

## MIRADAS PROPIAS Y AJENAS: EL SENTIDO DE REFLEXIVIDAD EN EL BLOGGING AUTOBIOGRÁFICO

Dorismilda Flores Márquez<sup>1</sup>

### Resumen

Este artículo sintetiza los hallazgos en torno al sentido de reflexividad en el *blogging* autobiográfico, a partir de una investigación más amplia acerca de los sentidos de la producción, circulación y consumo de relatos autobiográficos en el *blogging*. El abordaje teórico-metodológico partió de una perspectiva sociocultural de la comunicación y se concretó en un acercamiento cualitativo, basado en etnografía virtual. Los resultados dejan ver que los *bloggers* atribuyen a su práctica un sentido de reflexividad — junto a otros sentidos, tales como el de trascendencia y el de vínculo con los otros —, puesto que los *blogs* se convierten en foros de segundo orden para pensar lo vivido, trátase de experiencias propias o ajenas.

### Palabras clave

Blogs, autobiografías, etnografía virtual, autonarrativas

### Abstract

This article shows the findings about reflexivity sense in autobiographical blogging, from a wider research about senses of production, circulation and consumption of autobiographical tales in blogging. The theoretical-methodological approach was a sociocultural perspective in communication and it was implemented in a qualitative approach, based on virtual ethnography. Results shows that bloggers attribute a reflexivity sense to their practice — with another senses, like transcendence and link with the others —, then blogs constitute second-order forums, where people can think that they've lived, their own experiences or the experiences of the others.

### Keywords

Blogs, autobiographies, virtual ethnography, self-narratives

Pensar lo vivido, reinterpretarlo y reconstruir la experiencia suelen ser actos cotidianos de aquéllos que producen y consumen relatos autobiográficos en *blogs*. Tras la aparente simplicidad de una práctica comunicativa como el *blogging*, se entreteje un ejercicio reflexivo que con frecuencia trasciende las pantallas de computadoras y celulares, ya que se configura como una característica de las sociedades contemporáneas. En este artículo se aborda el sentido de reflexividad en el *blogging* autobiográfico, a partir de los hallazgos de una investigación más amplia en torno a los sentidos intersubjetivos de la producción, circulación y consumo de relatos autobiográficos en las redes de *blogs*. El interés de dicho estudio se situó en el cruce entre el problema de las redes sociales mediadas, en su dimensión de prácticas emergentes de comunicación, y el problema de lo autobiográfico, en tanto relato de la propia vida que, al ser realizado en *blogs*, adquiere un carácter secuencial y público.

Se entiende por *blog* el sitio web que un sujeto produce a partir de ciertos intereses y motivaciones, con diversos recursos — textos, imágenes, vídeos y otros objetos —, estructurados en *posts* o entradas que se publican en orden cronológico inverso (Walker, 2003; Fumero, 2005), es decir, que lo producido más recientemente se observa en la parte superior del sitio; cada entrada suele tener espacio para comentarios y cada *blog* suele tener un *blogroll* o lista de hiperenlaces preferidos. Los *blogs* se distinguen fácilmente por sus contenidos y usos. En una división un tanto simplificadora, se puede apreciar la diferencia entre los *blogs* de interés profesional — periodístico, educativo, corporativo, etc. — y aquéllos de interés personal, en estos últimos los autores suelen publicar relatos autobiográficos, es decir, aquéllos que dan cuenta de las experiencias diarias de los autores, en su vida cotidiana.

### **Un panorama de estudios sobre *blogging***

La investigación sobre *blogging* se inserta en el campo de estudios de comunicación en Internet, esta joven tradición estuvo centrada inicialmente en la descripción de las formas de comunicación en línea, para posteriormente ampliar los abordajes hacia el uso del lenguaje, las identidades, las relaciones, los grupos sociales, así como las redes y comunidades en línea, sobre todo a partir de la publicación de *The virtual community* de Howard Rheingold, en 1993. Recientemente, los estudios sobre la vida en línea, han incorporado preguntas por los contextos de uso de las tecnologías (Baym, 2002; Siles González, 2008). En los estudios sobre comunicación en Internet, empezaron a

proliferar desde el año 2000, aquellos que abordan las especificidades del *blogging*; tales acercamientos se producen desde distintas disciplinas — tales como la comunicación, la educación, la sociología, la psicología social, la informática y más — y con distintos espesores. Es posible, sin embargo, identificar ciertas tendencias, como se detalla a continuación.

Se aprecia en los primeros abordajes en torno al *blogging*, la búsqueda de dar cuenta del fenómeno emergente que ocurría en los *blogs* y daba lugar a la *blogósfera*. Se documenta, así, que la *Justin's home page*, que data de 1994, es reconocida como el primer *blog*; pero que el término *weblog* fue propuesto hasta 1997, por Jorn Barger (Blood, 2000; McCullagh y Broache, 2007). Diversos trabajos se enfocaron a ensayar una historia de los *blogs*, así como definiciones y descripciones de los mismos (Blood, 2000; Walker, 2003; Orihuela, 2004), tanto desde la investigación académica como desde la propia práctica de los *bloggers*.

En segundo término, se ha registrado una tendencia a interrogarse y discutir en torno al *blog*, entendido como herramienta para desarrollar determinados procesos y prácticas en contextos educativos, empresariales, periodísticos, políticos y personales; estos abordajes han incorporado la categoría de los *usos* al estudio de los *blogs* y a partir de ello han planteado posibilidades e implicaciones y han descrito las transformaciones producidas por los usos de los *blogs* en distintos escenarios (Walker, 2003; Lara, 2005; Campos Pellanda, 2006; Islas y Gutiérrez, 2006; Kelleher y Miller, 2006; Arribas, 2008; Park, Jeang y Han, 2008; Shoukry, 2008).

Otra tendencia es enfocar los estudios en la *blogósfera*; en este sentido, el interés primeramente fue medir el *tamaño de la blogósfera*, documentar su crecimiento y describir sus características principales en términos de idiomas empleados para *postear*, volumen de *posts*, entre otras (Technorati, 2008; Merelo y Tricas, 2005). Algunos otros acercamientos a la *blogósfera* se han situado en su estudio como red de relaciones que se construye sobre mecanismos sociotécnicos (Estalella, 2005a, 2005b; Fumero, 2007; Máximo, 2007). Además, se han registrado abordajes en que el foco de interés se encuentra en pequeñas *parcelas* de la *blogósfera*, en relación con comunidades territoriales o étnicas, tales como las *blogósferas* asiática, postsoviética, gallega, entre otras (Hsu y Lin, 2008; Shilina, 2008; Dopazo y Lombao, 2006).

Los *bloggers*, como actores en los procesos de comunicación, han sido también investigados, en gran medida en la búsqueda de construir perfiles de estos sujetos en contextos determinados; independientemente de las orientaciones, intereses, metodologías y alcances de los estudios, se aprecia una coincidencia en cuanto a que los *bloggers* suelen ser mayoritariamente hombres, de entre 20 y 34 años, con alto grado de estudios, con profesiones relacionadas con la información y la comunicación (Technorati, 2008; Cardon y Delaunay-Téterel, 2006; Garrido y Lara, 2008). En otro tipo de acercamientos, los *bloggers* han sido abordados en torno a las motivaciones para su práctica, así como las relaciones, posibilidades e implicaciones de ésta.

Recientemente, se ha registrado un desplazamiento hacia el estudio del *blogging*, entendido como práctica de comunicación, de múltiples dimensiones, para dar lugar a abordajes más complejos y a preguntas sobre el énfasis biográfico, la relación con la identidad, la construcción y mantenimiento de relaciones, las dinámicas conversacionales, las prácticas de comunicación vía *blogs* en situaciones de crisis y más (Sibilia, 2003; Estalella, 2005a, 2005b, 2006; Pedersen y Macafee, 2007; Van Doorm, Van Zoonen y Wyatt, 2007; Thelwall y Stuart, 2007).

### **El estudio de los sentidos del *blogging* autobiográfico**

Como se mencionó anteriormente, en la investigación de que se desprende este artículo, se optó por abordar los sentidos construidos en torno al *blogging* como práctica. Teóricamente, la investigación partió de una perspectiva sociocultural de la comunicación, en la que el foco de análisis se coloca sobre los sujetos, procesos y prácticas de comunicación, reconociendo el papel activo de los sujetos en la producción y reproducción de las estructuras sociales. Desde esta perspectiva, la comunicación se entiende como un proceso de producción social de sentido que ocurre en la interacción entre sujetos espacio-temporalmente situados. Este abordaje implica:

La necesidad de rearticular la tecnología con la cultura, porque adoptar y desarrollar un concepto de comunicación como práctica de producción social de sentido, permite también rearticular un concepto amplio de tecnología que evite que ésta sea considerada sólo como algo “externo” o ajeno a las prácticas socioculturales (Fuentes Navarro, 2001, 236).

Así, se entiende al *blogging* como práctica de comunicación mediada, realizada en redes sociales construidas y vinculadas a través de Internet (Rheingold, 1993, 2004;

Thompson, 1995; Finquelievich, 2000; Castells, 2001; Estalella, 2006; Lull, 2007). Concretamente, se trata de una práctica social, en tanto que hay una serie de actos realizados por los sujetos, una forma constituyente de interacción que involucra la comunicación del significado y una estructura constituyente que pertenece a colectividades (Giddens, 1987). El *blogging* autobiográfico se orienta por determinados sentidos (Weber, 1944), que se construyen en la relación entre diversas experiencias (Berger y Luckmann, 1997).

Metodológicamente, se optó por un abordaje cualitativo, basado en el modelo de la hermenéutica profunda<sup>2</sup>, cuyo punto de partida es entender que “el objeto de nuestras investigaciones es en sí mismo un campo preinterpretado” (Thompson, 1990), en tanto que los sujetos ordinarios, como los analistas, son capaces de comprender, reflexionar y actuar a partir de esta comprensión y reflexión. En este abordaje, el acercamiento a los sujetos se constituyó como un *lugar* metodológico para considerar el punto de vista del individuo en tanto agente social históricamente situado (Lindón, 1999; Reguillo, 2000a). Para ello, se recurrió a la etnografía virtual (Hine, 2004), ya que ésta permite observar cómo es que los sujetos experimentan el uso de tecnologías de información y comunicación (TIC) y construyen significados en torno a ellas.

En la antropología, la etnografía es, en un sentido general, una práctica que busca comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus miembros y requiere de la presencia del etnógrafo en los escenarios “reales” donde ocurren las interacciones sociales (Guber, 2001); sin embargo, muchas prácticas de comunicación se realizan a través de Internet y teléfonos móviles, el hecho de no ser *cara a cara* no les resta el componente de interacción. En este sentido, las TIC y los usos que de ellas hacen los sujetos, incorporan desafíos al trabajo etnográfico, en tanto que se trata de una inmersión no en un *lugar* concreto, geográficamente hablando, sino en contextos de interacción mediada fluida, dinámica, móvil; para dar cuenta de los flujos y conexiones que se construyen en los límites de lo *real* y lo *virtual* (Hine, 2004, 2005).

De manera concreta, se realizó observación en línea, entrevistas con 12 *bloggers* mexicanos y se analizó un corpus de más de 100 relatos autobiográficos publicados en *blogs*. Cabe señalar que la selección de los *bloggers* a entrevistar se hizo a partir de sus *blogs*, es decir, el primer paso fue explorar redes de éstos para identificar vínculos,

conversaciones y relaciones; posteriormente, se abordó a los sujetos que producen esos *blogs*. Tal selección no pretendió ser representativa numéricamente o respecto a categorías como género, edad o ubicación geográfica. El resultado de la exploración permitió observar tres redes relativamente definidas de *bloggers* que, aunque presentan distinciones, se encuentran relacionadas por uno o más de sus integrantes.

Se realizaron varias entrevistas, a través de mensajería instantánea y correo electrónico, con los 12 sujetos seleccionados, hasta alcanzar el punto de saturación (Vela Peón, 2004); estas entrevistas fueron analizadas posteriormente mediante codificación temática (Jensen, 2002). Los *bloggers* entrevistados son mexicanos, diez de ellos radican en México y dos en el extranjero — una en Los Ángeles y otra en Londres —; se ubican mayoritariamente entre los 24 y los 34 años, aunque dos se salen de la constante, con 38 y 49 años respectivamente; cuatro son hombres y ocho son mujeres; cuentan con un alto nivel educativo, todos cuentan con estudios de licenciatura, algunos han hecho varios diplomados y cuatro de ellos han hecho estudios de posgrado; en cuanto a la ocupación, gran parte de los entrevistados se desempeñan en empleos relacionados con la información y el conocimiento, más de la mitad se ubica en el sector editorial, sea en revistas o periódicos; finalmente, la antigüedad como *bloggers* de los entrevistados, va de dos a seis años ininterrumpidos.

Por otro lado, la observación de los *blogs* permitió, entre otras cosas, identificar temas recurrentes en las entradas, tales como las trayectorias y rutinas de los *bloggers*, el consumo cultural, el cuidado del cuerpo, el ejercicio del amor y la sexualidad, las relaciones con familiares y amigos, la identidad personal, la política, así como la reflexión sobre el *blogging*. Con base en ellos, se seleccionó un corpus de entradas que, posteriormente, fueron analizadas a partir de la teoría de la enunciación (Benveniste, 1981; Ricœur, 1996).

Los resultados dejan ver que los *bloggers* atribuyen a su práctica diferentes sentidos,<sup>3</sup> en tres dimensiones: individual, social y política. Los sentidos se superponen y relacionan unos con otros y cobran pesos distintos en distintas redes de *bloggers*;<sup>4</sup> sin embargo, los sentidos de reflexividad, trascendencia y vínculo con los otros son una constante en diversas redes y sostienen tanto las prácticas como las propias redes. Como se mencionó

anteriormente, este artículo sintetiza los hallazgos en torno al sentido de reflexividad, encontrados mediante dicho estudio.

La reflexividad se entiende como un ejercicio regular de los sujetos que consiste en considerarse a sí mismos en relación con el contexto histórico-social en que se ubican y en ser capaces de explicar las razones de sus acciones, en términos de conciencia práctica y discursiva (Archer, 2007; Giddens, 1995a).

El sentido de reflexividad en el *blogging* autobiográfico opera en dos sentidos: por un lado, como ejercicio de auto-reflexividad inherente a la producción de relatos autobiográficos; por el otro, como ejercicio reflexivo en el consumo de relatos de otros *bloggers*; es decir, como miradas propias y miradas ajenas sobre las experiencias que dan lugar a los relatos.

### **Las miradas propias**

Me lo estoy diciendo a mí, eso es lo que pasa cuando escribes, te confrontas contigo y además lo compartes, es un ejercicio muy enriquecedor (mujer, 28 años).

Las necesidades de expresión pública y de soporte emocional, la búsqueda de relación con los otros — conocidos y desconocidos — y de trascendencia personal y social, son algunas de las motivaciones que llevan a determinados sujetos a crear y mantener *blogs* autobiográficos. Algunos de los *bloggers* entrevistados, incluso, manifestaron haberse iniciado en el *blogging* en medio de momentos catárticos de sus vidas, tales como la recuperación tras un divorcio o tras una depresión.

Los *bloggers* asumen a su *blog* como un espacio personal, propio, algo construido por y para el propio autor, en el presente y para el futuro, a manera de memoria o rastro de lo que se ha sido y cómo se ha llegado a ser lo que se es. El eje en torno al cual los sujetos construyen sus relatos es la vida cotidiana, a partir de sus experiencias del día o bien de los recuerdos de otros momentos de sus vidas.

Producir cada relato acerca de la propia experiencia requiere *pensar lo vivido*, desmenuzarlo y reconstruirlo para ser contado y publicado; el resultado, en forma de relato, no es la acción en sí misma, sino una versión de ella, una interpretación que el *blogger* hace de su propia acción o de la realidad en que está inserto (Bourdieu, 1997; Lindón, 1999; Lahire, 2004; Sarlo, 2006; Archer, 2007).

Por lo anterior, varios *bloggers* señalan que el conocimiento del *sí mismo* es tanto una condición para la producción del relato, como un resultado de la práctica, en tanto que *pensar y reinterpretar lo vivido* les permite *reconstruir la experiencia* para poder contarla. Cabe aquí reflexionar sobre los destinatarios de lo que se *postea*, si bien todos los entrevistados manifiestan que escriben “para los demás”, resalta que más de la mitad de estos *bloggers* dijeron escribir también para sí mismos, a manera de construcción de una memoria personal — aunque de carácter público — y también como un diálogo consigo mismo acerca de sus vidas, de las experiencias pasadas y las expectativas.

En ese sentido, hay un paso entre la producción del relato y su publicación, por el que el autor puede tomar distancia de su propia experiencia al hacerla pública y exponerla a las miradas ajenas, a los juicios y comentarios de los otros.

Es precisamente a partir de los comentarios de otros sobre las experiencias propias, que puede haber un regreso sobre ellas; de manera que los *blogs* se convierten en foros de segundo orden para pensar lo vivido.

### **Las miradas ajenas**

Ser leído, comentado y criticado te hace pensar sobre ti mismo (hombre, 24 años).

Cotidianamente, los *bloggers* se sitúan como productores y consumidores de relatos. En la mayoría de los casos, las razones para interactuar con los otros a través de *blogs* se resumen en la necesidad de descubrirse a sí mismo y de relacionarse con los otros; y las vías para la interacción, con frecuencia trascienden los *blogs* y se extienden a redes sociales como Facebook y Twitter, así como al correo electrónico, mensajería instantánea e incluso a mensajes SMS, llamadas telefónicas y reuniones presenciales.



En estas relaciones, los sujetos comienzan por conocer los relatos de las experiencias ajenas; con frecuencia, estos relatos cobran sentido porque los lectores han vivido experiencias similares o comparten determinadas maneras de pensar. Así, estas redes de *bloggers* se construyen sobre las líneas de afinidades (Martín Barbero, 2001; Baym, 2002; Flores, 2008), en tanto que los *bloggers* encuentran en las redes a que se adscriben algo que los une con los otros, por identificación o por admiración.

Ser parte de sus anécdotas, compartir algunas formas de entender el mundo; primero, porque se quejan de lo mismo que tú o porque se estremecen con tus letras o tú con las suyas; eso hace que te apropiés de la gente, en un sentido artístico, je... luego, la posibilidad de comentarles sobre lo que te dicen y que ellos, en ocasiones, te respondan... te hacen sentir escuchado, no es una masa que te lee, es una persona, un nick, un perfil y eso te va acercando... gente que se toma el tiempo de leerte y de, además, en el mejor de los casos, decirte algo sobre lo que escribiste, eso forma lazos (mujer, 28 años).

Conocer la experiencia del otro permite pensar lo vivido por ese otro y establecer relaciones con las experiencias propias. Así, este nivel íntimo y personal del *blogging* se vuelve social, en tanto que los *blogs* se convierten en foros de segundo orden para *repensar* y *reinterpretar* lo vivido a la luz de las experiencias de los otros.

### **La reconstrucción de la experiencia**

“Somos todos biógrafos no oficiales de nosotros mismos” (Thompson, 1995: 219), construimos una historia que dé sentido de quiénes somos en el presente y que oriente nuestro futuro. Tal construcción de la biografía es un proyecto simbólico que los sujetos construyen activamente (Giddens, 1995b; Thompson, 1995; Archer, 2007; Lull, 2007).

En el relato autobiográfico, el punto de partida son las experiencias propias, con el fin de reconstruir lo realizado y poner de manifiesto determinados fragmentos de la vida privada para dejar constancia de lo que se es. Como ya se había mencionado, estos relatos no son la acción misma, sino una versión que da el autor acerca de su propia acción (Bourdieu, 1997; Lindón, 1999; Lahire, 2004; Sarlo, 2006). Al narrar su vida, el sujeto vuelve a pensar su propia historia:

Deviene en sociólogo de su propia biografía, ya que busca establecer conexiones entre acontecimientos, construye secuencias de eventos con las que selecciona unos para incluirlos y excluye otros; incluso llega a veces a interrogarse a sí mismo acerca de las motivaciones que tuvieron sus propias acciones (Lindón, 1999: 301).

De este modo, la escritura de relatos autobiográficos implica un ejercicio de reflexividad (Archer, 2007) que permite al sujeto situarse en un contexto y reconstruir su historia.

Si bien este énfasis biográfico en los discursos de los sujetos comunes ha estado presente desde el siglo XIX en diarios, cartas y más (Sibilia, 2003), lo biográfico ha cobrado visibilidad recientemente tanto en la reflexión académica — mediante el retorno a lo subjetivo a través de historias de vida y otros recursos — como en las prácticas cotidianas de los sujetos. Tal énfasis no se da en el vacío, sino en condiciones sociales y culturales concretas: en las últimas dos décadas del siglo XX y lo que va del XXI, “vivimos una época de fuerte subjetividad y, en ese sentido, las prerrogativas del testimonio se apoyan en la visibilidad que ‘lo personal’ ha adquirido como lugar no simplemente de intimidad sino de manifestación pública” (Sarlo, 2006: 25), en la que se reconoce el peso de la experiencia vivida frente a los saberes expertos.

Esta tendencia, de acuerdo con Zygmunt Bauman, apunta a la emergencia de una sociedad confesional: “el afán por compartir información en las redes sociales tiene que ver con una ‘sociedad confesional’ que ha separado los límites entre lo privado y lo público” (Bauman, 2007: 14). En este sentido, tradicionalmente se ha hecho una separación entre lo público y lo privado, donde la vida personal pertenece al ámbito de lo privado, debe ser protegida de las miradas públicas y restringida a unos cuantos sujetos del círculo más cercano (Arendt, 1993; Thompson, 1995); sin embargo, en la modernidad tardía, se incorporan cada vez más las historias personales en el espacio público, a partir de la ruptura entre los límites tradicionales entre lo público y lo privado (Giddens, 1995b; Reguillo, 2000b; Mortensen y Walker, 2002; Sarlo, 2006).

Así, el ejercicio reflexivo en el *blogging* autobiográfico se hace en público y deja ver que se trata de una práctica comunicativa de mayor complejidad de la que parece, que en la supuesta superficialidad de “lanzar botellas a la mar” se alberga una práctica de sentido reflexivo. Sobre todo, estas prácticas aparentemente inocuas como el *blogging* o como la comunicación a través de otras redes sociales en Internet, dejan ver que hay reconfiguraciones sociales más amplias: relatar la vida en un *blog*, contar qué se está haciendo en Twitter, compartir información y actividades diversas en Facebook, incorporan otros recursos y posibilidades al ejercicio reflexivo, con el carácter público y

el registro electrónico. Tras las sociedades que escondían todo tras las puertas, las sociedades actuales, principalmente en las generaciones más jóvenes, revisan la propia vida en público, desmenuzan y reconstruyen las propias experiencias a partir de miradas propias y ajenas.

## Referencias

Archer, M. S. (2007). *Making our way through the world*. Cambridge: Cambridge University Press.

Arendt, H. (1993). *La condición humana*. Barcelona: Paidós.

Arribas Urrutia, A. (2008). Los blogs en la comunicación empresarial. *Diálogos*, 76. Recuperado el 25 de febrero de 2008 de:  
<http://www.dialogosfelafacs.net/76/articulos/pdf/76AmaiaArribas.pdf>

Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Baym, N. K. (2002). Interpersonal life online. En Lievrouw, L. y S. Livingstone (editores). *The handbook of new media*. Londres: Sage.

Benveniste, E. (1981). *Problemas de lingüística general*. México: Siglo XXI.

Berger, P. L. y T. Luckmann (1997). *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. La orientación del hombre moderno*. Barcelona: Paidós.

Blood, R. (2000, septiembre). Weblogs: a history and perspective. *Rebecca's pocket*. Recuperado el 4 de abril de 2006 de:  
[http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html)

Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.

Campos Pellanda, E. (2006, octubre). Weblogs de bolso: Análise do impacto da mobilidade no cenário - publicações instantâneas na web. *Prisma, Revista de Ciências da Informação e da Comunicação do CETAC*. Número 3. Recuperado el 27 de abril de 2007 de [http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/12\\_eduardo\\_pellanda\\_prisma.pdf](http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/12_eduardo_pellanda_prisma.pdf)

Cardon, D. y H. Delaunay-Teterel (2006). La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leurs publics. *Réseaux*, 138. Recuperado el 14 de febrero de 2008 de  
<http://www.unige.ch/ses/socio/pdrs/programme/20072008/collectifsmorges/CardonBlogs.pdf>

Castells, M. (2001). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I: La sociedad red*. México: Siglo Veintiuno Editores.

Estalella, A. (2005a, octubre-diciembre). Anatomía de los blogs. La jerarquía de lo visible. *Telos, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*. Número 65, segunda época. Recuperado el 27 de abril de 2007 de <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=9&rev=65>

Estalella, A. (2005b). Filtrado colaborativo: la dimensión sociotécnica de una comunidad virtual. *UOC Papers*. Número 1. Recuperado el 16 de agosto de 2007 de <http://www.uoc.edu/uocpapers/1/dt/esp/estalella.pdf>

Estalella, A. (2006). La construcción de la *blogósfera*: yo soy mi *blog* (y sus conexiones). En Cerezo, J. (director). *La blogósfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Madrid: Fundación France Telecom España.

Finquelievich, S. (2000). Del café de barrio a las redes electrónicas. Las comunidades virtuales como actores sociales en las ciudades. En Finquelievich, S. (coordinadora). *¡Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio*. Buenos Aires: Ediciones CICCUS, Ediciones La Crujía.

Flores, D. (2008). Otras coordenadas. La lógica de formación de redes de bloggers. Ponencia presentada en IX Congreso de ALAIC. Ciudad de México: ALAIC, Tecnológico de Monterrey.

Flores, D. (2009). *La vida en blog. Sentidos del blogging autobiográfico*. Tesis de maestría no publicada. ITESO. Tlaquepaque, Jalisco, México.

Fuentes Navarro, R. (2001). Exploraciones teórico-metodológicas para la investigación sociocultural de los usos de la Internet. En Vasallo de Lopes, M. I. y R. Fuentes Navarro (comps.). *Comunicación, campo y objeto de estudio*. México: ITESO, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Universidad de Colima, Universidad de Guadalajara. Pp. 229-245.

Fumero, A. (2005, octubre-diciembre). Un tutorial sobre blogs. El abecé del universo *blog*. *Telos, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*. Número 65, segunda época. Recuperado el 27 de abril de 2007 de <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idArticulo=1&rev=65>

Fumero, A. (2007). Contexto sociotécnico. En Fumero, A., G. Roca y F. Sáez Vacas. *Web 2.0*. España: Fundación Orange.

Giddens, A. (1987). *Las nuevas reglas del método sociológico. Crítica positiva de las sociologías interpretativas*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Giddens, A. (1995a). *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Giddens, A. (1995b). *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Península.

Guber, R. (2001). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.

Hine, C. (2005). Virtual methods and the sociology of cyber-social-scientific knowledge. En Hine, C. (ed.). *Virtual methods. Issues in social research on the Internet*. Oxford: Berg. Pp. 1-13.

Hsu, C. y J. Lin (2008). The weblogs talk-examining the top 100 weblogs in Hong Kong, Taiwan and China through computer-aided content analysis and network analysis. Ponencia presentada en Media and Global Divides, IAMCR World Congress. Estocolmo: IAMCR.

Islas, O. y F. Gutiérrez (2003). Internet, utopía o panóptico de la Sociedad de la Información. *Anuario de investigación de la comunicación CONEICC X*. México: CONEICC. Pp. 165-192.

Jensen, K. B. (2002). *A handbook of media and communication research. Qualitative and quantitative methodologies*. Londres / Nueva York: Routledge.

Kelleher, T. y B. M. Miller (2008). Organizational blogs and the human voice: relational strategies and relational outcomes. *Journal of Computer-mediated Communication*, 11.

Lahire, B. (2004). Sociología y autobiografía. *Revista de Antropología Social*. Número 13. Pp. 37-47.

Lara, T. (2005, octubre-diciembre). Blogs para educar. Usos de los blogs en una pedagogía constructivista. *Telos, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*. Número 65, segunda época. Recuperado el 27 de abril de 2007 de <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idArticulo=2&rev=65>

Lindón, A. (1999). Narrativas autobiográficas, memoria y mitos: una aproximación a la acción social. *Economía, Sociedad y Territorio*. Vol. II, núm. 6. Pp. 295-310.

Lull, J. (2007). *Culture-on-demand, communication in a crisis world*. Blackwell, Malden MA.

Martín-Barbero, J. (2001). *Al sur de la modernidad. Comunicación, globalización y multiculturalidad*. Pittsburgh: University of Pittsburgh, Instituto Internacional de Literatura Iberoamericana.

Máximo, M. E. (2007). Blogs: o eu encena, o eu em rede. Cotidiano, performance e reciprocidade nas redes sócio-técnicas. Ponencia presentada en la VI Biental Iberoamericana de Comunicación. Córdoba, Argentina: UNC, RAIC.

McCullagh, D. y A. Broache (2007, marzo 20). Blogs turn 10 – who's the father? *CNET News.com*. Recuperado el 3 de diciembre de 2007 de [http://www.news.com/Blogs-turn-10-whos-the-father/2100-1025\\_3-6168681.html](http://www.news.com/Blogs-turn-10-whos-the-father/2100-1025_3-6168681.html)

Merelo, J. J. y F. Tricas (2005, octubre-diciembre). Métrica de la blogósfera. Algunas medidas y relaciones en la blogósfera hispana. *Telos, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*. Número 65, segunda época. Recuperado el 27 de abril de 2007 de <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idArticulo=3&rev=65>

Mortensen, T. y J. Walker (2002). Blogging thoughts: personal publication as an online research tool. *Intermedia*. Disponible en:  
[http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching\\_ICTs\\_in\\_context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf](http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching_ICTs_in_context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf)

Orihuela, J. L. (2004). Los weblogs: revolución y consolidación. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 85.

Park, N. Y., J. Yeon Jeong y J. Ho Han (2008). Are power bloggers political actors? Power bloggers political efficacy and sociopolitical participation. Ponencia presentada en Media and Global Divides, IAMCR World Congress. Estocolmo: IAMCR.

Pedersen, S. y C. Macafee (2007). Gender differences in British blogging. *Journal of Computer Mediated Communication*, 12. Recuperado el 23 de noviembre de 2007 de <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/pedersen.html>

Reguillo Cruz, R. (2000a). Anclajes y mediaciones de sentido. Lo subjetivo y el orden del discurso: un debate cualitativo. En *Revista de la Universidad de Guadalajara*. No. 17.

Reguillo Cruz, R. (2000b). La clandestina centralidad de la vida cotidiana. En Lindón Villoria, A. (coordinadora). *La vida cotidiana y su espacio-temporalidad*. Barcelona y México: Anthropos Editorial, El Colegio Mexiquense, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, UNAM. Pp. 77-93.

Rheingold, H. (1993). *The virtual community. Homesteading on the electronic frontier*. Nueva York: Harper Perennial.

Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa.

Ricœur, P. (1996). *Sí mismo como otro*. México: Siglo Veintiuno Editores.

Sarlo, B. (2006). *Tiempo pasado. Cultura de la memoria y giro subjetivo. Una discusión*. México: Siglo XXI Editores.

Shilina, M. (2008). New post-socialist media as a new kind of intercultural communications: blogosphere of CIS and the Baltic States. Ponencia presentada en Media and Global Divides, IAMCR World Congress. Estocolmo: IAMCR.

Shoukry, L. (2008). Blogging among Egyptian youth: towards new citizenship practices in Egypt. Ponencia presentada en Media and Global Divides, IAMCR World Congress. Estocolmo: IAMCR.

Sibilia, P. (2003). Os diários íntimos na Internet e a crise da interioridade psicológica. En Lemos, A. y P. Cunha (orgs.). *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre: Editora Sulina. Pp. 139-152.

Siles González, I. (2008). A la conquista del mundo en línea: Internet como objeto de estudio (1990-2007). *Comunicación y Sociedad*. Número 10. Recuperado el 17 de julio de 2008 de [http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/volumenes/cys10\\_08.htm](http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/volumenes/cys10_08.htm)

Technorati (2008). State of the blogosphere / 2008. Recuperado el 11 de octubre de 2008 de <http://www.technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/>

Thelwall, M. y D. Stuart (2007). RUOK? Blogging communication technologies during crises. *Journal of Computer-mediated Communication*, 12.

Thompson, J. B. (1990). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: UAM-Xochimilco.

Thompson, J. B. (1995). *The media and modernity. A social theory of the media*. Stanford, California: Stanford University Press.

Van Doorn, N., L. van Zoonen y S. Wyatt (2007). Writing from experience: presentations of gender identity on weblogs. *European Journal of Women's Studies*, 14(2). Pp. 143-159. Recuperado el 16 de febrero de 2008 de <http://ejw.sagepub.com/cgi/content/abstract/14/2/143>

Vela Peón, F. (2004). Un acto metodológico básico de la investigación social: la entrevista cualitativa. En Tarrés, M. L. (coordinadora). *Observar, escuchar y comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. México: FLACSO, El Colegio de México, Porrúa.

Walker, J. (2003, june). Final version of weblog definition. *Jill/txt*. Disponible en: [http://jilltxt.net/archives/blog\\_theorising/final\\_version\\_of\\_weblog\\_definition.html](http://jilltxt.net/archives/blog_theorising/final_version_of_weblog_definition.html)

Weber, M. (1944). *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.

---

<sup>1</sup> Dorismilda Flores Márquez es Licenciada en Comunicación Medios Masivos por la Universidad Autónoma de Aguascalientes y estudiante de la Maestría en Comunicación de la Ciencia y la Cultura por el ITESO. Es integrante del Colegio de Estudios Sociales de Aguascalientes AC. Sus líneas de investigación son cultura, comunicación y redes sociales. dorixfm@gmail.com

<sup>2</sup> Los planteamientos de Giddens y Thompson sobre hermenéutica, que se retoman en este trabajo, provienen de filósofos como Dilthey, Heidegger, Gadamer y Ricœur, para quienes la subjetividad es el centro de la vivencia de la cultura y la historia (Giddens, 1987, 1995a; Thompson, 1990). Así, la hermenéutica profunda o hermenéutica de segundo orden es un modelo interpretativo en la investigación social, que aborda los sujetos en tanto productores de significado, en la búsqueda de objetivar la subjetividad. De manera concreta, el modelo de la hermenéutica profunda propuesto por Thompson (1990), incluye tres fases a partir de la hermenéutica de la vida diaria: análisis sociohistórico, análisis formal o discursivo e interpretación/reinterpretación.

---

<sup>3</sup> Los hallazgos muestran que los *bloggers* atribuyen al *blogging* sentidos de creación, rutina, reflexividad, soporte emocional, identificación, reconocimiento, vínculo con los otros, proximidad, lugar, libertad y trascendencia, entre otros (Flores, 2009).

<sup>4</sup> Se entiende que la *blogósfera* en su conjunto alberga un sinfín de redes pequeñas de *bloggers*, que se reúnen espontáneamente sobre las líneas de las afinidades (Martín-Barbero, 2001; Baym, 2002).