

## XXII Encuentro Nacional AMIC

### GI 1: Nuevas tecnologías, internet y sociedad de la información

#### La vida en blog: Sentidos del blogging autobiográfico

Dorismilda Flores Márquez

Colegio de Estudios Sociales de Aguascalientes

dorixfm@gmail.com

#### Abstract

De acuerdo con Technorati, hay más de 133 millones de *blogs* en el mundo y el 79% de ellos son personales o autobiográficos. El *blogging*, al igual que otras prácticas de comunicación a través de internet, se ha incorporado en la vida cotidiana de gran cantidad de usuarios y deja ver un serie de transformaciones sociales.

En esta ponencia se presentan los resultados de una investigación acerca de los sentidos que los sujetos atribuyen al *blogging* autobiográfico en tanto práctica comunicativa. Tal pregunta se sitúa en el cruce entre el problema de las redes sociales mediadas y el problema de lo autobiográfico.

Teórica y metodológicamente, el estudio partió de una perspectiva sociocultural de la comunicación, en la que el foco del análisis está en los sujetos sociales y los procesos de producción de sentido, en la búsqueda de comprender los usos y el sentido atribuido al *blogging*, como práctica emergente de comunicación mediada. Se trató, así, de un acercamiento cualitativo, basado en etnografía virtual e incluyó observación en línea y entrevistas con 12 *bloggers*, además del análisis de discurso de más de 100 relatos autobiográficos publicados en *blogs*.

Como resultado, se observa que los *bloggers* atribuyen a su práctica una multiplicidad de sentidos, entre los que sobresalen los de reflexividad en tanto *pensar lo vivido*, de trascendencia en tanto *dejar rastro de sí* y de vínculo con los otros, en cuanto que en la *blogósfera* construyen y mantienen relaciones a partir de afinidades, independientemente del territorio físico, dando lugar a *otras coordenadas* de operación.

Se puede concluir:

- Que las autobiografías en *blog* se sostienen en una época de fuerte subjetividad, donde se valora la experiencia frente a los saberes expertos y, además, las fronteras entre lo público y lo privado se encuentran cada vez más diluidas.
- Que las redes construidas por los *bloggers* con frecuencia trascienden la *blogósfera* y se extienden a otros sitios de redes sociales, tales como Facebook y Twitter, donde las conexiones y relaciones siguen básicamente las mismas lógicas que en los *blogs*, además de que con frecuencia distintos tipos de redes se superponen para dar lugar a redes más complejas.

- Que el *blogging*, junto con otras prácticas de comunicación, dejan ver el desplazamiento en el acceso a la palabra pública, del sujeto legitimado en la modernidad temprana, al sujeto *tecnologizado* en la modernidad tardía.

**Palabras clave:** estudios de internet, *blogging*, redes sociales, etnografía virtual.

## La vida en blog: Sentidos del blogging autobiográfico

*Podemos preguntarnos de una manera general en qué estado del mundo social los cientos de 'anónimos' sienten —en la misma época y sin concertarlo colectivamente— el impulso de escribir, de testimoniar por escrito su vida.*

Bernard Lahire

El *blogging* autobiográfico se ha configurado como una presencia en la vida cotidiana, que hasta hace poco tiempo era una ausencia en el análisis social. Esta práctica, aparentemente inocua e irrelevante, deja ver una ruptura en la posibilidad de expresión pública, al rebasar los habituales filtros de acceso a los medios tradicionales de comunicación, con el creciente acceso a las tecnologías de información y comunicación (TIC) por parte de sujetos comunes. A la vez, la producción, circulación y consumo de relatos de estos muchos anónimos — retomando el planteamiento de Lahire (2004)— dejan ver más allá los *bloggers* y sus vidas narradas, constituyen un cuadro diversificado de ciertas formas de vida contemporánea.

Esta ponencia presenta los principales hallazgos de una investigación sobre el *blogging* autobiográfico, como práctica comunicativa emergente. La pregunta por los sentidos de esta práctica se construyó en torno al problema de las redes sociales mediadas, en su dimensión de prácticas de comunicación; y el problema de lo autobiográfico, en tanto relato de la propia vida que, al ser realizado en *blogs*, adquiere un carácter continuo y público. La pretensión es, más allá de describir la práctica, profundizar en las razones de los sujetos que la realizan, ya que en el estudio de la comunicación no sólo importan las preguntas por el *qué*, *cuántos* y *a través de qué medios*, sino también aquéllas que buscan identificar los *cómos* y los *por qué* de las prácticas.

Si bien los *blogs* pueden erigirse como aportaciones de sujetos aislados, socialmente dicen mucho más de lo que en ellos está publicado, ya que “ninguna acción social se desarrolla en el vacío, por fuerza se verifica en unos marcos (reales o virtuales) que acotan, definen, prescriben y a veces proscriben, el tipo de acción válida al interior de sus límites” (Reguillo, 1999, 109). El *blogging* ha crecido de un modo acelerado en relativamente pocos años, el reporte de octubre de 2008 hecho por Technorati indicaba que había entonces 133 millones de *blogs* y que el 79% de éstos eran *blogs* personales o autobiográficos. Se trata de una práctica que se ha incorporado en la vida cotidiana de millones de personas, por lo que vale la pena interrogarla, en tanto que dice mucho de la vida social contemporánea.

La emergencia de formas de comunicación mediada en internet, deja ver una serie de tensiones que configuran un escenario contemporáneo complejo: entre la fugacidad y la permanencia, entre la individualización y la búsqueda de vínculos, entre la aparente irrelevancia y configuración como práctica cotidiana, así como entre lo público y lo privado.

Aunque el *blogging* autobiográfico fue el centro del estudio que aquí se detalla, los hallazgos y conclusiones dan pistas sobre otras prácticas de comunicación, que siguen lógicas similares en la construcción de redes sobre *otras coordenadas*. Socialmente, la mirada a los *bloggers*, sus prácticas y los sentidos de éstas, permite reconocer la complejidad de algo aparentemente inocuo e intrascendente. Precisamente, este trabajo pretende aportar a la comprensión de las implicaciones sociales del complejo entramado de *blogs*, como espacios no individuales, sino intersubjetivos.

### **En el principio no había *blogs*: La emergencia del *blogging* como práctica comunicativa**

*Mirar* una práctica comunicativa emergente como el *blogging* autobiográfico implica cierta tentación de pensar en ella como en algo

completamente nuevo, que se genera a partir de la popularización de la Internet; sin embargo, la historia social permite ver que, si en el principio no había *blogs*, sí había 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 la segunda mitad del siglo XX emergen las computadoras y la Internet, inicialmente también para fines militares y posteriormente como un producto y una red abierta a diversos usos (Briggs y Burke, 2002); para eso, sin embargo, fueron necesarias ciertas modificaciones, como la reducción de tamaño y precio en las computadoras y la apertura de la red a intereses inicialmente educativos y posteriormente también comerciales, políticos y comunicativos (Castells, 2001; Trejo Delarbre, 2006).

*La innovación tecnológica no es un acontecimiento aislado.* Refleja un estado determinado de conocimiento, un entorno institucional e industrial particular, una cierta disponibilidad de aptitudes para definir un problema técnico y resolverlo, una mentalidad económica para hacer que esa aplicación sea rentable, y una red de productores y usuarios que puedan comunicar sus experiencias de forma acumulativa, aprendiendo al utilizar y crear: las elites aprenden creando, con lo que modifican las aplicaciones de la tecnología, mientras que la mayoría de la gente aprende utilizando, con lo que permanece dentro de las limitaciones de los formatos de la tecnología (Castells, 2001, 63).

Las implicaciones de esta convergencia están profundamente relacionadas con los procesos de globalización que, aunque tienen sus raíces siglos atrás, se cristalizan y visibilizan a finales del siglo XX y en lo que va del XXI, en una serie de transformaciones tecnológicas, económicas, sociales y culturales, que incluyen la extensión de los canales y las prácticas comunicativas.

Más allá de las transformaciones en el entorno social que dio lugar al surgimiento y la expansión de internet, la propia red se ha transformado también,

en tanto espacio social. Su primera etapa, que ahora conocemos como Web 1.0, se concentró en la información, de manera que los usos se limitaban a la difusión y búsqueda de datos y a formas incipientes de comunicación, principalmente a través del correo electrónico.

La creatividad cultural y la innovación en la cultura digital dio lugar a apropiaciones no esperadas por parte de los usuarios de las tecnologías (Castells, 2008). Los usos de internet permitieron la incorporación de actores sociales que no habían tenido acceso a los medios tradicionales. La libertad posibilitó la formación de redes, que han caracterizado lo que ahora conocemos como segunda etapa de internet o Web 2.0, en la cual se potencia “el papel de los usuarios como productores de las aplicaciones y los contenidos” (Castells, 2008); de modo que la tendencia de usos se centra en la comunicación, la interactividad y la colaboración, a través de *wikis*, *blogs*, plataformas de micro-*blogging* —como Twitter y Jaiku—, sitios de redes sociales —tales como Facebook, Hi5, MySpace, Orkut—, sitios de intercambio de contenidos —como Flickr y YouTube—, e incluso juegos de roles en línea y multi-jugador —como Second Life—.

En este contexto de Web 2.0, 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 ciertos procesos de comunicación. A través de los *blogs*, los usuarios o *bloggers* suben contenido a la red mediante *posts* o entradas, leen y comentan el contenido publicado por otros *bloggers* y se integran en redes sociales mediadas electrónicamente, con hiperenlaces, comentarios y otros recursos.

El *blogging* se sitúa en el cruce de otras prácticas, como: las de comunicación oral y construcción de redes, que datan de siglos; las de escritura de autobiografías, cartas, diarios y otros modos de documentación de la vida cotidiana; así como las relativamente recientes prácticas de comunicación a través de Internet (Fernández Christlieb, 1991; Williams, 1992; De Certeau, 1995;

Castells, 2001, 2008; Briggs y Burke, 2002; Bourdieu, 2003; Sibilia, 2003; Trejo Delarbre, 2006; Fumero, 2007).

## **La mirada desde la comunicación**

La comunicación, en palabras de Eduardo Vizer (2003, 113), “no se define tanto por su objeto como por la mirada que dirige hacia sus objetos y hacia los sujetos sociales en tanto miembros de una cultura particular”. El lugar desde donde se eligió *mirar* el *blogging* autobiográfico en esta investigación, fue precisamente el de la comunicación, como campo de entrecruces de otras disciplinas sociales, a partir de una perspectiva sociocultural (Fuentes Navarro, 2001). Metodológicamente, se trató de un acercamiento cualitativo, cuyo punto de partida fue entender que “el objeto de nuestras investigaciones es en sí mismo un campo preinterpretado”, puesto que los sujetos ordinarios, como los analistas, son capaces de comprender, reflexionar y actuar a partir de esta comprensión y reflexión (Giddens, 1987; Thompson, 1990).

Con el fin de profundizar en las prácticas cotidianas de los *bloggers*, se les buscó en su propio hábitat, es decir, en la red. De manera concreta, se recurrió a la etnografía virtual; esto incluyó ocho meses de observación en línea, entrevistas con 12 *bloggers* mexicanos y el análisis de discurso de más de 100 relatos publicados en *blogs* (Benveniste, 1981; Jensen, 1995, 2002; Ricoer, 1996; Hine, 2004; Kivits, 2005).

## **El encuentro con los *bloggers*: La interpretación de la práctica desde los sujetos**

La pregunta por los sentidos de las prácticas remite necesariamente a los sujetos que ejercen tales prácticas (Weber, 1944); por ello, la parte sustantiva de esta búsqueda por comprender los sentidos del *blogging* autobiográfico se concentró en el acercamiento a los *bloggers*. Éstos fueron seleccionados, no por

sus características sociodemográficas, sino por sus *blogs*; sin embargo, es notorio que estos sujetos tienen mucho en común. En términos de edad, van de los 24 a los 49 años, pero la mayoría se concentra en el bloque de edad de 24 a 34 años, lo que coincide con las cifras presentadas por el INEGI (2008) en cuanto a que el acceso a Internet en México se concentra principalmente en el bloque de edad de los menores de 34 años. Resalta además el alto nivel educativo de los *bloggers* abordados, todos ellos cuentan con estudios de licenciatura, algunos han hecho varios diplomados e incluso una o dos maestrías. En cuanto a la ocupación, gran parte de los entrevistados se desempeñan en empleos relacionados con la información y el conocimiento; la mayoría de ellos realizan parte de sus actividades en oficinas y, de hecho, más de la mitad se ubica en el sector editorial, sea en revistas o periódicos.

Este apartado recoge los resultados de las conversaciones sostenidas con 12 *bloggers* a través de servicios de mensajería instantánea y correo electrónico.

Entre las condiciones que dan lugar a la práctica, la primera es la elección de ser *blogger*, a partir de las necesidades de expresión pública, de construcción de memoria y de vínculo con los otros. Es importante señalar que hay distintos momentos en el *blogging* y las motivaciones que llevan a crear un *blog* no necesariamente son las mismas para mantenerlo. Si bien la necesidad de expresión persiste como razón para continuar con la práctica, se suman a ella la necesidad de relacionarse con los demás y la búsqueda de trascendencia en un momento histórico concreto.

Crear un *blog*, sin embargo, no se da sólo a partir de motivaciones, es necesario que existan las condiciones para que los sujetos decidan y puedan producir un *blog*. Una constante es que los *bloggers* escribían habitualmente, desde antes de iniciar sus *blogs*; lo hacían en diarios personales y cuadernos de notas, donde lo mismo registraban experiencias de su vida diaria que relatos de ficción creados por ellos. Ser *blogger*, de acuerdo con los entrevistados, requiere de ciertas habilidades e intereses; lo principal es tener algo que decir y tener



habilidades “editoriales”, las competencias técnicas no son percibidas como importantes por los propios *bloggers*. Se trata, además, de sujetos con acceso a Internet, que han aprendido a manejar sus *blogs* a base de ensayo y error, con la ayuda de los otros.

De acuerdo con lo expresado por los entrevistados, ellos usan sus *blogs* personales para expresarse, compartir y relacionarse. 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 sus recuerdos. Estas construcciones, casi siempre, se hacen para los otros.

La producción de los relatos tiene sus tiempos y espacios. La mayor parte de las tareas de producción se realizan en tiempos de ocio, pero es muy frecuente también ocuparse del *blog* en horarios de trabajo. En cuanto a los espacios, se *postea* principalmente, aunque no de manera exclusiva, desde la casa y la oficina. Aunque la convergencia tecnológica, que ha dado lugar a teléfonos celulares con acceso a Internet, ha posibilitado extender el *blogging* prácticamente a cualquier espacio y tiempo.

Por otro lado, una característica del *blogging* es la permanente relación con los otros, a través de estrategias como los comentarios y los hiperenlaces entre *blogs*. Tales relaciones se tejen a partir de la lectura recurrente de los *blogs*; éstas, con frecuencia, van más allá del contacto sólo por el *blog* y se extienden por otras vías de comunicación, tales como los servicios de mensajería instantánea, los sitios de redes sociales, el correo electrónico, los mensajes SMS e incluso algunas reuniones presenciales.

En este sentido, la lógica de formación de redes de *bloggers* descansa sobre las afinidades electivas, que estas redes se mantienen por la sensación de compañía, de *estar los unos con los otros* aunque sea a distancia y que lo territorial es desplazado para dar lugar a otras coordenadas, donde los sujetos construyen otras geografías casi siempre desligadas del espacio físico (Giddens, 1995; Ortiz, 1998; Bauman, 2005). En estas relaciones lo de menos es compartir un territorio físico, lo que no es un secreto en las prácticas de comunicación

mediada por tecnologías; lo altamente valorado es coincidir en intereses y estilos de vida.

En las relaciones con los otros, es posible distinguir tres tipos de “otros”: los conocidos antes del *blog*, los conocidos a partir del *blog* —cuando ha habido reuniones presenciales— y los conocidos solamente a través del *blog*; en estos últimos dos casos se trata de extraños que se vuelven conocidos e incluso íntimos, independientemente de su proximidad o lejanía geográfica (Bauman, 2005). Las razones para buscar a los otros en los *blogs* tienen que ver con las necesidades de relación e identificación, ésta se puede dar en torno a los intereses, la preferencia política, la forma de ver la vida, entre otros. Algunos *bloggers* reconocen que los relatos que leen son relativamente poco importantes en una escala social, pero que les resultan muy importantes en su cotidiano, en tanto que ver a los otros permite ver más allá de la propia realidad.

Del otro lado, los *bloggers* consideran que aportan algo que personal y socialmente los hace distintos de los otros, trátase de la forma de ver la vida, la capacidad de análisis y crítica frente a la realidad social, las experiencias que se han vivido, entre otros.

En sus prácticas cotidianas, los *bloggers* suelen reflexionar en torno al *blogging*, a veces en sus propios *blogs*, en las reuniones de *bloggers* y, en este caso, en las conversaciones sostenidas con ellos en torno al tema.

Las concepciones de *blog* por parte de los *bloggers* desbordan por mucho las definiciones técnicas del *blog*, enfocadas en aspectos como el orden cronológico inverso de las entradas, la facilidad para publicar y las posibilidades de intercambio de comentarios e hiperenlaces. En el nivel más elemental, el *blog* es concebido como un medio de comunicación. En un segundo nivel, el *blog* se entiende como un espacio personal, algo que se construye 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. En un tercer nivel, el *blog* se ubica como un *lugar* que posibilita ciertas relaciones con los otros, en tanto que es un *lugar* propio que puede ser visitado por los otros y a la vez es una puerta que

da acceso a los *lugares* de los otros. Este *lugar* es *habitado* por un *personaje*, que es el propio *blogger*.

Las redes de *bloggers*, se constituyen como espacio de relaciones, donde se producen lazos y amistades muy fuertes a partir de los elementos compartidos; es la posibilidad de encontrar afinidades más allá de los círculos de pertenencia tradicionalmente asociados a la familia, la escuela y el trabajo para ir más allá, aunque también en el *blogging* algunas redes concentran sujetos cuya conexión se da a partir de esos círculos de pertenencia y se extiende posteriormente a los *blogs*. Pero el *blogging* es también un espejo, un espacio de auto-reflexividad, en tanto que lo que se produce y se publica, se comparte con los otros —y con unos *otros* que probablemente han vivido experiencias similares o comparten determinadas maneras de pensar— y se comparte también consigo mismo.

### **Las rutas de los relatos: La construcción de la autobiografía**

La posibilidad de expresión pública se erige como una de las principales motivaciones para crear y mantener un *blog*. Ante ello, cabe preguntarse por los relatos, qué se narra en ellos y de qué manera, para comprender en torno a qué se mueven los relatos y qué dejan ver de la realidad social, en tanto que el relato autobiográfico es una versión que da el autor acerca de su propia acción (Bourdieu, 1997; Lindón, 1999; Lahire, 2004; Sarlo, 2006), de su existencia inscrita en la historia (Lindón, 1999). El análisis de los relatos permitió, en primer lugar, definir los tiempos, espacios y actores que hacen inteligible el relato (Giménez, 2007) y, en segundo lugar, identificar aquello que se cuenta en los *blogs*, en términos de temáticas y características.

Más allá de la cronología inversa de las entradas y del cúmulo de bits que ocupa un sitio en la red, los relatos de los *blogs* dejan ver otros sentidos del tiempo y del espacio, a partir de la práctica.

Distingo tres tiempos en el *blogging*. En primer lugar, el *tiempo narrado* es el tiempo verbal concreto en que se realiza la enunciación, que puede o no coincidir con el tiempo de producción y el tiempo de consumo de los relatos (Benveniste, 1981; Ricoeur, 1996).

La narración inscribe la experiencia en una temporalidad que no es la de su acontecer (amenazado desde su mismo comienzo por el paso del tiempo y lo irrepitable), sino la de su recuerdo. La narración también funda una temporalidad, que en cada repetición y en cada variante volverá a actualizarse (Sarlo, 2006, 29).

El grueso de los relatos se ubica temporalmente en el presente, puesto que son contruidos a partir de las experiencias cotidianas de sus autores. Sin embargo, al interior de los relatos, conviven pasado, presente y futuro. La lectura diaria de los *blogs* deja ver que *siempre es hoy*, pero a la vez, la secuencia de relatos, permite ver que *el tiempo pasa*.

En segundo lugar, en el *tiempo biográfico*, los relatos dan cuenta de los sucesos ocurridos en la vida del protagonista. Con frecuencia, los relatos parten de las experiencias del día y se centran en algún detalle sobresaliente en la vida del autor. Los acontecimientos, tales como cumpleaños, conciertos y viajes se incorporan también en los relatos. Varios *bloggers* realizan al final de cada año su “recuento anual”, de modo que se cuenta lo más importante que se vivió en ese lapso.

Se observa en estos relatos, que el protagonista es el propio autor y que las acciones relatadas se ubican en el plano de los acontecimientos que impactan de manera personal la vida del *blogger*. En estos relatos no importa demasiado el escenario en que se desarrollan o el mes o año en que ocurren, sino que el foco de atención está colocado en el suceso, a partir de la relevancia que éste pueda tener para el propio *blogger* y su red. La construcción temporal tiene más que ver con la definición de etapas en la vida y con la sucesión de hechos, que con un calendario, salvo en los relatos del cumpleaños, donde la fecha sí resulta muy importante.

En tercer lugar, el *tiempo social/histórico* da cuenta de la existencia inserta en la historia. Los relatos permiten observar las continuidades y rupturas en la vida cotidiana, los acontecimientos de interés general a través de los ojos de quienes tienen en esos sucesos una inquietud personal.

Aun cuando se trata de relatos de acontecimientos públicos, la reflexión en torno a éstos se vincula con la vida cotidiana de los autores y del común de los sujetos que comparten la misma realidad. En suma, se aprecia en estos relatos que el foco de atención está puesto no en el *blogger*, sino en el acontecimiento y sus implicaciones sociales, asociadas a las implicaciones personales. El sujeto que enuncia, sin embargo, sigue siendo el *blogger* y lo hace desde la experiencia o los sentimientos personales en torno a sucesos de índole social: la anécdota personal se constituye de esta manera como acontecimiento público, a diferencia de los relatos situados en el tiempo biográfico, en los que la importancia del acontecimiento es personal.

En estos relatos del tiempo histórico, hay cierto énfasis en las fechas, no como sucesión de días en el calendario, sino como una búsqueda por evidenciar los acontecimientos. También se enfatiza la presencia de los *bloggers* en *el lugar de los hechos*, se busca acreditar que se *estuvo ahí*, dando detalles e incorporando fotografías y videos a los relatos. Con frecuencia, los *bloggers* publican hiperenlaces a otras entradas de otros *bloggers* que han documentado el mismo hecho; esto, por un lado, permite legitimar la información que se presenta, pero además permite al autor insertarse en la discusión de la red a la que se adscribe; en ese sentido, es claro que todos pueden relatar lo mismo, pero cada uno buscará poner el foco de atención en distintos elementos o aportar mayores detalles sobre el suceso.

Por otro lado, dos espacios son también narrados en el *blogging*. De entrada, el *espacio narrado* se sitúa en distintos niveles de proximidad, que van de lo más íntimo del propio sujeto, a la casa, el barrio, la ciudad, la región y finalmente el vasto mundo (Giménez, 2007). Los sentidos de pertenencia son

mayores, cuanto más se acercan a lo íntimo; los detalles en los relatos son mayores, cuanto más se acercan al otro extremo, al del vasto mundo.

En otro sentido, se ubica el *espacio vivido*: el *blog* es concebido como un *lugar* personal de expresión pública, pero que además posibilita ciertas relaciones con los otros, en tanto que es un *lugar* propio que puede ser visitado por los otros y que de algún modo permanece. El espacio construido a partir de las redes de *blogs* es un *espacio vivido* en tanto que la concepción del *blog* como *lugar propio* y las rutas que se siguen en las *visitas* de los otros *blogs* se constituyen como lugares y trayectorias familiares, rutinarias, cotidianas.

La enunciación designa reflexivamente a su locutor y asume una situación de *interlocución*, se trata de un *yo* que habla a un *tú* (Ricœur, 1996), sea éste real o imaginario, individual o colectivo (Benveniste, 1981). Así, el *blogger* produce sus relatos para ciertos destinatarios imaginados, se adscribe a determinados círculos de pertenencia en los propios relatos y discute con algunos otros *bloggers* a través de los comentarios y otros mecanismos.

En un primer nivel se ubican el *nosotros* y *los otros en el relato*, ya que se hace visible cómo y dónde se sitúa el *blogger* en tanto productor, así como cuáles son los sujetos, grupos o identidades a las que se adscribe. Es muy común que los sujetos que conviven cotidianamente con los *bloggers* aparezcan en los relatos, algunas veces nombrados y otras sólo mencionados, como “C.”, “mi hombre”, “ex novio número 2”. Los grupos o círculos de pertenencia a veces no son nombrados de manera explícita, pero pueden ser identificados en los relatos.

En un segundo nivel emergen los *destinatarios imaginados*. Si bien el locutor o sujeto que enuncia es siempre el *blogger*, los relatos tienen interlocutores o destinatarios distintos, dependiendo del sentido y la finalidad que para el *blogger* tienen su propio *blog* y cada entrada. Los relatos dejan ver destinatarios distintos, que van de lo más general a lo más íntimo; todo lo que se publica en un *blog* abierto es público, está al alcance de quien lo visite; sin embargo, las distinciones construidas desde la enunciación permiten establecer diferencias: mientras algunos relatos son inteligibles para cualquier lector, algunos otros lo son sólo

para quienes conocen el contexto y los significados de los mensajes *encriptados* que el *blogger* produce y publica.

A través de la construcción de una situación de interlocución, el autor incluye y excluye a los otros de la discusión; si bien *todos* pueden ver las entradas publicadas, no siempre están incluidos *todos* en la discusión. La condición del *blog* como *lugar propio* es ejercida también en la incorporación de los otros en la interlocución: el *blogger* es el dueño de su *blog* y tiene la capacidad de decidir a quién le habla, a quién incluye, a quién excluye, en la aparentemente inocente construcción de los relatos.

Precisamente, en un tercer nivel, se da la *incorporación de los otros en la discusión*, que consiste en los modos que tienen los otros para hacerse presentes en la discusión, fundamentalmente mediante comentarios. La distinción entre conocidos, desconocidos y extraños opera en tanto que los conocidos suelen formar parte de la red a la que el *blogger* se adscribe; los desconocidos no forman parte de la red, pero se identifican mediante un *nick* y es posible mirar sus perfiles y visitar sus *blogs*; los extraños, por su parte, son los comentaristas anónimos que, aunque dejan comentarios, lo hacen sin un *nick* que conduzca a un perfil, es decir, no dejan rastro. Con frecuencia, los anónimos se hacen presentes en temas polémicos, para descalificar o presentar opiniones contrarias a las expresadas por el *blogger*.

### *La vida a través de relatos*

Cada relato es producido por separado, pero a la vez es parte de una serie de relatos que componen un *blog* específico de un sujeto concreto. La enunciación es decir algo sobre algo, esto significa que...

no son los enunciados los que refieren, sino los hablantes los que hacen referencia: tampoco son los enunciados los que tienen un sentido o significan, sino que son los locutores los que tienen que decir esto o aquello, los que entienden una expresión en tal o cual sentido (Ricœur, 1996, 21).

El sujeto que produce, publica, consume y discute relatos en un *blog* parte de ciertas motivaciones e intereses, tiene determinadas finalidades, construye un estilo y se adscribe a una red. Las particularidades, sin embargo, no se establecen como una serie de casos aislados, sino como casos distintos que se relacionan de varias maneras. Así, cada *blogger* construye su *blog* y produce sus relatos a su manera, pero comparte mucho de esta construcción con los otros. El primer elemento que da cierta uniformidad es la estructura de ubicación y ordenamiento de entradas, que es igual en todos los *blogs*, puesto que se trata de algo preestablecido por las plataformas de gestión de *blogs*, tales como Blogger y Wordpress. Pero hay otros elementos propios de la producción de los relatos, que son constantes en prácticamente todos los *blogs*, lo que, lejos de volverlos a todos iguales, permite que las construcciones sean inteligibles, aun en la diferencia.

De entrada, la enunciación se realiza casi siempre en primera persona, aunque también es más o menos frecuente el uso de la tercera persona para referirse a sí mismo; aun en estos casos, el eje de los relatos es el yo. Temporalmente, el relato se construye sobre el presente, con referencia al pasado y al futuro, como ya se vio en el primer apartado de este capítulo.

Por otro lado, todo *blog* tiene un *primer post* que con frecuencia es utilizado por los *bloggers* para presentarse, dar la bienvenida a su lugar y apuntar la línea que seguirá el contenido. Las secuencias de relatos se conforman en la sucesión de acontecimientos en la vida de los *bloggers*. Hay un principio y hay un tiempo de desarrollo y consolidación del estilo del *blogger*, pero también de la red a la que se adscribe. Los sujetos que constituyen esta red se visitan frecuentemente en sus *blogs* y, si no se conocían de antes, se van conociendo a través de los relatos y en muchos casos los desconocidos se vuelven íntimos. Esto provoca que gran parte de las historias sean familiares para los lectores, de modo que deja de ser necesario contextualizar en cada uno de los relatos.

Por otro lado, es posible identificar grandes temas que atraviesan los relatos autobiográficos, tales como las trayectorias y rutinas, el consumo cultural, el cuidado del cuerpo, el ejercicio del amor y la sexualidad, las relaciones con los



otros, la identidad personal, la política y la reflexión sobre el *blogging*. Sin embargo, en la diversidad de temas y a partir del carácter de *construcción en pausas* de la autobiografía en el *blogs*, se observan *puntos argumentales*, es decir, acontecimientos que marcan y reconfiguran de algún modo la vida del autor.

Se aprecia en este sentido que, con el paso del tiempo, los *bloggers* publican relatos de distintas etapas de su vida, en las que incluso la forma de relatar y los integrantes de la red se van modificando. Esto deja ver las transiciones en las vidas de los sujetos, tales como las rupturas con parejas, amigos y familiares; los cambios de vida, como graduarse, “vivir solo”, vivir temporal o permanentemente en un país diferente al de origen, cambiar de hábitos de cuidado personal, entre otros. En suma, las transiciones se erigen como elementos que dan movimiento a las series de relatos, en tanto que dejan ver el paso del tiempo y las transformaciones en la vida cotidiana de los *bloggers*. Tales transiciones pueden entenderse como *puntos argumentales*, puesto que marcan el paso de un estado a otro, un antes y un después en la autobiografía.

### *La autobiografía en blogs*

Se observa en los relatos analizados un tipo de escritura autobiográfica en cierto modo diferente de lo que comúnmente se entiende por autobiografía en tanto género: un escrito que dé cuenta de la vida de un sujeto, escrito básicamente cuando la edad del sujeto es avanzada y se considera que ha vivido lo suficiente para contarlo a los demás. El relato autobiográfico en el *blogging* también da cuenta de la vida de un sujeto, sin embargo, se distinguen en varios sentidos: el relato se va construyendo en el día a día y no al final de la vida; el relato puede no tener uniformidad precisamente por esta construcción en pausas; aun cuando los relatos se construyen en torno al *yo*, tales relatos dan cuenta de las transformaciones de la vida social a partir de las experiencias de los propios sujetos; finalmente, a diferencia de las autobiografías tradicionales que pueden ser leídas hasta que son terminadas, en el *blogging* autobiográfico los relatos están

disponibles a los demás desde el principio, de modo que éstos pueden ver la construcción *en pausas*, comentar, intervenir, lo que deja ver un regreso a las prácticas de construcción de relatos biográficos en el siglo XIX, que circulaban manuscritos en las redes familiares (Briggs y Burke, 2002).

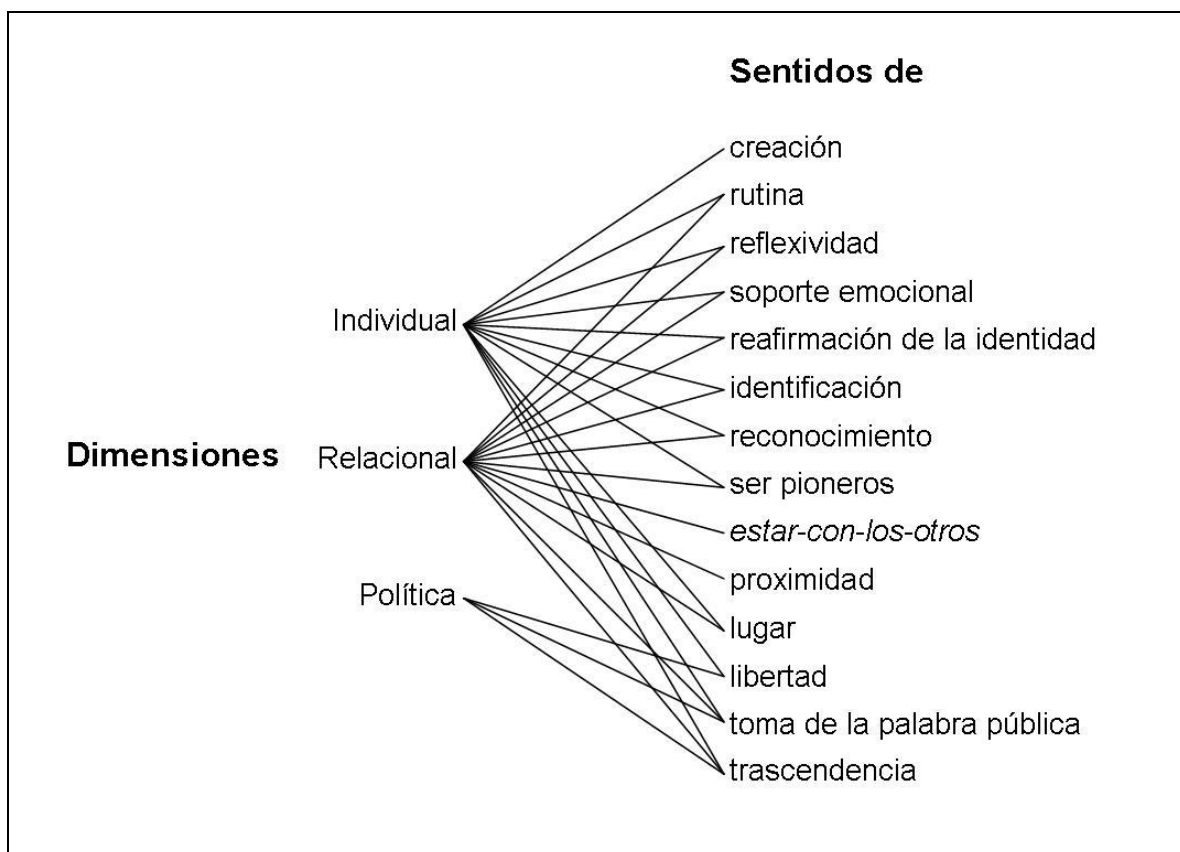
### **Los sentidos del *blogging* autobiográfico**

Se identificaron, a partir del análisis de las entrevistas y de los *posts*, distintos sentidos del *blogging* autobiográfico, los cuales a su vez pueden agruparse en tres dimensiones: individual, relacional y política.

En la práctica se registran sentidos de: creación, rutina, reflexividad, soporte emocional, reafirmación de la identidad, identificación, reconocimiento, ser pioneros, *estar-con-los-otros*, proximidad, lugar, libertad, toma de la palabra pública y trascendencia.

Estos sentidos contruidos en torno al *blogging* autobiográfico se ubican en las dimensiones individual, relacional y política, pero no se reducen a una sola, sino que se superponen y relacionan unos con otros, como se observa en la figura siguiente.

**FIGURA 4. DIMENSIONES Y SENTIDOS DEL *BLOGGING* AUTOBIOGRÁFICO.**



El orden en que estos sentidos han sido enunciados, no representa una jerarquía de importancia, sino una manera de agruparlos. Algunos sentidos pueden aparecer con más fuerza en determinadas redes, dependiendo de los intereses; sin embargo, hay sentidos que comparten todas las redes y que permiten sostener tanto la práctica como las redes: 1) la reflexividad, en tanto espejo para *reinterpretar lo vivido*, 2) la transcendencia en tanto *dejar rastro de sí* y de la propia generación en una memoria diversificada y, sobre todo, 3) el vínculo y la presencia en el sentido de *estar-con-los-otros*, en tanto que se accede a vínculos sociales de alcance muy amplio, establecidos sin mayor objetivo que el de *estar juntos* a través de los relatos en *blogs* y de todos los medios por los que sea posible permanecer en constante comunicación.

## **(In)conclusiones: Autobiografías interconectadas**

En el principio no había *blogs*, pero sí prácticas de comunicación, de escritura y discusión de lo cotidiano, de relación con los otros. Diversas condiciones estructurales e inquietudes personales dieron lugar a la emergencia del *blogging* en general y, de manera concreta, al *blogging* autobiográfico, entendido como práctica emergente de comunicación.

En términos de la autobiografía, se aprecia que la publicación de relatos en los *blogs* desafía tanto la concepción tradicional de autobiografía como las fronteras entre lo público y lo privado. Coincido con Sarlo (2006), que señala a las últimas dos décadas del siglo XX y lo que va del XXI como una época de fuerte subjetividad y de manifestación pública de lo privado, en la que se reconoce el peso de la experiencia vivida frente a los saberes expertos; donde “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 términos de redes sociales, es evidente que los vínculos se construyen sobre la base de las afinidades electivas, dejando ver *otras coordenadas* de operación, donde la cercanía se mide por la afinidad y la falta de ésta produce lejanía. En tales coordenadas, es frecuente que haya una superposición de redes.

Finalmente, en términos de la vida y la cultura contemporánea, puede observarse que la posibilidad de la expresión pública, anteriormente reservada al sujeto legitimado, se ha desplazado para permitir el acceso al sujeto *tecnologizado*, esto no significa atribuir al acceso a la tecnología todo el peso de la posibilidad de la palabra pública, pero sí implica reconocer que los recursos y habilidades en el manejo de la tecnología, aunados a los intereses comunicativos y sociales, resultan fundamentales para estas formas de intervención en lo público.

Finalmente, se registró un resultado inesperado en términos de la generación. He de confesar que no hubo, en la investigación, una pregunta concreta por la juventud, pero ésta se colocó en las respuestas. Se trata de jóvenes que hacen frente a una época de crisis; se caracterizan por la movilidad y la ruptura —una más— con los modelos tradicionales de joven, mujer, hombre, familia, política, religión e, incluso, con las concepciones sobre lo público y lo privado; son los nacidos a finales de los 70 y principios de los 80, que viven las tensiones que atraviesan nuestra historia, entre la seguridad y la libertad, entre lo global y lo local: se trata de una generación de la incertidumbre.

## Referencias

- Bauman, Z. (2005). *Ética posmoderna*. México: Siglo Veintiuno Editores.
- (2007). *Vida de consumo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Benveniste, E. (1981). *Problemas de lingüística general*. México: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- (2003). *Un arte intermedio. Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gilli.
- Briggs, A. y P. Burke (2002). *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Santillana.
- Castells, M. (2001). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I: La sociedad red*. México: Siglo Veintiuno Editores.
- (2008). Creatividad, innovación y cultura digital. Un mapa de sus interacciones. *Telos, Cuadernos de Comunicación e Innovación*. Núm. 77. Recuperado el 17 de octubre de 2008 de <http://www.campusred.net/TELOS/articulocuaderno.asp?idArticulo=2&rev=77>
- De Certeau, M. (1995). *La toma de la palabra y otros escritos políticos*. México: UIA, ITESO.
- Fernández Christlieb, P. (1991). *El espíritu de la calle. Psicología política de la cultura cotidiana*. Guadalajara: UdeG.
- 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. (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.

- (1995). *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Península.
- Giménez, G. (2007). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. México: CONACULTA, ITESO.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- INEGI (2008). Usuarios de Internet, 2001-2008, nacional. Recuperado el 26 de septiembre de 2008 de <http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx?s=est&c=126>
- Jensen, K. B. (2002). *A handbook of media and communication research. Qualitative and quantitative methodologies*. Londres / Nueva York: Routledge.
- Kivits, J. (2005). Online interviewing and the research relationship. En Hine, Christine (editora). *Virtual methods. Issues in social research on the Internet*. Oxford: Berg. Pp. 35- 49.
- Lahire, B. (2004). Sociología y autobiografía. En *Revista de Antropología Social*. Número 13. Pp. 37-47.
- Lindón, A. (1999). Narrativas autobiográficas, memoria y mitos: una aproximación a la acción social. En *Economía, Sociedad y Territorio*. Vol. II, núm. 6. Pp. 295-310.
- Ortiz, R. (1998). *Otro territorio*. Santafé de Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Reguillo Cruz, R. (1999). Nuevas presencias, viejas configuraciones. Actores sociales y escenarios de la comunicación. En *Lúmina, Revista de la Universidad de Colima*. No. 2, Pp. 108-115.
- 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.
- Sibília, 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.
- Thompson, J. 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.
- Trejo Delarbre, R. (2006). *Viviendo en el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos*. Barcelona: Gedisa, ILCE.
- Vizer, E. A. (2003). *La trama (in)visible de la vida social: comunicación, sentido y realidad*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Weber, M. (1944). *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Williams, R. (1992). Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales. En Williams, R. (editor). *Historia de la comunicación, volumen 2, de la imprenta a nuestros días*. Barcelona: Bosch Casa Editorial.