

En busca del sujeto extraviado Reflexiones en torno al estudio de blogs

Dorismilda Flores Márquez
dorixfm@gmail.com

Dorismilda Flores Márquez es Licenciada en Comunicación Medios Masivos por la Universidad Autónoma de Aguascalientes, actualmente estudia la Maestría en Comunicación de la Ciencia y la Cultura en el ITESO.

RESUMEN

En este artículo se pone en el centro de la discusión la pregunta por el sujeto en la investigación sobre *blogs*. Si bien se reconoce su papel activo en el discurso, los acercamientos empíricos colocan el foco de análisis sobre otros aspectos del *blogging*, tales como los *blogs* o la *blogósfera*. La propuesta es recuperar al sujeto, a través de un marco teórico-metodológico que reconozca la complejidad del objeto.

¿Qué ocurrirá con ustedes cuando yo me muera? Seguramente continuarán visitando este blog y notarán que no lo habré actualizado en varias semanas o meses. Eventualmente perderán el interés y poco a poco se olvidarán de todo lo que aquí leyeron. Y aun de mi existencia. Pero este blog continuará en la red como Laika en el espacio. Y siempre podrán volver a él. Siempre.

Jorge Pedro, en Yo quiero ser Jorge Pedro

Diversas son las razones que motivan a sujetos comunes y corrientes a crear y mantener un *blog*: la necesidad de expresión, el interés por dar cuenta de su paso por el mundo, la intención de conocer gente, la búsqueda de visibilidad, la moda, entre otras tantas que podemos no imaginar. Diversas son también las razones que pueden atraer las miradas de los investigadores hacia el estudio de los *blogs*: que se constituyen como mediación tecnológica que permite ciertas formas de comunicación “sin intermediarios”, que posibilitan distintos usos por parte de los sujetos, que dan lugar a la formación de redes virtuales, que el número de *blogs* en el mundo crece y crece cada segundo, entre otras.

Desde la investigación sobre *blogs*, a pesar del tiempo relativamente corto que lleva, se han hecho aportaciones significativas. Muchos son los retos, sin embargo, que enfrenta este subcampo de estudio, en vías de superar la novedad y abonar a la discusión no sólo sobre *blogs*, sino sobre la comunicación mediada por tecnologías, la comunicación en sentido amplio e incluso las sociedades de la modernidad tardía.

La emergencia del *blogging*

El *blogging* es una práctica relativamente reciente, la *Justin's home page*, de Justin Hall, se reconoce como el primer *blog* y comenzó a publicarse en enero de 1994 (Sullivan; 2002; Rosen; 2004; Harmanci; 2005; McCullagh y Broache; 2007), cuando no había siquiera un concepto para definir tal práctica. Fue hasta 1997 que Jorn Barger acuñó el término *weblog* (Blood; 2000; McCullagh y Broache; 2007), fusionando las palabras *web* — red de Internet — y *log* — bitácora — que en el uso común se reduce a *blog*, y de ahí se derivaron otros términos como *blogger*, *blogósfera* y *blogging*.

Lo que de novedad presenta el *blogging* tiene que ver, de entrada, con el reconocimiento de la capacidad del sujeto común para situarse, en la figura de *blogger*, como productor y receptor de mensajes. En este

sentido, ¿qué significa hablar de este *sujeto que produce*? Significa, de entrada, hablar de un sujeto activo, de un desplazamiento de los sujetos comunes de un contexto de sólo recepción a uno de producción, circulación y recepción de mensajes; por lo que es pertinente atraer el concepto de *agente* para el estudio de *bloggers*.

La agencia es, en la teoría de la estructuración, la capacidad del actor 'para reinterpretar y movilizar un repertorio de recursos en términos de esquemas culturales distintos a los que constituyeron originalmente el repertorio' [...]. 'Ser un agente significa ser capaz de ejercer algún grado de control sobre las relaciones sociales en que uno está inmiscuido, lo que a su vez implica la capacidad de transformar esas relaciones sociales en alguna medida (Sewell, 1992; citado en Fuentes Navarro, 2000, 26).

Los *bloggers*, conciente o inconscientemente, reinterpretan y movilizan sus repertorios de recursos, en términos de la teoría de la estructuración, y ejercen un alto grado de control sobre las relaciones sociales mediadas en que se desarrollan. Los sujetos se establecen como usuarios, como *bloggers*, como creadores, pero además como sus propios personajes, anclados en lo real o en lo ficticio; parten del desarrollo de determinadas habilidades y competencias técnicas para la producción de mensajes y, entretanto, establecen relaciones de intimidad en cierto modo recíproca, pero a distancia — en términos de Thompson (1995) — y en diferido.

Así, el *blog* emerge como producto de una práctica social — el *blogging* — ejercida por determinados agentes —los *bloggers*— en un espacio social mediado tecnológicamente —la *blogósfera*—.

Esta última es mucho más que un conjunto de *blogs*:

La *blogósfera* puede verse como una red social construida mediante medios técnicos o una red técnica que alberga una interacción social. O puede concebirse como una red sociotécnica en la que lo social se construye a través de lo técnico y lo técnico adquiere un sentido tan intensamente social que resulta imposible distinguir lo uno de lo otro, lo que es estrictamente técnico de lo que es social (Bijker, 1989, 1995, citado en Estalella, 2005).

En otras palabras, no hay *blogósfera*, ni *blogs*, ni *bloggers* sin mediación tecnológica, pero tampoco hay *blogósfera*, ni *blogs*, ni *blogging* sin *bloggers*. Esto, aunque suene a obviedad, se escapa constantemente de muchas reflexiones en torno a *blogs*, que presentan planteamientos que dan la impresión de que el *blog* por sí mismo y en sí mismo alberga todo tipo de posibilidades ajenas a la acción del sujeto. Aunque es preciso considerar que elementos tecnológicos, tales como el diseño del *software* para trabajar con *blogs* y la arquitectura del propio *blog*, determinan ciertas prácticas del sujeto.

El blogging como proceso complejo de comunicación

Para los *bloggers*, el acto de *bloguear* es parte de su cotidianidad y, sobre todo en los *blogs* personales, ésta entra a la discusión en lo que se *postea*, en los productos de comunicación. Por eso me atrevo a pensar en un *blog* como un foro de segundo orden en que lo cotidiano se desmenuza y se reconstruye, en subjetivo y en colectivo.

En este sentido, parto de la idea de que el *blogging* no es un proceso unidimensional, sino una red de procesos que se relacionan, entrecruzan y sostienen unos a otros.

De entrada, el *blogger* es un sujeto situado en un entorno, con cierto bagaje, ciertos intereses y motivaciones y una personalidad propia que marca un estilo personal. Este sujeto-*blogger* selecciona temas, anécdotas o experiencias de su bagaje, como materia prima para producir mensajes que luego publica —lo que implica la no intervención de editores o jefes de información, así como el desarrollo de habilidades técnicas, editoriales, sociales— en un *blog*, que a su vez es un nodo en una red mucho más amplia: la *blogósfera*.

En esta red, se dan procesos de producción, circulación y consumo de mensajes; hay interacción entre *bloggers*, mediante *posts* o entradas, comentarios, hiperenlaces y otros mecanismos. De la interacción se deriva la construcción de redes que, en esencia, son sociales, pero que se establecen no cara a cara, sino con mediación tecnológica, *blog a blog*.

Se trata esencialmente de un proceso de producción social de sentido, que implica otros procesos, de interacción social —que resulta inherente a la producción social de sentido— de construcción y reconstrucción de identidades, así como de memoria individual y social.

Sea que el *blogger* lo haga consciente o no, se sitúa como productor y consumidor, como emisor-receptor activo en un complejo proceso de comunicación. Y las políticas de comunicación que rigen su ejercicio vienen de él, pero también de la colectividad: ¿qué merece ser contado y qué no?, ¿qué merece ser recordado y qué no?

El *blogging*, como producto de la relación de los *bloggers* con sus *blogs* y con otros *bloggers* y como proceso de producción social de sentido, permite *ver más allá* de sí mismo, habla también de identidades y visiones del mundo, de cómo se representan el mundo los sujetos situados en ciertos contextos, de la condición del sujeto en la modernidad.

Estudios sobre *blogs*: el sujeto extraviado

En los años recientes se ha incrementado tanto el “tamaño” de la *blogósfera* como el interés académico por estudiarla. A partir del año 2000 se han presentado diversos trabajos, desde diferentes perspectivas y metodologías, en el estudio sobre *blogs*, desde esfuerzos por recuperar la historia de los *blogs* —como el trabajo de Rebecca Blood (2000)—, por establecer definiciones de *blog* que sirvieran como base para el trabajo académico —como Jill Walker (2003), Antonio Fumero (2005) y otros—, hasta estudios de aspectos concretos de *blogs* y *blogósfera*, tales como la visibilidad, los usos, posibilidades y particularidades en áreas específicas: el periodismo, la educación, la investigación académica, el arte, las empresas e instituciones, las organizaciones sociales, etc.

La discusión ha ido ganando terreno a nivel mundial, en publicaciones como la revista *Telos*, que presentó en 2005 un número completo dedicado a estudios sobre *blogs*; en *Prisma, Revista de Ciências da Informação e da Comunicação do CETAC*, que en 2006 recuperó las comunicaciones presentadas en el 3er. Encuentro Nacional y 1er. Encuentro Lusitano-Gallego sobre Weblogs; así como en el *Journal of Computer-mediated Communication*, que en 2007 dedicó por primera vez una sección a estudios sobre *blogging*. La discusión se ha dado también en otros espacios, tales como la Bienal Iberoamericana de Comunicación (Tecnológico de Monterrey Campus Estado de México, México), que en 2007 dedicó una mesa de trabajo a la discusión en torno a *blogs* desde la comunicación; los Workshops on the Weblogging Ecosystem, de los cuales se han celebrado tres: en 2004 en Nueva York, en 2005 en Chiba y en 2006 en Edimburgo; en Blog Talk, de los cuales se han celebrado cuatro: en 2003, 2004 y 2006 en Viena, en 2005 en Sydney, se ha anunciado ya el encuentro de 2008 en Cork; entre otros. Por supuesto, una vía más para seguir la discusión en torno a *blogs* son los propios *blogs* de los propios investigadores y las redes generadas a través de ellos.

Se aprecia en estos espacios, a partir de una revisión realizada por quien esto escribe, cierta tendencia hacia el estudio de los usos de los *blogs*, hacia el establecimiento de una concepción de *blog* como herramienta para transformar una actividad o bien como elemento reconfigurador de prácticas, así como hacia el reconocimiento del papel activo del sujeto; sin embargo, la mayoría de los estudios se siguen enfocando en los *blogs* y en menor medida en la *blogósfera*, mientras que los estudios centrados en los *bloggers* o en el *blogging* son más bien escasos.

En suma, la investigación sobre *blogs* se constituye como un campo joven de intersecciones desde diversas perspectivas, intereses y métodos, que ha hecho importantes aportaciones. Sin embargo, a pesar de que constantemente, en el discurso, se plantean las posibilidades de agencia y de empoderamiento del sujeto; en el trabajo académico, se deja a éste con demasiada frecuencia fuera del foco del análisis. En algunos casos, incluso, no se logra superar una visión “entusiasta” que encuentra en el *blogging* miles de posibilidades, pero no logra traducirse en un trabajo empírico y teórico que aporte elementos a la discusión.

Así, entre los muchos retos que presenta este subcampo de investigación, quiero destacar tres:

En primer lugar, el fenómeno rebasa la producción académica en torno a él; como ya se mencionó anteriormente, los estudios reconocen el papel activo del sujeto, pero el foco del análisis en la mayoría de los trabajos está en los *blogs*, como espacios, como herramientas, como posibilidades; sin embargo, los *blogs* en su calidad de productos y la *blogósfera* como espacio no se mueven solos, por lo que se hace

necesario un desplazamiento en el foco del estudio hacia los *bloggers* como agentes y el *blogging* como práctica. No estoy proponiendo olvidar los *blogs* y la *blogósfera* como objeto, sino buscar *miradas* que lejos de dividir el proceso en parcelas separadas, recuperen la integración de *bloggers*, *blogs*, *blogósfera* y *blogging*.

En segundo lugar, se hace necesario también buscar miradas complejas del fenómeno, que permitan trascender el plano descriptivo o incluso el “premonitorio” para llegar a un plano analítico más profundo que reconozca, de entrada, la complejidad del proceso y, además, su relación con otros procesos y lo que deja ver de procesos más amplios.

En tercer lugar, el propio carácter de red del *blogging* que se enfatiza en varios trabajos, se erige como posibilidad y como realidad de trabajo colaborativo en la propia investigación sobre *blogs*, *bloggers*, *blogósfera* y *blogging*; depende de los propios investigadores, como agentes, agregar a sus prácticas el establecimiento de vínculos y el trabajo colaborativo. Muchos ya lo hacen, pero hace falta más. Estas redes deberán ampliarse e incorporar en ellas a otros elementos que participan en la reflexión en torno a *blogs*, tales como los propios *bloggers*, no necesariamente formados en comunicación y/o ciencias sociales, que son, sin embargo, capaces de *pensar*, *interpretar* y *reinterpretar* sus prácticas en la *blogósfera*.

La mirada desde la comunicación

Dado el carácter de la comunicación mediada por computadora, como espacio socialmente construido (Jones, 1995, citado en Mayans; 2002, 80), las ciencias sociales se han aproximado paulatinamente a su estudio, en los años recientes, “con resultados, metodologías e intereses variados”. Antes, sin embargo, el objeto había sido abordado desde otras disciplinas, no necesariamente científicas, tales como la literatura, el cine, la informática, etc. De ahí la tendencia multidisciplinar en el estudio de estas prácticas que atraviesan diversas áreas de lo social y son atravesadas por diversos procesos, así como abordadas desde diferentes perspectivas (Mayans; 2002, 223-226).

Un *lugar* estratégico para estudiar el *blogging* es la comunicación, considerando que la comunicación como práctica es una dimensión constitutiva de lo social, que atraviesa y es atravesada por otras prácticas y procesos y considerando que la comunicación como campo académico también atraviesa y es atravesada por diferentes disciplinas sociales.

La comunicación como dimensión constitutiva de lo social

La comunicación, en sentido amplio, se entiende como un proceso de producción de sentido que se da en la interacción entre sujetos situados espacio-temporalmente en un contexto específico. Este proceso es esencialmente humano, sin embargo, el surgimiento de los medios de comunicación introdujo formas distintas de llevar el mismo proceso.

En este sentido, John B. Thompson (1995, 82-87) distingue tres tipos de interacción: interacción cara a cara, interacción mediada y cuasi-interacción mediada. La diferencia entre la primera y las otras dos es establecida por los medios técnicos, característicos de la modernidad, al grado que “el desarrollo y la expansión de las instituciones modernas van directamente ligados al enorme incremento de la mediatización de la experiencia que implican estas formas de comunicación” (Giddens; 1995, 38). Estos medios técnicos posibilitan la fijación de formas simbólicas, la reproducción y el distanciamiento espacio-temporal; su uso presupone un proceso de codificación, lo que implica para los individuos la necesidad de habilidades y competencias técnicas, pero también de conocimiento y antecedentes (Thompson; 1995, 18-23). Los medios técnicos producen además transformaciones en el desacoplamiento de tiempo y espacio, la simultaneidad desespacializada, el sentido del pasado, el sentido del mundo más allá de la esfera de la experiencia personal, el sentido del propio lugar en el mundo, el sentido de pertenencia, el sentido de la distancia. “El mundo parece como un lugar más pequeño”, dice Thompson (1995; 31-37).

Con la interacción y la cuasi-interacción mediadas, se posibilita la mediación también en la experiencia, de hecho, “la experiencia mediada en los tiempos modernos se caracteriza por la *intromisión de sucesos distantes en la conciencia cotidiana*” (Giddens; 1995, 41). Lo que tiene consecuencias también sobre la formación del yo.

Las transformaciones en la identidad del yo y la mundialización son los dos polos de la dialéctica de lo local y lo universal en las condiciones de modernidad reciente. En otras palabras, los cambios en aspectos íntimos de la vida personal están directamente ligados al establecimiento de vínculos sociales de alcance muy amplio. No quiero negar con ello la existencia de muchos tipos de lazos intermedios (por ejemplo, entre entidades locales y organizaciones estatales). Pero el grado de distanciamiento espacio-temporal introducido por la modernidad reciente se halla tan extendido que, por primera vez en la historia de la humanidad, el 'yo' y la 'sociedad' están interrelacionados en un medio mundial (Giddens; 1995, 48).

Si bien diversas reconfiguraciones han sido introducidas por los medios técnicos en general, la emergencia de Internet ha dado lugar a otra modalidad de comunicación mediada: la comunicación mediada por computadora.

Para Manuel Castells (2001, 360):

La integración potencial de texto, imágenes y sonido en el mismo sistema, interactuando desde puntos múltiples, en un tiempo elegido (real o demorado) a lo largo de una red global, con un acceso abierto y asequible, cambia de forma fundamental el carácter de la comunicación.

Y en ese sentido, "quizás el rasgo más importante del multimedia sea que captura dentro de sus dominios la mayor parte de las expresiones culturales en toda su diversidad", en él no hay separación entre medios audiovisuales e impresos o entre cultura popular y erudita, sino "un nuevo entorno mediático" que "hace de la virtualidad nuestra realidad" (Castells; 2001, 408). En este contexto, Internet se erige como "la columna vertebral de la comunicación global a través del ordenador (*computer-mediated communication*, CMC)" (Castells; 2001, 378).

La comunicación mediada por computadora se define como "la comunicación que se da entre dos o más personas, utilizando la computadora (conectada a Internet) como medio" (Gómez; 2002, 272); es, al mismo tiempo, tecnología, medio y motor de relaciones sociales (Jones; 1995; citado por Gómez; 2002, 274).

Desde esta perspectiva, Internet "puede funcionar como un espacio social en sí mismo, como si fuera un café o un parque en donde se citan las personas para interactuar" y además, en palabra de Gómez (2002; 276-277)

En el ciberespacio no sólo se 'asiste' para recibir mensajes sino también para enviarlos y que esto genere una sensación de 'estar' con alguien (que incluso puede ni siquiera estar en línea en ese momento) y, lo más importante, generar un ser que puede no sólo comunicarse sino existir.

En suma, "Internet se concibe no sólo como un medio de comunicación (que además tiene posibilidades tanto sincrónicas como asincrónicas), sino como un espacio social de interacción" (Gómez; 2002, 276-277).

Con Internet, como con los medios técnicos previos, se produce un distanciamiento espacio-temporal que permite la convergencia de múltiples órdenes temporales y espaciales (Hine; 2004, 142-143); y se producen también ciertos cambios en la construcción y reconstrucción de las identidades (Castells; 2001^a, 48; Selva y Solà; 2004, 230).

A partir de la interacción mediada en el ciberespacio, ha proliferado la formación de comunidades y redes virtuales (Rheingold; 1993; Finquelievich; 2000, 141; Castells; 2001^a, 395; Mercer; 2001, 139; Molina; 2001, 37-38; Gómez; 2002, 277; Lull; 2007, 58-61). En este sentido, Gómez retoma de Echeverría la idea de los entornos: el primer entorno es la naturaleza y el segundo la ciudad, Internet se ubica en el tercero; según Echeverría, "la posibilidad de crear comunidades virtuales en el tercer entorno es una de las confirmaciones de la hipótesis de que estamos ante un nuevo espacio social, y no simplemente ante un medio de información y comunicación" (Gómez; 2002, 277), ya que la acción social es un elemento constitutivo de las comunidades o redes virtuales, "una red de computadoras no crea la comunidad virtual, pero la comunidad virtual se constituye en las redes informáticas" (Michalsky, 1995; citado en Finquelievich; 2000, 144). Estas comunidades o redes virtuales se constituyen a partir de las motivaciones y acciones de los sujetos, así, comunidades virtuales, sitios de intercambio de archivos, *blogs*, mensajería instantánea y más, se erigen como actividades cotidianas en las que los sujetos se vuelven "creadores", no consumidores o productores (Lull; 2007, 58-61).

La perspectiva sociocultural

Concretamente, en la perspectiva sociocultural del estudio de la comunicación se busca que la investigación y teorización no se limiten al estudio de los medios (Fuentes Navarro; 2000, 23; 2001^a, 21; 2001b, 236).

Desde esta perspectiva, plenamente sociocultural, rearticular los procesos subjetivos e intersubjetivos de significación, a través de los esquemas perceptuales e interpretativos que en cada sector cultural median las relaciones posibles con las estructuras y los sistemas objetivos de procesamiento y difusión de la información, es una clave que, además de restituir la complejidad de los procesos socioculturales en los modelos de comunicación, puede servir para enfatizar la agencia o acción transformadora implícita en las prácticas de comunicación, es decir, en la interacción material y simbólica entre sujetos concretamente situados, que supone la recurrencia por parte de ellos tanto a sistemas informacionales como a sistemas de significación, cuya competente mediación determina la producción y reproducción del sentido: el de las prácticas socioculturales de referencia y el de la comunicación misma (Fuentes Navarro; 2000, 23; 2001b, 237).

Esto implica desplazar “epistemológica y metodológicamente el foco del 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) ya que los cambios socioculturales en torno a la tecnología llegan a destiempo o con cierto desfase respecto a los cambios tecnológicos (Orozco; 2006, 152-153) y estos cambios socioculturales no se producen por la tecnología en sí misma, sino por los usos y la construcción de sentido alrededor de ella (Castells, 2001, 30; Hine, 2004, 13).

Este desplazamiento hacia los sujetos llega a escenarios distintos:

La vida cotidiana, el uso y consumo de los medios de comunicación masiva como un elemento más de la cultura, las prácticas sociales públicas y privadas, las competencias comunicativas de los actores y los ejercicios microsociales del poder (Corona Berkin; 2000, 96).

Va “hacia la producción comunicativa de los actores sociales” (Corona Berkin; 2000, 104).

Tal desplazamiento implica también:

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; 2001a, 21; 2001b, 236).

Y, en este sentido, “reducir la comunicación a las tecnologías o los medios es tan deformador como pensar que ellos son exteriores y accesorios a (la verdad de) la comunicación” (Martín-Barbero; 1997, 11). La apuesta va, entonces, no hacia la negación de la tecnología y las consecuentes reconfiguraciones en lo social, ni hacia el enaltecimiento de la tecnología por sí misma como si fuera ésta el único factor de transformación, sino hacia la recuperación del sujeto en el análisis, a partir del reconocimiento de su papel activo en los procesos de comunicación en relación con la tecnología que los posibilita.

Metodológicamente, una opción viable para acercarse al estudio de los usos de Internet y, concretamente, del *blogging*, puede basarse en el modelo de la hermenéutica profunda propuesto por John B. Thompson (1990, 395-473). Este modelo parte de la consideración de que en las ciencias sociales, el objeto de estudio ya está *preinterpretado* y, desde la investigación, se hace una *interpretación de la interpretación*.

El enfoque es tripartito, porque distingue tres aspectos o campos-objeto: el de la producción y transmisión o difusión de las formas simbólicas, el de la construcción del mensaje y el de la recepción y apropiación de los mensajes. Se busca, entonces:

Explicar las conexiones que existen entre mensajes particulares de los medios, los cuales se producen en ciertas circunstancias y se construyen de ciertas maneras, y las relaciones sociales en las cuales los individuos reciben y comprenden estos mensajes en el curso de sus vidas diarias (Thompson; 1990, 395-473).

En palabras del propio Thompson, “la interpretación profunda se transforma en una intervención potencial en las circunstancias mismas acerca de las cuales se formula”, ya que esta interpretación profunda puede ser comprendida por los sujetos-objeto, lo que les permite reinterpretar y transformar su realidad.

Por la naturaleza de los *blogs*, resulta conveniente hacer esta aproximación a través de técnicas de etnografía virtual. Para Christine Hine (2004, 65), la etnografía se erige como una metodología ideal para estudiar Internet, ya que aunque no esté basado en la comunicación cara a cara, lo que allí ocurre son interacciones sociales.

Entender el *blogging* como un proceso social complejo implica pensar en un modelo metodológico que permita mirar tanto la dimensión individual como la social, así como todos los aspectos del proceso — producción, circulación y consumo —. De ahí la pertinencia del modelo de la hermenéutica profunda de Thompson, a través de un ejercicio de etnografía virtual, que permita *asir lo inasible* del *blogging*.

Este acercamiento no es el único posible y seguramente no agotará la complejidad de la práctica, sin embargo, es un camino que permite encontrar al sujeto en la práctica, para comprender los procesos de comunicación mediada a través de *blogs*. Al final de cuentas, en esto, quedan todavía muchas preguntas por responder y aun por formular, así como muchos abordajes por construir.

BIBLIOGRAFÍA:

- Blood, Rebecca (2000, septiembre). "Weblogs: a history and perspective". *Rebecca's pocket*. Recuperado el 26 de septiembre de 2006 de: http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html
- Castells, Manuel (2001). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I: La sociedad red*. México: Siglo Veintiuno Editores.
- Corona Berkin, Sarah (2000). "De los medios a los sujetos. Una trayectoria para abordar la comunicación desde los actores". En Orozco Gómez, Guillermo (coord.). *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*. Madrid: Ediciones de la Torre. Pp. 95-107.
- Estalella, Adolfo (2005, octubre-diciembre). "Anatomía de los blogs. La jerarquía de lo visible". En *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>
- Finquelievich, Susana (2000). "Del café de barrio a las redes electrónicas. Las comunidades virtuales como actores sociales en las ciudades". En Finquelievich, Susana (coordinadora). *¡Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio*. Buenos Aires: Ediciones CICCUS, Ediciones La Crujía.
- 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 Leree, 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, María 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.
- Fumero, Antonio (2005, octubre-diciembre). "Un tutorial sobre blogs. El abecé del universo blog". En *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>
- Giddens, Anthony (1995). *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Península.
- Gómez, Edgar (2002). "Espacio, ciberespacio e hiperespacio: nuevas configuraciones para leer la comunicación mediada por computadora". En Aceves González, Francisco de Jesús (editor). *Anuario de investigación de la comunicación CONEICC IX*. México: CONEICC. Pp. 271-285.
- Gómez, Edgar (2002, diciembre). "Hacia la construcción de una metodología para el estudio de las comunidades virtuales". En *Versión, estudios de comunicación y política*. Número 12. México: UAM Xochimilco. Pp. 61-78.
- Harmanci, Reyhan (2005, febrero 20). "Time to get a life – pioneer blogger Justin Hall bows out at 31". En *San Francisco Chronicle*. Recuperado el 3 de diciembre de 2007 de <http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?f=/c/a/2005/02/20/MNGBKBEJO01.DTL>
- Hine, Christine (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Lull, James (2007). *Culture-on-demand, communication in a crisis world*. Blackwell, Malden MA.
- Martín-Barbero, Jesús (1997). "De los medios a las culturas". En Martín-Barbero, Jesús y Armando Silva (compiladores). *Proyectar la comunicación*. Bogotá: TM Editores, Instituto de Estudios sobre Culturas y Comunicación, Universidad Nacional de Colombia. Pp. 3-22. 302.201-MAR
- Mayans i Planells, Joan (2002). *Género Chat. O cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona: Gedisa Editorial. [302.23701 MAY]
- McCullagh, Declan y Anne Broache (2007, marzo 20). "Blogs turn 10 – who's the father?" En *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
- Mercer, Neil (2001). *Palabras y mentes. Cómo usamos el lenguaje para pensar juntos*. Barcelona: Paidós.
- Molina, José Luis (2001). *El análisis de redes sociales. Una introducción*. Barcelona: Ediciones Bellaterra.
- Orozco Gómez, Guillermo (2006). "Comunicación social y cambio tecnológico. Un escenario de múltiples desordenamientos". Separata de "Comunicación, universidad y sociedad del conocimiento. Actas del IV Congreso Internacional". En *Cultura, comunicación y pluralismo*. Núm. 19. Universidad Pontificia de Salamanca.
- Rheingold, Howard (1993). *The virtual community. Homesteading on the electronic frontier*. Nueva York: Harper Perennial.
- Rosen, Jeffrey (2004, diciembre 19). "Your blog or mine?" En *The New York Times*. Recuperado el 3 de diciembre de 2007 de <http://www.nytimes.com/2004/12/19/magazine/19PHENOM.html?ex=1261198800&en=0f68277267a43d84&ei=5090&partner=rssuserland>

Selva Masoliver, Marta y Anna Solà Arguimbau (2004). "Modos de representación. Sujeto y tecnologías de la imagen". En Ardèvol, Elisenda y Nora Muntañola (coordinadoras). *Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea*. Barcelona: Editorial UOC. Pp. 175-233.

Sullivan, Andrew (2002, mayo). "The blogging revolution. Weblogs are to words what Napster was to music". En *Wired*, 10.05. Recuperado el 3 de diciembre de 2007 de <http://www.wired.com/wired/archive/10.05/mustread.html?pg=2>

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.

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