profesionales, situación que les permite abordar en sus bitácoras desde otras perspectivas y, así, dotan a la blogósfera sobre la historia de México de un carácter multidisciplinar.

Con respecto a las finalidades con la que los blogueros escriben, hay que señalar que éstas son dos principalmente. Por un lado, está la divulgación de la historia nacional entre un público no necesariamente especializado en el tema pero que gusta de él, y por el otro, destaca la cuestión del prestigio profesional del *blogger* a través de la promoción de actividades y publicaciones propias. Al vincularse estos dos aspectos generan tensiones que se reflejan en la postura tomada ante los comentarios del público.

Concluir si los blogueros dan más un carácter informativo o comunicativo a sus bitácoras es una cuestión compleja. En principio, la evidencia señala que la mayoría de los blogs —a excepción de aquellos que no aceptan los comentarios— poseen las condiciones necesarias para cumplir con ambas funciones. Por un lado, que la mayoría de los administradores gusten de recibir comentarios de sus lectores, que les resulten motivantes y que tarden poco tiempo en contestar son elementos que favorecen el intercambio de ideas y, en ese sentido, la comunicación. Por el otro, que consideren éstos como poco menos que enriquecedores, que sus respuestas sean irregulares y que la gran mayoría no pueda identificar a sus comentaristas habituales son testimonios de un concepto de bitácora circunscrito meramente al ámbito de la información. Si a ello se suma el escaso uso que hacen los blogueros de las redes sociales más importantes, cuyo potencial de comunicación es muy amplio, es factible concluir que la mayoría de las bitácoras cumple con una labor esencialmente informativa y, en consecuencia, que aún no se pueda situar al conjunto de blogueros de historia de México en la categoría de “prosumidores”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anónimo (2012). "Twitter Grows Stronger in Mexico", en *Emarketer*. Disponible en: <http://www.emarketer.com/Article/Twitter-Grows-Stronger-Mexico/1009370> (Recuperado el 17 de abril de 2013).
- Asociación Mexicana de Internet (2012). *Hábitos de los usuarios de internet en México*. Guadalajara: AMIPCI y Televisa. Disponible en: <http://www.amipci.org.mx/?P=esthabitos> (Recuperado el 30 de enero de 2013).
- Boyd, D. (2006). "A Blogger's Blog: Exploring the Definition of a Medium", en *Reconstruction*, vol. 6, núm. 4, pp. 40-46. Disponible en: <http://www.mendeley.com/catalog/blogger-s-blog-exploring-definition-medium> (Recuperado el 5 de noviembre de 2012).
- Castro, F. (2011). "Nuevos blogs sobre historia de México", en *Cliotropos*. Disponible en: <http://cliotropos.wordpress.com/2011/05/04/nuevos-blogs-sobre-historia-de-mexico> (Recuperado el 6 de abril de 2012).
- Cervera, J. (2006). "Una teoría general del blog", en Cerezo, M. (dir.), *La blogósfera hispana: pioneros de la cultura digital*. S. P.: Fundación France Telecom España, pp. 10-19. Disponible en: http://fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/la_blogosfera_hispana.pdf (Recuperado el 19 de diciembre de 2012).
- Garrido, F. y Lara, T. (2006). "Perfil del blogger hispano. III Encuesta a bloggers", en *Diálogos de la Comunicación*. Disponible en: <http://www.eccc.ucr.ac.cr/pdfs/dialogos/perilfbloggerhispano.pdf> (Recuperado el 5 de noviembre de 2012).
- Grumbrecht, Nardi y Schiano (2004). "Blogging as a Social Activity, or, Would You Let 900 million of People Read Your Diary?", en *Computer Supported Cooperative Work*, 222 – 231. Recuperado el 12 de febrero de 2013 de <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1031643>.
- Grumbrecht, Nardi y Schiano (2004). "Bridging the Gap: A Genre of Analysis of Weblogs", en *Information, Technology & People*, vol. 18, núm. 2, pp. 142-171. Disponible en: http://www.academia.edu/233580/Bridging_the_gap_A_genre_analysis_of_weblogs (Recuperado el 3 de enero de 2013).
- Gurak, L. et al. (2004). "Introduction: Weblogs, Rhetoric, Community, and Culture", en *Into the Blogosphere*. Disponible en: <http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/introduction.html> (Recuperado el 2 de noviembre de 2012).

- Hemeroteca Nacional Digital de México (s. f.). S. T. Disponible en: <http://www.hndm.unam.mx> (Recuperado el 5 de abril de 2013).
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) (2012). “En México 42.2 millones de personas usan una computadora y 37.6 millones utilizan Internet”, *Boletín de prensa*, núm. 270/12. Disponible en: <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/boletines/boletin/comunicados/especiales/2012/agosto/comunica1.pdf> (Recuperado el 8 de abril de 2013).
- Islas-Carmona, J. O. (2008). “El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad”, en *Palabra Clave*, vol. 11, núm. 1, pp. 29-39. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64911103> (Recuperado el 16 de abril de 2013).
- Lucas, A. (2000). *La nueva sociedad de la información. Una perspectiva desde Silicon Valley*. Madrid: Trotta.
- Moreno, M. (2013). “El crecimiento de las redes sociales en el mundo”, en *TreceBits. Redes sociales y periodismo*. Disponible en: <http://www.trecebits.com/2013/01/23/el-crecimiento-de-las-redes-sociales-en-el-mundo-infografia> (Recuperado el 17 de abril de 2013).
- Observatorio Laboral (2013). *Reporte nacional de historia*. Disponible en: <http://www.observatoriolaboral.gob.mx/ola/content/common/reportIntegral/busquedaReporte.jsf#AnclaReporte> (Recuperado el 8 de abril de 2013).
- Paláu Cardona, M. S. (2008). “La transdisciplinariedad en los estudios de medios de comunicación en México”, en *Global Media Journal*, vol. 5, núm. 10. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68701006> (Recuperado el 18 de abril de 2013).
- Puschmann, C. (2013). “Blogging”, en Herring, Stein y Virtanen (eds.), *Pragmatics of Computer-Mediated Communication*. Berlín/Nueva York: De Gruyter Mouton, pp. 83-108.
- Socialbakers (sf.). “Facebook Statistics by Country” en *Socialbakers*. Disponible en: <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/?interval=last-6-months#chart-intervals> (Recuperado el 17 de abril de 2013).
- Tecchnorati (2006). “Who Are the Bloggers”, en *State of the Blogosphere 2011*. Disponible en: <http://technorati.com/social-media/article/state-of-the-blogosphere-2011-introduction> (Recuperado el 13 de diciembre de 2012).
- Yehya, N. (2008). *Tecnocultura. El espacio íntimo transformado en tiempos de paz y guerra*. México: Tusquets.