

## Otras coordenadas: La lógica de formación de redes de *bloggers*

Dorismilda Flores Márquez  
ITESO, México  
[dorisfm@hotmail.com](mailto:dorisfm@hotmail.com)

---

### Resumen

En este trabajo se aborda la lógica de formación de redes de *bloggers*, a partir de una investigación más amplia en torno a los sentidos del *blogging* autobiográfico.

El análisis se emprende desde una perspectiva sociocultural de la comunicación, mediante una estrategia metodológica de corte cualitativo, basada en el modelo de la hermenéutica profunda, a través de técnicas de etnografía virtual.

Los resultados preliminares dejan ver la formación de redes de *bloggers* a partir de afinidades electivas, trascendiendo lo territorial, como es habitual en las formas de comunicación mediada.

### Palabras clave

*Blogging*, redes, comunicación

---

### Punto de partida

Si bien los *blogs* no han estado siempre en el entramado de medios de comunicación, tampoco son algo completamente nuevo y distinto a lo previo; de hecho, sus antecedentes quedan mucho más lejos que la emergencia de los sitios web y del propio Internet. En el principio no había *blogs*, pero sí comunicación:

Desde el uso de las primeras formas de gestos y lenguaje a los más recientes desarrollos en tecnología computacional, la producción, almacenamiento y circulación de información y contenido simbólico han sido aspectos centrales de la vida social. Pero con el desarrollo de un rango de instituciones de medios de finales del siglo XV hasta el presente, los procesos de producción, almacenamiento y circulación han sido transformados en ciertas maneras (Thompson; 1995, 10).

En este sentido, los *blogs* emergen como herederos de tradiciones de comunicación mucho más antiguas, en las que ya se apreciaba cierta lógica de formación de redes a partir de elementos compartidos. Un ejemplo de esto son las comunidades de comunicación oral que se formaban desde el siglo XVI en tabernas y cafés de las grandes ciudades, donde se reunían los clientes en torno a distintos temas de

conversación: había cafés de científicos, de artistas y otros (Briggs y Burke; 2002, 40-43); en estos cafés era posible “una comunicación libre y animada sobre temas de interés común” (Fernández Christlieb; 1991, 25). Otras redes se formaron en torno a los periódicos de los siglos XVIII y XIX (Williams; 1992, 192; Briggs y Burke; 2002, 44); así como en torno a la escritura de biografías centradas más en la familia o la ciudad que en el sujeto, que circulaban manuscritas, como “medio de unión social entre los individuos implicados, a menudo un grupo de amigos” (Briggs y Burke; 2002, 44-46).

El siglo XX fue fundamentalmente el siglo de los grandes medios de comunicación, pero fue también un siglo en que los usos privados de fotografías, álbumes y videos caseros adquirieron gran importancia personal, familiar y cultural, para documentar lo cotidiano, el día a día de sujetos comunes (Williams; 1992, 199; Van Dijck; 2004, 265). Además, fue el siglo del nacimiento y la expansión de Internet, del desplazamiento en sus usos, de lo militar, a lo educativo, lo comercial, lo social.

En este contexto, emerge el *blogging* como un fenómeno tecnológico, comunicativo y cultural, ya que más allá de la tecnología utilizada y las habilidades requeridas para la producción de *blogs*, éstos se configuran — junto con otros tipos de sitios y recursos en Internet — como espacios de interacción social mediada electrónicamente y reconfiguran los procesos de comunicación.

Se reconoce el inicio del *blogging* como tal en 1994 (Blood; 2000), pero fue a partir del año 2000 que el crecimiento de esta forma de comunicación se disparó, esto atrajo las miradas de usuarios, profesionales e investigadores de un sinnúmero de disciplinas; desde entonces empezaron a proliferar los acercamientos en los que se buscaba dar cuenta del fenómeno emergente que ocurría en los *blogs* y que daba lugar a la *blogósfera*. Los primeros abordajes fueron enfocados a ensayar una historia de los *blogs* (Blood; 2000), así como a establecer definiciones más precisas de ellos (Walker; 2003).

En los seis años más recientes, los acercamientos empíricos a los *blogs* se han concentrado en las categorías de los usos, las relaciones, así como el impacto y las modificaciones que producen en prácticas concretas.

La *blogósfera*, como espacio de relaciones, ha sido incorporada también en la investigación, a partir de preguntas por su tamaño, por la formación de redes e incluso por el carácter de esas redes — técnico o social —, que recientemente se ha reunido en la figura de los sociotécnico, en tanto que esta red no puede entenderse al margen de lo técnico y mucho menos al margen de lo social.

La discusión en torno a los *bloggers* ha girado en torno a la transformación de los sujetos en el *blogging*, de consumidores a creadores; en muchos de estos estudios se reconoce el empoderamiento del sujeto al acceder de cierto modo al espacio público a partir del *blog*.

Se advierte además, en el año más reciente, un desplazamiento hacia el estudio del *blogging* como práctica comunicativa, a partir de abordajes más complejos en torno a las condiciones e implicaciones de esta práctica.

Cabe destacar que los *blogs*, la *blogósfera*, los *bloggers* y el *blogging*, se han colocado como objetos de interés para la reflexión fundamentada y para la investigación académica. En este campo, como en muchos, los científicos sociales no hemos tenido — ni tendremos — el monopolio; de hecho, muchas de las aportaciones para la comprensión de esta práctica, han venido de otros agentes, tales como periodistas, líderes de opinión y de los propios *bloggers*, que continuamente analizan sus propias prácticas, ellos “*son parte de la historia, y no son solamente observadores o espectadores de ella*” (Thompson; 1990, 401).

### **La propuesta de estudio**

Si bien hay *blogs* en torno a diversos temas y propósitos— literarios, educativos, periodísticos, corporativos, institucionales —, el interés académico de quien esto escribe se ha centrado en el *blogging* autobiográfico, pensado como un foro de segundo orden en que lo cotidiano se desmenuza, se reconstruye y se comparte.

Concretamente, el interés de mi proyecto de investigación en curso está centrado en los sentidos del *blogging* autobiográfico, entendido como práctica comunicativa emergente, en un contexto de modernidad tardía.

El abordaje se hace desde una perspectiva sociocultural de la comunicación, que implica, entre otras cosas, desplazar “epistemológica y metodológicamente el foco de análisis de los medios y los mensajes a los sujetos sociales y los procesos de producción de sentido” (Fuentes Navarro; 2000, 23; 2001a, 21; 2001b, 237), lo que hace posible:

Mirar la constitución de la sociedad como un proceso dinámico en el que los actores sociales realizan acciones, producen discursos y construyen sentido sobre el mundo a partir de complejos procesos de negociación y siempre desde un lugar situado e históricamente construido (Reguillo; 2000).

Metodológicamente, la investigación aquí mencionada, ha seguido el modelo de la hermenéutica profunda, cuyo punto de partida es entender que el objeto de nuestras investigaciones es en sí mismo un campo preinterpretado, puesto que los sujetos ordinarios, como los analistas, son sujetos capaces de comprender, reflexionar y actuar a partir de ello (Giddens; 1987; Thompson; 1990). Para abordar el objeto a partir de este modelo, se han empleado técnicas de etnografía virtual: observación participante y entrevistas en línea (Hine; 2004).

La selección del corpus de análisis tuvo como propósito *encontrar* una red de sociabilidad construida espontáneamente, en *blogs* autobiográficos, para, a partir de ellos, abordar a los *bloggers* que los producen. Tal selección de *blogs* y *bloggers* no pretende ser representativa en número — dado el carácter creciente, no permanente e incluso incuantificable de la *blogósfera* — y tampoco por factores tales como la ubicación geográfica, la edad o el género, dado que la propia lógica de la *blogósfera* desafía esas categorías.

### **Algunos resultados del trabajo de campo**

La primera etapa del trabajo de campo ha sido de carácter exploratorio, para lo cual se realizó un ejercicio de observación participante y no participante en línea, durante los meses de febrero, marzo y abril de 2008. El primero de los objetivos fue identificar pequeñas redes de sociabilidad al interior de la *blogósfera*.

Para ello, el punto de partida fue la *blogger* A<sup>1</sup>, ya que su *blog* — de corte autobiográfico — es muy popular<sup>2</sup> en la *blogósfera*; algunos *bloggers*, incluso, la reconocen como *blogstar*, es decir, como un personaje visible o una estrella en la *blogósfera*.

Por su popularidad, la *blogger* A se relaciona con gran cantidad de *bloggers*, pero es posible identificar que con unos pocos de ellos mantiene contacto más frecuente y forma con ellos — los *bloggers* B, C, D, E y F — una red de sociabilidad. La *blogger* A se relaciona también con los *bloggers* G y H, aunque estos no son parte de su red más cercana.

---

<sup>1</sup> La identidad de los *bloggers* se mantendrá en el anonimato, a menos que ellos autoricen hacerla pública.

<sup>2</sup> De acuerdo con Technorati, registra 825 enlaces desde otros *blogs* y sitios. Cada entrada de su *blog* atrae por lo menos 30 comentarios y es frecuente que alcance más de 100 comentarios por entrada.

En torno a la *blogger* G<sup>3</sup> se identifica otra red de sociabilidad, formada por los *bloggers* H, I, J, K, L y M.

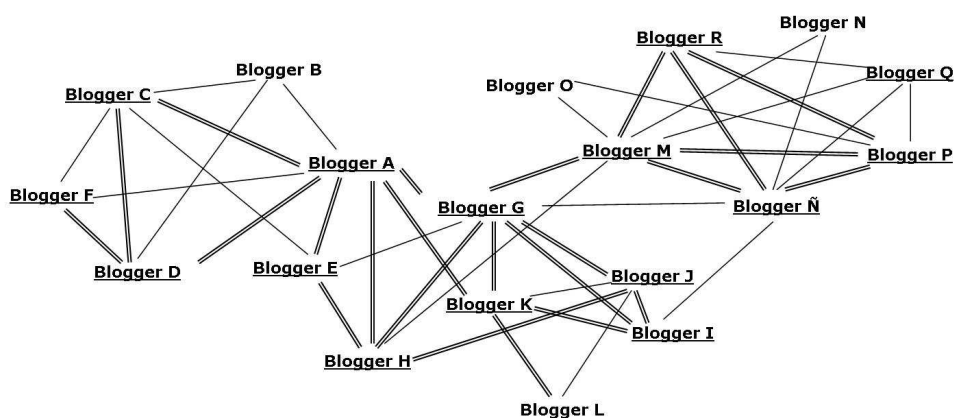
Finalmente, la *blogger* M<sup>4</sup> forma parte de otra red, con las *bloggers* N, Ñ, O, P, Q y R.

Se trata de 19 *bloggers* agrupados en tres redes de sociabilidad. Cabe resaltar que “los campos o redes son construcciones abstractas que el investigador define de acuerdo al criterio que le interese”, es en torno a ese criterio que se pueden “identificar estructuras sociales que generalmente no están formalmente definidas por la sociedad y que de otra forma no serían identificables” (Adler-Lomnitz; 2001, 343).

En los casos elegidos, los *bloggers* pueden formar parte de otras redes además de las seleccionadas. De la misma manera, otros *bloggers* no contemplados pueden ser parte de las redes elegidas. En la selección se buscó identificar a los elementos más sobresalientes de cada red. La selección hecha para el estudio es, pues, deliberada y artificial.

Se observan tres redes de sociabilidad, hay elementos que son parte de más de una, tales como A, H, M y G. Esta última se erige como el nodo que conecta las tres redes. En la imagen se representa con letra a cada *blogger*, con una línea al hiperenlace simple — un *blogger* enlaza a otro — y con doble línea al hiperenlace recíproco — dos *bloggers* se enlazan mutuamente —. Los elementos sobre los que se concentra la mayor parte de enlaces, aparecen subrayados.

Figura 1. Redes de sociabilidad por código.

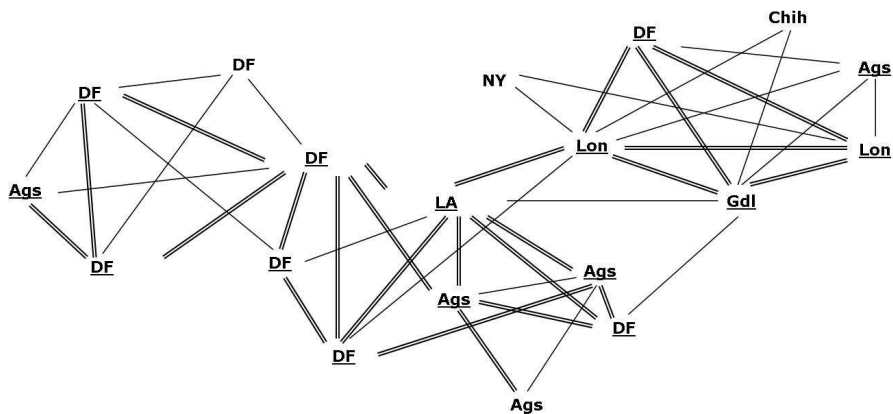


<sup>3</sup> Su *blog* registra 228 enlaces desde otros *blogs* y sitios web. Suele tener de 10 a 80 comentarios por entrada.

<sup>4</sup> 56 enlaces desde otros *blogs* y sitios web, de acuerdo con Technorati. Y 5 a 50 comentarios por entrada.

Si bien las redes de sociabilidad mediante el *blogging* se establecen en *territorio virtual*, el *blogger* no se desliga de su contexto social y su ubicación geográfica. La figura 2 introduce una modificación a la figura 1, la ubicación geográfica de los *bloggers* que integran estas redes.

Figura 2. Redes de sociabilidad por ubicación geográfica.



Los *bloggers* antes mencionados se ubican mayoritariamente entre los 23 y los 31 años, aunque varios de ellos superan esta edad; viven en ciudades medianas o grandes; cuentan con estudios superiores, incluso algunos de ellos han cursado posgrados; y trabajan diariamente o desarrollan parte de su trabajo en oficinas.

Por otro lado, a la vez que se hizo observación en línea para detectar estas redes, se hizo una primera observación de los relatos en los *blogs*, con el objetivo de detectar líneas temáticas. Las más recurrentes fueron: el trabajo, los lugares donde circulan los *bloggers* en su vida *offline* (la oficina, la ciudad, las casas), las actividades que realizan en tiempo de ocio, la comida, los viajes, la vida sexual y sentimental, el cuerpo, la familia, los amigos, la pareja, la política, así como ciertos acontecimientos y conmemoraciones.

**(In)conclusiones**

A partir de la primera etapa del trabajo de campo, se pueden observar ciertas lógicas en la formación de redes de *bloggers*:

De entrada, lo que no es un secreto en las prácticas de comunicación mediada por computadora, se observa claramente en las redes de *bloggers*, la construcción de estas redes trasciende lo territorial, en tanto que las relaciones se establecen a distancia. Si bien se habla de desterritorialización como característica de nuestra época, apoyada por la articulación de procesos sociales a distancia mediante las tecnologías de información y comunicación, habrá que tomar en cuenta que “toda desterritorialización es acompañada por una re-territorialización”, de modo que se da lugar a *otros territorios* y *otras geografías*, a una territorialidad desarraigada, que se vive “entre las franjas de espacios, despegadas de los territorios nacionales, o en los ‘lugares’ atravesados por fuerzas diversas” (Ortiz; 1998, 37-42).

Los relatos, sin embargo, no se desligan de lo territorial, es común que en ellos se haga referencia a lugares específicos en las ciudades donde los *bloggers* viven o de aquellas a las que han viajado; se trata, en la mayoría de las veces, de referentes compartidos.

Los *bloggers* se ubican principalmente, aunque no exclusivamente, en determinado rango de edad y comparten elementos como el nivel de estudios, el tipo de trabajo y los estilos de vida.

Sobre todo, los *bloggers* comparten relatos autobiográficos similares, a partir de sus experiencias e intereses, que se relacionan con los elementos mencionados en el párrafo anterior.

Es muy probable — las primeras entrevistas realizadas para este trabajo así lo indican — que aunque vincularse con los otros, sobre todo con unos *otros* geográficamente lejanos, no sea la motivación principal para iniciar un *blog*, sí se convierte en la motivación para continuarlo, en tanto que la formación espontánea de redes genera cierto compromiso en los *bloggers*. Estas relaciones suelen construirse sin una finalidad concreta, se trata de “redes de amistad que no tienen otro objetivo que el de reunirse sin objeto ni proyecto específicos”, en ellas “la *religancia* se vive *por sí misma*, sin ningún tipo de proyecciones” (Maffesoli; 1990, 58-59). Así, en las redes de sociabilidad, se “exige la forma más pura, transparente y fácil de practicar de la interacción, *la que se da entre iguales*” (Simmel; 2002, 83-90).

Se puede afirmar, con los resultados obtenidos hasta el momento, que la lógica de formación de redes de *bloggers* descansa sobre las afinidades electivas, que estas redes se mantengan por la sensación de *vínculo*, de *compañía*, de *estar los unos con los otros*, y que lo territorial se trascienda para dar lugar a otro tipo de coordenadas.

Y si bien, en el principio no había *blogs*, los hay ahora y sin duda han marcado la historia de nuestra generación. Lejos de reducirse a simples botellas lanzadas a la mar o diarios de algún Don Nadie, son el retrato de una época, son también lo posible de la tecnología y la cultura de nuestros tiempos, son productos de prácticas reconfiguradas que dejan ver un rastro de las profundas transformaciones sociales.

## Referencias

- Adler-Lomnitz, Larissa (2001). *Redes sociales, cultura y poder. Ensayos de antropología latinoamericana*. México: Porrúa.
- Blood, Rebecca (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)
- Briggs, Asa y Peter Burke (2002). *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Santillana.
- Fernández Christlieb, Pablo (1991). *El espíritu de la calle. Psicología política de la cultura cotidiana*. Guadalajara: UdeG.
- Fuentes Navarro, Raúl (2000). "Perspectivas socioculturales postdisciplinarias en la investigación de la comunicación". En Orozco Gómez, Guillermo (coord.). *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*. Madrid: Ediciones de la Torre. Pp. 17-31.
- (2001a). "Para impensar la comunicación mediada desde una perspectiva sociocultural". En Solís Lerece, Beatriz (editora). *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC VII*. Pp. 11-31.
- (2001b). "Exploraciones teórico-metodológicas para la investigación sociocultural de los usos de la Internet". En Vasallo de Lopes, Maria Inmacolata y Raúl Fuentes Navarro (comps.). *Comunicación, campo y objeto de estudio*. México: ITESO, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Universidad de Colima, Universidad de Guadalajara. Pp. 229-245.
- Giddens, Anthony (1987). *Las nuevas reglas del método sociológico. Crítica positiva de las sociologías interpretativas*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Hine, Christine (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Maffesoli, Michel (1990). *El tiempo de las tribus*. Barcelona: ICARIA Editorial.
- Ortiz, Renato (1998). *Otro territorio*. Santafé de Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Reguillo Cruz, Rossana (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.
- Simmel, Georg (2002). *Cuestiones fundamentales de sociología*. Barcelona: Gedisa.
- Thompson, John B. (1990). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: UAM-Xochimilco.
- (1995). *The media and modernity. A social theory of the media*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Van Dijck, José (2004). "Mediated memories: personal cultural memory as object of cultural analysis". En *Continuum; Journal of Media & Cultural Studies*. Vol. 18, número 2. Pp. 261-277.
- Walker, Jill (2003, june). "Final version of weblog definition". En *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)

Williams, Raymond (1992). "Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales". En Williams, Raymond (editor). *Historia de la comunicación, volumen 2, de la imprenta a nuestros días*. Barcelona: Bosch Casa Editorial.