



News Release

Cada día se abren más de 42.000 nuevos blogs en el mundo

Alt1040.com, Xataka.com y Fayerwayer.com, entre los blogs más influyentes

Más de la mitad de los internautas españoles son seguidores asiduos de blogs

Madrid, marzo de 2010.- El 52,2% de los internautas españoles confiesa consultar con frecuencia blogs con el fin de obtener información extraoficial, muchas veces políticamente incorrecta, pero diferente a la que se vierte en los medios de comunicación convencionales, según el estudio "La blogosfera en España", realizado por Nielsen Online, compañía especializada en la medición de audiencias en Internet, donde se analiza la situación actual de este fenómeno en nuestro país y la evolución registrada en el último año.

De esta forma, el informe de Nielsen Online revela que el pasado mes de febrero la red contabilizó más de 25 millones de usuarios, de los cuales un total de **13,1 millones acudieron a blogs** con el objetivo de consultar temas de actualidad desde un punto de vista personal, conocer la opinión de los bloggers más populares, sus trucos y consejos, así como obtener información de interés al margen de los medios online tradicionales.

En este sentido, el estudio señala que aquellos internautas que se dirigieron a **portales de información general** sumaron un total de **15,1 millones de usuarios**, lo que constata que el "fenómeno blog" representa una opción en alza a la hora de estar informado, siguiendo muy de cerca a los medios tradicionales que todos conocemos.

Según Nielsen Online, a partir de su herramienta Blogpulse, en la actualidad están identificados más de 126 millones de blogs en todo el mundo y cada veinticuatro horas se abren más de 42.000 nuevos. En España, hasta el momento, se contabilizan un total de 166.000 bitácoras, aunque estos datos de actividad están en constante cambio.

Estas espectaculares cifras explican que la audiencia en España haya crecido en el último año un 13% en este canal y, en concreto, un 19% en el caso de los blogs profesionales. Aquí, Nielsen Online llama la atención sobre la fuerte presencia corporativa de estas comunidades, especialmente ahora que las empresas son conscientes de su poder prescriptor y de la importancia de posicionarse en este medio.

Según el responsable de investigación de Nielsen Online España, David Muñoz, "los blogs son la prueba de la capacidad ilimitada de las nuevas tecnologías y de su democratización, pero también de su dinamismo, lo que significa que una comunidad que hoy es muy relevante, mañana puede estar muerta y ser reemplazada por otra distinta. En este caso, para las compañías es clave estar atentas y al día de sus mensajes ya que un blog siempre puede ser un potencial prescriptor de nuestros productos y servicios".

Perfil de los lectores y blogs más populares en español

Respecto al perfil del internauta que lee blogs, el análisis de Nielsen Online confirma que los hombres representan el 53,1% del total de los seguidores de estas comunidades, mientras que las mujeres suponen el 46,9% restante, dato que curiosamente, contrasta con los bloggers –los creadores y escritores de blogs– que en su mayoría son hombres. En general, el grueso de la

audiencia de este canal se concentra en usuarios de entre 25 y 50 años, de los cuales aquellos de 35 a 49 años ocupan el 33,2% de la audiencia.

Asimismo, el informe de Nielsen Online revela que los blogs más activos, es decir, aquellos que mayor número de posts –entradas de texto, comentarios- generan al año, no siempre coinciden con aquellos más influyentes o con más poder a la hora de hacer recomendaciones al consumidor.

En cualquier caso, lo que sí es cierto es que la temática de los blogs es muy variada, con temas personales, de viajes, crítica política, economía, etc., aunque existe un ligero predominio de aquellos relacionados con la tecnología, últimos gadgets, sistemas informáticos, Internet, móviles o videojuegos. Así, entre los más destacados de este ámbito, se encuentran Alt1040.com, xataka.com, fayerwayer.com, entre otros.

Cuadro 1. Ranking de blogs más activos e influyentes de la blogosfera española

Ranking de blogs más activos (según número de posts al año)	Número de posts en un año	Ranking de blogs más influyentes
limegator.es	8.048	1. Alt1040.com
noticias-24.com	5.597	2. xataka.com
elblogdelguti.blogspot.com	5.572	3. fayerwayer.com
Cotilleoblog.com	5.505	4. tendencias.com
Magazineplazza.com*	4.395	5. vidaextra.com
Fitnessstown.es	4.315	6. motorpasion.com
maremagnumdequisquicosillas	3.796	7. genbeta.com
Fayerwayer.com	3.669	8. engadget.com
Multiplicatudiner.es*	3.451	9. applesfera.com
Vidaextra.com	3.339	10. elblogsalmon.com

Fuente: BuzzMetrics. Nielsen Online. Periodo 15/03/2009-15/03/2010

* A fecha de hoy estos blogs están inactivos.

Finalmente, el estudio de Nielsen Online muestra el ranking de las redes de blogs profesionales de mayor audiencia, encabezada por weblogs con 6,6 millones de navegadores únicos, seguida de Blogsfarm (1,8 millones de internautas).

Cuadro 2. Ranking de redes de blogs profesionales con mayor audiencia

Weblogs	6,6 millones de navegadores únicos
Blogsfarm	1,8 millones de navegadores únicos
Actualidad Blog	1,4 millones de navegadores únicos
SmallSquid	1 millón de navegadores únicos
Zumo de Blogs	697.000 navegadores únicos

Fuente: Nielsen Online España. Datos de Market Intelligence. Febrero 2010.

Nielsen Online:

Nielsen Online es una división de The Nielsen Company, creada por la integración de Nielsen//NetRatings y BuzzMetrics, que proporciona servicios independientes de medición y análisis de audiencias online, informes sobre el consumo de vídeos online y anuncios, así como estudios sobre el comportamiento de los internautas y análisis de los contenidos generados por el propio usuario (*consumer generated media, word of mouth...*), etc. De esta forma, los servicios y productos de Nielsen Online proporcionan información específica a cada cliente con el fin de ayudar a las empresas a tomar decisiones críticas en sus estrategias de mercado en Internet. Para más información: www.nielsen-online.com.



The Nielsen Company:

The Nielsen Company es una compañía global de información y medios, líder en el mercado y con marcas reconocidas en el sector de información de mercados (ACNielsen), información de medios (Nielsen Media Research), medición y analítica web (Nielsen Online, integrada por NetRatings y BuzzMetrics), ferias comerciales y publicaciones profesionales (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek). Esta compañía, de titularidad privada, tiene presencia en más de un centenar de países su sede principal se localiza en Nueva York (EEUU). Para más información visite www.nielsen.com

Más información

Carolina Morales / Lara Recuero (lara@ioncomunicacion.es)

Ion Comunicación

91 576 05 88