



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE CIENCIAS  
POLÍTICAS Y SOCIALES  
DIVISIÓN DE ESTUDIOS  
DE POSGRADO**



**LA APROPIACIÓN DEL *BLOG* POR JÓVENES DE LA  
CIUDAD DE MÉXICO: UNA APROXIMACIÓN A LOS USOS  
Y CONTENIDOS DE LAS BITÁCORAS EN LÍNEA**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRO EN COMUNICACIÓN**

**PRESENTA:**

**LORENA TREVIÑO PELAEZ**

**DIRECTOR:**

**DR. RAÚL TREJO DELARBRE**

**MÉXICO, D.F.**

**2012**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicatorias:

A mi familia y amigos por su amor y confianza

Agradecimientos especiales:

A Raúl Trejo por su infinita paciencia,  
apoyo incondicional y ayuda invaluable.

A mis maestras Santos, Millé y Garay.

A todos los blogueros que (in)voluntariamente  
hicieron posible este trabajo.

## Índice

A manera de introducción.....	1
Capítulo I. El proceso de apropiación y la cultura digital en el marco de la Sociedad de la Información	
Preludio al Capítulo I.....	9
1.1.1 Tecnología e imaginarios sociales: algunos discursos institucionales y académicos.....	10
1.1.2 Sociedad de la Información: génesis y posturas encontradas.....	19
1.1.3. Políticas de inclusión digital: nueva sociedad, nuevos desafíos.....	25
1.2.1 Cultura: conceptos y artefactos.....	30
1.2.2 Internet como cultura: el rol de la innovación tecnológica.....	33
1.2.3 Cultura digital: de los soportes a las prácticas.....	38
1.3.1 Apropiación: puntos de partida para su conceptualización.....	44
1.3.2 Proceso de apropiación: sobre la variación en los resultados.....	48
1.3.3 Factores inmersos en la apropiación.....	53
Capítulo II. El <i>blog</i> como forma de comunicación mediada por computadora	
Preludio al Capítulo II.....	56
2.1 Comunicación Mediada por Computadora: definición y características.....	57
2.2 <i>Blog</i> : un nuevo medio personal.....	60
2.3 Bloguero: sujeto que se expresa.....	71
2.4 Blogueo: fenómeno social en expansión.....	77
2.5 Blogósfera: contexto mundial e hispano.....	85
Capítulo III. La apropiación del <i>blog</i> : un acercamiento desde lo cuantitativo y lo cualitativo	
Preludio al Capítulo III.....	91
3.1 Jóvenes: una revisión brevísima.....	92
3.2 Jóvenes y tecnología: relaciones posibles.....	96
3.3 Blogs, blogueros y blogueo: propuesta para el acercamiento.....	99
3.3.1 Cuestionario: la aproximación cuantitativa.....	100
3.3.2 Observación: la aproximación cualitativa.....	131
3.3.3 Identidad(es): blogueros trabajando.....	152
3.3.4 Puestas en pantalla: presentaciones del yo en línea.....	165
A manera de conclusión.....	195
Anexos.....	201
Fuentes consultadas.....	228

## A manera de introducción

A la Red de redes podemos darle usos que van desde lo más serio hasta lo lúdico<sup>1</sup>, es así como dentro de las prácticas que se han popularizado desde finales de la década de los noventa encontramos los *blogs*, término que hizo referencia a las páginas personales de individuos interesados en compartir en línea, anécdotas y pasajes de su vida personal. El primer *blog* del que se tiene conocimiento es el de Justin Hall quien en 1994 comienza a bloguear. De manera paulatina, esta experiencia encuentra ecos posteriores en millones de usuarios de Internet a lo largo y ancho del mundo hasta convertirse en todo un fenómeno. Su impacto es importante y creciente dentro de los sectores que usan medios alternos para estar en contacto con pares y que intentan escapar de los *media* tradicionales que pocas veces dejan espacio para la participación de sus audiencias con las que establecen más bien una relación basada en un modelo autoritario<sup>2</sup>. Aunado a ello, el empleo de las actividades comunicativas relacionadas con la *web* permite la creación de redes sociales o de comunidades en –luego fuera de– línea aparentemente mucho más horizontales, aunque efímeras<sup>3</sup>. La sencillez de la práctica permite su acelerado crecimiento en grupos sociales que no necesitan ser expertos en temas relacionados con la *web*, aunque en teoría el *blog* sea una página electrónica, para tener uno, no es necesario dominar el lenguaje HTML (HyperText Markup Language).

De los *blogs* se ha escrito desde diferentes disciplinas como la informática, la literatura, la psicología, la pedagogía y la comunicación. Las referencias que se encontraron a la hora de revisar los antecedentes son mayoritariamente estudios hechos desde Europa y países desarrollados –que por razones que así lo propiciaron tuvieron en sus manos antes que el resto del mundo el acceso a estos medios–, presentados en artículos de revistas especializadas, libros y foros de discusión, constituyen trabajos de investigación que se centran primordialmente en los usos potenciales dentro de las diferentes áreas del

---

<sup>1</sup> Trejo Delarbre, Raúl (1996) *La Nueva Alfombra Mágica. Usos y mitos de Internet, la Red de Redes*, México: Diana.

<sup>2</sup> Trejo Delarbre, Raúl (2006) *Viviendo en el Aleph. La Sociedad de la Información y sus laberintos*, Barcelona: Gedisa.

<sup>3</sup> Cabe mencionar que lo que ocurre no implica necesariamente una ruptura con otros medios u otras instituciones, en realidad se considera que la experiencia que han tenido con los calificados tradicionales son fundamentales para comprender la relación con Internet; ver Winocur, Rosalía (2006) “Internet en la vida cotidiana de los jóvenes” en *Revista Mexicana de Sociología* 3, México: IIS-UNAM.

conocimiento y la blogósfera, sin preocuparse demasiado de los blogueros –quienes finalmente construyen mediante sus prácticas cotidianas el objeto de interés–. En estos trabajos abundan las hipótesis de usos y gratificaciones como parte de la tradición teórica de comunicación y psicología que intentan dar cuenta de las razones que tiene el sujeto para utilizar de determinada forma a un medio en particular.

Dentro de las investigaciones en habla hispana destacan revistas que dedicaron números completos de su publicación al abordaje del tema<sup>4</sup>; en los artículos de estas publicaciones se realizan acercamientos de tipo exploratorio, histórico, evolutivo y contextual del fenómeno. Por último, una tesis de posgrado<sup>5</sup>, donde el trabajo se enfoca hacia el periodismo en línea a través del blogueo, partiendo de una de las cualidades que permite la expansión del *blog*, ésta es la posibilidad de encontrar información no incluida en y por los medios tradicionales, y de esa manera cómo es posible que la realidad pueda ser otra, cuando cambian quienes transmiten información, con la objetividad y veracidad que la sociedad requiere.

Uno de los trabajos más propositivos que se encontraron<sup>6</sup> trabaja la apropiación local de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) entre jóvenes desde un enfoque socioantropológico, con un corte completamente cualitativo constituye un esfuerzo por explicar y entender la incorporación de Internet a la vida cotidiana de los usuarios. Siguiendo esa proposición y con base en la revisión de la literatura se cree pertinente realizar un trabajo sobre la apropiación del *blog*, ya que en los trabajos de investigación sobre la Sociedad de la Información (SI) “no [se] suele incluir la preocupación por investigar la experiencia de apropiación práctica y simbólica de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana de diversos sectores socioculturales, y de cómo ésta afecta los entornos sociales, familiares, laborales y políticos”. Es por ello que este trabajo pretende centrar el interés en el bloguero<sup>7</sup>, sin separarlo del objeto que produce, enfocando la atención en el papel que juega como sujeto activo a la hora de apropiarse de este medio. Entendiendo aquí que el carácter de la apropiación es de tipo multifactorial, es decir, en ella intervienen

---

<sup>4</sup> Nos referimos a Telos y Diálogos de la Comunicación, en 2005 y 2008 respectivamente.

<sup>5</sup> Sánchez Badillo, Jorge (2006) “Los *weblogs* como herramientas para la construcción de la información en Internet”.

<sup>6</sup> Winocur, Rosalía (2006) *op.cit.*.

<sup>7</sup> León, Oswaldo; Sary Burch y Eduardo Tamayo (2004) “Internet y organizaciones sociales: un estudio exploratorio” en Marí Sáez Víctor (coord.) *La Red es de todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la Red*, España: Popular.

factores de tipo interno –capacidades, conocimiento, creatividad, inteligencia– y de tipo externo –posesión en cantidad y calidad de los recursos materiales– para que el individuo las use y las aproveche de una manera determinada<sup>8</sup>.

Como fenómenos comunicativos y culturales la importancia de los *blogs* radica en que permiten que sus interlocutores, los blogueros, produzcan mensajes a partir de sus propias experiencias, que otros usuarios en cualquier parte del mundo con acceso a Internet los conozcan y además reciban retroalimentación hacia las cuestiones que plantean. Esto desemboca en una proliferación de páginas de esta naturaleza, presenciamos un “blog bang”<sup>9</sup> que gracias a sus beneficios en 2008 crecía a diario un promedio de cien mil nuevos sitios<sup>10</sup>, esta expansión parece será constante durante los próximos años. En tanto objetos de estudio son novedosos, pese a que en otras disciplinas se ha centrado la atención sobre ellos desde hace varios años, dentro de la comunicación la investigación comienza casi una década después del surgimiento del primer *blog* y como ya se planteó no es muy extensa, lo que le da oportunidad a este trabajo para proponerse dentro de los estudios sobre este tema desde un enfoque sociocéntrico.

También por la información que estos escritos en línea pueden arrojar sobre las estructuras en las que se encuentran inmersos los autores de las bitácoras; aunque no todos los que lo escriben tengan plena conciencia de hacerlo están proyectando junto con ellos el mundo que les rodea<sup>11</sup>. Esto es importante porque la percepción de la realidad histórica se ha ligado con unos pocos que dan cuenta de ella, esta es una oportunidad de registrarla por parte de personas que generalmente son excluidas de las versiones oficiales<sup>12</sup>, que circulan por los medios masivos impresos y electrónicos, ya sea como pasajes históricos o noticiosos.

---

<sup>8</sup> Reygadas, Luis (2004) “Las redes de la desigualdad: un enfoque multidimensional” en *Política y Cultura* 22, México: UAM-Xochimilco.

<sup>9</sup> Flores Vivar, Jesús (2008) “Los *blogs* en la reivindicación del periodismo y los medios” en *Diálogos de la Comunicación* 76, disponible en: <<http://www.dialogosfelafacs.net/76/articulos/pdf/76JesusFlores.pdf>>. Fecha de consulta: mayo 2008.

<sup>10</sup> Campos Cortéz, Mario (2008) “Una mirada a los *blogs*” en *Diálogos de la Comunicación* 76, disponible en: <[http://www.dialogosfelafacs.net/76/articulo\\_resultado.php?v\\_idcodigo=74&v\\_idclase=11](http://www.dialogosfelafacs.net/76/articulo_resultado.php?v_idcodigo=74&v_idclase=11)>. Fecha de consulta: mayo 2008.

<sup>11</sup> De Kerckhove, Derrick (1999) *La piel de la cultura, investigando la nueva realidad electrónica*, México: Gedisa.

<sup>12</sup> Foucault citado por Giddens, Anthony y Jonathan Turner (1991) *La teoría social hoy*, México: Alianza.

Para algunos investigadores la tecnología es determinante para que ciertos fenómenos se produzcan, esta visión tecnocéntrica<sup>13</sup> parece dar cuenta de una parte necesaria pero nunca suficiente. Un caso representativo es Internet, que ha venido perfilándose durante las últimas décadas como un medio que, a diferencia de los tradicionales, posibilita la participación de los individuos como productores y no sólo como consumidores de mensajes. Esta interactividad<sup>14</sup> presente en los llamados *new media* despierta entre los sectores más familiarizados con las innovaciones tecnológicas campos de interacción que, sí bien son posibles gracias a la existencia de los dispositivos técnicos, no pueden concebirse sin la apropiación de los individuos a través de diversas prácticas.

Luego entonces, las TIC obedecen a lógicas tanto técnicas como sociales<sup>15</sup>, que tienen que ver con la concepción y la utilización de las herramientas, respectivamente. Este binomio inseparable nos permite conceptualizar la innovación técnica como una construcción social<sup>16</sup>, cuyo actor principal son los usuarios que pueden o no emplearla con los fines con los cuales fue creada, quizá la relación entre tecnología y sujeto radica en que la primera casi nunca va a lograr decretar el uso final que un determinado sector social le pueda llegar a brindar, más aún, las sociedades las emplearán de manera muy particular y alejada incluso de la imaginación de su creador.

El objeto de estudio que aquí nos ocupa rebasa –como cualquier objeto relativamente reciente– su estudio científico. Hasta el momento en que se escribe estas líneas las propuestas teórico-metodológicas para aproximarse a ellos se encuentran en fase inicial, de esa forma este trabajo pretende localizar algunas estrategias y afirmar otras establecidas en trabajos relacionados con prácticas en línea. Lo anterior se hará teniendo como delimitación espacial la ciudad de México; como límite temporal se plantea el periodo que comprende el

---

<sup>13</sup> Orozco, Guillermo (2002) “Mediaciones tecnológicas y des-ordenamientos comunicacionales” en *Signo y pensamiento* 41(XXI), disponible en: <<http://www.javeriana.edu.co/signoyp/pdf/4103.pdf>>. Fecha de consulta: noviembre 2008.

<sup>14</sup> Orihuela, José Luis (2002) “Internet: Nuevos Paradigmas de la Comunicación” en *Chasqui* 77, disponible en: <<http://www.comunica.org/chasqui/77/orihuela77.htm>>. Fecha de consulta: mayo de 2008.

<sup>15</sup> Vitalis, André (1994) *Médias et nouvelles technologies. Pour une socio-politique des usages*, Renne: Apogée.

<sup>16</sup> Pinch, Trevor (1997) “La construcción social de la tecnología: una revisión” en Santos, M. J. y R. Díaz (comps.) *Innovación tecnológica y procesos culturales, Nuevas perspectivas teóricas*, México: FCE-UNAM.



año 2010; el perfil de los sujetos a estudiar será el de jóvenes de diversas pertenencias sociales, cuya edad oscile entre los 18 y 35 años<sup>17</sup>.

La teoría bajo la cual se pretende estudiar el fenómeno en cuestión es la apropiación planteada por Proulx<sup>18</sup>, cuya aportación radica en ayudar a explicar la relación entre las TIC con respecto a las interacciones posibilitadas a través de ellas, para poder entender de qué manera los sujetos se apropian de ciertos dispositivos tecnológicos para su propio beneficio. Proulx sostiene que a la hora de hablar de apropiación es necesario distinguir entre utilización y uso, ya que la primera palabra hace referencia a la relación entre hombre y computadora, es decir, al modo de empleo un tanto instrumental, en cambio cuando se emplea uso se acentúa, desde una perspectiva sociológica, la interacción entre hombre y computadora en el que se incluye una historia tanto personal como social que media dicha interacción, y la situación dada del agente humano, en otras palabras una especie de biografía producto de una cultura particular, una edad, un género, un estrato socio-profesional específico, etc. Dentro del contexto de la SI el objeto de estudio puede ser tratado de manera exhaustiva por esta serie de supuestos, ya que el ejercicio de tener un *blog* implica interactividad, creatividad y expresividad por parte de los autores, estas cualidades relacionadas con el término de apropiación hablan de un nivel avanzado del proceso.

Lo anterior puede arrojar pistas para entender por qué esta práctica está creciendo cada vez más entre los usuarios de Internet, así como los significados y características de los contenidos que envuelven dicha práctica y desde luego cómo su empleo puede llegar a servir para socializar entre quienes la llevan a cabo, para de ese modo hacer que dichos componentes sean tomados en cuenta en el diseño de políticas públicas destinadas a lograr la inclusión de sectores desvinculados a las TIC, especialmente aquellos más vulnerables como los jóvenes, considerados en varios países occidentales como individuos improductivos, lo que no es nada deseable en sociedades en las que la productividad es

---

<sup>17</sup> Garrido, Fernando y Tiscar Lara (2008) "Perfil del bloguero hispano. III Encuesta a Blogueros" en *Diálogos de la Comunicación* 76, disponible en: <<http://www.dialogosfelafacs.net/76/articulos/pdf/76GarridoLara.pdf>>. Fecha de consulta: mayo 2008.

<sup>18</sup> Proulx, Serge (2001) "Les formes d'appropriation d'une culture numérique comme enjeu d'une société du savoir". Conférence de clôture, Gouvernance et usages d'Internet: vers un nouvel environnement normatif?, Colloque franco-qubécois, Montréal, disponible en: <[www.artesi.artesiidf.com/public/anv/document.sr?v?id=6112](http://www.artesi.artesiidf.com/public/anv/document.sr?v?id=6112)>. Fecha de consulta: octubre de 2008.

sinónimo de valor y donde es cada vez más frecuente encontrar situaciones en las que las oportunidades de trabajo y educación son negadas precisamente a estos sujetos.

La premisa de la que parte este estudio es que: los jóvenes de la ciudad de México publican contenidos mayoritariamente propios –texto en sus entradas– y usan los *blogs* en su búsqueda de identidad y afectividad, la construcción de su reputación y visibilidad, así como la pertenencia a un grupo –situaciones emocionales a partir de los cuales la práctica adquiere sentido y significado–.

Los objetivos particulares de la investigación llevaron a la integración de la tesis en tres capítulos. Por orden de aparición se localizan en el primero el surgimiento de la SI, los imaginarios que circulan en torno suyo; la brecha digital como un asunto pendiente; el rol de la cultura en la innovación y socialización de la tecnología; al igual que la apropiación como proceso multifactorial que posibilita el empoderamiento del usuario. En el segundo capítulo se abordó al *blog* como forma de Comunicación Mediada por Computadora (CMC); al bloguero como aquel que crea y mantiene por escrito sus ideas, sentimientos y opiniones; al blogueo como una práctica social en crecimiento; y, a la blogósfera desde dos ángulos posibles, la suma de *blogs* y la reciprocidad que cada *blog* establece con otro(s) a partir de los enlaces.

Por último, el tercer capítulo contiene una brevísima revisión al concepto de juventud, a la relación de los jóvenes con la tecnología, así como los resultados de la investigación realizada a partir de directorios de *blogs* mexicanos e hispanos. Los cincuenta casos seleccionados para el análisis fueron de tipo personal<sup>19</sup> y autoría individual, todos cumplieron las siguientes características: un muestreo por cuotas no representativo en el que la variable sociodemográfica de la edad, el lugar de residencia y la antigüedad del *blog* fueron precisados –los autores, como se menciona arriba, se encontraban en el intervalo de los 18-35 años, viven en la ciudad de México y cuentan con dos años ininterrumpidos como mínimo dentro de la práctica del blogueo; no se tomaron en cuenta: sexo, ocupación, escolaridad, clase social u otro–.

---

<sup>19</sup> Éstos contienen información sobre los avatares cotidianos de su autor según Rojas, Octavio Isaac; Julio Alonso, José Luis Antúnez, José Luis Orihuela y Juan Varela (2006) *Blogs: La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas, políticos y ciudadanos*, Madrid: ESIC. El interés en su estudio nace primero por su abundancia en la blogósfera y después por el poco interés académico que este tipo de escritos tiene hoy por hoy.

La utilidad principal de esta propuesta se suma al esfuerzo que se está haciendo desde el campo de la comunicación en Latinoamérica para ampliar los estudios sobre la blogósfera, los *blogs*, los blogueros y el blogueo, y en un sentido más amplio la CMC. Además de dar cuenta de los fenómenos sociales emergentes que nos rodean el interés por abordar esta temática se relaciona con la denominada SI, porque esta implica un reto para los individuos que la conforman, especialmente para la ciencia<sup>20</sup>. Desde nuestra perspectiva es importante seguir de cerca las nuevas prácticas para poder entender que las políticas públicas tienen más retos que el simple hecho de estar (des)conectado<sup>21</sup>. Partiendo del supuesto de que no todos los individuos pueden integrarse a la SI con igualdad de oportunidades<sup>22</sup> –pero que su integración puede ser mejorada a partir de la investigación– este trabajo sin ser pretencioso intenta colaborar en este sentido.

---

<sup>20</sup> McQuail, Denis (2001) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, México: Paidós.

<sup>21</sup> García Canclini, Néstor (2008) *Diferentes, desiguales y desconectados, mapas de la interculturalidad*, Barcelona: Gedisa.

<sup>22</sup> Galindo Cáceres, Jesús (2001) “Redes, Comunidad Virtual y Cibercultura” en *Diálogos de la comunicación* 10, disponible en: <[http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n10/ga\\_lindo.htm](http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n10/ga_lindo.htm)>. Fecha de consulta: mayo 2008.

CAPÍTULO I. EL PROCESO DE APROPIACIÓN Y  
LA CULTURA DIGITAL EN EL MARCO DE LA  
SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

## Preludio al capítulo I

Las propuestas teóricas y conceptuales que se desarrollan a lo largo de tres apartados que integran este capítulo, en un primer momento tienen como intención situar el contexto histórico del surgimiento de la Sociedad de la Información (SI), que hoy en día constituye un punto importante en la agenda mundial de investigación y el marco en el que se inserta el proyecto de investigación mismo. Aclaremos que la forma en la que se seleccionan, abordan y debaten los temas tiene que ver con la concepción sociocultural de los objetos, ya sea por su novedad o porque las sociedades no son estáticas, dichas posiciones son susceptibles a modificaciones a través del tiempo, incluso en un período preciso la perspectiva sobre un fenómeno social no es homogénea.

En un segundo momento se hace hincapié en el rol de la cultura para estudiar y entender el proceso de innovación y aceptación de la tecnología de acuerdo a un contexto social en el que se inscribe su surgimiento. El caso de Internet puede considerarse como artefacto cultural y cultura en sí misma, una parte medular dentro de la cultura de Internet son los científicos y los académicos, pero sobre todo los *hackers*, quienes tienen una intención declarada de socializar la tecnología y la información, han sido miembros de este grupo quienes han posibilitado el uso a grupos sociales menos elitistas. La cultura digital, por otro lado, se considera desde la perspectiva simbólica una forma de conocer el sentido y significado de las prácticas que se llevan a cabo en un soporte cifrado en dígitos. Para hablar de cultura digital no basta con saber hacer algo en la computadora sino que ese algo sea de utilidad en la vida cotidiana.

Por último la apropiación se trae al debate científico justo en el contexto de la SI porque la tecnología no debe ser considerada como condición suficiente para transformar la realidad de los sujetos, la apropiación entendida como forma de empoderamiento tiene niveles que dependen de factores múltiples, por lo tanto y desde nuestra postura debe considerarse en ambos niveles –global y sobre todo local– ya que las condiciones varían entre individuos, grupos y países. Aunado a ello, investigar las prácticas que ciertos sectores llevan a cabo, como es el caso de los jóvenes, puede arrojar pistas importantes para conocer los sentidos y significados que hay en el uso de la tecnología, para poder insertar algunas de ellas en las tácticas de inclusión digital para que los usuarios incorporen las herramientas a su vida cotidiana y en su propio beneficio.

### 1.1.1 Tecnología e imaginarios sociales: algunos discursos institucionales y académicos

La visión optimista con la que ciertos estudiosos han impregnado de manera constante a todos y cada uno de los nuevos medios, ha sido compartida gracias a que la forma en que evolucionan y se reciben las innovaciones tiene su génesis en los valores y la cultura hacia los medios que le precedieron, pero a grandes rasgos la legitimidad de lo nuevo sobre lo antiguo, imprime una connotación positiva –aunque también puede ser negativa– que repercute en lo que decimos o en su efecto escribimos acerca de los medios<sup>23</sup>.

Por su parte, el imaginario actúa de manera determinante a la hora de pensar en nuestro entorno, implica una carga fuerte de significados sobre los significantes de la que no es fácil desprenderse y generalmente se comparte entre los miembros de una comunidad determinada a la hora de pensar, sentir, actuar, comunicar, vivir, desear. Entendido también como el “...conjunto de imágenes que dan sentido a nuestras prácticas y las hacen de este modo posibles”<sup>24</sup>, el imaginario puede estar compuesto tanto de realidad como de ficción, e incluso de una falsa percepción de la realidad<sup>25</sup>. Nadie puede saber con exactitud en qué medida el significado e interpretación de un fenómeno está compuesto por estos tres ingredientes, en tanto la sociedad haya dado plena legitimidad a una versión, será esa la que predomine sin importar qué tanto se apegue a lo real, lo ficticio o lo falso, ya que no son los hechos quienes imprimen credibilidad, sino la serie de supuestos que dan cuenta de su ocurrencia.

En este sentido la comunidad científica o académica se caracteriza por exigir “objetividad” explícitamente ligada a su actividad. Pero, independientemente de la intención que tengan sus actores, respecto a su función social, existe sin duda un imaginario que logra permear su quehacer. En las ciencias sociales desde diferentes disciplinas se puede hablar de una serie de significados compartidos respecto a los fenómenos, como pueden ser las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), en

---

<sup>23</sup> Lister, Martin; Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant y Kieran Kelly (2003) *New media: a critical introduction*, Estados Unidos-Canadá-Inglaterra: Routledge.

<sup>24</sup> Taylor, Charles (2006) *Imaginarios sociales modernos*, Barcelona: Paidós, p. 193.

<sup>25</sup> *Ibidem*.

este sentido “El imaginario tecnocomunicacional es el magma de representaciones, afectos y deseos centrados en las ‘nuevas tecnologías de la información y comunicación’, y cuyos elementos definatorios son la pancomunicación, la tecnoinformación y la orientación al futuro. Este imaginario constituye la sociedad de la información y la matriz simbólica de las nuevas tecnologías”<sup>26</sup>.

Los discursos que se construyen y distribuyen por los diferentes sujetos implicados en las diversas instituciones sociales, tienen una representación acerca de lo que ha pasado, lo que sucede y –por qué no– de lo que vendrá. Estos discursos ya sean de naturaleza descriptiva o explicativa, tienden a contener posturas que definen los lugares de enunciación, pueden presentarse como neutrales, aunque generalmente se asume una postura desde la que se aprehende la realidad. Las TIC y los discursos que las atraviesan, permiten identificar su importancia dentro de la acción política, económica, social y cultural, principalmente los significados en torno a ellas tienden a representarlas y a relacionarlas en algunos casos con el control y la vigilancia, en otros con la neutralidad, pero la mayor parte del tiempo con el progreso y el desarrollo.

Hasta aproximadamente tres décadas atrás no era extraña la prevalencia de puntos que enfatizaban esta última relación, en este orden de ideas, la “metáfora de la tecnología como piedra” se basó en una concepción lineal del desarrollo, en la que las dimensiones política, económica y social se ven afectadas por un objeto que es lanzado para golpear otros con plena intención de propiciar cambios benéficos, entre ellos el progreso. También el desarrollo se ha propuesto desde el modelo lineal en el que el progreso científico desencadenaba inevitablemente otros progresos de manera consecutiva, entre los cuales estaban el tecnológico, el económico y el social, comenzando luego una serie de interminables ciclos que seguían la misma secuencia<sup>27</sup>.

En el contexto de la modernidad la positividad con la que es revestida la tecnología se ha constituido en mito que la dota de una representación significativa<sup>28</sup>, no obstante debido a que la cotidianidad con la que se enfrenta deja mucho que decir de su poder

---

<sup>26</sup> Cabrera, Daniel (2004) “La matriz imaginaria de las Nuevas Tecnologías” en *Revista Comunicación y Sociedad* XVII (1), p. 40.

<sup>27</sup> Santos, M. J. y Rodrigo Díaz (2003) “El análisis del poder en la relación Tecnología y Cultura: una perspectiva Antropológica” en Santos, M. J. (coord.) *Perspectiva y desafíos de la educación ciencia y Tecnología*, México: IIS-UNAM, pp. 347 y 359.

<sup>28</sup> Taylor (2006) *op.cit.*.

transformador, poniendo en tela de juicio el verdadero alcance que puede llegar a tener su aplicación, aún así su presencia sigue marcando el sentido de la dicotomía presencia/ausencia de la tecnología en donde siempre ha de preferirse la primera respecto a la segunda.

En este momento, el lector debe saber que aquí no encontrará la historia de las TIC. En primer lugar, porque existe una amplia literatura al respecto, en este sentido la información que se pudiera incluir sería un tanto redundante, además que hacerlo representaría un esfuerzo poco útil para el trabajo. En segundo lugar, porque lo que se intenta es dar sólo el contexto histórico<sup>29</sup> a partir del cual se reconfigura el imaginario relacionado con el tratamiento del tema. Situado en la época de posguerra<sup>30</sup> el siguiente cuadro (cuadro 1) se presenta como resumen de las etapas de mejora de las innovaciones más notables, mismas que han posibilitado la elaboración de los discursos que permean los diferentes ámbitos de la sociedad contemporánea.

En suma se presentan las últimas cinco décadas del siglo XX, aunque a estas alturas la información pareciera incompleta se insiste en que su inserción tiene como intención únicamente el delimitar el punto de partida y poder situar el momento en que surge la construcción de los nuevos significados implicados con las TIC. De manera breve no puede dejar de mencionarse que se observa una tendencia desde la primera hasta la quinta etapa a minimizar el tamaño de los dispositivos tecnológicos, mejorar su capacidad de almacenamiento y desempeño, sobre todo una marcada tendencia a socializar la tecnología, tanto en el abaratamiento como en la utilización de interfaces más amigables con el usuario.

Poniendo especial atención en la quinta etapa, esto es justo en la en la década de los noventa que se recuerda como aquella donde Internet tuvo una fuerte diseminación, podemos decir que mientras los dispositivos y las aplicaciones para almacenar y procesar información fueron haciéndose cada vez más accesibles a la población mundial, también se suscitaron avances que permitieron el desarrollo de lenguajes de

---

<sup>29</sup> Ese panorama general, no obstante, no contiene contexto geográfico alguno respecto a dichas innovaciones, por ello la acotación pertinente consiste en decir que los sitios desde los que han sido desplegadas comparten como característica principal el provenir de países desarrollados, que han tenido –por razones que así lo favorecen– la iniciativa y los recursos económicos y humanos necesarios para invertir en este rubro.

<sup>30</sup> Cabrera, Daniel (2004) *op.cit.*



programación –la visión de sus creadores se centró en la socialización de la tecnología en cuestión–, de tal forma productos como páginas *web* pudieron ser elaborados en un marco menos especializado. En último lugar, los avances han propiciado que en nuestro días para poder crear un *blog* no se necesite tener un conocimiento informático avanzado, por lo que millones de personas a lo largo y ancho del planeta crean, mantienen y abandonan miles de *blogs* cada día –se hablará con más detalle de estas cuestiones en el siguiente capítulo–.

Cuadro 1. Evolución de las nuevas tecnologías de la información

ETAPAS DE DESARROLLO	PRIMERA 1945-1959	SEGUNDA 1969-1969	TERCERA 1970-1979	CUARTA 1980-1989	QUINTA 1990-
ORDENADORES HARDWARE	1ª Generación	2ª Generación	3ª Generación	4ª Generación	5ª Generación
Tipo	Electrónico Valvulas	Gran ordenador Transistores	Minicomputer Circuito integrado	Personal Circuito integrado a gran escala	Pórtatil Integración a muy gran escala
Almacenamiento	Tarjetas perforadoras Cinta magnética	Disco duro Disquete 8" (1967)	Disquete 5 ¼ DVD (1997)	Disquete 3,5 (1984)	CD-ROM (1991)
Memoria RAM			32-64 KB	10-16MB	128-256 Mb
ORDENADORES SOFTWARE					
Lenguajes	Máquina FORTRAN (1957)	COBOL (1960) LISP (1964)	Pascal (1970) C (1975)	Ctt	HTML (1991) Java (1996) XML (1998) Maude (1999)
Sistema operativo		UNIX (1969) MAC-OS	MS-DOS	Windows	Windows 95, 98 NT, 2000 LINUX
Aplicaciones			Wordstar	Lotus Word-Perfect	Word, Excel, Netscape, Explorer
PERIFÉRICOS					
Impresoras	Impresora matricial	Mini impresora para calculadora	Impresora láser (1977)	Inyección de tinta (1981)	Videoimpresora, color
Módem				14 b/s	28.800-56.000 b/s
COMUNICACIÓN VÍA SÁTELITE	Primer satélite (1958)	INTELSAT (1965), órbita estacionaria (1969)		INTELSAT V (1985)	Cientos de satélites en órbita
TELEFONÍA INALÁMBRICA	Walky Talky (1940)			1ª Generación Telefonía móvil (1982)	2ª Generación TM (1991) Telefonía global (Iridium, 1998) Telefonía en Internet
REDES DE COMUNICACIÓN		ARPANET, interconexión de 4 ordenadores (1969)	Primera conexión internacional (1973)	Protocolo TCP/IP, RDSI	Página Web (1992) Redes de banda ancha

Fuente: Lucas, Antonio (2000) *La nueva Sociedad de la Información: una perspectiva desde Silicon Valley*, España: Trotta, pp. 122-123.

Después del breve recuento histórico y este paréntesis, se iniciará el análisis de contenido de algunos discursos para tratar de aterrizar los aspectos teóricos y conceptuales abordados hasta ahora. Para efectos de este trabajo entenderemos al discurso como una construcción del lenguaje que sirve para elaborar significados a través de la codificación y decodificación de mensajes que envuelven los fenómenos sociales<sup>31</sup>. La intención principal de este apartado radica en tratar los diferentes discursos sobre las TIC que les imprimen cierta analogía con el cuento del Rey Midas<sup>32</sup>, desde tres instituciones –empresa, universidad y organización mundial– precisamente porque las ideas son compartidas y tienden a reforzarse pese a que sus objetivos, misiones y visiones difieren entre sí. Aunado a ello la efectividad de los mensajes se logra gracias a la intervención de otros actores, que participan en la difusión del imaginario tecnológico progresista como producto de la presencia de la tecnología, “...esta identificación del progreso con las nuevas tecnologías está omnipresente en los discursos de los políticos, de los medios de comunicación y de las élites. Por otra parte es porque todos van en el mismo sentido por lo que estos discursos tienen un impacto tan fuerte”<sup>33</sup>.

Aunque en la primera parte se ha trabajado el asunto del contexto, de manera breve mencionaremos que la modernidad es donde la idea de progreso se considera con una connotación positiva y evolucionista, desde entonces la tecnología y la ciencia se han privilegiado en Occidente como formas utilitarias de desarrollo. Luego entonces, los mensajes que hemos considerado abordar tienen su origen en una ideología y cultura que otorgan un valor positivo al empleo de las innovaciones tecnológicas que se van incorporando a las sociedades contemporáneas, en las que ya de por sí existe un tendencia a tratar lo novedoso como aquello que vale la pena tener sin cuestionar si esa herramienta cumple su función y hasta qué punto puede llegar a afectar algún aspecto de la vida de quien lo aplica mientras beneficia otro.

El análisis de contenido se eligió porque desde su forma cualitativa los enunciados lingüísticos –entendidos como la serie de palabras agrupadas bajo una construcción gramatical– tienen el objetivo de transmitir un significado. El nivel que se emplea es el

---

<sup>31</sup> Lister *et ál.* (2003) *op.cit.*, p. 62.

<sup>32</sup> Gómez Cruz, Edgar (2007) *Las metáforas de Internet*, Barcelona: UOC, p.13.

<sup>33</sup> Wolton, Dominique (2000a) *Internet, ¿y después?*, España: Gedisa, p. 94.

de la semántica porque los significados de las palabras tienen implicaciones con la realidad y por tanto en la forma en la que se entiende el mensaje. La unidad de análisis es la secuencia de oraciones o párrafo, que a su vez se desprenderán de la macroestructura de los textos, se trabajó de tal forma que coincidiera con la superestructura de los mismos<sup>34</sup>. La selección de los párrafos es intencional, cabe aclarar que se cuidó en todos los casos que el resto del texto no tuviera contradicciones, en este sentido hay plena coherencia entre lo que se analiza y lo que por razones de espacio y tiempo se omite en este trabajo.

El primer discurso que se presenta corresponde a Bill Gates, por tanto a la iniciativa privada. El principal accionista de la empresa cuyo slogan inicial es “una computadora en cada escritorio”, participa en diversos eventos internacionales relacionados con el equipamiento computacional, las ideas que en ellos plantea son bien intencionadas hacia el consumo de sus productos. En un foro realizado en Arabia durante el 2008, externó su opinión por demás optimista respecto a los avances que un maestro tuvo con su clase en ese país a partir de la implementación de Internet en el proceso enseñanza-aprendizaje, afirmando que “...en el corto plazo y en el largo plazo que la tecnología de la información puede ser una parte clave no sólo del crecimiento económico, sino de equidad en el crecimiento económico, aprovechando todas las grandes habilidades de su ciudadanía y dándoles oportunidades... en todo el ámbito de las grandes cosas que esa TI puede hacer, espero haya conseguido emocionarlos sobre eso, espero que eso incluya cómo la TI y la magia del software puedan impulsar la equidad en todo el mundo”<sup>35</sup>.

Años atrás, en uno de sus escritos del 2000 aborda el tema de Internet, aunque se olvida del acceso a la tecnología y se enfoca sólo en los beneficios que algunas personas pueden tener, la idea medular que sostiene es que “La principal ventaja de cualquier nueva tecnología es que estas amplifican el potencial humano, en el siglo XX, la electricidad, el teléfono, el automóvil y el avión han hecho todas al mundo más accesible para más gente, transformando nuestra economía y sociedad en el proceso... La Internet, junto con otras tecnologías computacionales, es literalmente permisiva para que algunos

---

<sup>34</sup> Dijk, T. A. van (1996) *Estructuras y funciones del discurso*, México: Siglo XXI, pp. 31-78.

<sup>35</sup> Gates, Bill (2008) “Government Leaders Forum Arabia 2008”, disponible en: <<http://www.microsoft.com/Presspass/exec/billg/speeches/2008/01-27GLFArabia.mspx>>. Fecha de consulta: abril del 2009. Como veremos más adelante así como la tecnología puede potenciar el bienestar también puede hacerlo propio con el rezago.

países en desarrollo ‘brinquen’ la revolución industrial y salten directamente a la Era de Internet”<sup>36</sup>. En esta fragmento recae la idea de que lo novedoso, por el simple hecho de serlo, es efectivo sin importar el usuario final, se apela a inventos que han sido asociados a la idea de bienestar, comodidad y rapidez para con ello impregnar la innovación con un halo progresista y desarrollista total e incuestionable, capaz de cambiar de tajo las condiciones de organización social prevalecientes en una sociedad.

El segundo discurso proviene de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), de la Organización de las Naciones Unidas que en su informe anual de 2007 afirma que “Las TIC pueden generar crecimiento económico, crear empleo, sostener los ingresos, acelerar el desarrollo social y comunitario y construir una identidad cultural”<sup>37</sup>. Al ser parte de la sumatoria de los puntos expuestos el resumen contiene las principales ideas y temas abordados en el documento completo, el párrafo da cuenta de la percepción que del rol de las TIC tiene este organismo, el mejoramiento de la situación económica y laboral de una sociedad se relaciona con el potencial, no se da por hecho pero se tiene presente una valoración predominantemente positiva, luego la cuestión de la identidad no se considera como el fenómeno complejo que es, en su constitución se sobredimensiona la tecnología –no se incluyen frases mucho menos apartados en los que se aclare que el poder de la tecnología dependerá siempre del contexto en el que se aplique, no sólo de su presencia, sino de las condiciones mínimas que también han de acompañar su aplicación para obtener los resultados esperados–.

La principal tarea de la UIT –que es la organización referente a las TIC– consiste en enfocar sus esfuerzos para posibilitar a partir de recursos técnicos, financieros y humanos la inserción de los países en la SI. Lo anterior es una de las razones por las que ha sido la principal fuente de financiamiento de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI), parte de su disertación, tomado de su declaración de principios en el apartado denominado “Construir la Sociedad de la Información: un desafío global para el nuevo milenio” en su artículo 14, se incluye enseguida, “Estamos resueltos a potenciar a los pobres, especialmente los que viven en zonas distantes, rurales y urbanas

---

<sup>36</sup> Gates, Bill (2000) “Shaping the Internet Age”, disponible en: <<http://www.microsoft.com/presspass/exec/billg/writing/shapingtheinternet.mspx>>. Fecha de consulta: abril del 2009.

<sup>37</sup> Unión Internacional de Telecomunicaciones (2007) “Informe anual”, disponible en: <[http://www.itu.int/dms\\_pub/itu-s/opb/conf/S-CONF-AREP-2007-PDF-S.pdf](http://www.itu.int/dms_pub/itu-s/opb/conf/S-CONF-AREP-2007-PDF-S.pdf)>. Fecha de consulta: abril de 2009.

marginadas, para acceder a la información y utilizar las TIC como instrumento de apoyo a sus esfuerzos para salir de la pobreza”<sup>38</sup>.

La selección de oraciones corresponde a los objetivos de este actor social, se puede apreciar una intención plena de cambiar la realidad de personas en situación vulnerable, el problema es que en el artículo mostrado como en el resto del documento no se considera que el mejoramiento en las condiciones de vida no es simplemente el resultado de la incorporación de las TIC, aunque se entienden como instrumentos, tecnología e información se planean a veces como protagonistas, adquiriendo un estatus que prácticamente los asemeja a la gente. Además no considera el hecho de que en la realidad también la tecnología hace lo contrario –ya que está mostrando una faceta más de la desigualdad, repitiendo el fenómeno general de marginación al que se encuentran expuestos ciertos grupos sociales que no cuentan con recursos materiales para satisfacer necesidades básicas–.

El tercer discurso pertenece a Nicholas Negroponte, director del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) Lab y miembro de la fundación “una computadora portátil por niño”, en esa orientación y desde el ámbito académico propone en una de sus publicaciones “El mundo digital: el futuro que ya ha llegado” en el “Epílogo: una era de optimismo” la tesis de que “... ser digital nos proporciona motivos para ser optimistas. Como ocurre con las fuerzas de la naturaleza, no podemos negar o interrumpir la era digital. Posee cuatro cualidades muy poderosas que la harán triunfar: es descentralizadora, globalizadora, armonizadora y permisiva... La tecnología digital puede ser una fuerza natural que propicie un mundo más armónico”<sup>39</sup>.

El optimismo declarado de este autor se desprende de una gran pasión por el mejoramiento tecnológico, lo que lo lleva a equiparar lo natural con una construcción enteramente social, cuyos resultados dependen de que se apliquen de manera adecuada, es decir, tomando en cuenta todos los escenarios posibles porque el éxito no está garantizado en todos los casos; lo digital, además, hace cuatro promesas que socialmente adquieren relevancia porque son significativas para las sociedades contemporáneas, pero

---

<sup>38</sup> Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (2004) “Declaración de principios”, Ginebra 2003-Tunez 2005, disponible en: <[http://www.itu.int/dms\\_pub/itu-s/md/03/wsis/doc/S03-WSIS-DOC-0004!!PDF-S.pdf](http://www.itu.int/dms_pub/itu-s/md/03/wsis/doc/S03-WSIS-DOC-0004!!PDF-S.pdf)>. Fecha de consulta: abril del 2009.

<sup>39</sup> Negroponte, Nicholas (1999) *El mundo digital*, España: ediciones B, pp. 271-272.

paradójicamente la tecnología se encuentra concentrada en un grupo aún reducido de usuarios; los contenidos que circulan no son representativos de la diversidad cultural –ni siquiera lingüística–; luego entonces, no se puede hablar de un equilibrio mundial ni de equidad en condiciones de producción y consumo de mensajes.

Cerraremos el análisis con Howard Rheingold, quien se ha constituido en los últimas décadas como una autoridad a la hora de hablar de la tecnología a partir de sus experiencias con la misma desde un punto igualmente optimista, en uno de sus más recientes trabajos llamado “Multitudes Inteligentes: la próxima revolución social” en la “Introducción: cómo reconocer el futuro cuando llega” se encuentra el siguiente fragmento “Los medios de comunicación portátiles, cuando conectan a Internet los objetos tangibles y los lugares cotidianos, se transforman en mandos de distancia móviles que nos permiten controlar en mundo físico”<sup>40</sup>. Pese a que en este libro se consideran también los contra en el empleo de los dispositivos tecnológicos, sus trabajos anteriores lo han hecho para refutar las acusaciones que se han vertido hacia ciertas innovaciones, en ningún caso los argumentos se comparan en cantidad con una postura positiva a tal grado de pensar que la vida fuera de línea puede modificarse con una conexión, que la realidad misma puede manipularse por todos en igualdad de condiciones cuando se tienen los avances para acceder a otros mundos que siendo diferentes son capaces de dotar de cambio a quienes transitan en ellos.

Estamos conscientes de que lo que aquí encuentra el lector es una de las numerosas interpretaciones de los mensajes, lo que no implica descalificación alguna de la tecnología, sino una breve acotación dirigida hacia algunas dificultades a las que se pueden enfrentar tales mensajes en la realidad. La pertinencia de la revisión de estos discursos, como se mencionó arriba, radica en que sus autores tienen la primera coincidencia de intentar reducir la brecha digital, partiendo de la creencia en que las TIC nos conducirán a una situación de equidad, desarrollo, progreso y bienestar. Por momentos parece que dejan de lado el hecho de que el crecimiento y el desarrollo económico, pero sobre todo la equidad se determinan también por la estructura social; que no se puede pasar de un estadio a otro tan fácilmente, sobre todo en países con

---

<sup>40</sup> Rheingold, Howard (2004) *Multitudes Inteligentes: la próxima revolución social*, Barcelona: Gedisa, p.18.

carencias en casi todos los rubros; por otro lado, las tecnologías también pueden llegar a disminuir el empleo, si bien funcionan como catalizadoras del desarrollo no pueden considerarse como la única ni la principal causa que lo permite; plantearlas como salida a la pobreza es hasta exagerado porque la tecnología necesita oportunidades reales para actuar, lo buenos propósitos y la presencia física de la tecnología muchas veces no son suficientes.

El caso de Gates se incluyó por la incidencia que tiene en nuestro país y por supuesto a nivel mundial; por medio de su fundación es el promotor de uno de los programas destinados a dar acceso gratuito a Internet en bibliotecas públicas de países en vías de desarrollo –quizás se trate sólo de una expansión de su mercado–. Por su parte, la UIT y la CMSI se incluyen por la cantidad de países que participan, igualmente por la importancia de otros actores internacionales que convergen en sus proyectos y tareas. Finalmente, Negroponte y Rheingold por participar, en el caso del primero tanto en el trabajo de innovación como, en la redacción de textos que se difunde entre las escuelas e institutos donde se investigan y se estudian las TIC.

### 1.1.2 Sociedad de la Información: génesis y posturas encontradas

La definición y percepción del término SI no es uniforme, hay diversas formas según el autor o teórico que la aborde, eso depende de –entre otras situaciones– los aspectos que éste puntualice sobre su particular visión de la realidad social. Estos aspectos hacen que sus conjeturas, sobre el análisis de lo que se presenta en las sociedades contemporáneas, puedan y de hecho presenten variaciones. Estamos entonces ante un discurso producto de diferenciaciones en el estudio y percepción del fenómeno, en sus aspectos social,

político y económico<sup>41</sup>, que no coinciden en lo que es, o debería ser simplemente por la diversidad de sitios sociales y científicos de los que provienen sus emisores.

Al situar este proyecto en el contexto de la SI, la diversidad de posturas hace obligatoria una revisión a las teorías que más han influido el tratamiento de este tema, es así como se incluyen trabajos de corte sociológico, geopolítico y cultural. La selección de autores que aquí se incluye es completamente arbitraria, y no pretende en ningún momento ser exhaustiva, su presencia corresponde a la influencia notable que estos textos han tenido entre la comunidad académica y científica a nivel mundial.

Por orden de aparición tenemos primero a Daniel Bell quien acuña el concepto de sociedad postindustrial que “denota una sociedad que ha pasado de la etapa de producción de bienes a producir servicios”<sup>42</sup> y que intenta describir el impacto que tendría la ciencia y la tecnología dentro de las estructuras sociales capitalistas occidentales en donde los roles, lo político y la vida cotidiana misma se verían afectados. La primera vez que el autor utiliza el término postindustrial se remonta a la década de los sesenta, si bien dicho concepto ya había sido empleado, es Bell quien lo populariza, al hacerlo permite crear el marco social que más adelante daría origen al concepto de SI<sup>43</sup>.

Según Bell la sociedad post-industrial se compone por cinco dimensiones<sup>44</sup>, esas cinco dimensiones se refieren a que la sociedad en la que vivimos se ha transformado de capitalista a un estadio informatizado por lo que encontramos a la información como principio de organización económica. En otras palabras, la antigua sociedad capitalista se caracterizaba por tener como eje medular la propiedad privada; mientras que la nueva sociedad informatizada tiene como punto central la información y el conocimiento en sus actividades de captación, procesamiento y distribución, lo anterior por lo menos en teoría daría a los individuos oportunidad para mejorar su posición en la escala social. De acuerdo a este nuevo orden, el lugar que ocupan los sujetos en la sociedad puede

---

<sup>41</sup> Mackay, Hugh (2001) “The information society: continuity or change”, en Mackay, Hugh, Wendy Maples y Paul Reynolds (eds.) *Investigating the Information Society*, Reino Unido: Routledge, p. 7.

<sup>42</sup> Bell, Daniel (1994) *El advenimiento de la sociedad post-industrial*, España: Alianza Universidad, p. 152.

<sup>43</sup> Lyon, David (2000) *Postmodernidad*, España: Alianza, p. 76.

<sup>44</sup> Que son: 1) sector económico –prevalece la economía de servicios–, 2) distribución ocupacional –preeminencia de clases profesionales y técnicas–, 3) principio axial –la teoría como eje de la innovación–, 4) orientación futura –la incidencia del control en la tecnología– y, 5) tomas de decisión –a partir de una tecnología intelectual.



cambiar en función ya no de la propiedad de los medios de producción<sup>45</sup>. También los espacios en los que la gente se desarrolla –y que de cierta manera les permite pertenecer a un estrato social determinado– se modifican, pasando de los sitios en los que se encuentran los medios de producción a los lugares donde se produce y difunde la información y el conocimiento, como las instituciones educativas que conocemos actualmente, de hecho la universidad es la principal institución de la sociedad postindustrial<sup>46</sup>, su función primordial sería el desarrollo de tecnología –en el contexto de la guerra fría poder y tecnología de punta eran sinónimos, de tal suerte en los países las decisiones relacionadas con la innovación recaen en los actores políticos antes que en los innovadores–.

En el trabajo del sociólogo estadounidense destaca la ejemplificación de su país natal dentro de la transformación a este nuevo estadio en la historia de la humanidad, es en sí un tipo ideal con visión completamente centrada en Occidente, que al presentarse desenmarcado por instantes de la realidad del resto de los países, sin embargo, circunscribe en la transición a naciones encuadradas en ambos modos de producción predominantes en aquella época. De igual forma evidencia un marcado enfoque en la estructura social –economía, tecnología y sistema de estratificación– por encima de las culturales y políticas, presentando a la tecnología como mecanismo para reducir las desigualdades sociales y a la ciencia y sus ejecutores como el *ethos* de la nueva sociedad.

Tres décadas más tarde Manuel Castells (1999) propone el término sociedad informacional. Argumentando que ésta “...indica el atributo de una forma específica de organización social [y económica] en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de la información se convierten en las formas fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones que surgen en ese periodo histórico”<sup>47</sup> dentro de una organización global, resultado de una revolución en las TIC. En contraste, el primer término sólo pone énfasis en la información, como si en otro momento de la historia la información no hubiese tenido importancia alguna. Al hablar

---

<sup>45</sup> *Ibidem*, pp. 64, 70 y 141.

<sup>46</sup> *Ibidem*, pp. 288, 394 y 470.

<sup>47</sup> Castells, Manuel (1999) *La era de la información, Vol. 1 La Sociedad Red*, México: Siglo XXI, p. 47.

de informacionalismo excluye la posibilidad de que se trate de una nueva sociedad, sino que ésta ha potenciado su procesamiento de datos gracias a la tecnología<sup>48</sup>.

Enseguida Castells propone el paradigma de la Tecnología de la Información; de esta forma y apoyado en cinco rasgos, explica las características de lo que considera el surgimiento del informacionalismo como nuevo modo de desarrollo "...constituido por el surgimiento de un nuevo paradigma tecnológico basado en la tecnología de información"<sup>49</sup>. El primer rasgo corresponde al papel de la información en las sociedades contemporáneas, al ser la información su materia prima, las tecnologías que sirven para su creación, almacenamiento y distribución adquieren suma importancia: son tecnologías para actuar sobre la información. El segundo, enfatiza el grado de penetración alcanzado por estar relacionados con el factor información y, por tanto, con todas las actividades que tiene que ver con ella tanto de manera individual como colectiva: la capacidad de penetración de los efectos de las nuevas tecnologías. El tercero, se relaciona con el hecho de que con las tecnologías estamos en interrelación, no contar con ellas lo haría no imposible, pero si menos fácil: la lógica de interconexión. El cuarto, debido a que la tecnología puede servir para que los sujetos hagan pleno uso de su libertad de expresión, pero que al mismo tiempo puedan estar vigilados y luego sometidos por algo que dijeron o hicieron: la flexibilidad. La quinta, es la clara tendencia de este tipo de tecnologías a la integración, tanto en lo material como en lo metodológico: la convergencia creciente de tecnologías específicas en un sistema altamente integrado.

Siguiendo con Castells, desde su perspectiva la palabra revolución es inseparable de la idea de transformación profunda y radical, lo que pondría en tela de juicio de manera casi inmediata el pensar que se puede calificar a las TIC de revolucionarias. Según lo apunta, la experiencia ha mostrado que en su momento la revolución industrial pudo haber sido cuestionada en tanto no se distribuyó a la misma velocidad ni cantidad en todas las naciones del mundo, de igual forma la tecnología ha seguido expandiéndose de manera más bien selectiva social y funcionalmente hablando. Por tanto lo informacional y lo global no abarcan íntegramente a la humanidad, sólo algunos países, ciertas

---

<sup>48</sup> *Ibidem*, p. 119.

<sup>49</sup> *Ibidem*, p. 43.

naciones o regiones. Algunos individuos no participan en ella ni como productores ni como consumidores –dicho de otro modo, ni como interactuantes ni como interactuados– es una economía de la que no todos pueden formar parte –los nodos que integran la sociedad red están interconectados y dispersos al mismo tiempo– en suma “...se caracteriza por su interdependencia, su asimetría, su regionalización, la creciente diversificación dentro de cada región, su inclusividad selectiva, su segmentación exclusoria...”<sup>50</sup>.

El sociólogo español en contraste con Bell crítica la existencia del postindustrialismo –ante la presencia de países que siguen siendo predominantemente agrícolas, donde el sector económico de servicios no es de ninguna forma el prevaleciente–; reconoce además que existe una eminente desigualdad entre naciones y al interior de las mismas –con ello el peso de lo local respecto de lo global–. Otra diferencia marcada es que su trabajo trata de integrar varios países de Europa, Asia y América, justamente porque hay entre ellos lo informacional como convergencia, por tanto incrusta gran cantidad de contextos socioculturales –de manera poco afortunada, las fuentes en las que apoya su investigación fueron elaboradas en momentos y con indicadores que difícilmente podrían coincidir–. También por el hecho de plantear dos modelos de informatización a seguir: el norteamericano y el asiático, con insuficiente compatibilidad económica, social y cultural respecto a otros países como el nuestro.

Por su parte, Armand Mattelart<sup>51</sup> trata la SI desde un enfoque más bien escéptico, donde una ideología dominante trata de presentar la SI como un paradigma de cambio, pero que no sólo no representa aquello que se le adjudica, sino que además es un proyecto que pretende por sobre todo la reorganización mundial que, legitimada en discursos científicos y académicos, privilegia la posición occidental de organización económica, política y social; favoreciendo completamente esa versión de la realidad por encima de las demás. Acompañada de una serie de utopías presentadas en forma de conocimiento, racionalidad, transparencia, democracia y progreso, la tecnología se presenta como un imperativo que permite *per se* logros en esos aspectos. En resumidas cuentas, es un mito en donde los medios son agentes mismos de la revolución y la transformación social.

---

<sup>50</sup> *Ibidem*, p. 133.

<sup>51</sup> Mattelart, Armand (2002) *Historia de la sociedad de la información*, España: Paidós.

El teórico belga advierte que la seducción de que son objetos actores de diferentes países por esta tecno-utopía, conduce a perder de vista la realidad y permite con ello que la dirección del mundo sea llevada por unos cuantos países, a la delantera posiciona a los Estados Unidos, que intentan imponer en el resto del mundo su modelo informatizador. Postula que la implantación del mismo, en diferentes contextos, ha dejado entrever las diferencias entre las naciones y al interior de las mismas, haciendo visibles las históricas desigualdades en las que se encuentran inmersas. Incluso los organismos internacionales han sucumbido a la agenda impuesta por unos cuantos, que sin prestar mucha atención a las necesidades particulares de cada lugar, intentan lanzar programas para informatizar al mundo entero, con el pleno convencimiento y la buena intención de beneficiar a la gran mayoría. El cierre de su obra, y desde nuestra perspectiva de manera acertada, no plantea una salida de la SI, sino una forma alternativa de vivirla. Pues si bien la ideología de la SI es la misma del mercado, Mattelart propone una reapropiación y una reflexión al respecto, ya que los usos y significados que adquiere la tecnología a partir de mediaciones sociales, culturales y educativas pueden ayudar a comprender la manera en cómo se deben cubrir las necesidades de informatización de las sociedades en países como el nuestro, antes que en una carrera contra reloj dentro de una apuesta por cubrir con los objetivos de programas diseñados fuera de contexto y sin atender las necesidades particulares.

Al hablar de la SI es por demás primordial hacerlo también de la serie de medidas que deben tomarse a nivel nacional o regional para garantizar que no sea la exclusión digital la dominante, por el contrario ha de permitirse que cualquiera que desee hacer uso de las TIC no quede sin oportunidad, pues como se vera en párrafos siguientes la disposición de la tecnología es básica para lograr un nivel de apropiación.

### 1.1.3 Políticas de inclusión digital: nueva sociedad, nuevos desafíos

La inversión de recursos económicos que destinan los países hacia el desarrollo y la difusión de tecnologías depende del peso específico de tales actividades al interior de esa sociedad, en su defecto la cantidad de recursos destinados a ese rubro es limitado, algunas veces es tan sólo cuestión de posibilidades. Pese a que "...se daba la impresión –y aún se le da en algunos casos– de que las nuevas tecnologías se distribuyen de una manera relativamente equitativa"<sup>52</sup> la verdad es que en los hechos no funciona como tal, se ha considerado así debido a que ese supuesto –por demás simple– deja de lado las diferencias económicas y geográficas existentes en las sociedades contemporáneas.

Tal condición de exclusión recibe diversos nombres entre ellos destaca el de brecha digital, este término se usa para puntualizar, principalmente aunque no de manera exclusiva, la desigualdad que experimentan habitantes de todo el mundo en lo que al "acceso universal, ubicuo, equitativo y asequible a la información"<sup>53</sup> se refiere. En ciertas circunstancias la brecha digital ha funcionado como "...nuevo indicador que también permite medir el grado de desarrollo de las naciones en el mundo contemporáneo"<sup>54</sup>. Los excluidos digitales se sitúan en la mayoría de los casos dentro de los países en desarrollo –aunque en menor cantidad se encuentran también al interior de los desarrollados o de una ciudad considerada próspera– su condición de marginación limita el acceso a tales dispositivos tecnológicos, de hecho las carencias se extienden también hacia otros bienes más elementales.

Después de todo "A pesar de que lleva una treintena de años en funcionamiento, Internet ha sido una perfecta desconocida para la mayoría de la sociedad hasta hace muy poco tiempo"<sup>55</sup> y para algunos incluso es algo con lo que no entrarán en contacto en algún momento de su vida, pero esto no sólo sucede con Internet, en general, países desarrollados, principalmente Estados Unidos, algunos europeos, llevan una posición adelantada respecto a otras naciones tanto en la generación como en el acceso a las TIC.

---

<sup>52</sup> Lyon, David (2000) *op.cit.*, p. 80.

<sup>53</sup> CMSI (2003) *op. cit.*.

<sup>54</sup> Islas, Octavio y Fernando Gutiérrez (2004) "Renovadas brechas de la internet" en *Revista Mexicana de comunicación* 85, disponible en: <<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc85/brech.html>>. Fecha de consulta: mayo de 2009, p. 18.

<sup>55</sup> Gómez Vietes, Álvaro y Espiñeira Veiroso Manuel (2003) *Redes de ordenadores e Internet*, España: Ra-Ma, p.57.

A principios del 2011, se estima que la penetración global de Internet en la población mundial es de 30.2%, para el caso de América Latina y el Caribe es de 36.2%, en contraste Norteamérica llega a un 78.3% y Europa a un 58.3%, África cuenta sólo con un 11.4%<sup>56</sup>. En este contexto nuestro país ha pasado de poco más de siete millones de usuarios en el 2001 a cuadruplicar esa cifra en nueve años<sup>57</sup> presentando un crecimiento por año que va del 5.5 hasta el 1.4 porcentual.

Aunque la escasez de recursos económicos podría perfilarse como la explicación causal, existen variables clave para poder explicar la brecha digital global. Entre ellas se encuentran las relacionadas con el desarrollo económico, pues la lógica del mercado demanda el pago por el bien que se recibe; así como la estructura tecnológica específica que posibilite su uso dentro de cierta sociedad; las políticas pertinentes para incorporar la tecnología en la cotidianidad de los usuarios; el capital humano para que la tecnología no se subutilice; y, las variables políticas que faciliten los recursos necesarios para la incorporación de los sujetos en la SI<sup>58</sup>. En otras palabras, en la brecha digital importan: las inequidades para poder adquirir las herramientas necesarias, la preparación para saber utilizarlas, pero también importa el interés por parte de la clase política de incluir en su agenda el tema de la exclusión digital.

Una propuesta para medir la brecha es la pirámide digital (ilustración 1), la cual consta de cinco variables (I), cada una corresponde a: desigualdad; grado de equipamiento –número de computadoras disponibles–; grado de desarrollo en el acceso a Internet; grado de operabilidad real de las computadoras en la red; y, la capacidad o potencialidad en el aprovechamiento de Internet. Una pirámide regular corresponde a la nula brecha digital, en cambio un desequilibrio en el que uno de los ejes –esto es que el valor (I) sea inferior a lo requerido con base en los resultados arrojados por fórmulas y operaciones, que por tiempo y espacio no desarrollaremos aquí– provocaría el surgimiento de la brecha digital, con la excepción de la variable desigualdad, que es

---

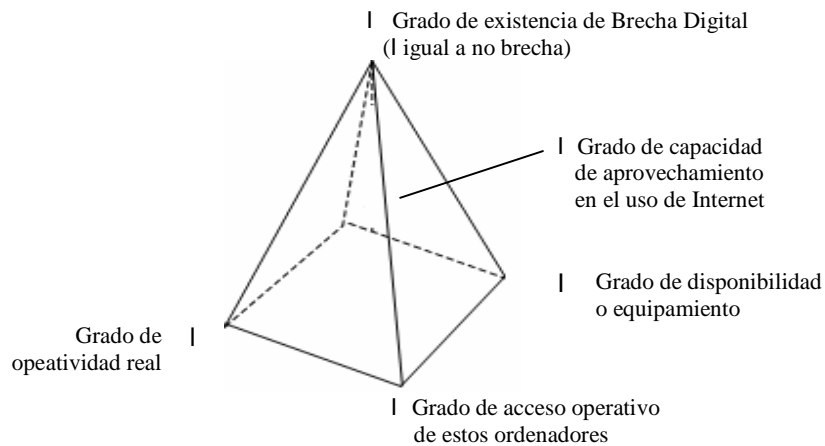
<sup>56</sup> Internet World Stats (2011) “The Internet Big Picture World Internet Users and Population Stats, 2000-2011”, disponible en: <<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>>. Fecha de consulta: julio de 2011.

<sup>57</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010a) “Usuarios de las tecnologías de información, 2001 a 2010”, disponible en: <<http://www.inegi.org.mx/Sistemas/temasV2/Default.aspx?s=est&c=19007>>. Fecha de consulta: julio de 2011.

<sup>58</sup> Chadwick, Andrew (2006) *Internet politics, states, citizens and new communication technologies*, Estados Unidos: Oxford University.

imposible desaparecer al ser una característica de las sociedades contemporáneas –en cambio se puede hablar de un nivel tolerable de ésta–.

Ilustración 1. La pirámide digital



Fuente: Ballester, Fernando (2002) *La brecha digital. El riesgo de la exclusión en la Sociedad de la Información*, España: Fundación Retevisión, p. 156.

Para el caso de nuestro país la regularidad de la pirámide no aplica, hay incluso un marcado desequilibrio en las aristas, es decir, no hay equipamiento suficiente, por su parte el acceso a Internet se traduce en que apenas uno de cada cuatro habitantes tiene posibilidades de conectarse, a ello se suma un problema por demás grave que consiste en una escasa capacitación de los usuarios para desarrollar habilidades de navegación y aprovechamiento de la tecnología debido a que se ha ponderado la disponibilidad y el uso instrumental por sobre la instrucción de los potenciales usuarios.

Como se ha constatado la brecha digital no deja de hacer latentes la serie de desigualdades sociales, por tanto, debe tomarse en cuenta que su origen y solución van más allá de estar conectado o desconectado<sup>59</sup>. Pese a que este problema no desaparecerá ni en la medida ni con la rapidez que se desea, por lo menos se debe impedir que ésta siga en aumento, los implicados en el diseño de políticas deben replantear sus objetivos y prestar atención tanto a los números como a una verdadera inclusión de los individuos. Cabe mencionar que en nuestro país no se ha prestado suficiente atención al problema

<sup>59</sup> García Canclini, Néstor (2008) *Diferentes, desiguales y desconectados, mapas de la interculturalidad*, Barcelona: Gedisa.

–no se hizo mucho al respecto antes del 2000– y las medidas que se han tomado en los últimos años han fracasado por falta de planeación estratégica, por tener una visión desde el sector privado y con intenciones poco favorecedoras al contexto donde se implementaron<sup>60</sup>.

Stevenson<sup>61</sup> en una agenda breve para los medios y la cultura de la ciudadanía, incluye un rubro que puede aplicarse perfectamente al tema de la inclusión digital, esto es que se propague una ética de responsabilidad y participación en los medios contemporáneos que incluya a todos los ciudadanos, fomentando de esa manera la participación de los miembros en todo aquello que puede llegar a afectarles y que sepan que los medios también sirven para ejercitar su derecho a participar en debates que pueden incidir en la toma de decisiones. A este respecto varios autores<sup>62</sup> ponen énfasis en la importancia de crear políticas públicas en la materia que respondan a los contextos socioculturales específicos, para que se logre la integración efectiva de imaginarios, valores, normas y fines; fundamentalmente propuestas generadas desde la región directamente afectada y no desde países o grupos que poco saben de pobreza, exclusión y otras formas de vida.

Es necesario que se tomen en cuenta las necesidades particulares de los usuarios potenciales, para que los programas tengan coherencia con la realidad sociocultural y económica, ya que a pesar de asegurar la conexión “Todavía, algunas personas pueden hacer también una ‘elección digital’ de no usar Internet aún si tienen acceso y recursos para hacerlo.... si no ven cómo tal uso podría beneficiar sus vidas”<sup>63</sup>, evidentemente sin un sentido de utilidad la gente no querrá desperdiciar esfuerzos en algo que no le traerá beneficios a corto o mediano plazo, sin contar que tendrá que invertir valioso tiempo en aprender a usar esos dispositivos. Aunado a ello, la inquietud ha de incluir el hecho de que algunas instituciones privadas están realizando inversiones que convienen a sus intereses antes que al de los supuestos beneficiarios, “Con la aureola de la ayuda se trata

---

<sup>60</sup> Robinson, Scott (2006) “Después de e-México: Una Propuesta” en *Razón y Palabra* 51, disponible en: <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n51/srobinson.html>>. Fecha de consulta: octubre 2008.

<sup>61</sup> Stevenson, Nick (2001) “The future of public media cultures: morality, ethics and ambivalence” en Webster, Frank (ed.) *Culture and Politics in the information Age*, Gran Bretaña: Routledge Taylor & Francis Group.

<sup>62</sup> Entre los que se encuentran Dominique Wolton, Andrés Cañizález, Javier Esteinou, Raúl Trejo, Scott Robinson y Pablo Mauricio Bustamante.

<sup>63</sup> Dutton, William (2007) “Global Internet Research” en Shrum, Wesley; Keith Benson, Wiebe Bijker y Klaus Brunnstein (eds.) *Past, Present and Future of Research in the Information Society*, Estados Unidos: Springer, p.196.



de penetrar en otros países para que cuando domine la tecnología aportada tengan que pedir, previo pago, los últimos avances de la misma a sus promotores y de este modo obtener más provecho de la ayuda”<sup>64</sup>, entonces se tiene que pensar en no adquirir ninguna responsabilidad con los patrocinadores que a futuro pueda comprometer la desviación de recursos de rubros más básicos o peor aun causar una situación de fuerte dependencia hacia ellos de la que después sea prácticamente imposible desprenderse.

También se requiere poner atención especial hacia los grupos vulnerables como los jóvenes, esencialmente porque este sector “...siempre ha estado al frente de casi todas las innovaciones en el campo del desarrollo de las sociedades de información y comunicación. Sin embargo, los/las jóvenes muchas veces son vistos como una carga más que un capital, un grupo al que se debe enseñar pero del cual no se puede aprender, al que se le puede dar pero del que no se puede recibir”<sup>65</sup>. Incluso al hacerlo se tendría un beneficio potencial mutuo, pues si se tomaran en cuenta sus experiencias y opiniones como usuarios o innovadores se podrían encontrar situaciones clave a la hora de dar sentido a la tecnología en la vida cotidiana, y lo que es más significativo al momento de hacerlo se ayudaría de cierta forma a reconfigurar el imaginario negativo que predomina en torno a ellos –de ahí que este trabajo se centre en este grupo social específico–. Por último, la inserción a la SI ha de ser un asunto prioritario para la clase gobernante –en la medida que sea viable, sin restar importancia a otros rubros que puedan ser más apremiantes–, ya que en la momento en que los gobiernos comprendan la importancia que el asunto tiene conseguirán cierta ventaja y esto en parte, ayudará a atenuar las diferencias. Las TIC pueden y deben estar al alcance de todos, o la mayor parte de las personas, y no sólo al servicio de un pequeño grupo que saque provecho de su ventaja y lo que es peor de la desventaja de otros. En uno de sus ensayos, Trejo Delarbre propone a la “Internet como bien público”<sup>66</sup>, es decir, como algo a lo que todos y cada uno de los seres humanos por derecho debemos tener asegurado. Pero insistimos, los programas

---

<sup>64</sup> Cebrián, Juan Luis (2004) “Brecha digital entre países ricos y pobres” en *Revista Mexicana de Comunicación* 14, p. 15.

<sup>65</sup> Esteinou, Javier (2003) “Hacia una Nueva Sociedad de la Comunicación y de la Información” en *Razón y palabra* 31, disponible en: <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n31/jesteinou.html>>. Fecha de consulta: octubre 2008.

<sup>66</sup> Trejo, Raúl (2003) “La Internet como bien público: acceso, brechas y puentes transitables en la construcción de la Sociedad de la Información. Notas para una discusión más amplia” en *Diálogos de la Comunicación* 67, disponible en: <[http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos\\_epoca/pdf/67-03RaulTrejo.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/67-03RaulTrejo.pdf)>. Fecha de consulta: octubre 2008.

destinados a cerrar la brecha digital debe tener presente todo el tiempo que muchas veces el acceso no es suficiente, que una interacción atinada en la SI, además de equidad en la participación, requiere una fuerte motivación<sup>67</sup> para hacer de esa participación un acierto y no sólo una cifra.

### 1.2.1 Cultura: conceptos y artefactos

Revisar las diferentes formas en las que puede entenderse la palabra cultura nos llevaría a un interminable recorrido por un sinfín de nociones, en síntesis, Thompson<sup>68</sup> encuentra cuatro formas, que a grandes rasgos pueden servir para identificar cómo el concepto se transformó a través del tiempo y el espacio. La primera corresponde a la corriente clásica, hacia el siglo XVIII en donde cultura era más bien sinónimo de civilización, también un hombre culto era considerado un hombre cultivado, por lo tanto los parámetros bajo los cuales se medía el grado de cultura estaban profundamente ligados a la visión etnocentrista europea, fuera de este marco geográfico difícilmente se podía pensar en la existencia de una cultura. Luego, apareció en escena la descriptiva, siendo la concepción prevalente en el siglo XIX, ésta se encargó de equiparar la cultura con el sistema de valores, prácticas y creencias características de un grupo, generalmente la palabra cultura iba acompañada de otra que apelaba a una determinada época o lugar. Después, surgió la simbólica, ya en el siglo XX incluyó en su tratado las acciones, los objetos y los enunciados por considerarlos portadores de significados pertenecientes a contextos muy específicos producto de procesos socialmente e históricamente estructurados. En el mismo siglo, la estructural se destaca por considerar que las formas simbólicas se producen, luego se transmiten y finalmente se reciben en contextos específicos socialmente estructurados, insiste en la existencia de instituciones de varios

---

<sup>67</sup> Green, Lelia (2002) *Communication, Technology and Society*, Australia: Allen & Unwin, p. 104.

<sup>68</sup> Thompson, John B. (2002) *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, México: UAM-Xochimilco.

tipos en las que se da la transmisión cultural, en otras palabras donde las formas simbólicas se (re)producen.

Para efectos de este trabajo partimos de una postura simbólica de la cultura, porque se comparte la idea de que los sujetos damos significación y por tanto sentido a lo que nos rodea a partir de un sistema de símbolos, tal sistema puede ser presentado bajo diversos soportes –auditivo, visual o audiovisual–. Este sistema se encuentra delimitado por un marco significativo al que pertenecemos y el cual nos permite relacionarnos efectivamente, con nosotros mismos y con nuestros semejantes, por lo tanto la interacción y el significado se afectan recíprocamente todo el tiempo; de tal suerte, reducimos a una serie de opciones más bien acotadas el resultado de un intercambio simbólico –Geertz dice que un guiño puede ser interpretado como un tic nervioso, como complicidad entre los participantes del intercambio comunicativo e incluso como una burla– debido principalmente a que los significados se comparten por la comunidad de pertenencia, la experiencia actúa para interpretar de una manera más o menos parecida los mensajes que se reciben, a esto se refiere el calificativo convencional del símbolo y por tanto que la cultura se comparta de manera grupal y se aprenda en el transcurso del tiempo. En este orden de ideas la ciencia, la arquitectura, la música y por supuesto la tecnología son una continuación de los artefactos que les precedieron y por tanto pueden estudiarse y entenderse dentro de un contexto socio-culturalmente dado<sup>69</sup>.

Enseguida veremos que el caso de Internet es muy ilustrativo, los discursos y sus usos pueden explicarse a partir de cuatro perspectivas, la situacional, la histórica, la metafórica y la cultural. Las dos primeras hacen referencia al contexto sociohistórico que no desarrollaremos aquí. Sobre la metafórica diremos brevemente que los relatos que circularon en torno a esta innovación sirvieron para construir un significado que aún hoy en día permea en las opiniones y decisiones de lo que la gente entiende y hace o deja de hacer con ella<sup>70</sup>. La cuarta perspectiva será atendida más a fondo puesto que se considera a Internet como artefacto cultural, quizá sea oportuno aclarar que “Decir que Internet es un objeto o artefacto cultural como cualquier otro, no implica que sea el mismo para todas las personas”<sup>71</sup>.

---

<sup>69</sup> Geertz, Clifford (2001) *La interpretación de las culturas*, España: Gedisa, pp. 214-215.

<sup>70</sup> Hine, Christine (2004) *Etnografía virtual*, España: UOC, p. 46.

<sup>71</sup> *Ibidem*, p. 42.

Desde su producción, lo que se sugiere es que la innovación cualquiera que sea, no es importada de otro planeta ni se da por generación espontánea, los sujetos que de manera individual o grupal trabajan para imaginarla, crearla, en otros términos que quienes intervienen en el proceso de su concepción están inmersos en una serie de entornos que hacen que la misma tome una forma particular y distintiva de la época y el lugar donde emerge, en este sentido “El espacio electrónico deriva de valores, cultura y sistemas de poder, y las órdenes institucionales dentro de los cuales está enterrado”<sup>72</sup>. Desde su consumo/uso hemos sido reiterativos en la idea de que precisamente se presentan tantas variaciones al hacerlo, aunque acotadas también por lo cultural, pues la cultura media todas y cada una de las diferentes maneras en que se ha de usar o no el dispositivo, sin que esto reste poder imaginativo al agente, también “De hecho, las empresas y los Estados muchas veces se han quedado sorprendidos por los usos reales que la gente acaba desarrollando para nueva tecnología”<sup>73</sup>. Esto es igualmente aplicable al asunto de los datos, en el contexto de la SI hay por consiguiente un sello occidental que se observa desde el apremiante rol que la información juega en los diferentes ámbitos; el tratamiento y los lenguajes que se eligen para la transmisión de los mensajes, la circulación y, por tanto, quiénes sí han de tener posibilidades de adquirir este tipo de bienes provee una influencia cultural innegable, podemos aseverar entonces que “La manera de construir la información, de presentarla y de prever los medios de acceder a ella, no es universal y está vinculada a esquemas culturales”<sup>74</sup>.

El intento por centrar el papel de la cultura en la tecnología implica que el potencial o real usuario pueda interpretarlo o darle cierta lectura, con lo que estará determinando la relación de aceptación o rechazo que ha de entablar hacia ella. Por si fuera poco la invención, desarrollo y distribución de la tecnología, la hace legible, entendible y analizable tal y como un texto puede serlo para quién lo estudia, “Cuando es interpretada como texto, la tecnología es entendida como una entidad manufacturada, diseñada y

---

<sup>72</sup> Sassen, Saskia (2004) “Towards a sociology of information technology” en Avgerou, Chisanti; Claudio Ciborra y Frank Land (eds.) *The social study of Information and Communication Technology. Innovation, actors, and Contexts*, Gran Bretaña: Oxford Press, p. 82.

<sup>73</sup> Castells, Manuel y Pekka Himanen (2002) *La sociedad de la información y el Estado de bienestar: el modelo finlandés*, España: Alianza, p.75.

<sup>74</sup> Wolton, Dominique (2000a) *op.cit.*, p. 106.

producida dentro de un contexto social y organizacional particular”<sup>75</sup>, y esto no es algo menor, digamos que en este punto se advierten la serie de supuestos que permiten conocer la frecuencia mayor o menor de trabajo respecto a ella; por consecuente la importancia que tiene ese rubro en la sociedad y si puede estar interviniendo para atraer recursos de otros; los sujetos que pueden incidir sobre su (in)existencia facilitando los ambientes para su lanzamiento; los públicos meta o sencillamente quienes van a tener acceso a la misma, así como el momento en que será puesta a disposición de la sociedad, entre otros. En síntesis, se advierte que “Internet puede ser interpretada como un texto de dos modos distintos, bien como una cultura conformada discursivamente o bien como un artefacto cultural: texto tecnológico”<sup>76</sup>, de este modo queda pendiente Internet como cultura.

### 1.2.2 Internet como cultura: el rol de la innovación tecnológica

En párrafos anteriores, hemos venido comentando la incidencia de la cultura en la tecnología, tomando en cuenta su relación tan estrecha no es de extrañarse que la influencia sea más bien recíproca. De Kerckhove incluso al hablar de la invención del alfabeto fonético grecorromano se refiere a un desarrollo –que normalmente las escrituras de izquierda a derecha propician– en el hemisferio izquierdo del cerebro que afecta el pensamiento, por lo que se puede considerar la existencia de una estructura cerebral alfabética que influye por tanto en la percepción del mundo, el alfabeto entendido como tecnología tiene un papel de catalizador cultural. Dicho de otro modo, este autor asocia la historia misma de la humanidad occidental con los medios de comunicación, en el caso de Internet la cultura se acelera y desintegra para reintegrarse posteriormente en una nueva forma, en este caso surge la cibercultura resultado de

---

<sup>75</sup> Woolgar, Steve (1996) “Technologies as cultural artefacts” en Dutton William (ed.) *Information and Communication Technologies. Visions and realities*, Gran Bretaña: Oxford Press, p. 92.

<sup>76</sup> Hine, Christine (2004) *op.cit.*, p. 53.

multiplicar la masa por la velocidad, la operación antes mencionada implica una gran cantidad de datos transmitidos en un periodo de tiempo corto a través de Internet<sup>77</sup>.

Los innovadores de una tecnología como portadores de cultura, marcan tanto su origen como parte de la trayectoria de su historia a futuro. Para Castells<sup>78</sup> los creadores de Internet dejaron una profunda huella que ayudó a delinear al medio como tal, al hacer sus esbozos sobre la cultura de los *hackers* precisa su interés en los productores/usuarios de dicha tecnología. De este modo el autor plantea que la cultura de Internet puede explicarse por la existencia de cuatro culturas, entre las que se encuentran la tecnomeritocrática, la comunitaria virtual, la emprendedora y la *hacker*<sup>79</sup>. El sociólogo español explica sus características ampliamente, de esta forma podemos resumir cada una en los subsecuentes párrafos.

La cultura tecnomeritocrática se caracteriza por ser la primera en usar Internet, incluso en crearla, se advierte entonces que a esta cultura pertenecen los académicos y científicos, el individuo en este círculo es apreciado por aportar con sus descubrimientos un bien a la comunidad, la reputación se crea a partir de las credenciales académicas y los méritos están en constante evaluación con sus pares. Su descendiente más directo es la cultura *hacker* que al estar en estrecha relación con el ámbito científico y académico hereda valores, conocimiento y hábitos<sup>80</sup>. No obstante romperemos la secuencia para ahondar más adelante en esta cultura.

La cultura comunitaria virtual es también la primera en acercarse a Internet, a través de un intercambio que establecieron vía mensajería en línea, este conjunto de usuarios se dedicó a trabajar la parte social de la Red de redes, pues su uso adquiere sentido en cuanto puede –y así se constata en algunas comunidades– ser útil para el cumplimiento de ciertas metas, ya que la agrupación de los sujetos se debe a una cierta necesidad o interés. Las características principales de esta cultura son que la participación de los miembros es horizontal y libre, ninguno de ellos está sobre otro, todas las posturas son respetadas de igual forma –apelando a la capacidad de los sujetos para publicar mensajes

---

<sup>77</sup> De Kerckhove, Derrick (1999) *La piel de la cultura*, España, Gedisa.

<sup>78</sup> Castells, Manuel (2001) *La Galaxia Internet*, España: Areté.

<sup>79</sup> *Ibidem*.

<sup>80</sup> *Ibidem*.

que no perjudiquen a los demás, de autodirigirse con plena autonomía, libertad y responsabilidad<sup>81</sup>–.

Por su parte la cultura emprendedora, es el toque comercial de Internet. Su papel radica en hacer viable el acercamiento de Internet al resto de la sociedad, al constituirse en el puente entre las empresas e Internet, este grupo permitió su expansión –en palabras de Islas el *boom* que tuvo a mediados de los noventa, años en los que los dominios .com superaban por mucho a cualquier otro uso–. Sus características se basan en la búsqueda de un beneficio –sobre todo– monetario por encima del bienestar colectivo<sup>82</sup>.

Determinamos la intención de profundizar en la cultura *hacker* por el rol que han venido desempeñando en lo referente a la socialización de la información y la tecnología, puesto que si tomamos en consideración que “La composición de la primera comunidad de Internet también refleja la ensanchada comunidad científica en la cual se basó: blanca, masculina, y un tanto elitista...”<sup>83</sup> difícilmente sin la participación de los *hackers*, hubiese sido posible que dejara de pertenecer a ese grupo tan cerrado y tan despreocupado por el hecho de que otros sectores de la sociedad se integraran a su empleo. Fueron ellos a través de sus trabajo quienes posibilitaron que la tecnología fuera un poco menos complicada para el resto de la sociedad, debemos a los *hackers* entre otras cosas la existencia del correo *web*, la *Word Wide Web*, el *software* libre, respecto a éste último se puede decir que “... la más importante de las innovaciones de Linux no es técnica, sino social: hasta el momento, Linux ha sido el proyecto que más lejos ha llevado el modelo de código abierto”<sup>84</sup> –como código abierto entendemos el uso, el desarrollo y la distribución de *software* libre, dicho de otra manera a la disponibilidad de cualquier persona para incidir en él como usuario, desarrollador o distribuidor–.

Aunque se puede decir que las características entre los *hackers* y los tecnométricos pueden ser muy similares, la principal diferencia radica en que entre los primeros la libertad se consolidó como uno de los valores más preciados –si bien, a estas alturas la innovación ha ganado terreno como valor supremo–, también destacan el gusto por la

---

<sup>81</sup> *Ibidem*.

<sup>82</sup> *Ibidem*.

<sup>83</sup> Duque, Rick *et ál.* (2007) “History of ICT” en Shrum, Wesley; Keith Benson, Wiebe Bijker y Klaus Brunnstein (eds.) *Past, Present and Future of Research in the Information Society*, Estados Unidos: Springer, pp. 35-36.

<sup>84</sup> Castells, Manuel y Pekka Himanen (2002) *op.cit.*, p. 84.

cooperación o trabajo colaborativo, la libre expresión de las ideas, la no presión hacia el proceso creativo; si sus actitudes respecto al trabajo se sintetizaran “Juntas, estas características componen los dos elementos centrales de la relación del *hacker* con el trabajo: (1) una pasión creativa conectada; y, (2) una relación flexible con el tiempo”<sup>85</sup>. Justamente porque el trabajo aislado no sería tan productivo si no contara con el enriquecimiento producto del intercambio de ideas entre gente con las mismas motivaciones; ni tampoco la innovación, el desarrollo y el perfeccionamiento de la tecnología pueden verse como algo forzado o sujeto a un periodo, sino más bien debe tomarse una duración que debe variar según la capacidad del *hacker*. El proceso creativo ha de ser tan respetado esencialmente porque en él se encuentra la piedra angular de la denominada ética *hacker* o la cultura de la innovación, en la era informacional esta está adquiriendo un estatus relevante en tanto se vincula el desarrollo y crecimiento de una región, país o ciudad con los procesos de innovación que ahí tienen lugar y que lógicamente se desprenden de la creatividad de sus ciudadanos<sup>86</sup>.

Sin embargo, en torno a la cultura *hacker* circula una serie de mitos que la han desprestigiado, el primero de ellos dice que son nocivos para la sociedad, cuando como hemos dicho son quienes ayudan a la propagación de Internet hacia grupos menos elitistas, incluso la comunidad universitaria se benefició con su esfuerzo por propagar el uso de Internet en otros sectores, mostrando que “... en contra de la hipótesis de aislamiento social sugerido por la imagen de la torre de marfil, las universidades son importantes agentes de difusión de la innovación social...”<sup>87</sup>. El segundo mito, se relaciona con la constante relación que mantienen con la tecnología –que para ciertos criterios necesariamente los convierte en gente incapacitada para mantener relaciones interpersonales, sin tomar en cuenta que tal vez sólo prefieren socializar utilizando modos alternos–, por lo que se dice que son sujetos psicológicamente marginados, tímidos y antisociales. El tercero, implica que son en su inmensa mayoría personas adineradas o con una buena posición –los primeros *hackers* fueron universitarios en países donde la educación superior es exclusiva de la clase alta– y que por consecuencia

---

<sup>85</sup> Himanen, Pekka (2004) “The Hacker ethic as the culture of the information age”, en Castells, Manuel (ed.) *The Network Society: a cross-cultural perspective*, Gran Bretaña: MPG Books, p. 424.

<sup>86</sup> *Ibidem*, p. 60.

<sup>87</sup> Castells, Manuel (2001) *op.cit.*, p. 388.



un ciudadano de tercer mundo no puede llegar a ser un buen *hacker*, es decir, su condición de marginalidad no le permite hacer una aportación en forma de regalo a la comunidad a la que pertenece –este regalo es causa de alta estima y respeto dentro de la cultura–. El cuarto, es probablemente el más preocupante; se cree que los *crakers* y los *hackers* son lo mismo, cuando los primeros son una subcultura que se distingue no sólo por vulnerar la seguridad de los códigos, sino también por hacer un daño o mal uso de la información que obtienen. El problema es que ese imaginario los afecta seriamente, de este modo del *hacker* se han construido perfiles que los describen como sujetos poco atractivos, obesos y asexuados que llevan a cabo sus prácticas por razones narcisistas, rebeldes y hedonistas; luego esta información pasa a los medios masivos que la difunden sin importarles mucho el grado de veracidad que contiene<sup>88</sup>.

En contradicción a la información negativa que abunda, un acercamiento etnográfico dejó entrever que si bien los sujetos que pertenecen a esta cultura han cambiado –de hecho, la rotación se debe a que en la actividad la edad no debe rebasar los treinta–, la libertad de información sigue formando parte de sus valores principales. Una especie de código *hacker* –que forma parte de su sistema de valores– puede resumirse en los siguientes puntos 1) Toda la información debe ser de libre acceso, 2) El acceso a los ordenadores debe ser ilimitado y total, 3) Desconfianza hacia la autoridad y promoción de la descentralización, 4) Un *hacker* debe ser valorado por sus *hacks*, 5) Un *hacker* puede crear arte y belleza con un ordenador, y 6) Los ordenadores pueden mejorar nuestras vidas<sup>89</sup>. En el marco de la SI por lo menos cuatro de los seis puntos anteriores son de suma trascendencia, en lo que se relaciona al acceso a la información y a los soportes que permiten encontrarla y almacenarla por parte de todos y cada uno de los miembros de la sociedad; al no control o monopolio de la información –en su defecto de las TIC– por parte de unos cuantos que puedan llegar a concentrar en un pequeño grupo lo que por derecho debe estar a disponibilidad de la sociedad en su conjunto. Finalmente, que la tecnología aunada a otros factores pueda beneficiar las condiciones de vida reales de personas que viven marginadas por condiciones sociales, aunque el

---

<sup>88</sup> Estos mitos fueron pensados a partir de Gubern, Román (2000) *El Eros Electrónico*, España: Taurus, pp. 132-133.

<sup>89</sup> Contreras, Pau (2004) *Me llamo Kohfam, Identidad hacker: una aproximación antropológica*, España: Gedisa, pp. 32-34.

progreso como hemos apreciado no viene mágicamente acompañado de la innovación, sino que obedece a cambios estructurales de ese grupo, los instrumentos son poco útiles cuando en el entorno al que se incorporan prevalecen situaciones de desigualdad.

### 1.2.3 Cultura digital: de los soportes a las prácticas

Durante la última década del siglo XX, en la comunidad científica y académica empezó a tener eco el concepto de “nuevos medios” en donde los formatos utilizados por los “viejos medios” convergerán en un soporte digital<sup>90</sup>. A diferencia de los medios análogos o tradicionales, los nuevos medios se caracterizan por ser digitales, en otras palabras la información que puede ser texto, sonido o imagen se ha traducido a dígitos, los soportes en este caso se cifran a partir de dos números: 0 y 1<sup>91</sup>. Varias ventajas de las que goza lo digital es que “La información digitalizada puede ser tratada automáticamente, con un grado de finura casi absoluto, muy rápidamente y a una gran escala cuantitativa y ningún otro proceder distinto del tratamiento digital alcanza al mismo tiempo esas cuatro cualidades”<sup>92</sup>. Ello se debe a que la información tiende a ocupar relativamente poco espacio –normalmente las innovaciones tratan de que se pueda almacenar una gran cantidad de datos en el menor espacio posible–, así puede enviarse de una computadora a otra fácilmente o entre dispositivos–; luego si así se desea, por medio de ciertos programas pueden manipularse los datos para optimizar su calidad –por manipulación no queremos decir hacer un mal uso de la información, nos

---

<sup>90</sup> Manovich citado por Montagu, Arturo; Diego Pimentel y Martín Groisman (2004) *Cultura digital: comunicación y sociedad*, Argentina: Paidós. Caracteriza a los denominados *new media* por su representación numérica que los hace programables –pudiéndose cifrar a través de números–; por su modularidad –al estar constituidos básicamente por fractales–; por su automatización –la cual facilita la operación, así como la creación y el acceso a este tipo de medios–; por su variabilidad –al permitir diferentes tamaños, formas y contenidos, pero también a que los usuarios los personalicen–; y a su trascodificación –que consiste en poder albergar el contenido de otros soportes mediáticos–.

<sup>91</sup> Lévy, Pierre (2007) *Cibercultura*, México: Anthropos, pp. 36-38.

<sup>92</sup> *Ibidem*.

referimos al mejoramiento de la imagen o el sonido–; esto cada vez se lleva a cabo en menos tiempo y por la capacidad de los dispositivos en mayores cantidades. Otra tendencia es que los dispositivos con los que contamos nos permitan hacer varias tareas y almacenarlas, de tal forma se valúa la tecnología en función de lo que nos permita hacer en calidad, pero también en cantidad.

Otras características que se pueden sumar a los nuevos medios, es la posibilidad de integrar en uno tres elementos que antes no podían combinarse, nos referimos al texto, a la imagen y al sonido –aunque texto e imagen de hecho si se combinaban, en realidad el sonido no podía integrar ninguno de los otros dos–. Pero dicha combinación es un tanto secundaria en cuanto a su singular aportación, ya que “...son los nuevos dispositivos informacionales (mundos virtuales, información en flujo) y comunicacionales (comunicación todos-todos) los portadores de las mutaciones culturales y no el hecho que se mezcle el texto, la imagen y el sonido, como parece que queda subyacente en la noción borrosa de ‘multimedia’”<sup>93</sup>.

Sobre lo virtual se han dado argumentos de descalificación, debido a que generalmente en un sentido común se contrapone a la realidad –entendiendo entonces que lo real es lo que existe y lo virtual es una mera falsificación–, el siguiente cuadro (cuadro 2) integra cuatro significados de lo virtual que pueden relacionarse en diferentes momentos, contextualmente hablando el término connota una situación en particular.

Cuadro 2. Los diferentes sentidos del mundo virtual del más débil al más fuerte

Sentidos del término virtual	Definiciones
Virtual en el sentido común	Falso, ilusorio, irreal, imaginario, posible
Mundo virtual en el sentido de la calculabilidad informática	Universo de calculables posibles a partir de un modelo digital y de las entradas facilitadas por un usuario
Mundo virtual en el sentido del dispositivo informacional	El mensaje es un espacio de interacción por proximidad en el cual el explorador puede controlar directamente a un representante de sí mismo
Mundo virtual en el sentido tecnológico estricto	Ilusión de interacción sensoriomotriz como modelo informático

Fuente: modificado de Lévy, Pierre (2007) *op.cit.*, p. 62.

<sup>93</sup> *Ibidem*, p. 49.

La definición que puede ser más útil para nosotros es la que se aplica al dispositivo informacional, ciertamente se debe a que los intercambios entre los participantes de una conversación están proyectando lo que sienten o piensan respecto a una situación dada –se tiene plena conciencia de que existe el engaño por parte de uno de los participantes, pero creemos que la gente no siempre participa deliberadamente para mentir en intercambios mediados por computadora– en sí la posibilidad de ponerse en contacto con personas que comparten intereses u otras afinidades, sin que tengan que coincidir en tiempo y espacio hacen de la virtualidad una experiencia afortunada y en algunas ocasiones hasta productiva. En este aspecto el intercambio de experiencias o datos puede utilizarse oportunamente de acuerdo a las necesidades de los involucrados, el hecho de intercambiar o acceder a ciertos contenidos que en otros momentos estaban fuera del alcance de la inmensa mayoría, es por igual conveniente –empero como algunos teóricos ya lo han señalado, la cantidad y la calidad no necesariamente son sinónimos– al mismo tiempo el que esa información provenga de diversas fuentes hace que varias versiones de la realidad estén en circulación y ya no sólo las historias oficiales permeen en la construcción de significados sociales. Sin embargo, la discriminación a la que el individuo debe someter varios contenidos que son diversos y hasta contradictorios, es una tarea que era poco común hace no mucho tiempo, por otra parte la legitimidad de la información es indispensable para que se pueda considerar como útil.

El hecho de que la virtualidad sea por ahora facilitada por la tecnología, no la hace exclusiva de nuestros tiempos, si bien ahora es menos elitista, puede darse de manera inmediata y a un bajo costo, ha existido por lo menos desde hace cuatro siglos. Las primeras tecnologías que lo posibilitaron fueron la pluma y el papel, luego los medios con prefijo tele y otros como el cine, una tercera etapa fue posible gracias a la invención de la computadora y finalmente de la interconectividad entre computadoras. De esta forma la virtualidad puede integrar en cuatro épocas la historia de la comunicación humana, tales se pueden resumir de la siguiente forma: a) Las comunidades textuales (circa 1600): pluma, papel e imprenta; b) Las comunidades electrónicas y de entretenimiento (principios de 1900): telégrafo, fonógrafo, televisión y cine; c) Las

comunidades informática: computadora; y, d) Comunidades virtuales y ciberespaciales (circa 1984): redes<sup>94</sup>.

Los incisos primero y cuarto del párrafo anterior, tienen génesis similares, pues fueron los académicos quienes en el caso de la pluma y el papel, luego la imprenta, crearon los artículos como forma de intercambiar los trabajos que llevaban a cabo, luego las computadoras conectadas en red jugaron un papel más o menos parecido. La diferencia entre la escritura de aquellos artículos y la electrónica, estriba en que la primera tenía que ceñirse a ser lo más entendible posible, dado que las distancias impedían una resolución en cuanto a dudas; al minimizar el ruido, en el intercambio comunicativo o de información, el ordenamiento de las palabras fue convirtiéndose en condición necesaria, pues de ahí se derivaría en gran parte la correcta decodificación del mensaje, un desorden en la presentación de las ideas era injustificable a menos que lo que se buscara fuera confundir al lector, así fue como “La idea de presentación secuencial ha condicionado la totalidad de nuestra experiencia cognitiva... sin embargo, el uso de hipertextos demuestra que formas de escritura no secuenciales son sumamente útiles para generar otras descripciones de la realidad”<sup>95</sup>. La escritura electrónica permitió el empleo del hipertexto, que es precisamente un texto estructurado en forma de red<sup>96</sup>, al ser una representación no lineal, incide en ámbitos físicos, emocionales y mentales de los individuos<sup>97</sup>, propiamente porque la escritura ya no está más acotada a una sola vía, el no tener que seguirla de manera lineal –para no perder el sentido– supone por tanto un ejercicio que coloca en juego aún más capacidades por parte de los interlocutores.

Partiendo del supuesto de que los cambios en la tecnología suscitan cambios en la cultura<sup>98</sup>, podemos decir que si hubo una cultura oral, y posteriormente una escrita, hay también una digital. Asumimos que la pertenencia a la misma no es aplicable a la totalidad de los miembros de la sociedad, en algún momento la escritural fue exclusiva de élites, ni siquiera en nuestros días y pese a los esfuerzos que se han hecho al respecto hemos llegado a ser completamente alfabetos, de hecho los individuos que pertenecen a

---

<sup>94</sup> Piscitelli, Alejandro (2002) *Ciberculturas 2.0: en la era de las máquinas inteligentes*, Argentina: Paidós, pp. 144-146.

<sup>95</sup> *Ibidem*, p. 127.

<sup>96</sup> Lévy, Pierre (2007) *op.cit.*, p. 42.

<sup>97</sup> De Kerckhove, Derrick (1999) *op.cit.*, p. 56.

<sup>98</sup> *Ibidem*.

la digital han pasado una transición hacia ese estadio, de manera más bien paulatina –un cambio brusco no podría ser asimilado con equilibrio y prudencia, de hecho, si fuera rápido sería más bien caótico–. Sus miembros han sido durante los últimos años quienes van mudándose hacia situaciones cotidianas cuyo soporte se cifra en lenguajes numéricos –esta integración en algunos casos no ha sido elección propia, sino que se han conjugado fuerzas externas que han obligado a utilizar ciertos dispositivos–; en su condición adulta se han vuelto los protagonistas de los recorridos interminables de Internet<sup>99</sup>.

La condición, expuesta en el párrafo anterior, que adquieren las personas que se mueven hacia la cultura digital los constituye como migrantes. Por tanto se habla también de los nativos, que son quienes desde temprana edad van creciendo junto con la acelerada innovación tecnológica, la integran a sus actividades sociales casi en automático, en gran medida “Esta historia de los nativos e inmigrantes digitales tiene que ver con la distancia generacional, y que no es una distancia exclusivamente tecnológica, tiene que ver con un montón de eventos culturales, pero que también se traduce en una apropiación o no de las herramientas...”<sup>100</sup>, pese a que la edad es un indicador que puede llegar a ser determinante en la adopción de un artefacto, lo que verdaderamente imprime la diferencia es hacer significativo o no su uso, más adelante se abordará lo referente a este proceso.

Por otra parte, se habla de siete revoluciones culturales imaginarias en Internet que se asocian a la cultura digital pero que no son nuevas. i) El multimedia, por ejemplo en realidad tiene sus orígenes en el cine, pues en él ya se empezaban a combinar imágenes reales, animaciones y sonido. ii) La interactividad, que se resume en que el usuario al teclear está jugando un papel activo, principalmente porque a otros medios se les asocia con la pasividad del receptor. iii) El hipertexto, tampoco es únicamente posibilitado pues los libros, sin generalizar, ya permitían remitirse de una página a otra –cuando tienen anexos o incluso llevarnos a consultar, a partir de la bibliografía, otros libros–. iv) La anarquía (digital), a partir de la que los discursos políticos encontrarán cada vez más

---

<sup>99</sup> Montagu, Arturo *et ál.* (2004) *op.cit.*, p. 51.

<sup>100</sup> Piscitelli, Alejandro (2006) “*Comunicadores del Siglo XXI: Nuevos Profesional para Nuevas Audiencias*” Encuentro Internacional de Comunicación Facultad de Comunicación y Diseño Universidad Mayor Santiago de Chile: 28, 29 y 30 de junio, disponible en: <<http://www.comunicacionmayor.cl/ponencias/Conferencia%20Alejandro%20Piscitelli.pdf>>. Fecha de consulta: octubre de 2008, p. 5.

razones para tratar de controlar las prácticas y los contenidos en línea. v) El escapismo, que se asocia con la negación de la realidad del sujeto que la vive y busca olvidarse de lo mal que la pasa, misma que se encontraba en el cine y la televisión. vi) La velocidad, asociada no sólo a la transmisión de datos sino a la posibilidad de hacer multitareas, al respecto podemos decir que la velocidad es más bien un síntoma cultural. Finalmente vii) la desterritorialización, como fenómeno también de nuestro tiempo en el que las marcas y los medios masivos habían hecho ya su significativa contribución, al permitir la producción y consumo de objetos culturales y materiales en lugares geográficamente desconectados<sup>101</sup>. Aun sin haber sido la Internet la que por vez primera permitiera alguna de las siete características, mencionadas arriba, las conjunta y posibilita, haciendo que atributos positivos de la cultura converjan en ella.

Es por demás conveniente decir que por cultura digital no podemos referimos a cualquier cosa que se pueda o de hecho se haga en la computadora, puesto que la cultura no se determina por los soportes<sup>102</sup> sino por las prácticas que adquieren sentido a partir de una carga de significados compartidos, aceptados y legitimados al interior de un grupo social determinado. De manera histórica y tentativa puede situarse en la segunda mitad de la década de los noventa, donde se presentan la masificación de los teléfonos celulares y la expansión de Internet en varios países del mundo, aunque puede llegar asociarse concretamente con la apropiación de la tecnología en el caso de los *weblogs*<sup>103</sup>. Se puede decir entonces que la cultura digital tiene sus raíces en la cultura de uso<sup>104</sup>, en donde la creatividad juega un papel de suma importancia, puesto que al utilizar una nueva herramienta sin tener la formación escolarizada para hacerlo, se requiere más bien echar mano de lo que la imaginación y la capacidad pueden dejar hacer a los individuos con ella.

---

<sup>101</sup> Casacuberta, David (2003) *Creación colectiva: en internet el creador es el público*, España: Gedisa.

<sup>102</sup> *Ibidem*.

<sup>103</sup> Piscitelli citado por De Arribas, Amaia (2006) “Con la Tecnología Ganamos Libertad pero Perdemos Raíces: Alejandro Piscitelli, experto en comunicación y cultura digital” en *Razón y palabra* 52, disponible en: <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n52/aarribas2.html>>. Fecha de consulta: octubre 2008.

<sup>104</sup> San Juan, Ileana Gisela (2008) “Cultura digital y reconfiguración del habitus tecnológico. Reflexiones teóricas y filosóficas” en *Razón y Palabra* 64, disponible en: <<http://www.razonypalabra.org.mx/N/n64/actual/igisela.html>>. Fecha de consulta: diciembre 2008.

### 1.3.1 Apropiación: puntos de partida para su conceptualización

A través del tiempo y en su relación con la tecnología el término apropiación ha sido tratado desde diferentes posturas, por lo tanto la connotación que ha recibido producto de estas divergencias en su abordaje van desde un equiparamiento con un tipo de alienación –según la postura marxista y sus derivaciones– hasta aquellas que parecen otorgarle al individuo un papel un tanto respetable, proponiéndolo como un sujeto activo, creativo y expresivo a la hora de interactuar con las herramientas que tiene a su alcance.

Etimológicamente la palabra proviene del latín, y hace referencia a “hacer algo propio” para ganar poder de esa forma<sup>105</sup>; el poder no obstante tiene dos opciones, la primera es que efectivamente puede ser ganado por los que usan la tecnología, y la segunda –tal vez la más frecuente– consiste en el poder ganado, pero por quienes la producen o introducen bajo ciertos parámetros e imaginarios en torno a lo que se “debe” o no hacer con ella; estos significados además juegan del mismo modo un papel fundamental en el proceso de apropiación, pues pueden llegar a determinar, primero. la posibilidad de inserción de un artefacto en la sociedad o sobre quiénes deben y pueden usarlo; por lo tanto si esa tecnología será aceptada y de qué forma, entre qué grupos y hasta el momento que le corresponde –puesto que su uso generalmente está diferenciado al interior de una colectividad–.

A pesar de que su acepción por parte de algunos científicos sociales no es del todo nueva, hacia finales del siglo XX y en el marco de la SI, vuelve a traerse como una propuesta teórica para la reflexión de los retos que tiene esta nueva sociedad, esto con el fin de que sea significativa para toda o por lo menos la mayor cantidad de individuos que la conforman<sup>106</sup>. De hecho la descripción del proceso de apropiación podría significar una mejor comprensión de cómo los sujetos incorporan el uso de ciertas tecnologías en su vida cotidiana de manera significativa y no sólo instrumental, el estudio sistemático de

---

<sup>105</sup> De acuerdo con Asley y Plesh citados por Baillette, Pamela y Chris Kimble (2008) “The concept of appropriation as a heuristic for conceptualizing the relationship between technology, people and organizations”, disponible en: <[http://www.chris-kimble.com/Publications/Documents/Baillette\\_2008.pdf](http://www.chris-kimble.com/Publications/Documents/Baillette_2008.pdf)>. Fecha de consulta: octubre de 2008.

<sup>106</sup> Winocur, Rosalía (2007) “Nuevas Tecnologías y usuarios. La apropiación de las TIC en la vida cotidiana”, en *Telos* 73, disponible en: <<http://www.campusred.net/TELOS/articuloexperiencia.asp?idarticulo=1&rev=73>>. Fecha de consulta: noviembre 2008.



los usos que las personas dan a los dispositivos puede ayudar a entender cómo es que un programa público, privado o educativo puede o no tener el impacto que haga que una comunidad o un solo individuo integre a su cotidianidad el uso de algún dispositivo tecnológico en específico, como señala Proulx es por demás obligatoria “la comprensión de lo que la gente realmente hace con esos objetos”.

Regresando a lo referente a la construcción del término, en las décadas de los ochenta y noventa, se han dado esfuerzos importantes en esta dirección, de tal forma y a manera de resumen el siguiente cuadro (cuadro 3) contiene según la literatura anglo y francófona los principales autores, así como sus propuestas de conceptualización de aspectos relacionados con la cuestión de la apropiación.

Cuadro 3. Conceptos ligados al proceso de apropiación

Autores	Término	Definición
Rice y Rogers (1980)	Reinvención	Modificaciones sufridas por la tecnología durante su adopción y su implementación.
Ives y Olson (1984)	Adaptación	Ajuste o alteración de la tecnología de manera que se ésta se adapte a las necesidades de los usuarios.
Clark (1987)	Apropiación	Proceso durante el cual el usuario comienza a reconocer el valor potencial de una tecnología y a tratar de reducir la distancia entre las tensiones de la tecnología y su propia capacidad limitada, el usuario, después, intenta modificar, afinar, y utilizar la tecnología conforme a sus necesidades. La apropiación implica luego la modificación continua, será necesario el cambio continuo, acumulativo y el incremento de la innovación en todos sus aspectos.
Leonard-Barton (1988)	Reinvención	La alteración de una innovación (tecnológica), inicia en la medida que los usuarios la modifiquen en función de sus necesidades o de sus usos, de una manera no prevista por los diseñadores.
Leonard-Barton (1988)	Adaptación	La reinvención de la tecnología necesita una adaptación simultánea a diferentes niveles de la organización. La adaptación de una tecnología consiste en un ciclo de no alienaciones, seguido por alienaciones, seguido por no alienaciones más numerosas pero más reducidas; juntos forman un proceso continuo que evoluciona gradualmente hacia un punto donde la tecnología, las prácticas de trabajo y criterios de desempeño han sido incorporadas.
Majchrzak y Cotton (1988)	Ajuste	Proceso que incluye cuatro aspectos: cambios en la satisfacción en el trabajo, el compromiso en el trabajo, la resolución de problemas psicológicos y la calidad de vida percibida.
Sokol (1994)	Adaptación	Los cambios proporcionados en la tecnología, tomando en cuenta los aspectos ambientales, las rutinas sociales y expectativas de los actores.
Tyre y Orlikowski (1994)	Adaptación	Los ajustes y cambios que acompañan la introducción de las TIC. Que pueden referirse a los aspectos físicos de la tecnología, sino también los procedimientos, las creencias, los conocimientos o las relaciones entre los usuarios. El proceso es discontinuo, sólo existe las ventanas de oportunidad que la tecnología puede estar modificando.

Orlikowski (1996)	Apropiación	Los ajustes continuos, progresivos y recíprocos, las adaptaciones e improvisaciones entre la tecnología y los usuarios.
Majchrzak et al. (2000)	Adaptación	Proceso evolutivo, a veces gradual, a veces discontinuo, según el azar externo o las políticas de gestión. La adaptación sufre las limitaciones de las estructuras preexistentes de la organización, así como las tareas y la dinámica de grupo.
Beaudry y Pinsonneault (2005)	"Coping"	Comportamiento de adaptación por los que los usuarios se enfrentan a la percepción de las consecuencias de la introducción de nuevas tecnologías o la modificación de una tecnología existente, esta introducción se ve como un evento perturbador.
Poole y DeSanctis (1988, 1990, 1994)	Apropiación	La modalidad en la que un grupo utiliza, adapta y reproduce las estructuras de la tecnología (de manera fiel a su espíritu).

Fuente: Ologeanu-Taddei, Roxana y Adrian Staii (2009) *L'épineuse question de l'appropriation: approches et méthodes d'études* (artículo inédito), disponible en: <[http://w3.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2008-supplement/OlogeanuStaii/index.php](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2008-supplement/OlogeanuStaii/index.php)>. Fecha de consulta: mayo de 2009.

Como puede apreciarse en las diferentes connotaciones –y formas de nombrar– la relación entre usuario y tecnología, hay un papel explícito o implícitamente activo por parte del sujeto que usa la innovación. Sólo en tres ocasiones encontramos como tal el término apropiación; la primera, de hecho, pone énfasis en las necesidades y capacidades del usuario, quien primero evalúa los beneficios de la innovación y después decide insertarse en un proceso inacabado en el que se esforzará de manera constante para lograr sus objetivos ; la segunda resalta la reciprocidad de las partes, una especie de equilibrio o por lo menos restándole al sujeto el poder absoluto de hacer lo que quiera con ella; la tercera por su parte, muestra a la apropiación dentro de una institución o grupo –en lugar de casos aislados– dando un aire de empoderamiento al usuario, se refiere al proceso en el que el sujeto debería de obtenerlo por medio de la adaptación, pero sobre todo por la reproducción de las estructuras tecnológicas que la crean para el beneficio de la humanidad.

Siguiendo con el desarrollo de conceptos, ahora más actuales y apegados a la realidad de países como el nuestro, la apropiación puede ser definida como “...el conjunto de procesos socio-culturales que intervienen en el uso, la socialización y la significación de las nuevas tecnologías en diversos grupos socio-culturales, se realiza desde un *habitus* determinado e involucra un capital simbólico asociado al mismo”<sup>107</sup> –el *habitus* se relaciona con una serie de prácticas que le permiten al sujeto diferenciarse o identificarse

<sup>107</sup> Winocur, Rosalía (2007) *op.cit.*.

con los demás<sup>108</sup>-. Lo anterior implica que el mero acceso nunca se constituye como lo más importante, cuando se trata de rebasar los problemas de inclusión digital también importa la relación particular que los sujetos puedan llegar a entablar con la tecnología y la valoración de su empleo en actividades cotidianas.

Luego entonces, pensar que los proyectos pueden ser implementados como si la(s) diferencia(s) no existiera(n), equivale a perder de vista que aquellos que más lo necesitan pueden permanecer al margen de lo que aparentemente se les presenta como una oportunidad de cambiar su realidad. También, el encajonamiento al que pueden someterse los usos de un medio puede coartar la capacidad de designarle otros, que vayan más de la mano de las necesidades particulares o colectivas específicas en donde “El usuario no es más un simple consumidor pasivo de productos y servicios, [...si no que construye] sus usos según sus fuentes de interés, pero la polivalencia de las TIC se presta más a aplicaciones multiformes (lúdicas, profesionales, funcionales)”<sup>109</sup>.

Es substancial dejar en claro, si es que la experiencia no ha sido suficientemente clara en ello, que los programas que sigan sobrevalorando el acceso y no el contexto económico, político y sociocultural específico, o bien que tomen decisiones sobre las tácticas de inclusión digital desde una posición hegemónica, estarán condenados al fracaso por no saber integrar los componentes ineludibles para que la tecnología en cuestión se incorpore significativamente a la vida de los diversos actores sociales, porque como comenta Trejo<sup>110</sup> en la práctica existe la posibilidad de que algunos que han entrado en contacto con alguna herramienta tecnológica dejen de emplearla al cabo de cierto tiempo.

Precisamente los imaginarios en torno al progreso y el beneficio –que ya hemos comentado– y su idea entorno a que la tecnología *per se* puede llegar a transformar de manera casi mágica la realidad de cualquier sociedad o persona, tiene que aceptar, hoy por hoy, la caducidad de su hipótesis causal que impone la disminución de las desigualdades y hasta la reversibilidad del orden social establecido en presencia de la

---

<sup>108</sup> Bourdieu, Pierre (2002) *La distinción, criterio y bases sociales del gusto*, México: Taurus, pp. 169-170.

<sup>109</sup> Jouët citado por Siles, Ignacio (2005) “Sobre el uso de las tecnologías en la sociedad tres perspectivas teóricas para el estudio de las tecnologías de la comunicación” en *Reflexiones* 83, disponible en: <[http://reflexiones.fcs.ucr.ac.cr/documentos/83\\_2/sobre\\_el\\_uso.pdf](http://reflexiones.fcs.ucr.ac.cr/documentos/83_2/sobre_el_uso.pdf)>. Fecha de consulta: octubre 2008.

<sup>110</sup> Trejo Delarbre, Raúl (2006) *Viviendo en el Aleph. La Sociedad de la Información y sus laberintos*, España: Gedisa-ILCE.

tecnológico<sup>111</sup>. Otro mito indisoluble de la cuestión tecnológica es el del sujeto antisocial o solitario, que ha relacionado el enfriamiento de las relaciones humanas a partir del uso de la tecnología o de manera exagerada al vincular procesos que se contraponen a la socialización por parte de los usuarios asiduos a la tecnología, también compartiendo una visión tecnocéntrica que deja de lado otros procesos sociales que intervienen sobremanera en dichas situaciones dejando de lado la tendencia previa a buscar otras formas de agrupamiento, relación y por supuesto socialidad<sup>112</sup>.

### 1.3.2 Proceso de apropiación: sobre la variación en los resultados

Según Carton *et ál.* citados por Baillete y Kimble (2008) la apropiación es “...el proceso por el cual los individuos traen un objeto desconocido al uso cotidiano”<sup>113</sup>, partiendo de que en primera instancia cualquier proceso implica una serie de fases que deben conjuntarse para llegar a un resultado determinado, se entiende que éste puede variar y ser diferente entre individuos pertenecientes a una misma sociedad, esto se profundizará más adelante, por ahora la referencia pretende poner acento en la heterogeneidad de los resultados –los individuos pueden efectivamente incorporar cierta tecnología a su cotidianidad, o hacerlo por un tiempo y después dejar de hacerlo, pero también dejarla pasar sin prestarle mucha atención–. Pero, independientemente de la novedad de una tecnología –como permite ver el registro de la historia que dan cuenta de las innovaciones tecnológicas que han estado presentes en la historia de la humanidad– la experiencia pasada con otros artefactos y prácticas en torno a la naturaleza de dicho dispositivo tienen un papel determinante en su aceptación o rechazo. Es así como puede

---

<sup>111</sup> Best, Michael y Sylvia Maier (2007) “Gender, Culture and ICT Use in Rural South India” en *Gender, Technology en Development*, disponible en: <<http://mikeb.inta.gatech.edu/uploads/papers/gender.pdf>>. Fecha de consulta: octubre de 2008.

<sup>112</sup> Winocur, Rosalía (2006) *op.cit.*.

<sup>113</sup> Baillete, Pamela y Chris Kimble (2008) *op.cit.*.

que la relación con lo concerniente a la red de redes obedezca a una continuidad<sup>114</sup>, antes que a un desprendimiento, respecto a la que se sostenía con los medios conocidos como tradicionales.

Para Prouxl<sup>115</sup> a la hora de hablar de apropiación, en primera instancia, es necesario distinguir entre utilización y uso, ya que la primera palabra hace referencia a la relación entre hombre y computadora, es decir, se asocia más bien al modo de empleo un tanto instrumental. En cambio, cuando se maneja uso se acentúa, desde una perspectiva sociológica, la interacción entre hombre y computadora, esto implica el reconocimiento de una historia tanto personal como social –que media dicha interacción– y la situación dada del agente humano, en otras palabras, se incluye una especie de biografía personal, producto de la (des)posesión de una cultura particular, una determinada edad, un género, un estrato socio-profesional específico, etc.

El autor canadiense, sostiene que tres componentes son considerados precisos para tener un nivel<sup>116</sup>, que como se menciona arriba difiere entre los individuos ya sea de manera personal o colectiva. Estos niveles se resumen de la siguiente forma: a) el proceso cognitivo que se ve asociado a las nociones de adquisición, adaptación y aprendizaje, por lo que se sitúa en un plano más bien individual y psicológico –éste depende de las capacidades propias del sujeto–. b) el proceso de construcción social de la tecnología, por tanto se sitúa en lo colectivo, ayudando a entender que tal construcción difiere de acuerdo con la época o región geográfica, aunado a ello existe una serie de significados socialmente compartidos que se constituyen en el imaginario social de usos –se ha mencionado en una parte anterior de este escrito cómo se construyen esta serie de significados, con sus respectivas asociaciones–; por otra parte, este inciso se refiere a la serie de situaciones que hace que una herramienta se utilice de una manera determinada pudiendo coincidir o diferir completamente de la concepción de su creador con respecto a la de los usuarios –la mayoría de las veces sucede un mayor o menor grado de modificación, ya que tanto la tecnología como el usuario están en una ambiente social que no es fijo–. c) el proceso de desarrollo de la práctica, el cual permite la variación entre usuarios, por factores como el tiempo en el que se inició, la frecuencia con la que

---

<sup>114</sup> Winocur, Rosalía (2006) *op.cit.*.

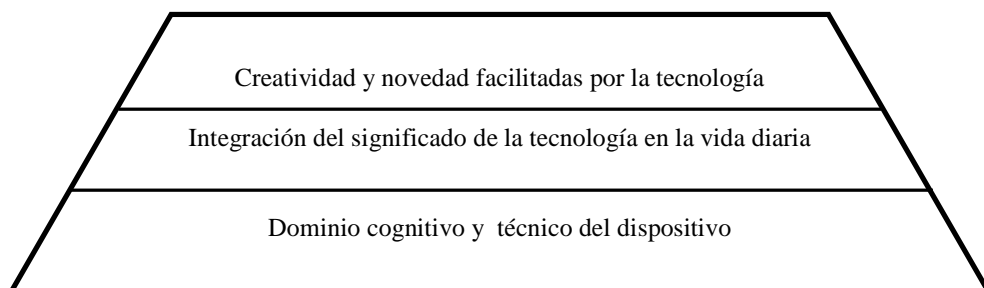
<sup>115</sup> Prouxl, Serge (2001) *op.cit.*.

<sup>116</sup> *Ibidem.*

se realiza, la familiaridad que se tiene con el dispositivo, la creatividad para usarlo, la experiencia con ese dispositivos o sus semejantes, entre otros.

La última fase comprende que el usuario de la tecnología en cuestión la haga propia, para ello tres condiciones deben conjugarse de manera efectiva, i) una matriz cognitiva y técnica mínimas sobre el objeto, ii) una integración social significativa del uso de esa tecnología en la vida diaria y iii) la posibilidad de creación de nuevas prácticas a partir del uso de la tecnología. Si estos tres niveles se transformaran a una escala ascendente, encontraríamos en el primer sitio el nivel mínimo de dominio cognitivo y técnico del artefacto concreto; enseguida un nivel intermedio, en el que se integra el significado social de la tecnología en la vida diaria del agente humano; por último, un nivel avanzado o ideal, en el que la posibilidad de creatividad es facilitada por la tecnología, y el uso de la herramienta permite el desarrollo de la novedad en la vida del usuario. Para una representación gráfica véase la ilustración 2.

Ilustración 2. Niveles de apropiación según Prouxl



Fuente: elaboración propia con datos de Prouxl, Serge (2001) *op.cit.*.

En un primer momento Prouxl propuso una secuencia representada por la triada acceso-uso-apropiación. Que se explica con la disponibilidad física de la tecnología, la incorporación de la misma por parte de los individuos y finalmente hacerla suya. En un segundo momento Prouxl amplió el proceso a seis etapas:

- El **acceso** constituye el primer momento de la apropiación social de tecnologías. Es una precondition necesaria, pero no suficiente.

- **El control técnico y cognoscitivo del artefacto**, segunda etapa, consiste en adquirir las competencias cognoscitivas y técnicas necesarias para la manipulación de las tecnologías y el uso de los protocolos. Estas competencias son el resultado a menudo de aprendizajes específicos y formaciones formales o informales.
- **La integración significativa del objeto técnico en las prácticas diarias**, tercera etapa, es el momento a partir del cual los usuarios ven sus antiguas prácticas modificadas. La adopción de las tecnologías transforma en efecto sus maneras de hacer.
- **La creatividad en el uso**, cuarta etapa, designa la capacidad de desviar los objetos técnicos de sus finalidades iniciales o aún producir directamente en su concepción, o también, finalmente, la aparición de novedad en la práctica (individual o social) cruzada por el uso del dispositivo técnico.
- **La mediación de un colectivo o de una comunidad**, quinta etapa, supone que los aprendizajes individuales son objeto de intercambios entre el miembros de un colectivo o de una comunidad de práctica organizada alrededor de intereses similares o valores y de aspiraciones comunes. Es, en todo caso, la apuesta de las comunidades que se organizan alrededor del programa informático libre: la aparición de una inteligencia colectiva se basa en efecto en mecanismos por apoyo, patrocinio, transmisión en una comunidad.
- **La representación política**, última etapa, señala la realización completa del proceso de apropiación social. Es la consideración de una representación colectiva de los usuarios en los procesos de innovación o en las políticas públicas relativas a las tecnologías. Los diseñadores de técnica parecen en este caso actuar especialmente a este nivel<sup>117</sup>.

Con respecto a esta segunda propuesta –y en comparación de la primera– destacan el hecho de presentar al acceso como una condición no suficiente, no obstante, sigue siendo el inicio del proceso de apropiación; luego está el considerar los aprendizajes (in)formales en la adquisición de las destrezas tecnológicas, lo que importa es que se aprenda a manipular la herramienta y no tanto el lugar donde se adquirió dicho aprendizaje; enseguida resalta el nivel grupal –ya no sólo se queda en el individual– y la posibilidad por parte de los usuarios de organizarse en torno a un uso y hacer con él algo fructífero. Además, sobresale el nivel avanzado o representación política; sobre este último, coincidimos plenamente en que es importante la iniciativa de los usuarios, para que las prácticas que se realicen alcancen a tener un sentido o razón de ser que

---

<sup>117</sup> Modificado de Proulx, Serge, Julien Rueff y Nicolas Lecomte (2007) “Une appropriation communautaire des technologies numériques de l’information, Canada: Universidad de Québec”, disponible en: <<http://www3.fis.utoronto.ca/iprp/cracin/publications/pdfs/final/Proulx,%20Rueff%20et%20Lecomte%20Rapport.pdf>>. Fecha de consulta: mayo de 2009, pp. 39-40.

contribuya a la adopción de esa tecnología, y por consiguiente a la vinculación de los sujetos con ella. Además, esto potencia al mismo tiempo un ejercicio de respuesta y resistencia hacia lo socialmente permitido, o bien sirve como tratamiento contra la alienación de los sujetos hacia los sectores político-económicos dominantes, al cuestionar la repetición mecánica de situaciones que no están conectadas con su realidad inmediata, que simplemente no entienden cómo funcionan ni cómo pueden llegar a servirles en lo que viven. De tal suerte, se puede derivar en el encuentro de aquellas formas de uso de la tecnología útiles al ser pensadas por quienes experimentan con ellas de manera directa<sup>118</sup>.

Para el caso de esta investigación, se cree por demás pertinente su abordaje desde la perspectiva de la apropiación por considerar que dentro del contexto de la SI el objeto de estudio puede ser tratado de manera exhaustiva por esta serie de supuestos, primero porque el ejercicio de tener un *blog* implica interactividad, creatividad y expresividad por parte de los autores, estas cualidades relacionadas con el término de apropiación hablan de un nivel intermedio del proceso. Al presentarse como resultado del conjunto de diversos factores, pueden arrojar pistas para entender porqué esta práctica está creciendo cada vez más entre los usuarios de Internet, así como los significados y características de los contenidos que la envuelven, y desde luego cómo su empleo puede llegar a servir para socializar entre quienes la llevan a cabo, para de ese modo hacer que dichos componentes sean tomados en cuenta en el diseño de políticas públicas destinadas a lograr la inclusión de sectores desvinculados de las TIC –especialmente los jóvenes que son estigmatizados en varios países–.

---

<sup>118</sup> Marí, Víctor Manuel (2006) “Tecnologías de la información y Movimientos Sociales en Andalucía. Tácticas de apropiación ciudadana de Internet”. Conferencia IX Congreso IBERCOM, Sevilla-Cádiz.



### 1.3.3 Factores inmersos en la apropiación

Apoyados en Reygadas<sup>119</sup> reconocemos que el proceso de apropiación es un producto de carácter multifactorial, es decir, que no hay una causa única que sea capaz de explicarlo, sino que en él interviene una combinación tanto de agentes de tipo interno como externo y estructurales, que conjuntamente nos ayudan a tener una mejor comprensión de los niveles de apropiación, es decir, del por qué aunque todos los individuos cuenten con acceso a una herramienta no la usen de la misma forma, aun cuando coincidan algunos indicadores como edad, género, ocupación, etcétera. Por lo tanto, es difícil creer que lo que ha funcionado en materia de políticas públicas dedicadas a la informatización de las sociedades en un país puede llegar a cumplir los mismos objetivos en todos, ni siquiera en los que comparten una misma matriz lingüística o cultural –aunque esto represente un cierto avance– porque hay otra serie de situaciones que hacen sus trayectorias históricas y sus realidades heterogéneas.

Por si fuera poco, la relación entre individuos pertenecientes a una misma región geográfica –llámese país o ciudad– y una tecnología es la misma. Es así como dentro de los factores internos podemos identificar capacidades individuales, que incluyen el capital cultural, íntimamente ligado con la pertenencia a una determinada clase social y por lo tanto al estatus que se posee –entendiendo que a través de ciertas prácticas los sujetos intentan diferenciarse de los otros o bien reafirmar su pertinencia a un conglomerado, con base en la experiencia que acumulan a través del tiempo de manera individual (estado incorporado del capital cultural propuesto por Bourdieu)–. Otro indicador son las certificaciones tanto profesionales como escolares, en las que igualmente se reconocen en el individuo capacidades para desempeñar un determinado rol dentro de la sociedad. Encontramos también el prestigio social, que se adquiere una vez que las actividades propias del rol que se juega dentro de un grupo son evaluadas por éste positivamente. Uno más corresponde a las relaciones familiares y de amigos –que abren puertas o en su defecto las cierran ante ciertas oportunidades–. Otro más se halla en el hecho de que en las sociedades contemporáneas que se reconocen como

---

<sup>119</sup> Reygadas, Luis (2004). “Las redes de la desigualdad: un enfoque multidimensional” en *Política y Cultura* 22, México: UAM-Xochimilco, pp. 8-11.

democráticas, no obstante, seguimos encontrando la etnia y el género como formas de distinción por parte de ciertos individuos respecto a otros, tal diferenciación obedece a cuestiones culturalmente establecidas<sup>120</sup>.

Todas estas capacidades tienen un origen social, por tanto y al ser parte de un proceso colectivo dentro de contextos específicos están sometidas a un proceso de valoración constante por parte de los demás. El conocimiento que también forma parte de este grupo de factores, así como la creatividad e inteligencia son desarrollados en diferentes circunstancias y por tanto en diferentes proporciones en las que incide la formación intelectual del individuo –la escuela a la que asiste, el nivel educativo al que llega, quiénes participan en el proceso de aprendizaje, el tiempo que dedica a las actividades escolares u otras–. Se puede decir que el sujeto que posee esta serie de capacidades no puede ser desposeído de ellas y que las mismas implican una parte determinante para el aprovechamiento de los factores externos<sup>121</sup>.

Dentro del segundo grupo de factores encontramos los vinculados a la posesión en cantidad y calidad de los recursos materiales<sup>122</sup>, en el caso que hemos estado hablando el acceso se encuentra entre las primeras etapas de la apropiación, pues si el dispositivo no está disponible físicamente para el individuo éste no tiene manera de apropiarse de él, aunque en el imaginario colectivo se tenga una aceptación general hacia el dispositivo no se puede pensar que el simple imaginario pueda hacer que el individuo saque beneficio alguno de eso que se sabe que existe pero no se lleva a los hechos, desde la parte estructural y última que nos ocupa, para que el individuo las use y las aproveche de una manera determinada es necesario que cuente con la oportunidad de entrar en interacción con el objeto en cuestión, sin considerar que eso sea determinante, porque como hemos visto eso sólo es la fase inicial del proceso.

---

<sup>120</sup> *Ibidem.*

<sup>121</sup> *Ibidem.*

<sup>122</sup> *Ibidem.*

CAPÍTULO II. EL *BLOG* COMO FORMA DE  
COMUNICACIÓN MEDIADA POR  
COMPUTADORA

## Preludio al capítulo II

A través de cinco apartados en este capítulo se contextualiza al objeto de estudio, *blog*, dentro de la Comunicación Mediada por Computadora (CMC), entendida como aquella donde diversos dispositivos tecnológicos sirven para intercambiar mensajes cifrados digitalmente entre receptor(es) y emisor(es). Quienes la han investigado, con frecuencia retoman aspectos que la diferencian de la comunicación cara a cara, como la emisión de las respuestas y el tiempo en el que se lleva a cabo. Las bondades en su uso pueden ser varias, pero las limitaciones que la CMC posee llevan a los sujetos a la mezcla de las diversas herramientas que la posibilitan, es común que para entablar comunicación los usuarios empleen combinaciones entre correo *web*, *chat*, redes sociales, microblogueo, etcétera.

Pese a considerarse un “nuevo” medio el *blog* tiene dentro de sus antecesores otras formas de comunicación que cuentan incluso con varios cientos de años de existencia, empero lo que lo caracteriza es que no es sólo la suma de ellos, sino que se trata de un género híbrido que posibilita entre otras situaciones la producción de contenidos propios por parte de sus autores, así como el intercambio entre sujetos de diversas procedencias geográficas y socioculturales. Los de tipo personal son los *blogs* que más se crean y se consultan todos los días, sus autores escriben sobre diversos asuntos que pueden ser de tipo íntimo o no; como propietarios de estos espacios ellos mismos deciden sobre la (auto)censura que se tiene, el grado de anonimato que facilita el reconocimiento de su identidad fuera de línea y la participación de los otros en cuanto a la retroalimentación se refiere.

Como una de las prácticas más populares hoy en día entre los internautas, el blogueo permite una forma de interacción menos vertical entre los interlocutores, y que además vienen a reconfigurar las esferas de lo público y lo privado, pues temas e intercambios que antes sólo se cerraban a lo inmediato tienen lugar entre millones de potenciales lectores y el bloguero. Independientemente de las razones para su creación y mantenimiento se reconocen dos niveles en los que inciden: el individual y el grupal. En último lugar, se habla de la blogósfera primero como la suma de los *blogs* del mundo que puede agruparse por regiones, idiomas, temas y tipologías, pero de igual manera como los enlaces que los ponen en común, es decir, el esfuerzo hecho por los mismos sujetos que los escriben para remitir a los lectores a otros *blogs* que se relacionan con el suyo o que les parecen recomendables.

## 2.1 Comunicación Mediada por Computadora: definición y características

Para efectos de este trabajo entendemos la comunicación humana como el proceso a través del cual dos o más personas evocan en común un significado<sup>123</sup>. Como vimos en el capítulo anterior (ver apartado sobre cultura) para que este intercambio se lleve a cabo de una manera satisfactoria es necesario que entre los participantes se compartan marcos de significación e interpretación; en otras palabras, que los significados y significantes se conozcan y usen en el mismo sentido por quienes actúan como codificadores y decodificadores del mensaje; el número de sujetos involucrados varía y a ello se le conoce como nivel de comunicación –cuando la comunicación es con uno mismo se llama intrapersonal; entre dos personas es interpersonal; entre tres o más personas intragrupal, entre dos grupos intergrupala, etc.<sup>124</sup>–. Además el proceso de comunicación puede ser cara a cara o puede haber un medio interpuesto, en el primer caso el acto se da de manera presencial o directa, en el segundo hay una tecnología o medio que sirve para transmitir el mensaje entre las personas, quienes la mayoría de las veces no comparten un mismo espacio físico –en tal situación se dice que la comunicación es mediada–.

Por su parte la CMC, entendida como el intercambio que dos o más personas llevan a cabo a través de la computadora, parece descontinuada en un momento en el que la producción, emisión y recepción de contenidos en línea puede darse por medio de otros dispositivos, no obstante consideramos al igual que otros autores lo han hecho<sup>125</sup> que la CMC<sup>126</sup> no debe

---

<sup>123</sup> Paoli, Antonio (2004) *Comunicación e información*, México: Trillas.

<sup>124</sup> McQuail, Denis (2001) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, México: Paidós.

<sup>125</sup> Hogg, Nanette; Carol S. Lomicky, y Stephen F. Weiner (2008) “Computer-Mediated Communication and the Gallaudet University Community: A Preliminary Report” en *American Annals of The Deaf* 153 (1). Kim, Junghyun (2002) “Interpersonal Interaction in Computer Mediated Communication (CMC): Exploratory Qualitative Research based on Critical Review of Existing Theories”, Paper submitted to Communication and Technology Division 53rd Annual Conference of the International Communication Association October 31. Stefanone, M. A. y G. Gay (2008) “Structural reproduction of social networks in computer-mediated communication forums” en *Behaviour & Information Technology* 27 (2), p. 98.

<sup>126</sup> Otra forma de explicar la CMC es como comunicación basada en Internet, pues de esta forma se hace alusión a todos los datos o información que usa protocolos en su intercambio, en palabras de December (1996) “La comunicación mediada por computadora, basada en Internet, involucra el intercambio de información que toma lugar en la colección global y cooperativa de redes que utilizan el conjunto de protocolos TCP/PI y del modelo cliente-servidor para la comunicación de datos. Los mensajes pueden someterse a una serie de manipulaciones de tiempo y de distribución y codificar una variedad de tipos de medios de comunicación. El contenido de la información resultante puede implicar el intercambio de un rango amplio de símbolos que la gente usa para la comunicación”, December, John (1996) “Units of Analysis for Internet” *Communication Journal of Communication* 46 (1), disponible en: <<http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue4/december.html>>. Fecha de consulta octubre 2009.

considerarse como exclusiva de lo que originalmente sirvió para el acceso a Internet, es decir que en este contexto se pueden incluir dentro de la definición también a otros medios como el teléfono. En una definición más amplia y oportuna a nuestros propósitos “la CMC es tentativamente definida como cualquier interacción humana simbólica basada en texto conducida o facilitada a través de tecnologías basadas digitalmente”<sup>127</sup>, cabe mencionar que texto es aplicado en una noción amplia y que no se cierra solamente al lenguaje verbal escrito.

La CMC se ha estudiado principalmente con un símil, ya sea con la comunicación oral o la escrita. Cuando se le ha comparado con la comunicación oral las investigaciones tratan de poner acento en el factor conversacional, esto es en la rapidez para emitir una respuesta o en los silencios –lapsos de tiempo que pasan sin recibirse respuesta alguna– ambos como signos no verbales de inmediatez, cuidado y presencia<sup>128</sup>. Incluso se ha llegado a plantear dentro de un modelo que igualmente explica el intercambio comunicativo cara a cara aunque con un mínimo de modificaciones –por tanto entre los componentes del modelo de competencia encontramos motivación, conocimiento, habilidades por parte del emisor, factores del medio, del mensaje y del contexto<sup>129</sup>–. También la han abordado en el sentido escritural, centrado en las abreviaturas, la ortografía, *emoticons* y demás elementos que tienden a verla como deformadora de la palabra escrita<sup>130</sup>.

Existe otro tratamiento en el tema, de acuerdo al tiempo que tarda en recibir la respuesta quien ha emitido el mensaje –que dio origen al flujo en dos vías o simplemente el último que emitió una señal cuya intención fue dar continuidad al intercambio– la CMC puede ser dividida en sincrónica y asincrónica. Dentro de lo sincrónico encontramos al *chat* que permite a los usuarios de diferentes partes del mundo establecer conversaciones en tiempo real; al participar emisor y receptor de manera simultánea la coordinación es por demás importante en los turnos que asumen los involucrados, ya que fácilmente se puede llegar a

---

<sup>127</sup> Esta definición incluye además del Internet, la mensajería instantánea, el correo *web*, textos de teléfono celular, videoconferencia e interacciones multiusuarios. Spitzberg, B. H. (2006) “Preliminary development of a model and measure of computer-mediated communication (CMC) competence” en *Journal of Computer-Mediated Communication* 11, p.630.

<sup>128</sup> Véase la investigación de Kalman, Yoram M.; Gilad Ravid, Daphne R. Raban y Sheizaf Rafaeli, (2006) “Pauses and Response Latencies: A Chronemic Analysis of Asynchronous CMC” en *Journal of Computer-Mediated Communication* 12, p.12.

<sup>129</sup> Excluyendo a la comunicación masiva, de acuerdo a Spitzberg (2006) *op.cit.*, p. 652.

<sup>130</sup> Gómez Camacho, Alejandro (2007) “La ortografía del español y los géneros electrónicos” en *Comunicar* 29 (XV), p. 158.

interrumpir el mensaje del otro o dejar pasar demasiado tiempo antes de emitir una respuesta y esto puede llegar a incomodar al otro participante<sup>131</sup>; contrario a lo que puede pensarse lo anterior implica entonces que el *chat* no puede considerarse sólo como forma escritural, ya que la conversación e incluso otras formas no verbales juegan un importante papel, se puede decir entonces que es más bien un género híbrido<sup>132</sup>.

En contraste lo asincrónico se relaciona con momentos diferentes en que los elementos humanos de la comunicación participan con una diferencia que puede variar de horas a días e incluso meses, en este tipo de CMC tenemos al *mail* y las páginas *web* personales. El *e-mail* o correo *web* permite el envío de mensajes de una extensión considerable que de manera predominantemente escrita sirve a personas de diferentes localizaciones geográficas para entrar y estar en contacto de manera casi inmediata, es gratuito si se dispone de una cuenta que permite hacer uso de este servicio. Aunque hay un límite de información, por comodidad para quien escribe como para el que leerá, existe la posibilidad de adjuntar archivos en texto, imagen y vídeo –estos también con un límite en el tamaño–. Pese a todas estas ventajas el correo rara vez se usa como único canal para entablar comunicación, más bien éste se usa en combinación con otros medios entre los que podemos mencionar el teléfono, la mensajería instantánea y por supuesto la comunicación cara a cara<sup>133</sup>.

Al igual que con el correo *web*, la comunicación mediada tiende a combinarse de múltiples formas, esto es porque las personas usan una u otra de acuerdo a las características del dispositivo en cuestión, por los propósitos perseguidos por los involucrados en el proceso comunicativo y los contextos sociales que envuelven dichos intercambios<sup>134</sup>.

En tanto, las páginas *web* personales son creadas y mantenidas por un solo individuo –de acuerdo con ciertas posturas se relacionan psicológicamente con el exhibicionismo y el

---

<sup>131</sup> Markman, Kris M. (2009) “So what shall we talk about Openings and Closings in Chat-Based Virtual Meetings” en *Journal of Business Communication* 46 (1), p.54.

<sup>132</sup> Al-Sa’Di, Rami A. y Jihad M. Hamdan (2005) “Synchronous online chat English: Computer-mediated communication” en *World Englishes* 24 (4), pp. 421-422.

<sup>133</sup> Tyler, Joshua R. y John C. Tang (2003) “When Can I Expect an Email Response? A Study of Rhythms in Email Usage”. Eighth European Conference on Computer-supported Cooperative Work, 14-16 september 2003, Helsinki, Finland, disponible en: <[http://www.ecscw.org/2003/013Tyler\\_ecscw03.pdf](http://www.ecscw.org/2003/013Tyler_ecscw03.pdf)>. Fecha de consulta: octubre de 2009.

<sup>134</sup> Kim, Hyo; Gwang Jae Kim, Han Woo Park y Ronald E. Rice (2007) “Configurations of Relationships in Different Media: FtF, Email, Instant Messenger, Mobile Phone, and SMS” en *Journal of Computer-Mediated Communication* 12, p. 1187.

narcisismo de sus autores<sup>135</sup>– desde una perspectiva más bien sociológica a partir de este tipo de sitios los individuos muestran información personal para construir su identidad<sup>136</sup>, hasta cierto punto buscan ser aprobadas por un grupo de pares con quienes buscan relacionarse<sup>137</sup> en una especie de comunidad. Las páginas *web* tienen entre sus componentes contenidos –presentados en texto, audio, imagen o video– que pueden ser o no originales de su autor, algunas cuentan con un libro de visitas para dejar comentario sobre la página para otros visitantes o para el autor, otra forma de entablar comunicación con el dueño del sitio es por medio de su correo *web*, además del *chat* que puede incluir tanto al autor como a sus lectores, incluso llegan a tener un contador de visitas para tener noción del tráfico que no es otra cosa que la cantidad de personas que pasan por esa página<sup>138</sup>. A continuación se ahonda más en otra forma de CMC asincrónica, el *blog*.

## 2.2 *Blog*: un nuevo medio personal

Iniciamos este apartado reconociendo que como cualquier otro medio de comunicación, el *blog* se encuentra marcado fuertemente por la cultura, así como otras herramientas que han servido en el proceso comunicativo o informativo de las últimas décadas e incluso siglos.

---

<sup>135</sup> Döring, Nicola (2002) “Personal Home Pages on the Web: A Review of Research” en *Journal of Computer-Mediated Communication* 3, disponible en: <<http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue3/doering.html>>. Fecha de consulta: octubre de 2009. Incluso en lo que más adelante veremos como *blogs*, donde la publicación es aún más abierta al usuario promedio de Internet, se habla de una epidemia narcisista occidental “the me generation” que insiste en hablar de asuntos demasiados aburridos, personales, cotidianos y alejados de aquellos asuntos públicos que realmente importan, Cohen, K.R. (2006) “A Welcome for Blogs” en *Journal of Media and Culture Studies*, 20 (2), pp. 164-65.

<sup>136</sup> Especialmente en jóvenes, aunque en otros grupos sociales, los contenidos suelen estar centrados en partes de la información biográfica, preferencias, intereses, gustos, ideas, valores y creencias con las que el autor se identifica. Chandler, Daniel y Dilwyn Roberts-Young (1998) “The Construction of Identity in the Personal Homepages of Adolescents”, disponible en: <<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/strasbourg.html>>. Fecha de consulta: octubre de 2009. Chandler, Daniel (1998) “Personal Home Pages and the Construction of Identities on the Web”, disponible en: <<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html>>. Fecha de consulta: octubre de 2009.

<sup>137</sup> Dominick, Joseph R. (1999) “Who do you think you are? personal home pages and self-presentation on the World Wide Web” en *Journalism and Mass Communication Quarterly* 76 (4).

<sup>138</sup> Chandler (1998) *op.cit.*.



Los ancestros de los *blogs* han sido, como se vio en el apartado anterior, algunos géneros dentro de la CMC. Otros que no fueron incluidos, pero que son parte de su genealogía son: el monitoreo de medios respecto a un área en particular a la que se le da seguimiento a través de cierto periodo de tiempo, en el caso específico del periodismo escrito y como se explicará más adelante los *blogs* llamados filtro cumplían de alguna manera con esta tarea siempre y cuando se hiciera sobre otros sitios de naturaleza informativa. Siguiendo con la línea periodística algunos *blogs* retoman en su redacción características de los géneros periodísticos informativos, pero también de opinión como el editorial o la columna de opinión. A esta lista se suma la antología definida como una colección de textos de diversa índole sobre los cuales se comenta. Se incluyen de igual forma los diarios que sirvieron fundamentalmente para que sus dueños hablaran sobre lo que les rodeaba, es decir, los aspectos que marcaban su forma de vida en el momento preciso de estar escribiendo sobre tales circunstancias, mismas que podían ser tanto internas como externas<sup>139</sup>.

Los propios soportes han cambiado, pero el *blog* no es sólo una mutación de las formas que le precedieron en línea ni tampoco la simple suma de varias de ellas, coincidimos plenamente en que es un género híbrido complejo<sup>140</sup> por razones entre las que figuran un contexto propio de la Sociedad de la Información (SI), la sociabilidad de la tecnología, el acceso a la misma, entre otros agentes, a lo que queremos llegar es a resaltar la importancia de los *blogs* como objetos de estudio<sup>141</sup>. Ésta, por una parte, radica en que algunos usuarios de Internet son ahora productores, ya no son sólo consumidores, lo que indica por lo menos en teoría que hay una mayor diversidad de contenidos; luego porque han venido perfilándose como importantes fenómenos sociales cuyo crecimiento se debe en parte a las mejoras en las plataformas, pero sobre todo a que han servido de manera efectiva en el cumplimiento de algunos objetivos relacionados con la información no oficial –en torno a sucesos políticos, desastres naturales, conflictos bélicos por mencionar algunos– y para poner en contacto a personas con los mismos intereses independientemente de su localización geográfica.

---

<sup>139</sup> Miller, Carolyn R. y Dawn Shepherd (2004) “Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog”, disponible en: <[http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging\\_as\\_social\\_action\\_a\\_genre\\_analysis\\_of\\_the\\_weblog.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action_a_genre_analysis_of_the_weblog.html)>. Fecha de consulta julio 2009.

<sup>140</sup> *Ibidem*.

<sup>141</sup> Papacharissi, Zizi (2007) “Audiences as Media Producers: Content Analysis of 260 Blogs” en Tremayne, Mark (ed.) *Blogging, Citizenship, and the Future of Media*, New York: Routledge.

Como una forma de CMC, los *weblogs* se han popularizado en la primera década del siglo XXI, su historia, sin embargo, se remonta a finales del siglo pasado, se considera que el primer *blog* fue "What's new in '92", el cual pertenecía al *hacker* Tim Berners Lee, creador de la World Wide Web (*www*), quien lo usa para difundir su trabajo como programador<sup>142</sup>. Algunos años después, uno de los primeros usuarios de este medio Jorn Barger acuña el término en 1997 definiéndolo como “una página *web* donde un *weblogger* registra todas las otras páginas que [él o] ella encuentra interesantes”<sup>143</sup>. A partir de la definición se ha considerado que una primera utilidad de los *blogs* fue, ciertamente, separar ciertas páginas, de acuerdo con el criterio de su autor, de entre las miles existentes en la *www*, facilitando con ello el trabajo de discriminación y la búsqueda de sitios que eran específicos a los intereses de algunos usuarios. Hoy en día las definiciones más usadas se refieren a ellos desde “una lista de enlaces con comentarios y asuntos personales” hasta “un sitio *web* que es actualizado frecuentemente con nuevo material publicado en la parte superior de la página”<sup>144</sup>.

En sus inicios la creación de *blogs* estaba un tanto cerrada a un pequeño grupo de usuarios con conocimientos en lenguaje *HTML* (HyperText Markup Language), con el tiempo la publicación dejó de ser tan demandante y fue requiriendo habilidades cada vez menos complejas por parte de los usuarios –con ello en sólo cinco años el número de *blogs* creció de 23 a 4 millones– aunque sigue siendo indispensable, por ejemplo, saber leer y escribir en uno de los idiomas que permiten los servidores. Lo amigable en el proceso de creación, publicación y mantenimiento del medio es tal que hoy en día millones hacen uso de la oportunidad abierta por la *www* de subir contenidos personales y propios a Internet, contando para ello con un dominio algunas veces gratuito; plantillas prediseñadas para facilitar el diseño de la página; y, poco conocimiento de lenguaje de programación, pues la

---

<sup>142</sup> Orihuela, José Luis (2004) "Weblogs: el medio y el mensaje", en *Nuestro Tiempo* 601-602, pp. 48-53, disponible en: <[http://www.ideasapiens.com/blogs/Medios/archivos/0002\\_54.html](http://www.ideasapiens.com/blogs/Medios/archivos/0002_54.html)>. Fecha de consulta: julio 2009.

<sup>143</sup> Blood, Rebecca (2004) "How Blogging Software Reshaped the Online Community", *Communications of the ACM*, disponible en: <[http://www.rebeccablood.net/essays/blog\\_software.html](http://www.rebeccablood.net/essays/blog_software.html)>. Fecha de consulta: julio 2009.

<sup>144</sup> Blood, Rebecca (2000) "Weblogs: a history and perspective", disponible en <[http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html)>. Fecha de consulta julio 2009.

plataforma hace las veces de traductor, aunque el bloguero puede, si así lo desea y tiene posibilidades de hacerlo, programar él mismo<sup>145</sup>.

Los *blogs* encajan en la denominación de *software* social o medios sociales, primero porque permiten que individuos geográficamente dispersos entren en contacto a través de programas y redes, y después porque ahora en la comunicación pública pueden incidir actores que no están involucrados con los medios tradicionales, en quienes recae el establecimiento de la agenda<sup>146</sup>. Pero al ser esencialmente un medio personal<sup>147</sup> es difícil pensar que puedan competir con los medios en cuanto a penetración, si bien pueden llegar a compartir protagonismos, no significa que estén invirtiendo los papeles, y es que probablemente para la mayoría de los *blogs* éste no sea el objetivo principal “Las razones por las cuales la gente escribe blogs son tan variadas como las que definen a la escritura en otros medios: necesidad de expresión, afán de compartir saberes, deseo de integración en una comunidad, búsqueda de reconocimiento, exploración creativa, terapia, participación política, defensa de intereses, o simple exposición<sup>148</sup>”.

En su naturaleza al ser publicaciones en línea, los *blogs* no tienen por qué diferir de otras páginas; no obstante algunas distinciones se encuentran en el dinamismo que envuelve la práctica del blogueo –en la que nos extenderemos más adelante–; así como la presentación de la información, la cual sigue un orden cronológico que muestra primero lo más reciente; y, el hecho de que se escriba principalmente en primera persona creo, pienso, vivo, siento, etc.<sup>149</sup>. En cuanto a publicaciones anteriores se caracterizan por ser bastante fáciles y propios, para difundir contenidos no hay que pedirle permiso a terceras personas, se asume que se hace uso de la libertad de expresión al igual que la autocensura; los costos de publicación y distribución son bajos, pudiendo llegar a una gran cantidad de potenciales receptores; por si

---

<sup>145</sup> Orihuela (2004) *op.cit.*

<sup>146</sup> Rojas, Octavio Isaac; Julio Alonso; José Luis Antúnez, José Luis Orihuela y Juan Varela (2006) *Blogs: La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas, políticos y ciudadanos*, Madrid: ESIC, p. 26.

<sup>147</sup> Hyunwoo, Kim (2005) “Blogs as the New Media on the Internet” en *Review of Communication* 5 (2-3), disponible en: <<http://www.informaworld.com/smpp/content~content=a723808429~db=all>>. Fecha de consulta: julio 2009, p. 2; Rojas *et ál.* (2005) *op.cit.*, p. 24.

<sup>148</sup> *Ibíd.*, p. 25.

<sup>149</sup> Tremayne, Mark (2007) “Preface: blog terminology” en Tremayne, Mark (ed.) *Bloggging, Citizenship, and the Future of Media*, New York: Routledge, p. VII.

fuera poco abriendo una vía de comunicación e intercambio entre quién produce y consume<sup>150</sup>.

Sin embargo, en los hechos el intercambio no es tan equitativo debido a que las relaciones no pueden ser totalmente simétricas<sup>151</sup>, si bien puede darse un intercambio entre el creador y el consumidor, el primero puede no permitir la intervención por parte del segundo, gracias a que como administrador tiene la facultad para moderar la participación de otros dentro del sitio, de esta manera permite o no la intervención de visitantes y controla de cierta forma el grado de participación que pueden llegar a tener los otros usuarios. En este sentido se puede hablar de la existencia de canales que son controlables por el creador del *blog*<sup>152</sup>, que en cierta medida está ejerciendo de esta manera un poder sobre el lector porque tácitamente está restringiendo el acceso o la libertad de expresión en algo que él considera su propiedad y se siente con el derecho a hacer, el control de los canales va desde permitir comentarios moderados, no permitirlos hasta hacer el sitio semiprivado, esto es abierto a personas previamente elegidas por el bloguero e incluso cerrado al público.

Una forma simple de describir las partes que integran un *blog* es recordar la esencia de la práctica, ya que éstos son "...medios de expresión personales, en los que una persona o grupo de personas comenta en tono habitualmente informal acerca de sus intereses y los presenta en un formato cronológico inverso y habitualmente abierto a comentarios..."<sup>153</sup>. En otras palabras una forma de recibir retroalimentación, un tipo de relación que se puede resumir en dos palabras que son: *post* y *comment*. El *post* o entrada es un mensaje que emite el administrador del *blog* utilizando para ello diferentes soportes que pueden ser texto,

---

<sup>150</sup> Herring, Susan; Lois Ann Scheidt, Inna Kouper y Elijah Wright "Longitudinal Content Analysis of Blogs: 2003-2004" en Tremayne, Mark (2007)  *Blogging, Citizenship, and the Future of Media*, New York: Routledge, p. 3.

<sup>151</sup> Trammell, K. D. (2009) "Looking at the Pieces to Understand the Whole: An Analysis of Blog Posts, Comments, and Trackbacks". Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, New York City, disponible en: <[http://www.allacademic.com/meta/p\\_mla\\_apa\\_research\\_citation/0/1/3/3/0/pages13300/p13300-1.php](http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/1/3/3/0/pages13300/p13300-1.php)>. Fecha de consulta: julio de 2009, p. 18.

<sup>152</sup> Scheidt, Lois Ann (2006) "Adolescent Diary Weblogs and the Unseen Audience", disponible en: <[http://ella.slis.indiana.edu/~lscheidt/publishing/Adolescent\\_Diary\\_Weblogs\\_and\\_the\\_Unseen\\_Audience.pdf](http://ella.slis.indiana.edu/~lscheidt/publishing/Adolescent_Diary_Weblogs_and_the_Unseen_Audience.pdf)>. Fecha de consulta Julio de 2009, pp. 4-5.

<sup>153</sup> Dans, Enrique (2005) "*Blogs* y empresa, una aproximación a la vanguardia de la blogósfera corporativa", en *Telos* 65, disponible en <<http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idArticulo=8&rev=65>>. Fecha de consulta mayo de 2009.

audio, video o imagen<sup>154</sup>, también cualquier posible combinación de las anteriores; en este se plasma la postura y cierta necesidad que tiene el autor para comunicarlo. El comentario en cambio ha de presentarse únicamente en forma de texto, independientemente de que se traten de expresiones de comunicación verbal o no verbal, aunado a ello el dueño del *blog* cuenta con el poder de decisión respecto a la censura de lo que los visitantes o seguidores comentan sobre su *blog* en general o un tópico en particular. En realidad la parte fundamental que conforman aquello que podemos considerar un *blog* es la emisión del mensaje, sobre todo si la actualización se realiza varias veces al día, esto es la emisión de nuevos *posts*, los que por cierto contienen la fecha de publicación, incluso la hora, el nombre o seudónimo de quién la publicó –lo que es importante sobre todo en los *blogs* colectivos y que permiten saber quién es al que se le adjudica tal contenido–, también cuentan con un título que distingue una entrada de otra. Algunos *blogs* organizan estos *posts* en categorías, tal agrupamiento al interior del *blog* permite ordenar las numerosas entradas de acuerdo con temáticas o tópicos que puedan facilitar la consulta de los lectores en caso de que se encuentren interesados en uno o varias en particular<sup>155</sup>.

Las entradas pueden ser de varios tipos, tratarse sobre información de cualquier índole o incluso dar instrucciones sobre cómo hacer algo; también hay las que examinan servicios o productos, otras que los contrastan para ayudar a ver pros y contras, llegando hasta las que proporcionan sólo críticas. Otra agrupación incluye aquellas que enlistan los elementos para facilitar o hacer atractivo el cuerpo de la entrada, o las que incluyen básicamente enlaces a otros *blogs* o sitios relacionados con el desarrollo del contenido, y las que incluyen una recopilación al tratamiento que otros *blogs* o sitios han dado a un tópico que retoman en una entrada; hay las que pueden tratar estudios de caso cuya elección dependerá del público meta, hasta la elaboración de perfiles o entradas dedicadas a personas, igualmente pueden utilizarse entrevistas para su elaboración. Por el tratamiento en la información se puede decir que una entrada tiene la intención de propiciar el debate, criticar abiertamente alguna situación o llegar a disparatar sobre el asunto en cuestión, o simplemente tratarlo con un tono sarcástico. Por el proceso que lleva a la redacción de una entrada nueva, encontramos

---

<sup>154</sup> Jill Walker citada por Miller y Shepherd (2004) *op.cit.*, ofrece este panorama de variación en su contenido mediático, sostiene que el formato más comúnmente encontrado en los *blogs* es el textual, maneja como subgéneros a los que están predominantemente compuestos por fotos, videos o audios.

<sup>155</sup> Orihuela, José Luis (2004) *op.cit.*.

aquellas que surgen de la inspiración que despierta algún deseo, las que plasman casos hipotéticos, hasta las que llevan todo un proceso profundo de investigación. Finalmente están los de naturaleza proyectiva, que incluyen básicamente los de revisión y predicción redactados a fin de año y los que culturalmente pueden ser temas que interesen al grupo ante el que se intenta llamar la atención u obtener su involucramiento a manera de respuesta<sup>156</sup>.

Otras partes que permiten caracterizar a los *blogs* de manera descriptiva son el *permalink*<sup>157</sup> que es una dirección permanente *URL* (Uniform Resource Locator) para cada entrada, es decir, que permite su localización sin necesidad de revisar todo el *blog*. Una de las dos formas principales de enlace dentro del *blog* es lo que se conoce como *blogroll*<sup>158</sup>, que es la parte en la que normalmente se encuentran sitios que el autor considera recomendables, que él consulta con frecuencia y se interesa por lo que en ellos se aborda, esta lista puede tomarse como una forma declarada de comunidad de pertenencia, sobre todo cuando el enlace es correspondido por el sitio al cual se hace referencia; y la segunda se presenta cuando un bloguero enlaza otros *blogs* dentro de sus entradas. Cuando una entrada es citada dentro de otra entrada y pertenece a un autor diferente surge el llamado *trackback*, que dicho en otras palabras es una forma de continuación o conversación entre los autores quienes quedan entrelazados y referenciados en los respectivos sitios<sup>159</sup>. Una propuesta de taxonomía basada en los hiperenlaces contenidos dentro de las entradas, incluye además de los hechos referenciados al interior del mismo *blog* y los externos que lo enlazan con otros *blogs*, aquellos que lo hacen a los sitios *web* de los medios tradicionales de gran cobertura,

---

<sup>156</sup> Rowse, Darren (2005) “20 Types of Blog Posts - Battling Bloggers Block”, disponible en: <<http://www.probblogger.net/archives/2005/11/29/20-types-of-blog-posts-battling-bloggers-block/>>. Fecha de consulta: mayo de 2009. Los tipos propuestos originalmente por Rowse son: Instructional, Informational, Reviews, Lists, Interviews, CaseStudies, Profiles, Link Posts, ‘Problem’ Posts, Contrasting two options, Rant, Inspirational, Research, Collation Posts, Prediction and Review Posts, Critique Posts, Debate, Hypothetical Posts, Satirical, Memes and Projects.

<sup>157</sup> Fumero, Antonio (2005) “Un tutorial sobre blogs. El abecé del universo blog” en *Telos* 65, disponible en: <<http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idArticulo=1&rev=65>>. Fecha de consulta: mayo 2009; Orihuela (2004) *op.cit.* y Blood (2004) *op.cit.*.

<sup>158</sup> Tremayne, (2007) *op.cit.*, p. XI.

<sup>159</sup> Trammell *op.cit.*, p. 4; Xie, Lie (2007) “Non-Journalist Webloggers vs. Mainstream Media: Putting the Missing Puzzle Back to the Picture”, disponible en: <[http://www.allacademic.com/meta/p\\_mla\\_apa\\_research\\_citation/1/7/1/5/8/pages171584/p171584-1.php](http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/1/7/1/5/8/pages171584/p171584-1.php)>. Fecha de consulta mayo de 2009, p. 5.

por otra parte están los que lo hacen a las noticias locales, por último quienes se relacionan con los vigilantes de los medios principalmente organizaciones ciudadanas<sup>160</sup>.

Como hemos mencionado arriba, al hacer una entrada que es básicamente el componente clave en un *blog*, pueden utilizarse tanto texto, como vídeo, audio y fotografía, así como combinarse de la manera que mejor le parezca al autor o bien que le ayude a cumplir con sus objetivos comunicativos. No obstante un *blog* generalmente tiende a privilegiar el uso de uno de estos lenguajes, de tal forma encontramos los *blogs* de texto, los audioblogs, los *vlogs* y los fotologs. Los primeros tienen ciertas limitantes, pues la comunicación escrita debe manejarse de tal forma que no se una obstáculo para quienes escriben; los audioblogs son una forma de comunicación enriquecida en comparación con el solo empleo del texto, por lo que crean una experiencia diferente entre sus seguidores en el consumo de contenidos<sup>161</sup>, cabe señalar que existen servicios para traducir el texto de un *blog* a un formato que permite su reproducción en audio. Por su parte los *vlogs* están conformados por archivos de vídeo que los autores realizan con equipos de grabación y edición de cierta calidad que pueden hacer desde sus propios equipos de cómputo. Los fotologs también se relacionan con el abaratamiento y al acceso a las cámaras digitales, lo que se considera como entrada es justo la publicación de una foto con o sin edición que cuenta en ese lenguaje un poco de la vida o lo que rodea al autor.

Otra tipología se deriva a partir de los objetivos en el uso de los *blogs* por parte de los autores, es decir, la naturaleza de contenidos en lugar de los lenguajes que se usan durante su producción, en ese sentido hay *blogs* filtro que sirven para agrupar en un sitio los eventos que no tienen que ver con la vida del autor pero que considera importantes, hay también los diarios personales que a diferencia de los primeros se enfocan completamente a las vivencias y cotidianidades de los autores; y, las notas que son una mezcla de las dos anteriores, éstos se diferencian además por su el tamaño y el enfoque de sus escritos. Por fecha de aparición los del tipo filtro se presentaron primero, por la popularidad en cambio

---

<sup>160</sup> *Ibidem*, p. 11.

<sup>161</sup> Tan, Kenny W. P. y Benjamin H. Detenber (2006) "Audio weblogs: Communication breakthrough or communication overload?". Paper submitted for presentation to the Information Systems Division of the International Communication Association for the annual conference to be held in Dresden, Germany June, disponible en: <[http://www.allacademic.com/meta/p\\_mla\\_apa\\_research\\_citation/0/9/1/3/9/pages91396/p91396-1.php](http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/9/1/3/9/pages91396/p91396-1.php)>. Fecha de consulta mayo de 2009, p. 3.

destacan los del tipo personal<sup>162</sup> aunado a que son los que abundan se consideran los más consultados por los lectores y otros blogueros<sup>163</sup>, no obstante, se sigue viendo el asunto de las páginas personales con recelo al no implicar directamente forma alguna para comercializar<sup>164</sup>. Los diarios personales son los más numerosos entre los usuarios independientemente de su perfil sociodemográfico<sup>165</sup>, lo que no significa que sean el centro de atención de quienes se ocupan del estudio de los fenómenos en Internet, las investigaciones que se han realizado en los últimos años dan cuenta de que por lo menos dos terceras partes de los *blogs* son diarios personales y tienen un solo autor<sup>166</sup>. Pese a la poca influencia que pueden tener y la todavía escasa penetración de este tipo de medios en sociedades contemporáneas como la nuestra, se le debe prestar mayor atención debido a su crecimiento exponencial<sup>167</sup>, también por los diferentes sectores sociales que se inclinan a la creación de este tipo de sitios<sup>168</sup>, esta es sin duda una de las principales inquietudes que da origen a esta propuesta de abordaje y una de las principales excusas para su pertinencia en el ámbito académico. Es así como llegamos a la ilustración 3, que incluye cuatro tipos de *blog* que distinguen a los personales de los temáticos y los individuales de los colectivos.

---

<sup>162</sup> Blood citada por Herring, Susan; Inna Kouper, Lois Ann Scheidt y Elijah L. Wright (2004) "Women and Children Last: The Discursive Construction of Weblogs" en L. Gurak, S. Antonijevic, L. Johnson, C. Ratliff, & J. Reyman (eds.), *Into the Blogosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs*, disponible en: <<http://www.blogninja.com/women.children.pdf>>. Fecha de consulta Julio 2009, pp. 2-3. Estos autores de hecho consideran, en lugar del tipo de las anotaciones, un *blog* de conocimiento cuya finalidad es compartir el mismo entre los miembros o visitantes –citados por Nardi, Bonnie; Diane J. Schiano y Michelle Gumbrecht (2004) "Blogging as Social Activity, or, Would You Let 900 Million People Read Your Diary?" *Conference'04*, Month 1-2, 2004, City, State, Country, disponible en: <[http://home.comcast.net/~diane.schiano/CSC\\_W\\_04.Blog.pdf](http://home.comcast.net/~diane.schiano/CSC_W_04.Blog.pdf)>. Fecha de consulta Julio 2009.

<sup>163</sup> Rojas *et ál.*, (2006) *op.cit.*, p. 33.

<sup>164</sup> Hyunwoo, Kim (2005) *op.cit.*, p. 1.

<sup>165</sup> Herring, Scheidt, Bonus y Wright (2004) encontraron que los *blogs* son más populares entre los adolescentes en comparación con otros grupos sociodemográficos. Publicado como "Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs". Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Science, disponible en: <<http://csdl.computer.org/comp/proceedings/hicss/2004/2056/04/205640101babs.htm>>. Fecha de consulta: julio de 2009.

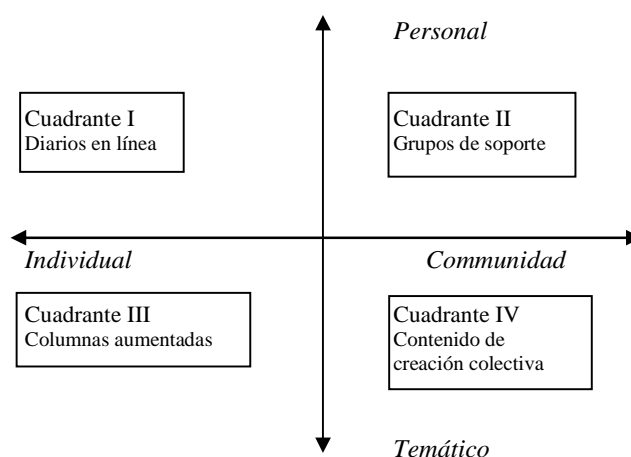
<sup>166</sup> Investigaciones de Herring *et ál.* y Scheidt *et ál.* citadas por Qian, H. y Scott, C. R. (2007) "Anonymity and self-disclosure on weblogs" en *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (4), disponible en: <<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/qian.html>>. Fecha de consulta: julio de 2009, p. 1429.

<sup>167</sup> Según Scheidt (2006) *op. cit.*, p. 1 en una investigación de 2003 hecha por Herring cerca del 66% son abandonados temporal o definitivamente por sus creadores.

<sup>168</sup> Herring, Kouper, Scheidt y Wright (2004) *op.cit.*, p. 13.



Ilustración 3. Tipos de *blogs*



Fuente: Krishnamurthy, S. (2002) "The Multidimensionality of Blog Conversations: The Virtual Enactment of September 11", en Maastricht, The Netherlands: Internet Research 3.0. citado por Herring, *et ál.* (2004) *op.cit.*, p. 3.

Respecto a la figura anterior, queremos subrayar que son principalmente los del primer cuadrante los que interesan a los propósitos de este trabajo, ya que es justo donde se encuentran las coordenadas en las que converge lo personal e individual, aunque no descartamos completamente los del segundo. El cuarto cuadrante se excluye por tratarse de contenidos que de manera grupal realizan los blogueros –*blogs* colectivos– y el tercero porque a pesar de tratarse de contenidos elaborados por una persona se hacen en función de otros medios tradicionales o no –los *blogs* filtro–. Dicho de otro modo, lo que nos importa entonces son los diarios en línea y aquéllos que pudieran estar brindando soporte a otros blogueros.

Considerando al *blog* como una unidad que puede separarse de un modo un tanto burdo en dos grandes elementos, una primera agrupación comprende los elementos visuales o de diseño en los que encontramos el número de columnas en los que se divide, así como el uso del color tanto en el fondo como en cada entrada, y la(s) tipografía(s) empleadas. Cabe mencionar que las combinaciones posibles no son necesariamente indicadores de expresión, esto en algunas ocasiones es porque el bloguero elige de entre una serie de plantillas que el servidor ha establecido como preliminares, igual pasa con la serie de colores tanto en el fondo, como para el texto e incluso las fuentes están predeterminadas, algunas veces hay

signos de un mínimo esfuerzo por diseñar estos espacios como sitios de expresión no verbal, probablemente una de las razones sea que lo que interesa para ellos no es el fondo sino el contenido en sí, también porque se puede llegar a una serie de combinaciones que potencian la posibilidad de que dos *blogs* no sean exactamente iguales –por las diversas combinaciones que se pueden lograr con las plantillas, los colores y las tipografías–. En un estudio de los elementos visuales de los *blogs*, las conclusiones revelan que escaso conocimiento de lenguaje *HTML* sigue siendo una fuerte limitante para personas que pueden llevar años utilizando una computadora y que, a pesar de ello, cuentan con habilidades computacionales operativas aceptables pero no avanzadas<sup>169</sup>.

Aunque la autenticidad se liga al uso de la imagen<sup>170</sup>, por cuestiones de la cultura occidental, pues es una forma de verificación que se considera pocas veces refutable, citemos la tan trillada frase una imagen dice más que mil palabras, en este caso una imagen ratifica lo que los interlocutores dicen. Hay, sin embargo, factores que no son visuales y que crean mayor credibilidad ante su público, hablemos ahora de los aspectos no visuales de los *blogs* que imprimen un alto grado de autenticidad, entre los que se encuentran: (a) la institución a la que pertenece tal *blog*, generalmente éste pasa a ser una extensión del prestigio del que goza dicha institución; la reputación de un *blog* puede ganarse con base en su esfuerzo por (b) citar sus fuentes, obteniendo así credibilidad en sus contenidos; (c) la ideología, cuando con cada palabra el autor define y defiende una postura sobre la realidad en sus diferentes facetas; (d) la actualización, pues como también ya se he dicho corresponde al nivel de involucramiento que el autor le imprime cada vez que se esfuerza por entregar a sus lectores una entrada nueva; (e) ser un experto tecnológico, lo que da otras formas de presentar los contenidos y hacerlos atractivos o que van más allá de lo que las herramientas preestablecidas permiten<sup>171</sup>. En este momento expresamos la intención de conocer al objeto de estudio por aproximación a los sujetos que lo hacen posible, en seguida nos ocupamos de este asunto.

---

<sup>169</sup> Scheidt Lois Ann y Elijah Wright (200?) “Common Visual Design Elements of Weblogs”, disponible en: <[http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/common\\_visual.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/common_visual.html)>. Fecha de consulta: julio de 2009.

<sup>170</sup> Badger, Meredith (200?) “Visual Blogs”, disponible en: <[http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/visual\\_blogs.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/visual_blogs.html)>. Fecha de consulta: julio de 2009.

<sup>171</sup> Thompson, Gary (200?) “Visual factors in constructing authenticity in weblogs”, disponible en: <[http://www6.svsu.edu/~glt/ICA\\_visauth\\_index.html](http://www6.svsu.edu/~glt/ICA_visauth_index.html)>. Fecha de consulta: julio de 2009.

## 2.3 Bloguero: sujeto que se expresa

En esta parte del escrito centraremos la atención en las personas que mediante sus prácticas cotidianas hacen posible el fenómeno *blog*, con anterioridad se hizo referencia a un cierto grado de conocimiento de diseño y lenguaje especializado que durante casi una década imposibilitó que la publicación en Internet de contenidos propios estuviera al alcance de un usuario promedio, es decir, con un nivel mínimo de habilidades para manejar una computadora con acceso a Internet. Una apertura clave se dio gracias a que los servidores pusieron al alcance las herramientas que podían ser usadas por cada vez más internautas, reconfigurando de esa manera el papel “pasivo” que tradicionalmente venían desempeñado con relación a los llamados medios tradicionales –radio, prensa, televisión y cine– pasando a ser activos, aunque ésta no es una regla ya que aún predomina el perfil de consumidor.

En ese sentido términos como prosumidor<sup>172</sup> empezaron a ser comunes a la hora de tratar los temas relacionados con los nuevos medios, en el caso del *blog* destacan además de la sencillez el hecho de que no existan intermediarios para que alguien que quiera publicar una información pueda hacerlo, con lo que se llega, por una parte, a la democratización de medios tanto en el consumo, pero sobre todo en la producción de contenidos y, por la otra, al empoderamiento de los usuarios<sup>173</sup>. El empoderamiento y la apropiación son dos conceptos bien ligados, en la parte en la que se desarrolla el marco teórico que sustenta esta investigación puede verse la marcada presencia del primer concepto sobre el segundo.

Por su parte el término bloguero<sup>174</sup> permite distinguir a los que escriben respecto a los que leen *blogs*<sup>175</sup>, pues mientras el primero encuentra en su uso la satisfacción de la necesidad de expresión, el segundo lo hace por un deseo de interacción que logra a partir de la lectura de las experiencias, pensamientos y posturas de quien escribe<sup>176</sup>. En otras palabras un bloguero se caracteriza por ser un prosumidor, debido a que elabora y publica contenidos

---

<sup>172</sup> El surgimiento de esta palabra se adjudica a Toffler quien desarrolla la idea en la que básicamente se unen un productor y un consumidor de mensajes o contenidos, gracias a la tecnología y de acuerdo a este planteamiento una misma persona puede llegar a desempeñar ambos roles dando lugar al prosumidor o *prosumer*. Ver Toffler, Alvin (1981) *La tercera ola*, Bogotá: Ediciones nacionales.

<sup>173</sup> Esta cualidad es resaltada por Piscitelli, Mayans, Orihuela y Gutiérrez durante la entrevista realizada por Octavio Islas (2006) “Entrevista” en *Diálogos de la Comunicación* 76.

<sup>174</sup> Preferimos escribirlo así en lugar de *blogger* como abunda en la literatura –porque queremos dar un énfasis en lo hispano–.

<sup>175</sup> Tremayne (2007) *op.cit.*, p. VII.

<sup>176</sup> Trammell (2009) *op.cit.*, p. 16.

para que otros los consuman, en algunos casos los temas que tratan en sus entradas o publicaciones no son exclusivamente de su autoría, incluso hay *blogs* que se limitan a copiar contenidos de otros sitios y por lo tanto no hay trabajo por parte del administrador o se limita al de búsqueda de información, aunque son de hecho de gran utilidad, este tipo de *blogs* no encajan en el perfil que se busca en el trabajo. El bloguero luego de producir sus propios contenidos se convierte en difusor de sus productos, pues la intención la mayor parte del tiempo no es cumplir metas de tipo intrapersonal, sino en otros niveles de comunicación tales como la interpersonal, grupal e incluso a un nivel masivo, por eso el *blog* se hace público poniendo de esa manera los contenidos al alcance de los otros, quienes pueden ser familiares, amigos, compañeros, colegas o perfectos extraños<sup>177</sup>.

En teoría parece que las posibilidades de que alguien lea un *blog* son enormes, en la realidad prácticas fuera de línea no dejan de hacerse presentes en los nuevos medios, en este sentido únicamente el 20% de *blogs* acapara el 80% de tráfico total en este tipo de sitios<sup>178</sup>, los lectores como consumidores de cualquier producto mediático siguen pautas que llevan a una especie de monopolio<sup>179</sup> y no intentan consultar otros sitios que no sean los que acostumbran aún teniendo miles o millones de opciones en su propio idioma.

La mayor parte de los lectores y seguidores de un *blog* salvo algunas excepciones conocen, comparten y por tanto son capaces de entender lo que se publica en cada entrada, inclusive son parte de la vida fuera de línea de su autor. En otros pasa exactamente lo contrario, quienes siguen y apoyan con sus comentarios el sitio son completos desconocidos, principalmente cuando hay de por medio un estigma<sup>180</sup> social o alguna otra situación que no permita que quien escribe lo haga con total libertad, ya sea porque es mal visto por quienes le rodean o porque decirlo implicaría enredos o problemas acerca de quien escribe o simplemente porque tiene mayor afinidad con personas de otras latitudes y no con los que le rodean. Independientemente de si se conoce o no al autor en persona, lo que hemos

---

<sup>177</sup> Con base en las estadísticas de usuarios de Internet en el que escriben Nardi *et ál.* (2004) *op.cit.*, p. 7. Los autores reflexionaron acerca de la posibilidad remota pero que no dejaba de ser posible de estar expuesto ante 900 millones de personas y las implicaciones de revelar información personal a todo el que pueda y quiera consultarla.

<sup>178</sup> Chesher, Chris (2005) "Blogs and the crisis of authorship", disponible en: <[http://incsub.org/blogtalk/?page\\_id=40](http://incsub.org/blogtalk/?page_id=40)>. Fecha de consulta: julio de 2009.

<sup>179</sup> *Ibidem.*

<sup>180</sup> El bloguero hace un esfuerzo por expresar y compartir su *self* Green (2001) *op.cit.*.

tratado de explicar en este párrafo es que los *blogs* son considerados predominantemente como un modo de comunicación interpersonal<sup>181</sup>.

Un concepto muy arraigado con la comunicación interpersonal es la autorrevelación<sup>182</sup> que se entiende como la cantidad de información privada que una persona está dispuesta a compartir con los demás de manera intencional y voluntaria con la finalidad de establecer un vínculo con los otros, ya que los datos que revela sirven para crear entre los participantes del proceso comunicativo un cierto nivel de confianza que les ayuda a desarrollar una relación interpersonal. La autorrevelación debe basarse en criterios como ser gradual, selectiva, recíproca y apropiada, el factor que aquí nos interesa tiene que ver con todos los anteriores criterios pero especialmente con la correspondencia que lleva la persona que revela con la que escucha, ve o en este caso lee. De acuerdo con investigaciones sobre el asunto, las personas tienden a autorrevelarse con frecuencia y en buena cantidad con aquellos que sienten mayor confianza, generalmente mantienen con ellos una relación bastante cercana, pero igual puede ocurrir con gente extraña –con la que se sabe que difícilmente se tendrá contacto físico–, por lo tanto podemos explayarnos sin temor alguno<sup>183</sup>.

Se dice que el anonimato influye considerablemente en la autorrevelación porque propicia que la persona que está proporcionando información sobre sí lo haga aún si el momento es poco adecuado, si se da demasiada información sobre un tema muy privado, porque no importa quienes lo vayan a leer, ya que no hay forma de relacionar esa información con quien la escribió y no tiene que haber reciprocidad por parte del lector, si bien se pueden hacer comentarios poco importa lo que el extraño pueda opinar sobre la vida personal.

El anonimato es considerado aquí como un estatus en el que una persona no puede ser identificada, éste ha sido un punto tratado en otras formas de CMC pues se cree que la facilita sobremanera<sup>184</sup>. En el caso que nos ocupa el anonimato puede ser visual o discursivo, ello dependerá del grado de información escrita o gráfica que el autor de un *blog* esté dispuesto a dar a conocer, puesto que se encuentra en completa libertad para revelar o no información personal sobre su nombre, sexo, localización geográfica,

---

<sup>181</sup> Chris Chesher (200?) *op.cit.*.

<sup>182</sup> McAuley citado por McEntee, Eileen (2003) *Comunicación oral*, México: McGraw-Hill, p. 33.

<sup>183</sup> *Ibidem*, p. 35.

<sup>184</sup> Qian y Scott (2007) *op.cit.*, p. 1429.

ocupación, edad, entre otros datos, digamos que los servidores dan tres opciones de anonimato a incluir en el perfil que va del total al nulo, pasando por el parcial<sup>185</sup>, se puede si se quiere mostrar una foto personal o de alguien más, poner un seudónimo o el nombre real; no dejar ver quienes somos sino la punta del iceberg revelando ciertos datos y ocultando otros.

Cabe por tanto la posibilidad de que la persona llegue a convertirse en exhibicionista<sup>186</sup>, sin duda eso no estaría desligado de la realidad sociocultural a la que el autor se encuentra inscrito, marcada ya por otros medios como la televisión cuyos últimos éxitos se han enfocado cada vez más a la exposición de los sujetos en situaciones aparentemente reales y cotidianas. La diferencia estriba en que en el caso de los medios tradicionales hay una selección de los integrantes del *reality*, en cambio, en los *blogs* o páginas personales cualquiera que quisiera transmitir fragmentos de su vida en línea podría hacerlo y nadie podría impedirselo, quizá la desventaja mayor estará en recibir tráfico que pueda considerarse aceptable debido a que carecen de la fama que gozan ciertos personajes de los *tele shows*. El *blog*, de hecho, es una fuente de información personal que puede rebasar fácilmente la barrera entre una autorrevelación que llegue hasta el mínimo detalle en asuntos verdaderamente íntimos, en nuestros días ser un exhibicionista o un voyerista se encuentra potenciado por el uso de ciertas TIC cuyo ejemplo más representativo puede llegar a ser Internet<sup>187</sup>.

El párrafo precedente no pretende hacer pasar a todos los autores de *blogs* como exhibicionistas, sino de mostrar la autorrevelación moderada como una herramienta útil tanto para establecer relaciones sociales como para la presentación del yo<sup>188</sup>. El primer punto se extenderá en el apartado de blogósfera, para el segundo retomaremos la propuesta que se ha aplicado al análisis de entornos virtuales, en el caso específico de un foro de discusión; denominadas metafóricamente como puestas en pantalla hacen referencia a “[...] el conjunto de declaraciones que realizan los y las intervinientes en este espacio virtual bajo

---

<sup>185</sup> *Ibidem*, pp. 1430-1432.

<sup>186</sup> Braudillard, Jean (1988) “El éxtasis de la comunicación” en Foster, Hal (ed.) *La posmodernidad*, México: Káiros, pp. 193-195. Se observa una propensión a la obscenidad por mostrar lo más íntimo en los medios de comunicación, en palabras del autor es la “obscenidad de lo visible, de lo demasiado visible, de lo más visible que lo visible”, que bajo el pretexto del anonimato que se puede llegar a tener en Internet abusa de la exposición de lo personal.

<sup>187</sup> Miller y Shepherd (2004) *op.cit.*

<sup>188</sup> Van House (2004) citado por Qian y Scott (2007) *op.cit.*

la posibilidad u horizonte de que van a ser leídas, interpretadas y contestadas por otros usuarios”<sup>189</sup>. Pese a no descartar la modificación, nuestras unidades de análisis partirán de las puestas en pantalla que proponen los autores, las cuales son: 1) yo protector, 2) yo intimista, 3) yo aleccionador, 4) yo adulator, 5) yo denunciador, 6) yo regulador, 7) yo propositivo, y 8) yo reactivo.

Además de implicar un ejercicio de proyección del yo, el *blog* viene a resignificar el rol de la persona en la autoría reafirmando que detrás de todo texto escrito existe una voz dispuesta a narrar lo que hay en su entorno<sup>190</sup>, pese a que el nivel de anonimato puede llevarnos a pensar que no hay autores a los que se les pueda adjudicar un texto o que con el plagio no se puede saber quién es el verdadero autor de entre millones<sup>191</sup>. En lugar de dudas sobre la autoría, encontramos detrás un ejercicio valioso que se atreve a narrar otras formas de historia<sup>192</sup> tan necesarias en el mundo y todavía más en países como el nuestro. La experiencia que ha de tenerse como valiosa es: la apertura misma a otras formas de nombrar y pensar las situaciones por las que atravesamos hombres y mujeres de todo el mundo. Aunque definitivamente siguen haciendo falta historias y realidades que integren la diferencia, desafortunadamente no en todos los casos aplica, por tanto hay que insistir en que la inclusión de los que históricamente han callado sea posible; y, en tanto poner atención a lo que hacen quienes tienen la posibilidad y se encuentran ejerciendo el derecho de informar y ser informado.

Es cierto que Occidente tiene un gran deuda con el resto del mundo, pero sobre todo la deuda la tenemos con nosotros mismos, una buena forma de empezar a saldarla es vivir sin miedo y sin rechazo al otro<sup>193</sup>, dar el beneficio de la duda a quienes viven, piensan y sienten diferente, por el simple hecho de que no hay todavía parte que detente la verdad absoluta. Tal relatividad y la circulación de las verdades implica de por sí un esfuerzo por lograr un mundo menos vertical y más incluyente, entonces es por demás favorable que haya a disposición de quienes así lo deseen, espacios destinados a narrar la historia desde su forma

---

<sup>189</sup> Gálvez Mozo, Ana Ma. y Francisco Tirado Serrano (2006) *Sociabilidad en Pantalla: un estudio de la interacción en los entornos virtuales*, España: Editorial UOC. Los autores parten de la metáfora dramática de Goffman.

<sup>190</sup> Chris Chesher (200?) *op.cit.*.

<sup>191</sup> Para algunos teóricos la autoría desaparecería en los nuevos medios. *Ibidem*.

<sup>192</sup> Nos referimos a Charles, Taylor (2006) *op.cit.*.

<sup>193</sup> En acuerdo con Bauman, Zygmunt (1997) “Modernidad y ambivalencia” en Josexo Beriain (comp.) *Las consecuencias perversas de la modernidad*, Barcelona: Anthropolos, pp. 73-119.

peculiar de ver la realidad. Precisamente abordar el tema de los *blogs* permite acercarse a la información que estos escritos en línea pueden arrojar sobre las realidad(es) social(es) en las que se encuentran inmersos los autores de las bitácoras, aunque no todos los que lo escriben tengan plena conciencia de hacerlo están proyectando junto con ellos<sup>194</sup> el mundo que les rodea<sup>195</sup>. Esto es importante porque la percepción de la realidad históricamente se ha ligado con unos pocos que la escriben, esta es una oportunidad de registrarla por parte de sujetos que generalmente son excluidos de las versiones oficiales<sup>196</sup>.

A manera de cierre queremos tratar un asunto que viene a contradecir un poco la idea de democratización, haciendo notar que incluso en las prácticas en línea la verticalidad no deja de hacerse presente, en lo que respecta al género. En un principio porque la seriedad y la capacidad para redactar de forma adecuada se ligan con ciertos grupos sociales, de los que se excluyen principalmente a los jóvenes y las mujeres cuyos contenidos e información son desechados de antemano y con propósitos de investigación pocas veces tomados en cuenta<sup>197</sup>, en cambio son los hombres a quienes se les asocia con la escritura formal y la que hay que prestar atención<sup>198</sup>. En el caso de los *blogs* los análisis muestran –con un sesgo un tanto sexista– que mientras los de tipo filtro son elaborados principalmente por los hombres, las mujeres presentan tendencias a escribir diarios personales<sup>199</sup>, que se supone son cursis y sentimentales. En el uso de otras formas de CMC las mujeres siguen siendo más corteses, expresivas, y menos participativas en foros de discusión, en contraste los hombres son groseros, sarcásticos y escriben mensajes largos<sup>200</sup>. Las diferencias

---

<sup>194</sup> Vizer, Eduardo (2003) *La trama invisible de la vida social*, Buenos Aires: La Crujía, p. 205. El autor dice “Hay tecnologías que nos permiten proyectarnos 'real o imaginariamente' en el tiempo y en el espacio”. Proyectar un yo de manera directa, es decir, sin la intervención de terceros es un inicio para terminar en parte con el estigma hacia ciertos grupos y con los imaginarios negativos en torno a sus prácticas –mismas que en los medios masivos, incluyendo los libros, la televisión, el cine y la radio se han mostrado de manera abiertamente parcial–.

<sup>195</sup> De Kerckhove, Derrick (1999) *La piel de la cultura, investigando la nueva realidad electrónica*, México: Gedisa.

<sup>196</sup> Ver Michel Foucault citado por Giddens, Anthony (1991) *La teoría social hoy*, México: Alianza.

<sup>197</sup> Herring, et ál. (2004) *op.cit.*, p. 12.

<sup>198</sup> Los *blogs* de política o temas afines son considerados asertivos, racionales y competentes y completamente masculinos. Chesher (200?) *op.cit.*.

<sup>199</sup> Herring, Susan y John C. Paolillo (2006) “Gender and Genre Variation in Weblogs” en *Journal of Sociolinguistics* 10 (4), disponible en: <<http://www.blogninja.com/jslx.pdf>>. Fecha de consulta: julio de 2009, p. 440.

<sup>200</sup> *Ibidem*, p. 442.



sociodemográficas<sup>201</sup> tales como la edad y el sexo siguen imprimiendo su estela en medios en donde se supone que la sencillez haría que cualquiera con deseos de publicar encontrara en ciertos espacios la libertad y la oportunidad de hacerlo, pues ya no existirían más las barreras que controlaban en los medios tradicionales la producción, la distribución y el consumo de mensajes<sup>202</sup>. Sin embargo, la apertura se ve seriamente limitada por valores culturales occidentales todavía verticalistas, en donde si se retoma el concepto de barreras de tipo simbólico<sup>203</sup>, la apropiación de cualquier recurso material o simbólico se ve afectado por situaciones que ponen en desventaja a ciertas personas, (re)produciéndose con ello la desigualdad que por lógica se opone a los ideales de la democracia, las prácticas en este tenor son la prueba más contundente de una posible diferenciación entre los individuos. Veamos ahora en qué consiste la práctica del blogueo.

## 2.4 Blogueo: fenómeno social en expansión

Durante la segunda mitad de los noventa se sumaron a la práctica social del blogueo millones de personas “el público se ha lanzado a la conquista de los medios. Ya nadie quiere ser informado y callar. Muchos quieren difundir su propia información, y algunos lo hacen con especial destreza”<sup>204</sup>. La sencillez de la práctica permite su acelerado crecimiento en sectores sociales que no necesitan ser expertos en temas relacionados con la WWW; lo amigable en su empleo y los bajos costos tecnológicos lo hicieron un candidato

---

<sup>201</sup> En ya citado estudio de Herring, *et ál.* (2004) el 54.2% de los *blogs* analizados pertenecían a un hombre; el 60% de los blogueros eran adultos.

<sup>202</sup> Chesher (200?) *op.cit.*.

<sup>203</sup> Que emplea Reygadas (2004) “Las redes de la desigualdad: un enfoque multidimensional”, en *Política y Cultura*, núm. 22, México: UAM-Xochimilco, para explicar las diferencias que socioculturalmente son establecidas de maneras sutiles pero que marcan fuertes diferencias entre los miembros de un grupo respecto al resto. La sobrevaloración, que mencionamos antes, es otro de los dispositivos simbólicos para acentuar la desigualdad.

<sup>204</sup> Varela, Juan (2005) “Blogs vs. MSM. Periodismo 3.0, la socialización de la información” en *Telos* 65, disponible en: <<http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idArticulo=7&rev=65>>. Fecha de consulta: julio 2009.

idóneo para los usuarios que buscaban formas menos verticales para establecer comunicación<sup>205</sup>, intentando de paso tomar un poco de distancia respecto a los *media* tradicionales que pocas veces dejaron espacio para la participación de sus audiencias con las que establecieron más bien una relación basada en un modelo autoritario<sup>206</sup>.

Tanto para los productores de contenidos como para sus consumidores, la participación en un *blog* ofrece una relación más horizontal, por lo menos en teoría, en la realidad puede diferir hasta el grado en que un *blog* puede llegar a ser tan cerrado a la participación como cualquier otro medio, sin embargo, la interacción entre las partes puede y de hecho se da con bastante frecuencia propiciando una conversación y por tanto un intercambio de puntos de vista<sup>207</sup>. Esta actividad comunicativa, entre quienes publican y comentan las entradas, es un elemento clave a la hora de tratar de entender su crecimiento exponencial entre ciertos sectores, lo mismo sucede respecto al tiempo y recursos de otro tipo que un bloguero suele invertir en la actualización de su sitio sin que por ello reciba algún tipo de remuneración económica –no estamos juzgando que los destine al blogueo, sino reconociendo que detrás de algunos *blogs* hay un notable esfuerzo—. Incluso puede aseverarse cierto compromiso entre el bloguero y sus lectores, desde la toma de decisión de empezarlo<sup>208</sup> y por supuesto mantenerlo funcionando con un nivel de calidad que le permita conservar cautivos a sus seguidores, aunque consideramos que fundamentalmente involucrase en la práctica social del blogueo debe ser un acto libre, consciente –y completamente pertinente dentro del marco de la SI<sup>209</sup> pues ello sugiere un cierto control por parte de los usuarios hacia las Tecnologías de Información y Comunicación; primordialmente que se las puede hacer propias, significativas y con pleno sentido de uso–.

---

<sup>205</sup> Cervera, José (2006) “Una teoría general del blog”, en Cerezo, José Manuel (ed.) *La blogósfera hispana: pioneros de la cultura digital*, España: Fundación FranceTelecom, disponible en: <[http://www.fundacionorange.es/areas/25\\_publicaciones/la\\_blogosfera\\_hispana.pdf](http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/la_blogosfera_hispana.pdf)>. Fecha de consulta: mayo 2009. Aunado a ello, los *blogs* comienzan a usarse como medios alternativos de información en momentos históricos clave, entre los que podemos contar los ataques a las Torres Gemelas, los ataques terroristas en Londres y en España y la Guerra del Golfo.

<sup>206</sup> Trejo Delarbre, Raúl (2006) *Viviendo en el Aleph. La Sociedad de la Información y sus laberintos*, Barcelona: Gedisa.

<sup>207</sup> Herring, *et ál.* (2004) *op.cit.*, p. 3.

<sup>208</sup> Nardi *et ál.* (2004) *op.cit.*, p. 3.

<sup>209</sup> Gurak, Laura J. (2008) “The Psychology of Blogging: You, Me, and Everyone in Between” en *American Behavioral Scientist* 52(1).

Al tratarse de una actividad privada llevada a un escenario público<sup>210</sup>, el tener un *blog* de tipo personal abierto a inspección de casi cualquier usuario, el bloguero supone tener pleno conocimiento de la posible intervención de un tercero en aspectos íntimos y personales, dicho en otras palabras, son contenidos privados para consumo público por lo tanto acarrea un reconfiguración de lo público y lo privado<sup>211</sup> debido a que el hecho de escribir en línea no puede considerarse un acto que deba permanecer oculto, sino por el contrario es resultado de una serie de esfuerzos por hacerse presente y visible dentro de un entorno que de otra manera no consideraría dar cuenta de su existencia. Poner la información pasa a ser también una forma de llamar la atención de los demás, para eso se tiene que estar dispuesto a compartir parte de lo que se conoce, se piensa y se siente, incluso de lo que se vive de manera cotidiana, de tal suerte que estas publicaciones permitan poner en común al que escribe con los otros.

Entre las propuestas que se han elaborado para tratar de entender por qué durante los últimos años es cada vez más frecuente la creación de páginas de este tipo<sup>212</sup> revisaremos aquellas que parten de la teoría de uso y gratificaciones, hasta algunas incluso desde perspectivas psicológicas y por supuesto las que se centran en el proceso comunicativo. Comenzaremos con una agrupación que comprende tres motivaciones para crear un *blog*, la primera es la búsqueda de información, luego encontramos la construcción de reputación y la de expresión personal<sup>213</sup>. El primer motivo tanto como el tercero ya lo hemos tratado previamente debido a que algunos *blogs* de tipo filtro han recopilado noticias o temas relacionados con intereses muy particulares, y a que el propietario del *blog* tiene plena libertad para publicar cualquier tema, en el tono y postura que mejor le parezca o convenga a sus intereses. Por su parte, la construcción de reputación puede hacerse desde el lado periodístico al proporcionar una plataforma para los que desean dar a conocer su trabajo y no cuentan con el apoyo de un medio tradicional para ello, no obstante, cualquier otra formación profesional cabe dentro de este inciso, puesto que no sólo en el ámbito periodístico es importante ser (re)conocido; finalmente la expresión personal busca lo mismo.

---

<sup>210</sup> *Ibidem*, p. 64.

<sup>211</sup> Hyunwoo (2005) *op.cit.*, p. 7.

<sup>212</sup> “Somos testigos de todo un `blog bang” según Flores Vivar, Jesús (2008) “Los blogs en la reivindicación del periodismo y los medios” en *Diálogos de la Comunicación* 76.

<sup>213</sup> Ueland citado por Hyunwoo, Kim (2005) *op.cit.*, p. 4.

Desde un punto de partida completamente psicológico se supone que el bloguero ha encontrado un espacio donde puede expresarse hablando de sí mismo tantas veces como quiera, estas posturas lo describen como un egocéntrico personaje que tiende a centrar su escritura y la de sus lectores en torno a su persona, por si fuera poco la velocidad de transmisión de los datos, el alcance potencial que pueden llegar a tener, así como la cuestión del anonimato ayudan a que se fomente una actitud ensimismada por parte del dueño del *blog*<sup>214</sup>.

Por su parte la teoría de los usos y gratificaciones aplicada al caso de los *blogs* y otras formas de CMC se compone de cuatro ejes que aglomeran varios motivos, estos son diversión –escape, entretenimiento y distracción–; utilidad social–interacción, expresión del yo, y la adquisición de información para uso interpersonal–; identificación personal –reforzamiento de actitudes, valores o ideas–; y, vigilancia –aprendizaje de la propia comunidad, eventos y asuntos políticos<sup>215</sup>–.

Una tercera propuesta centrada en la comunicación distingue cinco principales motivaciones: la primera es mantener un diario personal en línea; la segunda consiste en convencer a otros de una opinión respecto a algo; la tercera se centra en la expresión de las emociones; la cuarta se refiere al ejercicio mental implícito en la práctica de creación y mantenimiento de un *blog*; la quinta pone atención en la construcción de la comunidad en línea<sup>216</sup> dentro de esta misma corriente otra proposición consta de una serie de elementos que pueden complementarse con la anterior. En este orden de ideas la autodocumentación bien podría relacionarse al mantenimiento del diario personal; luego el perfeccionamiento de los hábitos y estilos escriturales, igualmente el de la propia profesión puede corresponder al ejercicio mental; la articulación de la personalidad y el entretenimiento personal con la expresión de las emociones; finalmente la adquisición de información, pasar el rato y socializar con otros se podrían asociar a lo relacionado con construir comunidad<sup>217</sup>. Tomando en consideración que un *blog* tiene componentes que lo hacen un acto público y privado, las identidades que pueden proyectarse en esos espacios en línea

---

<sup>214</sup> Gurak (2008) *op.cit.*, p. 63.

<sup>215</sup> Ruggiero (2000) citado por Trammell (2009) *op.cit.*, p. 7.

<sup>216</sup> Nardi *et ál.* y Schiano *et ál.* citados por Tan, Wee-Kek y Teo Hock-Hai (2009) “Blogging to express self and social identities, any one?”. 17th European Conference on Information Systems, disponible en: <<http://www.ecis2009.it/papers/ecis2009-0079.pdf>>. Fecha de consulta: julio de 2009, p.3.

<sup>217</sup> *Ibidem*. Propuesta del propio autor quien trata de construir una perspectiva holística.

pueden en el mismo sentido servir a la identidad individual –representar la voz identificable de su autor, su cotidianeidad, sus imágenes y sus contenidos– como a una identidad colectiva –aun si el *blog* no es escrito por varias personas existen formas de vincularse a partir de los enlaces usados dentro del *blog*–.

A partir del *blogroll* y el *tracback*, las comunidades que se forman pueden tratarse desde la perspectiva del tribalismo propuesta en los ochenta por Maffesoli, misma que ha servido esencialmente para el estudio de lo urbano, para nosotros es acertado retomarla pues como él lo explica en las sociedades contemporáneas como la nuestra<sup>218</sup>, existe cierta inclinación a romper con uno de los pilares que sustentó a la modernidad, hablamos del individualismo, representado por el hombre *economicus* o *politicus* poseedor de una necesidad de basar sus relaciones sociales en razones instrumentales, “que todo valga sólo en la medida en que sirve, en que se sustenta en la utilidad”<sup>219</sup>. Esta mutación presente en las formas de socialización<sup>220</sup> dio paso al *homo aestheticus*, quien tiene necesidad de definir su identidad por medio de la autoafirmación dentro de un grupo que lo separa de la otredad –yo sé quien soy porque no soy como ellos, pero tengo similitudes con nosotros– reafirmando así y por medio de un *habitus*<sup>221</sup> dentro de una comunidad que se caracteriza por ser un tanto efímera y flexible en el sentido que no hay un contrato entre quienes lo integran, se puede pertenecer y dejar de formar parte con una relativa facilidad<sup>222</sup>.

---

<sup>218</sup> Maffesoli, Michel (2004) *El tiempo de las tribus*, México: Siglo XXI, pp.9, 15. La posmodernidad es vivida en forma de tragedia en América Latina, en tanto que Europa hay más bien un ambiente dramático, no obstante el tribalismo es sumamente compatible con las culturas hispanas.

<sup>219</sup> Maffesoli, Michel (2000) “Sociedad o comunidad: tribalismo y sentimiento de pertinencia” en Eduardo Portella (ed.) *Caminos del pensamiento, hacia nuevos lenguajes*, París: UNESCO, p. 250.

<sup>220</sup> Maffesoli, Michel (2004) *op.cit.*, pp. 49, 152. Hay una diferencia entre lo social cuya estructura mecánica pertenece a la modernidad y que caracteriza a las organizaciones económico-políticas, en las que el individuo cumple una función muy específica, por tanto se habla de agrupamientos contractuales en los dominios cultural, productivo, sexual e ideológico. En contraste a la socialidad le incumbe lo complejo y lo orgánico, en forma de solidaridad hacia los demás, en ella se integran la naturaleza y la proxémica, el vaivén entre la masa y lo tribal permite relaciones táctiles, en un sentido general desembocan en las tribus afectivas, ahí las personas tienen un papel que les otorga mayor flexibilidad y pertenencia a múltiples tribus. En resumen lo que distingue a la socialización es que viene de arriba y la socialidad desde abajo.

<sup>221</sup> *Ibidem*, pp. 70 y 136. Se apoya en Mauss para referirse a una cierta costumbre o prácticas cotidianas que los individuos, los grupos y las sociedades usan para diferenciarse de los otros tanto en el vestido, la vivienda, los muebles, entre otros.

<sup>222</sup> *Ibidem*, p. 250. Nadie está obligado a pertenecer o permanecer, la relación es libre y se entiende como una necesidad hacia el otro a quien se puede acudir al llegar la ocasión, a diferencia de la lógica de la Ilustración no se busca el beneficio ni siquiera se espera aunque cuando aparece es bienvenido, se vive en un interminable “romance tribal” también se acepta que el fin es inminente una vez que se ha iniciado la relación.

El tribalismo no es un fenómeno exclusivo de las sociedades contemporáneas, aunque así se crea, su existencia ha sido una constante en la historia de la humanidad, por lo mismo debe considerársele ante todo como una fenómeno cultural –no político ni económico<sup>223</sup>–. Respecto al nomadismo que caracteriza especialmente a las prácticas juveniles, tanto en línea como fuera de ella, el *blog* se convierte en un lugar al que se puede pertenecer un tiempo y luego cambiarlo por otro “lugar de encuentro” con personas que sean más afines, es decir, se presenta un vaivén que posibilita que los sujetos vayan buscando de acuerdo con necesidades muy particulares el lugar donde se sientan cómodos y aceptados.

También los fenómenos culturales –novedosos o resurgidos– como el neotribalismo remiten a la figura del “niño eterno”, la cual aparece justo para hacer evidente el rechazo a la perfección, que en la modernidad se constituía en una de sus metas más importantes, también la infancia remite a una inestabilidad en las condiciones bajo las que se vive<sup>224</sup>, la juventud como lo veremos más adelante se prolonga cada vez más, primero porque los sujetos adquieren las responsabilidades de vida adulta a edades más tardías –algunas veces su incorporación a la vida productiva se retarda por las condiciones laborales– y luego porque dentro de sus tácticas para ganar aceptación entre sus lectores o seguidores está presente la imagen del bloguero que no se toma la vida tan en serio. En este orden de ideas podemos hablar de un ambiente propicio, las mismas TIC lo son como ya se ha mencionado, también las megalópolis como la ciudad de México para el surgimiento de las tribus de amistad –entendidas aquí como agrupaciones cuyo único propósito es estar al lado de otros, para vivir experiencias desde lo emocional, no hay como hemos dicho otro objetivo en esa adherencia–.

Retomemos ahora algunas particularidades de las neotribus aplicables al caso *blog*. En cuanto a lo concerniente a la entrada o salida de una persona se encuentran permisos tácitos, con una complicidad entre quien ingresa y los ya miembros, ello dependerá entre otras cosas del grado de *feeling* entre los mismos, a medida que pasa el tiempo se llega a la aceptación o rechazo por cualquiera de las partes implicadas, de lo anterior depende el tiempo de vida de o en el microgrupo. En el caso de los blogueros, de naturaleza colectiva

---

<sup>223</sup> *Ibidem*, p. 27.

<sup>224</sup> Maffesoli, Michel (2006) “Postmodernidad. Las criptas de la vida” en *Cuaderno Venezolano de Sociología*, disponible en: <[http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/122/122152\\_20.pdf](http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/122/122152_20.pdf)>. Fecha de consulta: julio 2009, pp. 421 y 426.

principalmente, debe de haber un grado de afinidad entre los que participan tanto en publicaciones como en comentarios, si hay desacuerdo entre el tratamiento de los temas será difícil que el *blog* siga abierto o que tenga un alto grado de participación. Aunado a ello, existen rituales en torno a esta práctica, tales como “ser habitual”, o sea proponer contenidos y dejar comentarios como una huella para que los otros sepan que estuviste ahí, puede que el tener un *blog* sea un rito en sí –tribu y ritual, ambas nociones son retomadas con implicaciones menos fuertes que en la antropología– porque conlleva tiempo para actualizarlo, la no actualización es la muerte misma del *blog*. Un rito de iniciación es, sin duda, la primera entrada, que representa la apertura del espacio en el que el autor verterá trozos de su vida, generalmente se anuncia su ingreso a la actividad bloguera, a la cual está dispuesto a dedicar tiempo y esfuerzo, dicho de otro modo es un compromiso que se asume de manera personal, no obstante, como se mencionó antes, puede dejarse de lado parcial o definitivamente en el momento que se desee<sup>225</sup>.

La ayuda dentro de la comunidad o bien el apoyo que se dan los miembros entre sí, está también fuera de toda lógica instrumental<sup>226</sup>, en *blogs* de mujeres jóvenes pro anorexia<sup>227</sup> se aprecia una especie de grupo de autoayuda en el que las otras<sup>228</sup> soportan la intención de la autora de someterse a periodos prolongados de ayuno, hacen que no desista de su meta y es que “la imagen del tribalismo en su sentido estricto simboliza el reagrupamiento de los miembros de una comunidad específica con el fin de luchar contra la adversidad que los rodea”<sup>229</sup>.

En la comunidad bloguera pueden utilizarse algunas otras metáforas ligadas al neotribalismo. El aura estética<sup>230</sup> es la primera de ellas, a causa de una empatía entre las

---

<sup>225</sup> Bauman, Zygmunt (2001) *La posmodernidad y sus descontentos*, Madrid: Akal, p. 156. Dice el autor que los posmodernos no viven bajo reglas duras, severas e inquebrantables.

<sup>226</sup> Maffesoli, Michel (2006) *op.cit.*, p. 397 “un hedonismo tribal, donde la solidaridad, la ayuda mutua y la generosidad tienen su parte”, los vínculos que se entablan entre los miembros del grupo son menos pensados y con una carga emocional que proporciona cohesión al interior de dicha agrupación.

<sup>227</sup> Aquí se entiende no como trastorno alimenticio sino como estilo de vida. Ver Giddens, Anthony (2000) *Modernidad e identidad del yo: el yo la sociedad en la época contemporánea*, Barcelona: Península.

<sup>228</sup> El estudio reporta casos de mujeres, uno de los filtros empleado por la autora fue el sexo.

<sup>229</sup> Maffesoli, Michel (2004) *op.cit.*, p. 10.

<sup>230</sup> Maffesoli (2004) *op.cit.*, propone el "paradigma estético" cuando habla del yo como una multiplicidad y del ambiente comunitario que propicia, por lo tanto hace referencia a lo que se experimenta o se siente en común, p. 54.

personas, desde el interaccionismo simbólico de Goffman<sup>231</sup>, el *blog* puede ser equiparado como escenario, los autores como actores y a los lectores como público, igualmente se puede utilizar la cualidad que esta corriente le da a la identidad personal de múltiple y reajutable de acuerdo al contexto para ganar credibilidad y aceptación social. Este tipo de comunidades “emocionales” presentan una tendencia al localismo, a ser efímeras, sin una composición estable, incluso carecen de organización y estructura internas<sup>232</sup>. Multiplicidad que sirve para describir la pertenencia e identidad de las personas, en esas nuevas tribus lo emocional y lo afectual están por sobre lo racional, en tanto las actividades ligadas a tener un *blog* son improductivas<sup>233</sup>, aunque un *blog* puede hacer ganar dinero a su administrador no es la idea central para todos los que tienen uno.

La experiencia ética<sup>234</sup> es la segunda metáfora, Maffesoli propone aquí una ley sociológica del *ethos* común en donde “lo que se privilegia no es tanto aquello a lo que cada *quien se va a adherir voluntariamente* (perspectiva contractual y mecánica) sino lo que es *emocionalmente común a todos* (perspectiva sensible y orgánica)”<sup>235</sup>. La conducta del bloguero se rige por un código ético, no cumplirlo es perder hasta cierto punto el respeto de los demás e incluso la membrecía, entre otras situaciones se incluyen la no ofensa a terceras personas, esto es no publicar contenidos que puedan dañar de alguna manera su imagen pública, no valerse de este medio como una forma de provocación ni permitir que otros lo hagan, ambos casos dejan entrever que hay un ambiente de cordialidad y no agresión, en sí un ambiente favorable para integrarse, participar y sentirse parte de la experiencia, sobre todo desear regresar a vivirla cada vez que sea posible<sup>236</sup>.

---

<sup>231</sup> Ver Goffman, Erving (2001) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires: Amorrortu, pp. 33-42.

<sup>232</sup> Weber citado por Maffesoli, Michel (2004) *op.cit.*, pp. 57 y 59. Usa en otro momento “comunidad de destino” para hablar de agrupaciones que podían tener diversos propósitos desde políticos, pasando por económicos e incluso algunos de ellos carecían de proyecto alguno.

<sup>233</sup> Maffesoli, Michel (2004) *op.cit.*, pp.159-160. Otra forma de referirse a la socialidad es “forma lúdica de socialización” en donde no hay una finalidad ni una utilidad que justifique las acciones que se llevan a cabo, en otras palabras es el *estar juntos sin empleo*.

<sup>234</sup> *Ibidem*, p. 242, “la constitución de los microgrupos, de las tribus que acompaña la especialidad, se hace a partir del sentimiento de pertenencia, en función de una ética específica y en el marco de una red de comunicación”, más adelante se tratará lo referente a la tecnología que se usa para establecer esa red.

<sup>235</sup> Maffesoli, Michel (2004) *op.cit.*, p. 67.

<sup>236</sup> Para ver otros comportamientos implicados con la ética bloguera se puede consultar la propuesta de Kuhn, Martin (2007) “Interactivity and Prioritizing the Human: A Code of Blogging Ethics” en *Journal of Mass Media Ethics* 22 (1).



La tercera, y última metáfora, es la centralidad subterránea<sup>237</sup>, esta puede entenderse con base a la metamorfosis del lazo social –que ha hecho que éste escape de la lógica instrumental– por consiguiente la amistad y la cercanía con los pares se constituye en el móvil principal y el mejor pretexto para tener encuentros cara a cara, compartir vivencias y experiencias. A pesar de poder relacionarse con blogueros de otros países, hay preferencia por hacerlo con los del propio, para encuentros presenciales se destinan ciudades importantes y geográficamente situadas en el centro, por ejemplo México, Puebla, Guadalajara –no es muy común hacer reuniones en estados del Sur y del Norte, precisamente para que asistan de cualquier estado, aunque los que acuden con mayor frecuencia son los que viven relativamente cerca de la región central–. El rol de la tecnología es catalizador de esta proclividad, facilita la adherencia voluntaria de los sujetos, al tiempo que permite una circulación libre de personas que entran y salen de la comunidad, pues su permanencia no está comprometida ni le absorbe más tiempo del que se está dispuesto a invertir en esas reuniones puntuales<sup>238</sup>, ni siquiera la presencia física es necesaria, a la vez que hay una dispersión dada por el ir y venir de la masa a la tribu<sup>239</sup>.

## 2.5 Blogósfera: contexto mundial e hispano

De la masa a la tribu o de audiencias a usuarios no deja de ser el vaivén de todos los días para millones de personas a lo largo y ancho del mundo. Paradójicamente algunas de las hipótesis que motivaron investigaciones relacionadas con el establecimiento de la agenda, partían del supuesto de la reconfiguración de la misma, por considerar que los nuevos medios, entre ellos los *blogs*, iban a entrar en conflicto con lo que los medios tradicionales

---

<sup>237</sup> Maffesoli, Michel (2004) *op. cit.*, pp. 71 y 177. La hipótesis de la centralidad subterránea: “[a] veces el secreto puede ser el medio para establecer contacto con la alteridad en el marco de un grupo restringido; al mismo tiempo condiciona la actitud de este último respecto a cualquier tipo de exterior”. La retomamos aquí porque según esta hipótesis la proximidad se privilegia entre los sujetos que conforman un grupo.

<sup>238</sup> *Ibidem*, p. 147. Ejemplos de la unión punteada son las mensajerías informáticas, las redes telemáticas y las relaciones de sintonía.

<sup>239</sup> *Ibidem*, pp. 54, 147, 151-155.

intentaban fijar; los resultados en cambio mostraron que no sólo los *blogs* no eran competencia para los otros medios sino que los propios blogueros decidían hacer de sus publicaciones una continuidad de lo que los medios masivos manejaban<sup>240</sup>. Se puede decir que en ese momento no había una ruptura y los contenidos publicados en línea se limitaban a elegir de entre los diversos tópicos que ya otros medios manejaban y luego se asumía una actitud respecto al tratamiento de la información, que oscilaba desde estar en completo (des)acuerdo, pasando por una supuesta neutralidad respecto al manejo de la información<sup>241</sup>. Abrimos un paréntesis para recordar que es por esto y entre otras cosas que la reputación de un bloguero se gana o mantiene por la originalidad en los contenidos que publica, por tanto aquellos en los que la información ha sido una contribución directa son máspreciados entre la comunidad que escribe y la que los consulta para mantenerse al tanto de lo que ocurre todos los días<sup>242</sup>.

Siguiendo con las conclusiones que revisan la relación entre los *blogs* y los otros medios resalta la poca independencia de los blogueros por dar cuenta de fenómenos novedosos o alternos, de acuerdo con estos estudios los *blogs* se limitan a ser un eco de los masivos<sup>243</sup>. Desde nuestra perspectiva los *blogs* no pueden estar fijando la agenda a la par de los tradicionales, primero por la cuestión del acceso, pensado no en cifras, sino también en otras tantas brechas implícitas en la digital –educación, edad, sexo, etc.–, después porque la supuesta ruptura entre los nuevos y los tradicionales implicaría que aquellos que los consumen dejaran de interactuar en un mundo en el que los masivos no cesan de ser parte de la cotidianidad de los usuarios, que en momentos más o menos largos han jugado predominantemente el papel de audiencia. Pero el que la blogósfera no fije agenda no es lo mismo que en ella no se fija agenda alguna, luego entonces hay tres niveles en los que se puede dar ésta: el general, el comunitario y el personal<sup>244</sup>, algo así como que las páginas

---

<sup>240</sup> Delwiche, 2003; Halavais, 2002 y Reynolds, 2005 son un ejemplo de tales resultados, citados por Xie (2007) *op.cit.*, p. 6.

<sup>241</sup> Aunque no se puede generalizar, los *blogs* analizados permitieron llegar a tales conclusiones. *Ibidem*, p. 12.

<sup>242</sup> Para Blood los *blogs* son tan significativos como la originalidad de la información que contienen, citada por Hyunwoo (2005), p.4.

<sup>243</sup> Xie (2007) *op.cit.*.

<sup>244</sup> Rojas *et ál.* (2006) *op.cit.*, p. 29. Para estos autores las funciones de la blogósfera en el nuevo escenario comunicativo son múltiples: es un filtro social de opiniones y noticias, es un sistema de alerta temprana para los medios, es un sistema de control y crítica de los medios, es un factor de movilización social, es un nuevo canal para las fuentes reconvertidas en medios, es un nuevo formato aplicable en las versiones electrónicas de los medios tradicionales para coberturas de continuidad, catástrofes y accidentes, es un gigantesco archivo

con mayor tráfico son las que intervienen en el nivel más amplio, luego este se reduce a un plano menos numeroso y que trata asuntos no tan generales y por último cuando un individuo llega a temas que le son de interés particular –puede compartirlos con otros pero lo afectan de una manera muy puntual–.

Coincidimos plenamente en que la blogósfera sea definida como “Colectivamente, los *blogs* y los enlaces que los conectan”<sup>245</sup>, puede hablarse de una gran blogósfera albergada en Internet que incluye todos los *blogs* de cualquier parte del mundo, por su composición se halla fragmentada de acuerdo al idioma, asimismo se puede separar de acuerdo con la temática que se maneje en cada *blog*, llegando incluso a delimitarse por país.

Desde 2004 *Technorati* –que es un buscador que contiene *blogs* de casi todo el mundo–, proporciona información tanto del crecimiento de la blogósfera<sup>246</sup> como de sus autores, para el 2009 dio a conocer cifras que retomaremos en los siguientes párrafos. El primer dato relevante para esta investigación es que las mujeres tienen una menor participación<sup>247</sup> pues de cada tres *blogs* dos pertenecen a hombres, después del sexo la educación marca otra diferencia, ya que los blogueros cuentan con niveles avanzados de estudios; un 60% de ellos tienen entre 18 y 44 años de edad y un 72% del total de los blogueros que respondieron el cuestionario<sup>248</sup> hace su *blog* a manera de pasatiempo y sin intención alguna de ganar dinero con él, de hecho la mayor parte de ellos percibe altos ingresos por lo que hace blogueo fundamentalmente por placer; el 55% tiene entre dos y seis años manteniendo uno o varios *blogs*, un dato curioso parece indicar que el 35% de la muestra ha trabajado en los medios tradicionales y hace un *blog* como parte de su trabajo a modo de escritor, reportero, productor o personalidad al aire.

---

que opera como memoria de la *web*, es el alimento privilegiado de los buscadores por su renovación constante y su alta densidad de enlaces de entrada y de salida, y finalmente es la gran conversación de múltiples comunidades cuyo anclaje común es el conocimiento compartido, pp. 28-29.

<sup>245</sup> Tremayne (2007) *op.cit.*, p. VII.

<sup>246</sup> Para su reporte “State of the Blogosphere 2009” tiene un registro de 133 millones de *blogs* y un promedio de 900 mil *posts* en un día (información consultada en septiembre de 2009).

<sup>247</sup> En un estudio que trata de comparar una investigación norteamericana con una británica, se encuentran resultados similares acerca de la situación de los blogueros, quienes no son posicionadas o lo son en un porcentaje mínimo en las listas de popularidad, son menos comentadas y sus *blogs* menos visibles. Ver Pedersen, Sarah y Caroline Macafee (2007) “Gender Differences in British Blogging” en *Journal of Computer-Mediated Communication* 12(4).

<sup>248</sup> La muestra incluye cincuenta países (48% estadounidenses, 26% europeos, 10% asiáticos y 16% otros, como nuestro país). Para mayor referencia de la metodología y otros resultados en los que el lector pueda interesarse ver *Technorati.com State of the Blogosphere 2009*.

Siguiendo las cifras, sólo uno de cada cinco usa un dispositivo móvil para actualizar su *blog*, la misma cantidad lo hace una o varias veces al día, la mayoría de los blogueros lo hace entre dos y tres veces a la semana; de los que lo hacen por *hobby* 32% le dedica menos de una hora y otro 47% de una a cinco horas por semana a esta actividad. En cuanto a los contenidos que publican el 95% de los participantes usa fotos o vídeo en sus entradas y el 73% de ese material lo han producido ellos mismos en repetidas ocasiones. La mayoría ha elegido un servidor gratuito para alojar su *blog*, incluso los bloguero de medio tiempo, los autoempleados y los corporativos –este 28% recibe ingresos monetarios en menor o mayor cantidad–.

Pese que las temáticas en las que centran sus entradas son muy variadas, el 70% manifiesta como motivación principal el poder expresarse y compartir sus experiencias con lo demás, para el mismo porcentaje la satisfacción personal del dueño es el mejor signo del éxito de un *blog*. Al tratar temas en los que exponen sus opiniones, cerca del la mitad siente que debe conservar parcial o total anonimato para no exponer a sus amigos y familiares ni poner en riesgo su empleo; 6% consideran que su *blog* ha traído situaciones negativas a su vida personal por lo que no es extraño que en el futuro un 57% quiera seguir con su *blog*.

Ahora bien, en un sentido amplio la blogósfera hispana es pensada como el conjunto de *blogs* que se escriben en esa lengua<sup>249</sup> desde los diferentes países que la hablan, incluyendo por supuesto a América Latina y España, este último es el país con el mayor número de blogueros<sup>250</sup>. Un intento para dar cuenta de la situación de la blogósfera hispana fue presentado recientemente y por vez primera por Bitacoras.com, algunas de los datos obtenidos de sus casi 320 mil *blogs* indexados arrojan que 81% de los blogueros son hombres, 88% tiene entre 18 y 44 años, España es el país con mayor actividad bloguera 55%, México en cambio no alcanza si quiera el 10%, siendo las ciudades capitales de

---

<sup>249</sup> Tricas, Fernando; Víctor Ruiz y Juan J. Merelo (2003) “Do we live in a small world? Measuring the Spanish-speaking Blogosphere”, disponible en: <<http://www.blogalia.com/pdf/20030506blogtalk.pdf>>. Fecha de consulta: julio de 2009, p. 2.

<sup>250</sup> 46% de los participantes en la III encuesta a Bloggers –México sólo representó el 14%–, resultados analizados por Garrido, Fernando y Tiscar Lara (2008) “Perfil del blogger hispano. III Encuesta a Bloggers” en *Diálogos de la Comunicación* 76, disponible en: <<http://www.dialogosfelafacs.net/76/articulos/pdf/76GarridoLara.pdf>>. Fecha de consulta: julio de 2009, p. 2.

ambos países las que concentran la mayor cantidad de *blogs* producidos desde esas regiones geográficas, 37 y 53% respectivamente<sup>251</sup>.

A manera de cierre, insistimos en que esta propuesta intenta enriquecer la discusión en torno al *blog*, al blogueo y la blogósfera y en un sentido más amplio a la CMC desde un punto sociocéntrico, en un contexto en el que la socialización de la tecnología –donde la manipulación de los dispositivos tecnológicos requieren cada vez menos habilidades y conocimientos especializado– ha hecho posible que personas con bajos conocimientos técnicos a través de sus prácticas cotidianas produzcan, transmitan y consuman contenidos propios, el caso del *blog* es una de las experiencias más representativas cuando se habla de apropiación de la tecnología, esencialmente por el uso que los sujetos les dan.

Justo porque los *blogs* de tipo personal han sido poco estudiados, y pese a que nuestro país no tiene gran presencia en la blogósfera mundial, ni en tamaño y menos en las listas de popularidad, no está por demás conocer qué es lo que realmente se hace con este tipo herramientas de comunicación. Por tanto, consideramos pertinente realizar un esfuerzo por hacer notar a quiénes están dispuestos a mantenerlos sin esperar recompensa monetaria alguna y así desde su propia voz compartir sus experiencias para que la tecnología dentro de la SI pueda llegar a ser significativa e inclusiva.

---

<sup>251</sup> Ver “State of the Hispanic Blogosphere report 2009” disponible en: <<http://bitacoras.com/informe/09/en>>. Aunque no pretendemos comparar a *Technorati* con Bitácoras los datos aquí incluidos esperan sobre todo mostrar que la blogósfera, los *blogs* y el blogueo deben abordarse también por países, ya que los contextos cambian y es necesario prestar atención a las posibles variaciones, hasta ahora pareciera que se tienen importantes pistas para dar cuenta del fenómeno a nivel mundial, pero ello no significa que se puedan generalizar los hallazgos.

CAPÍTULO III. LA APROPIACIÓN DEL *BLOG*:  
UN ACERCAMIENTO DESDE  
LO CUANTITATIVO Y LO CUALITATIVO

## Preludio al capítulo III

Este capítulo final presenta los resultados de la investigación, inicia con una breve contextualización dentro de las sociedades occidentales contemporáneas de la condición juvenil, poniendo acento en el escenario local. Luego se introduce la relación de este sector social con las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), mostrando las dos caras de la moneda, por un lado, la exclusión traducida en la imposibilidad de los jóvenes de poseer ciertos aparatos y, por otro, el mito del dominio juvenil hacia los diversos dispositivos tecnológicos.

En cuanto al trabajo de campo la combinación y complementariedad de lo cuantitativo y lo cualitativo se presentan en cuatro apartados. El inicial corresponde a un cuestionario aplicada a los casos seleccionados, su intención fue principalmente obtener información sociodemográfica de los autores, así como de otro tipo que sólo era posible conseguir por este medio: sus hábitos como internauta y administrador del *blog*; en otras palabras las preguntas se enfocaron a lo referente al blogueo, la socialización con otros blogueros fue de igual modo parte central del cuestionario.

En segundo y tercer lugar vienen la observación, que estuvo centrada en un principio en el *blog*, los componentes visuales, los contenidos de las entradas, las egoredes que se tejen entre los *blogs* analizados y otros con los que se conectan; en otro momento la guía comprendió la revisión de los elementos dentro del diseño, las entradas y la información de perfil que permiten que el bloguero construya su identidad en línea a partir de su edad, sexo, educación, ocupación, profesión, consumos culturales, posición política y religiosa, entre otros.

Al igual que la segunda mitad de la guía de observación, la cuarta y última de las partes que integran el capítulo se ocupa del bloguero, esta vez a través de la revisión de las entradas se buscaron los diversos “yo” más comunes que el sujeto muestra a los lectores o seguidores de su espacio. Usando varias tácticas el autor se ocupa de la construcción física y psicológica de su persona por medio del lenguaje verbal, de ese modo revelando información y omitiendo otra, esta selección de datos le provee dominio *on line* sobre quién es y la manera en que los demás deben pensar que vive, siente, piensa e imagina.

### 3.1 Jóvenes: una revisión brevísima

Resulta difícil encontrar una definición única y definitiva de lo que es y cómo ha de delimitarse el concepto de juventud. Para ayudar a comprender tal dificultad, retomaremos cinco condiciones que intentan explicar por qué para quienes se ocupan de su estudio es difícil llegar al consenso, éstas son: (i) Relacional, se refiere a la pertinencia a un contexto espaciotemporal; los signos de ser joven tienen significados precisos, compartidos y legitimados en un marco de referencia. (ii) Histórica, a la que le conciernen los ámbitos políticos, sociales, económicos y culturales, es decir, las edades permisibles o no para hacer algo como votar, casarse, trabajar y vestirse de cierta forma. (iii) Situacional, obedece a las condiciones específicas de una sociedad, pero fundamentalmente a las de tipo personal como la clase social, el sexo, la ocupación. (iv) Representada y (v) selectiva, ambas se relacionan, pues se refieren a los imaginarios que se han ocupado de dar cuenta de los jóvenes no desde la heterogeneidad, sino y principalmente de una porción privilegiada socialmente, misma que por momentos fue considerada representativa de este sector, de manera alarmante tales omisiones de la heterogeneidad juvenil llegaron al punto de negar la existencia de jóvenes en clases sociales marginadas<sup>252</sup>.

Tradicionalmente el comienzo de la juventud ha sido marcado por la edad, sin embargo, el componente biológico ha dejado de delimitar cuándo debe terminar ésta<sup>253</sup>. De hecho en nuestros días los años cumplidos han dejado de ser el único indicativo de la condición de juventud. Hoy por hoy, son justamente las prácticas las que permiten diferenciar a los jóvenes de los otros sectores sociales<sup>254</sup> con los que comparten espacios físicos, pero sobretodo simbólicos, dentro de los cuales tienen que encarar diversos procesos de apropiación contando para ello con capitales varios –económico, cultural, social y

---

<sup>252</sup> Valenzuela Arce, José Manuel (1998) “Identidades juveniles” en Cubides C., Humberto; María Cristina Laverde Toscano y Carlos Eduardo Valderrama (editores) *Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*, Colombia: Universidad Central-DIUC - Siglo del Hombre Editores, pp. 38-39.

<sup>253</sup> Este fin al ser de corte cultural, por tanto es variable, ver Ramírez Varela Francisco (2008) “El mito de la cultura juvenil” en *Última década* 28, pp. 81-82.

<sup>254</sup> Brito Lemus, Roberto (2002) “Identidades juveniles y praxis divergente; acerca de la conceptualización de juventud” en Nateras Domínguez, Alfredo (coord.) *Jóvenes, culturas e identidades urbanas*, México: UAM-Miguel Ángel Porrúa, pp. 43-44.



simbólico<sup>255</sup> – que les servirán para adjudicarse determinado lugar en un espacio y tiempo determinados que le suministrarán características de diferenciación sociocultural.

La juventud por tanto no puede pensarse como homogénea, ni siquiera entre personas que se encuentran en los límites de edad –cualquiera que aplique– que indican que una persona se debe considerar como joven, o entre quienes compartan un territorio delimitado geográficamente, puesto que su pertenencia a una clase social, su ocupación, las relaciones con sus familiares, amigos y compañeros, el sexo y su lugar de referencia imprimirán su sello particular en el modo que ha de vivir este lapso de vida. Entonces juventud es “[...] un significativo complejo que contiene en su intimidad las múltiples modalidades que llevan a procesar socialmente la condición de edad, tomando en cuenta la diferenciación social, la inserción en la familia y en otras instituciones, el género, el barrio o la micro cultura grupal”<sup>256</sup>.

El párrafo anterior sirve de (pre)texto para introducir una definición substancial para enmarcar la investigación que aquí se presenta, en este trabajo entendemos a los jóvenes como actores sociales –aunque en algunas ocasiones puedan ser agentes pasivos– que gracias a su capital económico, cultural y social, marcan su pertenencia o adscripción a un grupo que les da identidad al tiempo que se diferencian de otros –los no jóvenes–. Es decir, son activos al tomar decisiones sobre lo que quieren hacer para el logro de sus objetivos personales; pero pasivos cuando no sólo depende de ellos el curso de su vida, porque hay situaciones sobre las que no tienen poder de decisión para cambiarlas o postergar su duración. Los cuatro capitales en orden de aparición se refieren a: (a) aquellas herramientas con las que cuenta para adquirir un bien (in)material; (b) las habilidades para poder apropiárselo; (c) dentro de un entorno en el que cuenta con cierto prestigio o legitimidad para realizar tal o cual acción; y, (d) las relaciones que mantiene con otras personas, gracias a las que puede facilitarse su paso hacia o por ciertos ambientes.

La inquietud por realizar la investigación sobre este sector se debe, entre otras, a la cantidad de población que representan a nivel nacional, según el INEGI los mexicanos entre los 15 y

---

<sup>255</sup> Pérez Islas, José Antonio (2004) “Historizar a los jóvenes: propuesta para buscar los inicios” en Pérez Islas, José Antonio y Maritza Urteaga Castro-Pozo (coords.) *Historias de los jóvenes en México: su presencia en el siglo XX*, México: Instituto Mexicano de la Juventud-Secretaría de Gobernación-Archivo General de la Nación.

<sup>256</sup> Margulis, Mario y Marcelo Urresti (1998) *La construcción social de la condición de juventud* en Cubides C., Humberto; María Cristina Laverde Toscano y Carlos Eduardo Valderrama (editores) op.cit., pp. 3-4.

34 años ascienden a 34.4%, o sea más o menos una tercera parte de la población del país se compone por jóvenes<sup>257</sup>, este estimado aplica igualmente para el caso de la ciudad de México donde uno de cada tres habitantes es un joven<sup>258</sup>. Abrimos un paréntesis para aclarar que los años que van de los 18 a 35 son un trazo propuesto por nosotros y que difiere de lo que en institutos nacionales e internacionales se propone sobre los límites inferior y superior –las edades casi siempre comienzan en los doce o quince y terminan en los veinticinco o treinta–. La razón para extender cinco años más el periodo se debe a que cada vez la juventud se prolonga en cuanto a su duración, ello se deriva entre otras cosas al alargamiento de la permanencia en la escuela, la integración al mercado laboral, el abandono del hogar familiar, la postergación del matrimonio y la paternidad; es decir, de lo que en algún momento se consideraron claras muestras de la entrada al “mundo” adulto<sup>259</sup>. El 2010 fue nombrado “el año internacional de la juventud”, paradójicamente ese mismo año registró un récord en el número de desempleo en esa porción de la población llegando a 81 millones<sup>260</sup>, lo que más preocupa es que no parece ser para nada una cifra tope puesto que el panorama económico internacional no es muy alentador. Además de la celebración de la Conferencia Mundial de la Juventud en México se evidenciaron la falta de oportunidades para estudiar y trabajar derivado de un proyecto social especialmente excluyente con la población joven<sup>261</sup>, que aun con la formación profesional y capacitación necesarias para insertarse en la esfera laboral no encuentra trabajo, o son rechazados por las escuelas públicas que no cuentan con espacios suficientes para dar cabida a todos los que intentan obtener un lugar.

---

<sup>257</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010b) “Distribución por edad y sexo. Pirámide de población 2005 y 2010”, disponible en: <[http://www.inegi.org.mx/Sistemas/temas\\_V2/contenido/DemyPob/epobla28.as.p?s=est&c=17509](http://www.inegi.org.mx/Sistemas/temas_V2/contenido/DemyPob/epobla28.as.p?s=est&c=17509)>. Fecha de consulta: abril de 2011.

<sup>258</sup> Consejo de Población del Distrito Federal (2011) “Jóvenes en el Distrito Federal”, disponible en: <[http://www.copo.df.gob.mx/numeralia/num\\_jovenes.html](http://www.copo.df.gob.mx/numeralia/num_jovenes.html)>. Fecha de consulta: junio de 2011.

<sup>259</sup> Martín Serrano, Manuel (2002) “La prolongación de la etapa juvenil de la vida y sus efectos en la socialización” en *Estudios de Juventud* 56, pp. 103-107.

<sup>260</sup> González G., Susana (2010) “Desempleados, 81 millones de jóvenes en el mundo: OIT” en *la Jornada* 12/08/2010, disponible en: <<http://www.jornada.unam.mx/2010/08/12/index.php?article=002n1pol&section=politica>>. Fecha de consulta: febrero de 2011.

<sup>261</sup> Ramírez, Bertha Teresa (2010) “Jóvenes, sector marginado del modelo social dominante” en *la Jornada* 30/11/2010, disponible en: <<http://www.jornada.unam.mx/2010/11/30/index.php?section=capital&article=036n1cap>>. Fecha de consulta: febrero de 2011.

El horizonte no podría ser menos alentador cuando prácticamente uno de cada cuatro jóvenes en nuestro país es un nini<sup>262</sup> –ni trabaja ni estudia– y no hay compromisos suficientes para su modificar su situación o por lo menos no parece interesar demasiado a las clases dirigentes, ni siquiera cuando se han perdido vidas de jóvenes por decenas en entidades federativas del norte de una manera violenta<sup>263</sup>, en su propia escuela o en una actividad recreativa como es una fiesta; autoridades que en cambio han hecho todo por endurecer las penas que se aplican a quienes se han afiliado a las actividades de grupos delictivos que aprovechando su juventud los utilizan para la comisión de delitos<sup>264</sup>. Lo más preocupante es que el narcotráfico en este sentido está supliendo funciones sociales y simbólicas que le competen al Estado, ya que les da a muchos jóvenes la oportunidad de trabajar y estudiar mientras sirven a sus intereses<sup>265</sup>, pero tratándoles como objetos desechables –porque acabarán muertos o en el mejor de los casos purgando una larga condena en una cárcel que no cumplirá su labor de reivindicarlos socialmente–.

La realidad de los jóvenes mexicanos se ve además afectada por otros problemas entre los que podemos mencionar dentro de lo económico: las desigualdades derivadas del modelo imperante a nivel mundial; las grandes cifras de desempleo y la escasez de empleo bien remunerado, así como las condiciones inestables que se enfrentan. En lo político: la falta de credibilidad en los procesos democráticos, los partidos políticos y la clase gobernante; el poco interés en asuntos públicos y la cada vez menor participación política. En lo social: la falta de certidumbre en los cortos, medianos y largos plazos; el sentimiento de inseguridad aunado a los elevados índices de delincuencia, violencia, impunidad, corrupción, e injusticia; el individualismo, la falta de solidaridad y el debilitamiento de los lazos sociales. En lo cultural: la exclusión tanto por el poder adquisitivo como por el capital cultural; el

---

<sup>262</sup> Ballinas, Víctor; Laura Poy, César Arellano y Carlos García (2010) “Evaden funcionarios admitir que los jóvenes *ninis* en el país ya suman más de 7 millones” en *la Jornada* 25/08/2010, disponible en: <<http://www.jornada.unam.mx/2010/08/25/index.php?section=politica&article=014n1pol>>. Fecha de consulta: febrero de 2011.

<sup>263</sup> Arellano, César (2010) “Felipe Calderón, en deuda con jóvenes; urgen políticas para apoyarlos: expertos” en *la Jornada* 14/11/2010, disponible en: <<http://www.jornada.unam.mx/2010/11/14/index.php?section=politica&article=006n1pol>>. Fecha de consulta: febrero de 2011.

<sup>264</sup> Díaz, Arieane /2010) “Llama Unicef a concretar ley para jóvenes” en *la Jornada* 08/12/2010, disponible en: <<http://www.jornada.unam.mx/2010/12/08/index.php?section=politica&article=021n2pol>>. Fecha de consulta: febrero de 2011.

<sup>265</sup> Avilés, Karina (2010) “Suicidio y *narco*, `opciones´ de jóvenes por el fracaso educativo” en *la Jornada* 12/01/2010, disponible en: <<http://www.jornada.unam.mx/2010/01/12/index.php?article=033n1soc&section=sociedad>>. Fecha de consulta: febrero de 2011.

centralismo en la mayor parte de las actividades culturales; el papel lucrativo de los medios de comunicación y las industrias culturales<sup>266</sup>.

Tratamos de mostrar un brevísimo panorama respecto a los jóvenes, enseguida abordaremos su relación con la tecnología, esperamos que el siguiente apartado sirva para comprender mejor la complejidad que la atraviesa, y sobre todo, que se pueda llegar a entender la diferencia entre la pertenencia o exclusión a la denominada SI por parte de este grupo social.

### 3.2 Jóvenes y tecnología: relaciones posibles

Sobre los jóvenes y su relación con la tecnología se asumen básicamente dos posturas: una que los hace usuarios natos<sup>267</sup> –a diferencia de los adultos son quienes dominan todo lo que tiene que ver con las innovaciones, casi sin importar el tipo de dispositivo del que se trate son ellos quienes poseen total mando, en pocas palabras es como si supieran de antemano usar los aparatos– y otra que los excluye de su uso<sup>268</sup> –la mayor parte de los jóvenes no tienen poder adquisitivo suficiente para tener la tecnología de punta, como grupo y al igual que con otros bienes tienen bajas y hasta nulas posibilidades para comprar dichas herramientas–. Los jóvenes mexicanos pueden ser identificados hasta cierto punto con

---

<sup>266</sup> Nateras, Alfredo (2001) “Trazos y trayectos de lo emergente juvenil contemporáneo” en Reguillo Rossana et ál. (coords.) *Tiempo de híbridos: entresiglos jóvenes México-Cataluña*, México: Instituto Mexicano de la Juventud, pp. 104-105.

<sup>267</sup> Términos como la Generación Net, Generación @ o Generación Red se usan para nombrar al grupo de niños o jóvenes, *normalmente de países desarrollados*, que interactúan fácilmente con la tecnología (las cursivas son nuestras); ver Tully, Claus J. (2007) “La socialización en el presente digital. Información y contextualización” en *CTS* 8 (3), p. 10.

<sup>268</sup> Aunque la mayoría de los jóvenes latinoamericanos son pobres, lo importante no es generalizar ni caer en ninguno de estos dos extremos, la miseria o el polo tecnológico, ver Balardini, Sergio (2000) “De los jóvenes, la juventud y las políticas de juventud” en *Última década* 13, pp. 12-13.

ambos planteamientos<sup>269</sup>, trataremos de explicar esta idea en los siguientes párrafos, ya que son quienes concentran el conocimiento operativo de las algunas tecnologías en comparación con otros sectores, pero no siempre cuentan con la propiedad sobre tales instrumentos, en este sentido el supuesto “dominio” se ve limitado a lapsos de tiempo que intervienen en la potencial apropiación tecnológica, que como vimos en el primer capítulo implica que el sujeto use la tecnología en su propio beneficio.

Según el INEGI los mexicanos suman más de ciento doce millones, 40% tienen computadora y sólo un 33% cuenta con Internet, en comparación con otros países la inserción del nuestro a la Sociedad de la Información ha sido un tanto lenta y tardía, vemos por ejemplo que estas últimas cifras indican que más de la mitad de la población carece del equipamiento mínimo para acceder a la Red de redes, mientras que dos de cada tres habitantes no tiene posibilidad de conectarse periódicamente debido a que no cuenta con una conexión que se los permita. La penetración de Internet en la sociedad mexicana tampoco es homogénea, a partir de aproximaciones hechas sobre la gráfica de población por grupos de edades, vemos que los habitantes de entre 18 y 35 años representan poco más de una cuarta parte de la población nacional. Como usuarios de Internet este grupo de edad constituye poco más de un 40% del total de usuarios<sup>270</sup>, pese a ser el sector que se conecta más, a estas cifras, sin embargo, tendríamos que aunar la cuestión de si sabe usarlo y en qué medida.

En cuanto al segundo planteamiento nos basaremos en la Encuesta de la Juventud 2005<sup>271</sup>, los datos, pese a no ser tan recientes como los que se presentan arriba, nos resultan útiles para tratar de ver la relación de los jóvenes mexicanos y la tecnología en lo que se refiere al dúo uso-posesión, ya no sólo hablando de (des)conexión a Internet sino de otros dispositivos que extienden un poco más el panorama que queremos mostrar. Empezaremos

---

<sup>269</sup> Ver Bringué Salas, Xavier y Charo Sádaba Chalezquer (coordinadores) (2008) *La Generación interactiva en Latinoamérica*, España: Ariel. Donde se presentan los resultados del estudio del uso y posesión de la tecnología por parte de niños y jóvenes, casos latinoamericanos específicos de Argentina, Chile, Perú, Brasil, Colombia, Venezuela y México.

<sup>270</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010a) “Usuarios de las tecnologías de información, 2001 a 2010”, disponible en: <<http://www.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=inf204&s=est&c=19437>>. Fecha de consulta: abril de 2011. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010c) “Usuarios de Internet por grupos de edad, 2001 a 2010”, disponible en: <<http://www.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=inf214&s=est&c=19446>>. Fecha de consulta: abril de 2011.

<sup>271</sup> La información corresponde al tema “Vida pública” y a los resultados de 12, 976 cuestionarios; debemos aclarar que el Instituto Mexicano de la Juventud reconoce como jóvenes a quienes tienen entre 12 y 29 años.

a nivel nacional mencionando que de los blogueros 79.7% saben usar celular, 69.6% la computadora, 61.4% reproductor DVD, 60.8% Internet, 60% reproductor mp3, 57.4% videojuegos y 21.7% la palm; lo que contrasta es que efectivamente los jóvenes aunque saben usar el dispositivo no tienen posesión de las tecnologías arriba mencionadas, así encontramos que 56.5% tiene celular, 39.8% reproductor mp3, 37.3% DVD, 28.1% computadora, 26.8% videojuegos, 20.1 Internet y 6.7% palm.

En cuanto a la región centro que es donde se ubica la ciudad de México, los porcentajes van ligeramente en aumento tanto en uso como en posesión con respecto a las cifras nacionales. Respecto al uso en puntos porcentuales suben más el mp3 y el DVD (10.5 y 7.4), la palm y los videojuegos 6.4, Internet 4.1, la computadora 2.9 y el celular 2.7; en posesión otra vez los reproductores de mp3 y DVD suben más (7.7 y 7.3, respectivamente), 6.9 los videojuegos, 3.7 la computadora, 2.4 la palm, 1 Internet y el celular sube menos de uno (ver cuadro 4).

Hasta aquí podemos ver la brecha digital a nivel nacional y al interior de la república, además de la carencia de los jóvenes respecto a dispositivos que suelen relacionarse muy a menudo con ellos –los videojuegos y los reproductores de música, son un claro ejemplo–, por eso la insistencia en la importancia de las políticas de inserción digital diseñadas bajo las necesidades que enfrentan los jóvenes y que mencionamos arriba. La siguiente parte del trabajo trata los resultados de la investigación, se presentan cuatro apartados con los resultados de la aproximación al uso de los *blogs* por parte de los jóvenes de la Ciudad de México.

Cuadro 4. Uso y posesión de TIC en jóvenes mexicanos (nacional y zona centro)

TIC	Nacional		Zona centro	
	Sabe usar	Tiene	Sabe usar	Tiene
Celular	79.7%	56.5%	82.4%	57.1%
Computadora	69.6%	28.1%	72.5%	31.8%
DVD	61.4%	37.3%	68.8%	44.6%
Internet	60.8%	20.1%	64.1%	21.1%
Mp3	60%	39.8%	70.5%	47.5%
Palm	21.7%	6.7%	28.1%	9.1%
Videojuegos	57.4%	26.8%	63.8%	33.7%

Fuente: elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de la Juventud 2005.

### 3.3 *Blogs*, blogueros y blogueo: propuesta para el acercamiento

En adelante nos enfocaremos al trabajo de campo, por eso antes de continuar es más que necesario recordar que esta investigación parte de la siguiente premisa: los jóvenes de la Ciudad de México publican contenidos mayoritariamente propios –texto en sus entradas– y usan los *blogs* en la construcción de su identidad y reputación, su búsqueda de visibilidad y afectividad, así como la pertenencia a un grupo –situaciones emocionales a partir de los cuales la práctica adquiere sentido y significado–.

Para verificar la premisa se diseñó una muestra por cuotas no representativa que se integró a partir de cincuenta *blogs* (anexo 1) con una antigüedad mínima de dos años que fueron tomados de directorios disponibles en Internet<sup>272</sup>, mismos que pertenecen a la categoría personal y cumplen adicionalmente con dos criterios, uno es que sus autores tienen entre 18 y 35 años de edad, el segundo es que viven en la ciudad de México<sup>273</sup>.

Para el acercamiento al objeto de estudio propusimos el abordaje desde la combinación de lo cualitativo y lo cuantitativo; las herramientas diseñadas para la recolección de la información fueron dos guías de observación, una de ellas centradas en el objeto *blog* y la otra en el sujeto bloguero. Por las limitantes de este instrumento se empleó adicionalmente un cuestionario que se concentró en la práctica del blogueo y permitió enriquecer información no pública del bloguero. En último lugar el trabajo etnográfico llevó a identificar algunas de las presentaciones del “yo” que los autores plasman en sus entradas, combinadas las tácticas cualitativas y cuantitativas enriquecieron el acercamiento al tema que nos ocupa.

---

<sup>272</sup> Directorio de Blogs Beta (<http://www.betadir.com/>), Bitácoras de México (<http://www.directorioblogs.com.mx/>) y Blogalaxia (<http://www.blogalaxia.com/>). Los momentos en que fueron consultados corresponden a dos ocasiones, el mes de octubre de 2008 y el mes de abril de 2009.

<sup>273</sup> Durante el diseño de la “muestra” encontramos que aunque los autores intentan hacer público su *blog* tienen cuidado de no revelar mucha información sobre sí mismos, a pesar de los cientos y miles de sitios que existen en los directorios para nuestros propósitos fue bastante complicado encontrar los criterios arriba mencionados principalmente porque datos como la edad y la ubicación geográfica no son publicados fácilmente. En un primer momento de 2,900 *blogs* se consideraron únicamente 117, posteriormente con una revisión más profunda se llegó a un total de 58, por lo que se eliminaron los primeros y últimos cuatro casos. Finalmente en la etapa en la que se aplicó el cuestionario se obtuvo información que permitió la inserción de seis de esos ocho sujetos en el lugar de los blogueros que no cumplían con los filtros que tienen que ver con la edad o la ubicación geográfica.

### 3.3.1 Cuestionario: la aproximación cuantitativa

Corresponde ahora presentar los resultados arrojados por el cuestionario, las partes que lo integran (anexo 2) son información personal, usos del *blog* y hábitos como internauta, con un total de cincuenta y ocho preguntas cerradas y abiertas, el análisis se divide en información del bloguero y el blogueo como práctica. Se les envió a los cincuenta blogueros de la “muestra” una invitación vía e-mail<sup>274</sup>, estuvo abierta los meses de julio, agosto y septiembre del 2010 y a disposición de quien quisiera responderla. En el mensaje que se les hizo llegar se incluyó el enlace directo al sitio donde se alojó el cuestionario, por lo que sólo ellos tuvieron acceso a éste, tal como se muestra a continuación:

Estimado(a):

Con el fin de conocer información relacionada con los usos de los *blogs* actualmente realizo un proyecto de investigación para mi tesis de maestría. Soy estudiante del cuarto semestre del programa en Comunicación que ofrece la Universidad Nacional Autónoma de México.

En la fase vigente del proyecto se realiza una encuesta en línea sobre los hábitos como internauta y administrador de un *blog*. Espero contar con tu valiosa participación. Te pido por favor contestes el cuestionario lo antes posible, para tener acceso a éste debes dar clic en el enlace que encontrarás en la parte inferior de este mensaje.

Confiado en la veracidad de tus respuestas te reitero la completa confidencialidad de tu información, los datos que nos proporciones serán para uso exclusivo del ámbito académico, sin ningún afán de lucro.

Por tu cooperación ¡gracias!

Atentamente  
Lorena Treviño

<http://www.encuestafacil.com/RespWeb/Qn.aspx?EID=737881>

---

<sup>274</sup> Debido a que no siempre se encontraban disponibles sus direcciones de correo, el *facebook* se convirtió en una alternativa para contactarlos.



Los siguientes párrafos se ocupan del autor del *blog*, la información permite conocer tanto datos sociodemográficos<sup>275</sup> como los relacionados a su condición de usuario de Internet y su iniciación en la blogósfera; el número total de cuestionarios completados y validados fue de treinta<sup>276</sup>; en este apartado se usará bloguero en la interpretación de los resultados obtenidos, aunque nos referimos sólo a aquellos que lo respondieron. Para procesar las respuestas se utilizó el programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). En algunos casos, y a manera de ejemplo, se incluyen algunas partes de las entradas tal y como se encuentran publicadas en los *blogs* analizados.

**Sexo.** El sexo de los blogueros corresponde a 50% para cada caso, de los treinta que contestaron el cuestionario quince son hombres y quince mujeres (ver cuadro 5). Al igual que con la observación cuando notamos diferencias entre sus respuestas se incluye la acotación respectiva.

Cuadro 5. Sexo

	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	15	50.0
Mujer	15	50.0
Total	30	100.0

**Edad.** La edad de los blogueros oscila entre los 20 y 35 años<sup>277</sup>, la que más se repitió fue la de 27 (moda), la media de las edades o promedio está en 28 años (ver cuadro 6).

Cuadro 6. Edad

Media	28.63
Moda	27
Mínimo	20
Máximo	35

<sup>275</sup> Algunas preguntas se basaron en Gómez Cruz, Edgar (2003) *Cibersexo ¿La última frontera del eros?, Un estudio etnográfico*, México: Universidad de Colima –nos referimos a tiempo que lleva usando Internet y el tiempo que se conecta; también la organización del cuestionario en información personal, usos de los *weblogs*, acceso a Internet y hábitos de conexión y hábitos de uso se inspiran en este trabajo–.

<sup>276</sup> Otras ocho personas lo resolvieron, pero no cumplían con los filtros edad o residencia, por tanto se descartaron.

<sup>277</sup> Las edades fueron: 20, 22, 23, 24 (2), 25(2), 26(4), 27(7), 30, 31, 33(3), 34(2), 35(5).

**Ocupación.** La actividad que manifestaron tener los blogueros fue con mayor frecuencia trabajar, 16 (53.3%) de ellos, seguido por trabajar y estudiar con ocho (26.7%), en tercer lugar estudiar con cuatro (13.3) y en ese momento dos personas (6.7) no se encontraban ni trabajando ni estudiando (ver cuadro 7) –son jóvenes nini –, aunque es muy probable que apoyen con labores en el hogar o se trate de amas de casa, cuyo trabajo no es remunerado pero tan demandante física y hasta intelectualmente como uno que se realiza fuera de casa.

Cuadro 7. Ocupación

	Frecuencia	Porcentaje
Estudia	4	13.3
Trabaja	16	53.3
Ambas	8	26.7
Ninguna	2	6.7
Total	30	100.0

**Educación.** El máximo nivel de estudios concluidos por los blogueros fue en primer lugar licenciatura con 19 (63.4%), siguió posgrado con seis (20%), en tercera posición bachillerato con cuatro (13.3%) y uno (3.3%) de ellos tiene carrera técnica (ver cuadro 8). Apreciamos la coincidencia con el perfil del *blogger* hispano<sup>278</sup> en donde éste ostenta un nivel de formación escolar muy por encima de la media nacional.

Cuadro 8. Nivel de escolaridad

	Frecuencia	Porcentaje
Bachillerato	4	13.3
Universidad	19	63.4
Posgrado	6	20.0
Otro	1	3.3
Total	30	100.0

<sup>278</sup> Garrido, Fernando y Tiscar Lara (2008) “Perfil del blogger hispano. III Encuesta a Bloggers” en *Diálogos de la Comunicación* 76, disponible en: <<http://www.dialogosfelafacs.net/76/articulos/pdf/76GarridoLara.pdf>>. Fecha de consulta: marzo de 2011.

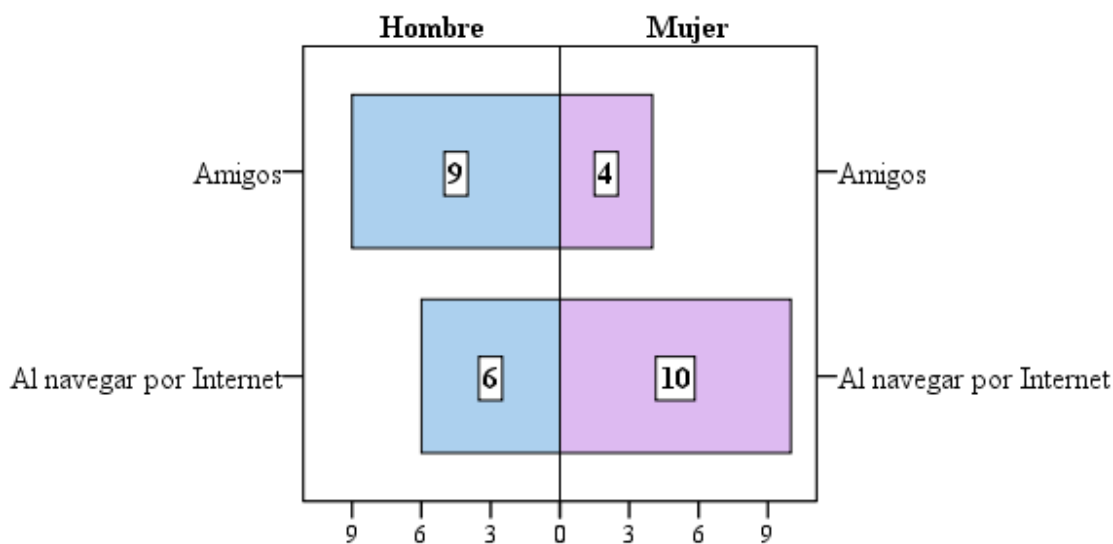
**Estado civil.** En cuanto al estado civil de los blogueros encontramos que eran mayoritariamente solteros (27 o 90%), dos son (6.7%) casados y uno (3.3%) vive en unión libre (ver cuadro 9).

Cuadro 9. Estado civil

	Frecuencia	Porcentaje
Casado	2	6.7
Soltero	27	90.0
Unión libre	1	3.3
Total	30	100.0

**Acercamiento a los *blogs*.** El primer acercamiento a un *blog* lo tuvieron 13 de ellos por medio de los amigos, los otros 16 los conocieron al navegar por Internet; las mujeres por su parte fueron quienes más encontraron *blogs* bajo este modo (diez), los hombres en cambio lo hicieron a partir de sus amistades (nueve) (ver ilustración 4).

Ilustración 4. Acercamiento a los *blogs* (por sexo)



**Razón por la que crea el *blog*.** Los blogueros manifestaron una condición libre y voluntaria a la hora de crear su *blog* (28 o 93.3%), solamente en dos casos alguien se los solicitó o sugirió (ver cuadro 10). En esta pregunta podemos ver su intención por ganar visibilidad, al realizar un producto que potencialmente millones de usuarios de todo el mundo pueden consumir y por si fuera poco el hecho de estar inscritos en un directorio de *blogs* de acceso público.

Cuadro 10. Razón por la que crea el *blog*

	Frecuencia	Porcentaje
Alguien solicita o sugiere	2	6.7
Libre y voluntaria	28	93.3
Total	30	100.0

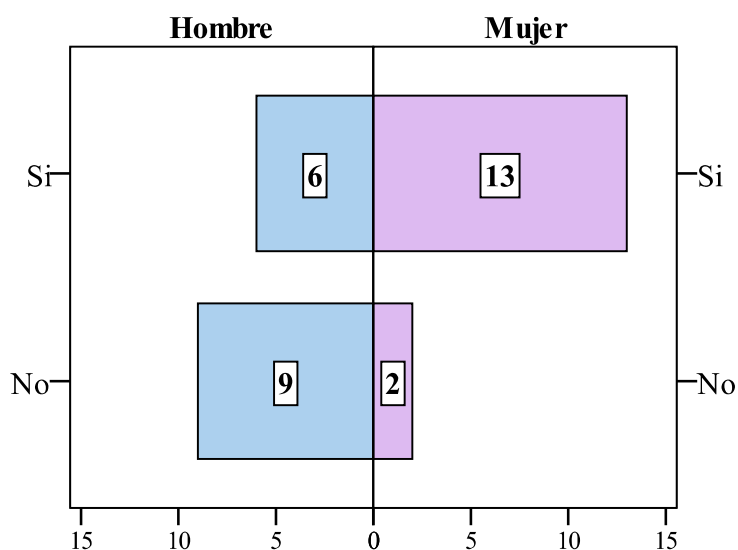
**Recibió ayuda para la creación de su *blog*.** Del total de los blogueros 28 (93.3%) no recibieron ayuda alguna a la hora de crear el *blog* –lo que habla de un gran amabilidad del formato para con los usuarios– mientras que dos de ellos (6.7%) sí fueron guiados durante este proceso (ver cuadro 11).

Cuadro 11. Recibió ayuda para la creación del *blog*

	Frecuencia	Porcentaje
No	28	93.3
Si	2	6.7
Total	30	100.0

**Diario personal en papel.** Al preguntárseles si previo a la creación del *blog* escribían un diario personal en papel los blogueros respondieron afirmativamente en 18 casos –resalta la cantidad de mujeres que lo hacían: 13 –, mientras once de ellos negaron haber realizado este tipo de escrito –los hombres dominaron con un total de nueve– (ver ilustración 5).

Ilustración 5. Escribía un diario personal en papel (por sexo)



**Página web personal.** Antes de tener un *blog* ocho (26.7%) de los blogueros contaban con una página *web* personal, se puede hablar de ellos como usuarios más experimentados, en cambio los otros 22 (73.3%) que no contaban con una se puede intuir que se iniciaron en el formato ciertamente por la facilidad que representa, ya que no es necesario ser un experto en lenguaje *HTML* (Hyper Text Markup Language) (ver cuadro12).

Cuadro 12. Contaba con una página personal

	Frecuencia	Porcentaje
No	22	73.3
Si	8	26.7
Total	30	100.0

**Años blogueando.** La información revelada en cuanto al tiempo dentro de la actividad del blogueo es que 12 (40%) de ellos tienen entre tres y cuatro años, los otros 18 (60%) tienen más de cinco (ver cuadro 13) –recordamos que la “muestra” se integró a partir del filtro antigüedad mínima de dos años del *blog*–. Al igual que el sexo la antigüedad será considerada para la interpretación de algunas respuestas.

Cuadro 13. Años blogueando

	Frecuencia	Porcentaje
Entre 3 y 4 años	12	40.0
Más de 5 años	18	60.0
Total	30	100.0

**Número de *blogs*.** No se descarta que por la facilidad en la creación y los nulos costos que implica mantenerlo el número de *blogs* que tiene una persona sea en varias ocasiones superior a uno, 14 (46.6%) de los blogueros tienen solamente uno, los otros 16 (53.4%) mantienen dos, tres o más (ver cuadro 14).

Cuadro 14. Número de *blogs* que tiene

	Frecuencia	Porcentaje
Uno	14	46.6
Dos	8	26.7
Tres o más	8	26.7
Total	30	100.0

**Tiempo que se conecta.** El cierre del cuestionario se centró en sus hábitos como internautas, el tiempo que se conectan a Internet varía de menos de siete horas a la semana y llega a más de 35, en promedio seis (20%) se conectan entre una y dos horas al día, cinco (16.7%) de ellos de dos a cuatro horas, seis blogueros (20%) permanecen en línea entre cuatro y cinco horas, y trece individuos (43.3%) se conectan más de cinco horas cada día (ver cuadro 15).

Cuadro 15. Horas promedio a la semana que se conecta a Internet

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 7 horas	1	3.3
Entre 8 y 14 horas	5	16.7
Entre 15 y 21horas	3	10.0
Entre 22 y 28 horas	2	6.7
Entre 29 y 35 horas	6	20.0
Más de 35 horas	13	43.3
Total	30	100.0

**Momento del día en que se conectan.** Los blogueros revelaron que la noche es el momento del día en que es más común que se conecten a Internet (20 o 66.7%), en segundo lugar designan la mañana (6 o 20%) y la tarde fue la menos mencionada (4 o 13.3) (ver cuadro 16).

Cuadro 16. Momento del día en el que es más común conectarse a internet

	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	6	20.0
Tarde	4	13.3
Noche	20	66.7
Total	30	100.0

**Lugar desde el que se conecta.** En esta pregunta los blogueros seleccionaron en orden descendente todos los lugares desde los que tienen acceso a Internet (ver cuadro 17), las respuestas posicionaron a la casa como el lugar desde donde se conectan con mayor periodicidad (26), en segundo tenemos al trabajo (12), en el tercero a la escuela (6) y en cuarto y quinto a la biblioteca (7 y 9 de ellos). También podemos ver que desde la casa se conectan los treinta blogueros, en el trabajo sólo lo hacen 24 de ellos, 20 tienen acceso a Internet desde la escuela, 18 visitan cibercafés y sólo 17 bibliotecas.

Cuadro 17. Lugar desde el que se conectan a Internet

Lugar	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto	Quinto	Total
Biblioteca	0	0	1	7	9	17
Casa	26	4	0	0	0	30
Ciber	0	3	3	4	8	18
Escuela	0	6	6	3	5	20
Trabajo	4	12	5	0	3	24
Total	30	25	15	14	25	109

**Antigüedad como usuario.** Los años que los blogueros tienen usando Internet oscilan de los dos hasta más de doce; cerca del 80% de los blogueros que resolvieron el cuestionario tienen más de nueve años como usuarios; uno (3.3%) lleva menos de tres años, otro entre tres y seis, 5 (16.7%) tienen entre seis y ocho (ver cuadro 18).

Cuadro 18. Años como usuario de Internet.

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de tres años	1	3.3
Entre tres y cinco años	1	3.3
Entre seis y ocho años	5	16.7
Entre nueve y once años	11	36.7
Más de doce años	12	40.0
Total	30	100.0

**Edad del primer acercamiento.** Poco más de la mitad (17 o 56.7%) tuvo en la edad escolar que concierne a la secundaria su primer contacto con Internet, 9 (30%) lo hicieron en la que toca al entrar a la educación media superior, en unos casos (4 o 13.3%) este acercamiento se produjo después de la mayoría de edad (ver cuadro 19).

Cuadro 19. Edad en la que tuvo su primer acercamiento a Internet

	Frecuencia	Porcentaje
Entre los doce y quince años	17	56.7
Entre los dieciséis y los dieciocho años	9	30.0
Después de los diecinueve años	4	13.3
Total	30	100.0

**Lugar del primer acercamiento.** El lugar desde el que empezaron a usar Internet indica que fue la casa (14 o 46.6%), seguido por el cibercafé (8 o 26.7%) y la escuela (6 o 20%), en último lugar encontramos al trabajo (2 o 6.7%; ver cuadro 20).

Cuadro 20. Lugar en el que tuvo su primer acercamiento a Internet

	Frecuencia	Porcentaje
Casa	14	46.6
Escuela	6	20.0
Cibercafé	8	26.7
Trabajo	2	6.7
Total	30	100.0



**Ayudaron en su aprendizaje.** El lugar en el que poco más de dos terceras partes tuvieron su primer acercamiento corresponde a ambientes informales, no es de extrañarse entonces que las personas que acompañaron el proceso de aprendizaje de Internet en 14 casos (46.6%) sean amigos, en cinco (16.7%) familiares e incluso nueve (30%) fueran autodidactas, únicamente el aprendizaje fue formal para dos (6.7) de los blogueros (ver cuadro 21).

Cuadro 21. Aprendió a usar Internet por medio de

	Frecuencia	Porcentaje
Amigos	14	46.6
Familiares	5	16.7
Maestros	2	6.7
Autodidacta	9	30.0
Total	30	100.0

**Agentes que intervienen.** Aunado a lo referente al primer acercamiento tenemos otros agentes que intervienen en la idea que los sujetos se forman de Internet, la pregunta se formuló pensando en que la potencial influencia de tales agentes guiaba en parte los usos que llevan a cabo los sujetos. Encontramos que 18 (60%) atribuyen a los amigos la mayor influencia, 3 (10%) a lo que los medios masivos de información dicen, el mismo número (10%) a las ideas que circulan en la escuela y entre los miembros de la familia, seis (20%) a otros agentes –nadie, el mismo medio u otros usuarios– (ver cuadro 22).

Cuadro 22. Agente(s) que ha(n) intervenido en la idea que tiene sobre Internet

	Frecuencia	Porcentaje
Escuela	2	6.7
Medios masivos de información	3	10.0
Familiares	1	3.3
Amigos	18	60.0
Otro	6	20.0
Total	30	100.0

**Internet modifica su vida.** Se les preguntó si Internet había modificado su vida y por qué, solamente para contrastar con la que se hizo sobre la misma materia pero hablando del *blog*, en otras palabras si habían blogueros que dijeran que los *blogs* no habían modificado su vida pero que Internet sí lo había hecho. Las respuestas arrojaron que para 26 (86.7%) Internet ha modificado positivamente algún aspecto de su vida (ver cuadro 23) –dos más que en el caso del *blog*–, por tanto seis no piensan que la incorporación de Internet a sus vidas les sea benéfico.

Cuadro 23. Internet ha modificado algún aspecto de su vida

	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	86.7
No	4	13.3
Total	30	100.0

**Contenidos y *blog*.** La última pregunta del cuestionario pretendía establecer una relación directa entre *blogs* y contenidos propios, para lo que se les cuestionó cuándo fue que empezaron a subir sus propios contenidos a Internet y la razón que tuvieron para hacerlo, sus respuestas nos permitieron establecer que en un 50% de los casos el *blog* fue lo que propició el paso de usuarios promedio a prosumidores –productores y consumidores–, con el resto de los blogueros no se logró ligar este proceso por ser previo a la creación del *blog* en –nueve casos y por falta de respuesta en otros seis–.

Es hora de hablar del blogueo, de las razones, los usos y los significados relacionados con la creación y usos de los *blogs* personales; lo referente al proceso de autorrevaluación por parte del autor, la influencia de los lectores y otros blogueros en el proceso de mantenimiento de su espacio, entre otros aspectos que envuelven a esta práctica en línea<sup>279</sup>.

---

<sup>279</sup> Algunas preguntas se retomaron de los siguientes trabajos: Sánchez Badillo, Jorge (2006) “Los weblogs como herramientas para la construcción de la información en Internet” (Tesis) –concretamente las de temas y edición de las entradas- y Williams, Dimitri (2006) “On and off the Net: Scales for Social capital in an Online Era” en *Journal of Computer-Mediated Communication* 11 (2) –las preguntas que se incluyeron para los blogueros que pertenecieran a un grupo–, disponible en: <<http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/williams.html>>. Fecha de consulta mayo del 2010.

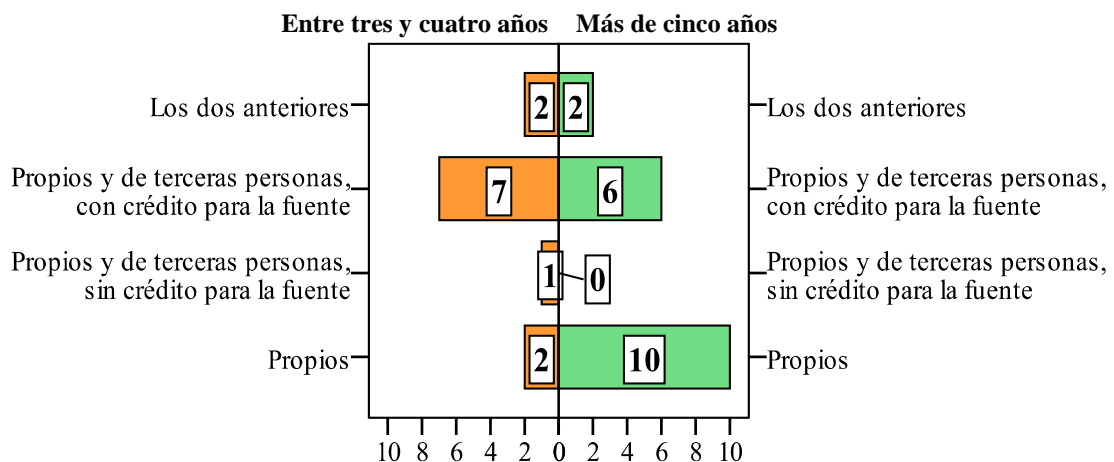
**Frecuencia de temas.** La repetición de los temas es una de las variantes que debe considerar un bloguero, sobre todo si escribe pensando en aquellos que lo leen, es decir, si esperan que los renueve o prefieren que les hable de lo mismo varias veces; encontramos que 5 (16.7%) buscan hablar de los mismos varias veces, pero 21 (70%) tratan de cambiarlos aunque llegan a repetirlos algunas veces y sólo tres (10%) evitan hablar de un mismo tema (ver cuadro 24).

Cuadro 24. Frecuencia en los temas que trata en su *blog*

	Frecuencia	Porcentaje
Buscas hablar de los mismos varias veces	5	16.7
Tratas de cambiarlos pero algunas veces los repites	21	70.0
Evitas hablar de un mismo tema	3	10.0
Total	29	96.7
No contestó	1	3.3
Total	30	100.0

**Origen de los contenidos.** El origen de los contenidos es también materia sobre la que el bloguero tiene que trabajar, doce manifestaron tener contenidos propios, un encuestado reveló tener contenidos propios y de terceros sin crédito para la fuente, quince con crédito para fuente y cuatro con y sin crédito para la fuente. Notamos una diferencia respecto a los años en la actividad bloguera, diez sujetos con más de cinco años de experiencia son quienes concentran los contenidos propios (ver ilustración 6), los que tienen menos años se aglutinan en mixtos con y sin crédito para la fuente.

Ilustración 6. Origen de los contenidos (por antigüedad)



**Persona en quien piensa.** El público meta es sin dudar un elemento importante cuando se escribe, pero en quién piensan los blogueros mientras redactan una entrada para su *blog*, la respuesta es que 16 (53.3) lo hacen en ellos mismos, nueve (30%) en cualquiera que pueda leerlo, tres (10%) en amigos y familiares y dos (6.7%) en amigos (ver cuadro 25). Entonces podemos decir que el tipo de *blog* que mantienen se centra justo en su persona, por tanto es común que piensen en ellos antes que en otros, no obstante varios autores muestran un alto grado de empatía cuando atraviesan por el proceso creativo de escribir para su *blog*. Dentro de sus primeras entradas, que consideramos en el capítulo dos como el ritual a partir del cual se anuncia su entrada a la actividad del blogueo, encontramos que también reconocen que ese sitio lo han abierto para hablar de ellos y sus circunstancias<sup>280</sup>.

Cuadro 25. Persona(s) en quien piensa mientras escribe una entrada

	Frecuencia	Porcentaje
En ti	16	53.3
En amigos	2	6.7
En amigos y familiares	3	10.0
Cualquiera que pueda leerlo	9	30.0
Total	30	100.0

<sup>280</sup> Algunos ejemplos son:

- 1) “en realidad no se como empezar esta onda...supongo q el día de hoy me siento muy triste y por eso estoy aquí metida como toda una nerd escribiendo cosas acerca de mi y lo mal que me siento...” (emspm).
- 2) “La verdad es que nunca se me había ocurrido la idea de crear un blog, pero siempre he escrito muchas cosas en infinidad de hojitas y cuadernos que hablan sobre lo que estoy viviendo en muchos momentos de mi vida” (ebd1).
- 3) “Cualquier tema es bueno para discutir por que el intercambio de ideas es lo que enriquece mas al ser humano y en este caso, a esta Iguana. Sexo, religión, política, la última película blockbuster del cine, el huracán Dean (que en estos momentos, me tiene muerta de frio) o la vida cotidiana son un excelente tema de conversación” (ip).
- 4) “Espero poder encontrar mi camino en la vida y poder realizarme (eso me sonó como de telenovela), y dejar de sentirme tan mal, pero por ahora voy a canalizar mis energías, miedos, frustraciones, enojos, alegrías, etc. en este bonito blog, tal vez así pueda encontrar la razón para levantarme cada día y no sentir que la vida se me va y yo me quedo aquí como idiota viéndola pasar” (gsq).
- 5) “Así que, el día de hoy y unos minutos despues de haber sentido un temblor trepitorio pero leve en esta gran urbe de México, inauguro el blog el cual tratará acerca de unas opiniones personales a mi vida, o a la de alguna otra persona y algunos aspectos para sobrevivir en esta Ciudad de México” (cdf).

**Público meta.** El público meta debería influir en el bloguero para la toma de decisiones tales como los temas, los contenidos, por mencionar algunos; saber para quiénes escriben por tanto es importante, 19 (63.3%) registraron a cualquier persona como sus lectores meta, cinco (16.7%) a amigos pero no familiares, cuatro (13.3%) a personas que no conocen y dos (6.7%) a personas cercanas a ellos (amigos y familiares) (ver cuadro 26). Esto se relaciona un tanto con el grado de anonimato, quienes escriben para personas cercanas a ellos mantienen un grado nulo a medio, no así quienes escriben para cualquiera o para extraños pues pueden gozar de un alto nivel. El escribir para amigos supone de igual forma el manejo de cierta información que difiere de la empleada para familiares.

Cuadro 26. Público meta del *blog*

	Frecuencia	Porcentaje
Amigos y familiares	2	6.7
Amigos, pero no familiares	5	16.7
Personas que no conoces	4	13.3
Cualquier persona	19	63.3
Total	30	100.0

**Después de redactar una entrada.** A diferencia de los periodísticos, en donde la prontitud con que se publican los contenidos es muy preciada, los autores de los *blogs* personales gozan de más tiempo para revisar lo que han escrito antes de exponerlo, de los blogueros 13 (43.3%) revisan cuidadosamente una entrada antes de publicarla, 10 (33.3%) no siempre cuentan con el tiempo suficiente por lo que lo hacen si su disponibilidad lo permite, siete (23.4%) no las revisan siendo inmediata la publicación (ver cuadro 27).

Cuadro 27. Acción que realiza después de terminar de redactar una entrada

	Frecuencia	Porcentaje
La publicas inmediatamente	7	23.4
La revisas cuidadosamente y luego la publicas	13	43.3
Depende de tu disponibilidad de tiempo	10	33.3
Total	30	100.0

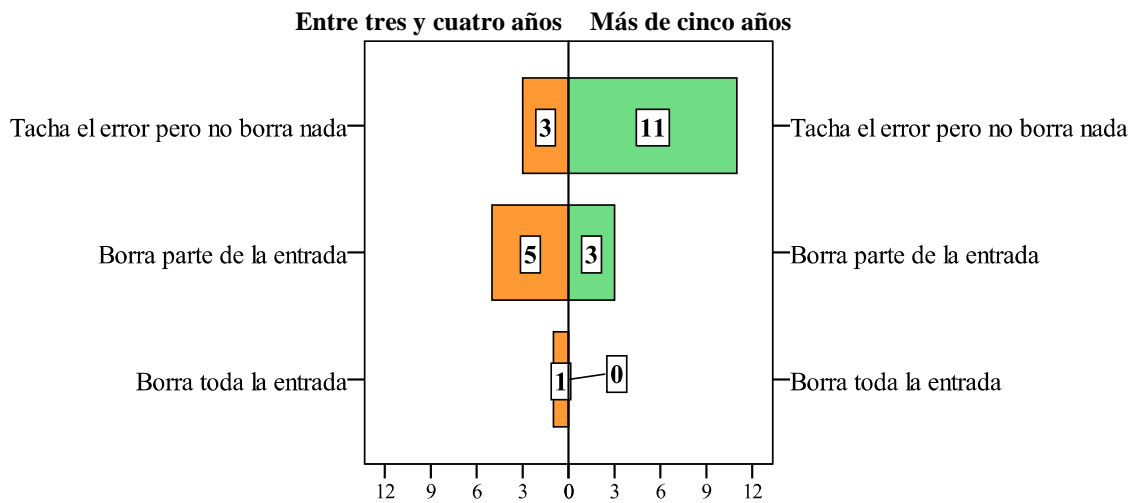
**Edición de entradas.** Los contenidos de un *blog* pueden ser cambiados por los blogueros sin ninguna restricción más que la que ellos mismos deseen, algunas veces podemos constatar si hacen correcciones –si han tachado parte del título o la entrada–, pero no siempre es así, principalmente cuando borran parcial o completamente la entrada. De los blogueros 12 (40%) casi nunca editan las entradas que escriben, 10 (33.4%) algunas veces, cuatro (13.3) lo hacen frecuentemente y otras cuatro (13.3%) nunca (ver cuadro 28).

Cuadro 28. Edita las entradas de su *blog*

	Frecuencia	Porcentaje
Frecuentemente	4	13.3
Algunas veces	10	33.4
Casi nunca	12	40.0
Nunca	4	13.3
Total	30	100.0

Quienes admiten editar las entradas de su *blog* (26) lo hacen de tres formas posibles, 14 recurren a tachar el error y no borran nada de la entrada, ocho borran parte de la entrada, es decir, eliminan lo que consideran un error o aquello que ya no quieren que los lectores vean, sólo uno ha borrado entradas completas. Vimos que quienes tienen más años como blogueros prefieren en su mayoría tachar el error y conservar la entrada “íntegra”, en cambio los que tienen menos años encuentran más viable desaparecer parte de la entrada o la entrada en su totalidad (ver ilustración 7).

Ilustración 7. Forma en la que edita las entradas (por antigüedad)



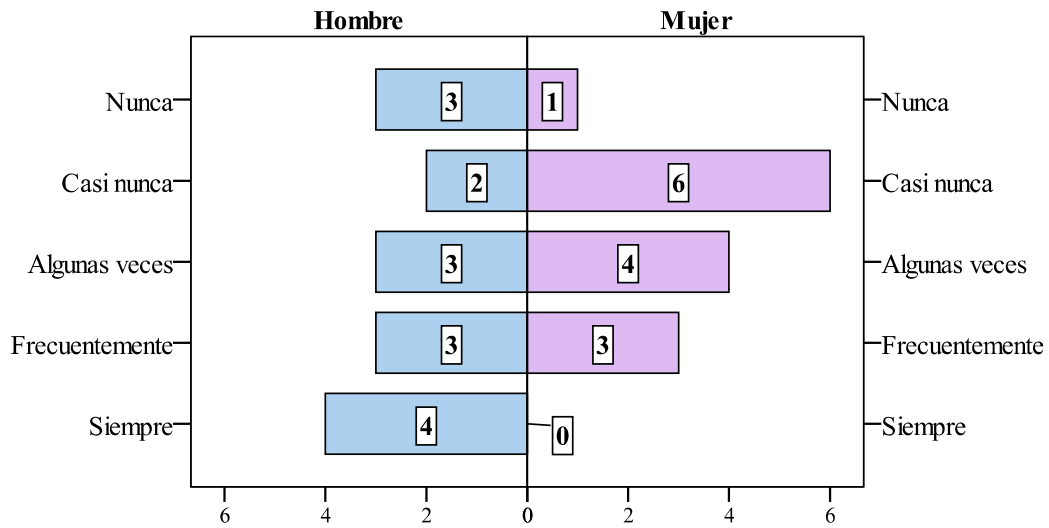
**Diseño personalizado.** La personalización a partir del diseño es importante para los dueños porque les permite diferenciar su *blog* de los demás, cuando les preguntamos si se involucraban en dicho proceso 27 (90%) contestaron que sí y sólo 3 (10%) admitieron que no lo hacen (ver cuadro 29).

Cuadro 29. Se involucra en el diseño personalizado de su *blog*

	Frecuencia	Porcentaje
No	3	10.0
Si	27	90.0
Total	30	100.0

**Escribe en HTML.** En un principio pensábamos que el contar con una página personal *web* previo a la creación del *blog* iba a determinar quienes escribían en lenguaje *HTML* con mayor frecuencia, no acertamos dicha relación; lo que encontramos en cambio fue que mientras los hombres escriben siempre y frecuentemente en este tipo de lenguaje el mismo número de mujeres lo hace nunca y casi nunca (7), ambos sexos lo hacen algunas veces (ver ilustración 8).

Ilustración 8. Escribe exclusivamente en *HTML* (por sexo)



**Tiempo en actualizar.** Los minutos que cada bloguero invierte en tener actualizado el *blog* nos da un referente de la importancia que le otorga en comparación con otras actividades que realiza en y fuera de línea, 18 (60%) sujetos reconocieron invertir menos de una hora en promedio, diez (33.3) de una a dos horas y un par de ellos (6.7%) más de dos horas (ver cuadro 30).

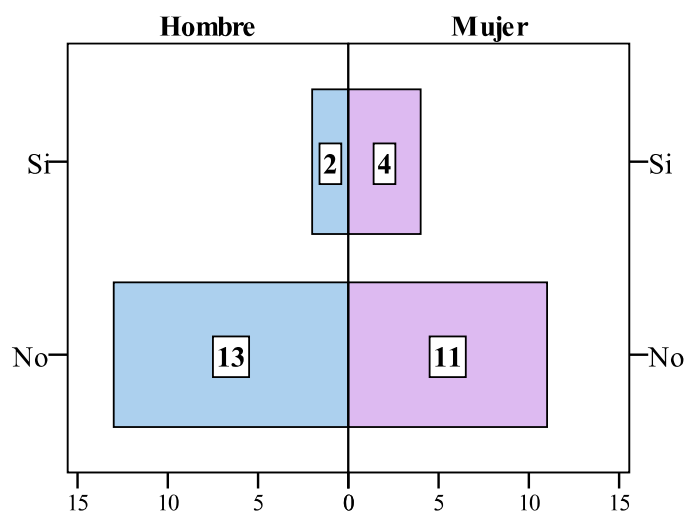
Cuadro 30. Tiempo promedio que tarda en actualizar el *blog*

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 30 minutos	5	16.7
Entre 30 y 60 minutos	13	43.3
Entre 60 y 90 minutos	8	26.6
Entre 90 y 120 minutos	2	6.7
Más de 120 minutos	2	6.7
Total	30	100.0



**Otros dispositivos.** Poder actualizar el *blog* desde otros dispositivos que no son la computadora hoy en día es bastante común debido a que la convergencia tecnológica facilita poder hacerlo siempre que se tenga una conexión a Internet disponible, pese a ello los blogueros en su mayor parte continúan haciéndolo desde la computadora (24 u 80%). Curiosamente el número de mujeres dobla al de hombres que sí usan otros dispositivos (ver ilustración 9), lo que contrasta la idea que tenemos sobre los hombres como aquellos que tienen una ventaja en el uso de las innovaciones, podemos decir que cada vez se cierra un poco más la brecha entre lo femenino y lo tecnológico.

Ilustración 9. Actualiza el *blog* desde otros dispositivos (por sexo)



**Grado de dificultad.** Hemos hablado hasta el momento de las bondades del formato *blog*, pero en realidad cuál es el grado de dificultad que los blogueros encuentran en él, para 15 (50%) de ellos es bajo y nulo, para nueve es intermedio (30%) y 6 (20%) lo consideran alto y muy alto (ver cuadro 31).

Cuadro 31. Grado de dificultad que representa mantener un *blog*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy alto	1	3.3
Alto	5	16.7
Medio	9	30.0
Bajo	12	40.0
Nulo	3	10.0
Total	30	100.0

**Autoconocimiento.** El acto de escribir sobre la vida de uno mismo puede ayudar a que la gente se conozca con mayor profundidad, 25 (83.3%) blogueros considera que tener un *blog* les ha ayudado a conocerse mejor, tres (10%) de ellos no comparten esta opinión, dos (6.7%) no contestaron la pregunta (ver cuadro 32). El autoconocimiento se relaciona como veremos más adelante con el proceso de la definición de identidad.

Cuadro 32. El *blog* le ayuda a conocerse mejor

	Frecuencia	Porcentaje
No	3	10.0
Si	25	83.3
Total	28	93.3
No contestó	2	6.7
Total	30	100.0

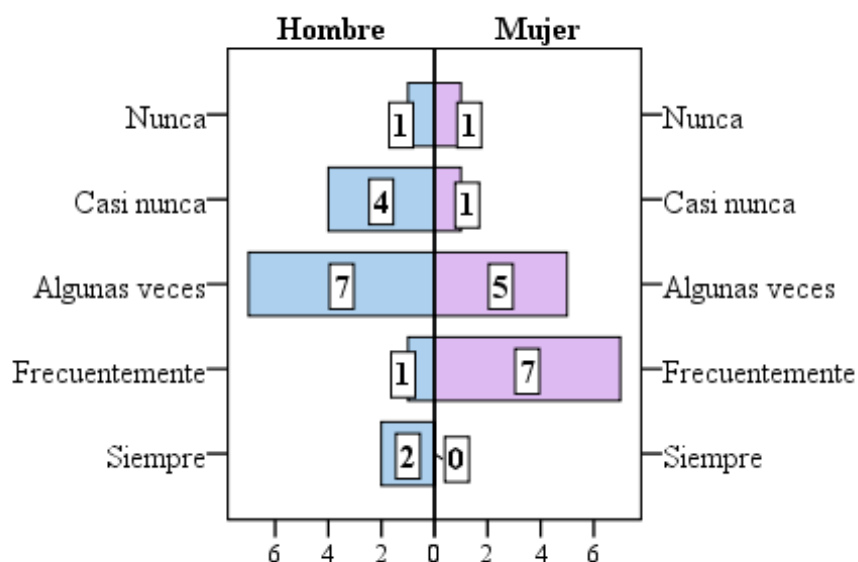
**Otros le conocen.** A través de aquello que escribe sobre sí o lo que le rodea un bloguero puede hacer que sus lectores lo conozcan y poder así entablar relaciones interpersonales, aunque la información que proporcione no necesariamente se apegue a la realidad sino lo que él ha decidido que los demás deben conocer sobre su persona; 26 (86.7%) blogueros apoyan la idea de que por medio de su *blog* los otros le conocen mejor, tres (10%) no lo consideran así y uno (3.3%) omitió su respuesta (ver cuadro 33).

Cuadro 33. El *blog* contribuye a que otros le conozcan mejor

	Frecuencia	Porcentaje
No	3	10.0
Si	26	86.7
Total	29	96.7
No contestó	1	3.3
Total	30	100.0

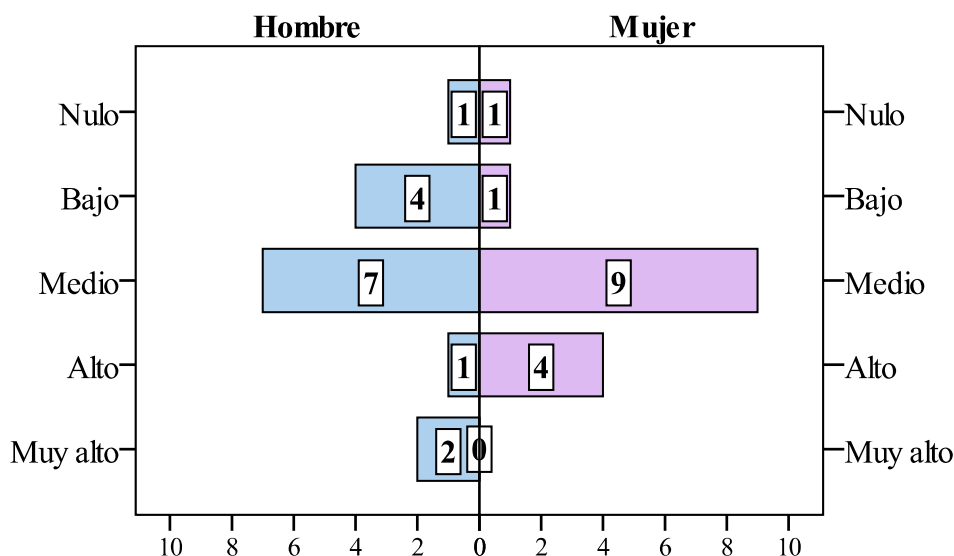
**Trata temas íntimos.** El tratamiento de temas íntimos que admiten tener los blogueros en sus *blogs* podemos relacionarlo con el uso que le dan, de esta forma al hacer fundamentalmente un registro autobiográfico las mujeres aceptan tratar temas íntimos frecuentemente y algunas veces (respectivamente siete y cinco de las doce que lo usan como diario personal) nunca y casi nunca (para quienes le dan un uso diferente), por su parte los hombres admiten hacerlo siempre (2, quienes lo usan como diario personal), frecuentemente (1), algunas veces (7, entre estos hay cuatro que no lo usan de modo autobiográfico), casi nunca (4) y nunca (1) (ver ilustración 10).

Ilustración 10. Trata temas íntimos (por sexo)



**Nivel de autorrevelación.** El nivel de información que revelan sobre sí mismos se corresponde en el caso de los hombres blogueros con la frecuencia con la que tratan temas íntimos, en cambio las mujeres exhiben una diferencia respecto con los casos medio y alto de autorrevelación (donde medio debería ser 5 y alto 7 en vez de 9 y 4) (ver Ilustraciones 10 y 11), una explicación tentativa puede ser que las tres blogueras que se movieron al nivel medio tratan con frecuencia temas personales, pero tienen cuidado en revelar solamente aquellos que consideran menos comprometedores (la bloguera que no responde a la pregunta anterior eligió nivel medio como su respuesta).

Ilustración 11. Nivel de autorrevelación (por sexo)



**Miente en el blog.** Argumentos en contra de Internet sostienen que las farsas pueden darse al no tener prueba material sobre lo que se dice y quién lo dice, por lo anterior quisimos ver si el uso de la mentira era común entre los blogueros; 16 (53.4%) de ellos dijeron nunca haber mentado a la hora de redactar una entrada, 12 (40%) admitieron que casi nunca lo habían hecho, hubo un caso (3.3%) que dijo algunas veces y otro (3.3%) que siempre (ver cuadro 34).

Cuadro 34. Ha mentado alguna vez en su *blog*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	1	3.3
Algunas veces	1	3.3
Casi nunca	12	40.0
Nunca	16	53.4
Total	30	100.0

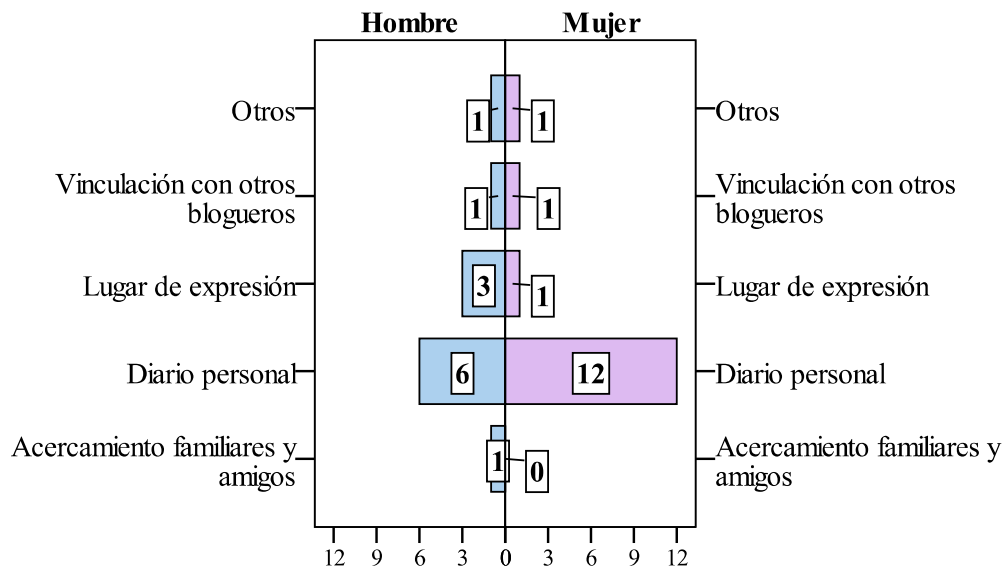
**Puede ser otro.** Uno de los engaños que puede llegar a darse en línea es, por mencionar un ejemplo, asumir la identidad de otra persona, en este aspecto la mayoría de los blogueros apoya la existencia de esta trampa potencial, 12 (40%) respondieron que frecuentemente creen que se puede ser otro en un *blog*, 10 (33.3%) que algunas veces y dos siempre (6.7%), en tanto cuatro (13.4%) nunca y uno (3.3%) casi nunca cree que esto pueda presentarse (ver cuadro 35).

Cuadro 35. Cree que se puede ser otra persona en un *blog*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	2	6.7
Frecuentemente	12	40.0
Algunas veces	10	33.3
Casi nunca	1	3.3
Nunca	4	13.4
Total	29	96.7
No contestó	1	3.3
Total	30	100.0

**Usos del *blog*.** Para efectos de entender un poco más qué era lo que los mantenía dentro del blogueo, se les pidió decir qué uso(s) principal(es) le daban a su *blog* a lo que contestaron la mayoría (18) que era como diario personal –esencialmente por parte de las mujeres, 12 de ellas– el segundo uso frecuente fue el de lugar de expresión con cuatro casos –tres hombres y una mujer–, también como una forma de vincularse con otros blogueros –un hombre y una mujer–, uno más le usa para acercarse a familiares y amigos, dos blogueros le dan otros usos que difieren de los arriba mencionados (ver ilustración 12).

Ilustración 12. Usos del *blog* (por sexo)



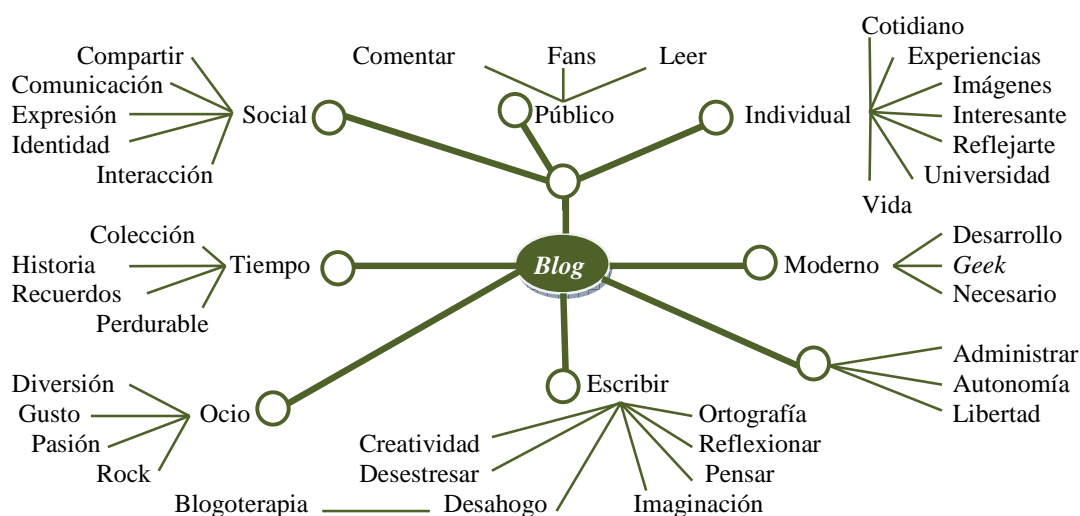
**Razones para mantener el *blog*.** Aunado a la pregunta anterior encontramos pertinente ponernos al tanto de las razones para mantener el *blog*, en otras palabras por qué en lugar de ser uno más de los miles de *blogs* abandonados en Internet los blogueros hacían lo posible por conservarlos, esta pregunta al igual que la anterior les dio la posibilidad de marcar varias opciones y dar otra si era necesario. El resultado fue que la expresión personal o sea poder decir lo que piensan sin censura alguna es lo que encuentran como más valioso dentro del formato (19 o 33.9%). En segundo lugar están otros usos (9 o 16.5%) –que tienen que ver con las características del formato, el ejercicio de escribir que conlleva, la potencialidad catártica que otorga, el poder compartir con otros y hasta el dinero extra que le suministra al autor–. En tercer lugar queda la construcción de identidad (7 o 12.5%), es decir la posibilidad de llegar a definir quiénes son. Luego en cuarto tenemos el sentido de pertenencia (6 o 10.7%), que se liga con la anterior porque parte de ella se define de acuerdo con lo que se tiene en común con un determinado grupo, en el mismo lugar está la búsqueda de reputación (6 o 10.7%), en otras palabras contar con un prestigio compartiendo con otros lo que hacen o lo que piensan. En quinto la potencialidad de relacionarse con pares (5 u 8.9%), situación que este tipo de TIC hacen posible al no demandar proximidad física a las partes involucradas (ver cuadro 36).

Cuadro 36. Razones para mantener el *blog*<sup>a</sup>

	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Búsqueda de reputación	6	10.7%	26.1%
Construcción de identidad	7	12.5%	30.4%
Expresión personal	19	33.9%	82.6%
Ganar visibilidad	4	7.1%	17.4%
Relacionarse con pares	5	8.9%	21.7%
Sentido de pertenencia	6	10.7%	26.1%
Otros	9	16.1%	39.1%
Total	56	100.0%	243.5%

**Imaginarios del *blog*.** Para conocer los significados que asocian al ser bloguero se les solicitó escribir tres palabras que relacionaran con el hecho de tener un *blog*, con el total de los vocablos<sup>281</sup> se agruparon palabras afines para poder al final elaborar una red semántica que pudiera mostrar gráficamente las ideas que los blogueros mantienen con el término *blog* (ver ilustración 13). Dentro de las palabras que más se mencionaron destaca la de libertad (15 veces), seguida de diversión (6 veces), expresión (5 veces), recuerdos (4 veces), compartir y desahogo (3 veces cada una) –se agrupan en este conteo sustantivos y verbos–. Estas respuestas nos dicen aquello que los autores encuentran como más meritorio del formato *blog*; es decir, que encuentran total libertad de ser ellos y expresar lo que quieren y piensan sin censura, también que al hacer el *blog* se divierten y comparten sus gustos, opiniones y hasta sus problemas, sentimientos o miedos.

Ilustración 13. Red de significados del *blog*



Fuente: elaboración propia.

<sup>281</sup> Incluyendo verbos, sustantivos y adjetivos, con un total de 84 palabras: administrar, autonomía, blogoterapia, colección, comentar, compartir (3), comunicación, cotidiano, cotidianeidad, creatividad, creativo, desarrollo, desahogo (3), desestresar, diversión (5), divertirme, escribir (3), experiencias, expresión (5), fans, geek, gusto, historia, identidad, individual, interacción (3), interesante, imágenes, imaginación, interacción, interesante, leer, liberar, liberación, libertad (13), libre, moderno, necesario, ocio (2), ortografía, pasión, pensar, perdurable, público (2), recordar, recordatorio, recuerdos (2), reflejarte, reflexión, reflexionar, rock, social, tiempo, universidad, vida.

En la red semántica el nodo principal es desde luego el *blog*, pues es la palabra en torno a la cual los blogueros externaron sus ideas. Como nodos secundarios tenemos lo individual que se trastoca con lo social y lo público, con esto queremos decir que se permite a través de ciertos mensajes que conocidos o extraños conozcan los pensamientos y las posturas de una persona, y hasta tengan voz para opinar en asuntos que se pueden considerar íntimos. En otras palabras que en el nivel individual hay un sujeto que abre un espacio –literal y metafóricamente hablando– y con ello hace públicos sus asuntos, busca con ello satisfacer algunas necesidades socioculturales que pueden ir desde la socialización hasta situaciones más bien presuntuosas, entendiendo a la primera como el hecho de estar en contacto con otras personas y al segundo como la búsqueda de fama.

Por otra parte, tenemos en otros nodos al tiempo y la idea de la perpetuidad de la historia personal, el registro o la colección de momentos significativos de los cuales de alguna forma se quiere dejar constancia. En otros encontramos al ocio, como la parte improductiva, aunada al hecho de escribir, que es ciertamente un ejercicio muy reflexivo, juntas combinan prácticas lúdicas y serias o conectadas con el pensamiento.

En último sitio están los nodos de lo moderno, donde la idea de desarrollo va ligada a los dispositivos tecnológicos, por lo que la tecnología se convierte en algo necesario para sobrevivir y los estilos de vida que se derivan de su dominio trascienden. El último no tiene palabra pero desde nuestra perspectiva evidencia el proceso de apropiación, o sea la administración de sus recursos, la autonomía y la libertad que les proporciona la plataforma tecnológica: el empoderamiento. Éste da a los usuarios la posibilidad de hacer con su tiempo y los medios disponibles lo que quieran, no necesariamente lo que deberían hacer con estos, pensando en el hecho de que para algunos el mantener un *blog* personal es pérdida de tiempo; aunado a ello tal decisión les permite alcanzar ciertos objetivos relacionados fuertemente con los usos que ellos escogen darle.

**Modifica positivamente su vida.** El proceso de apropiación, como se entiende en el capítulo primero, tiene que ver con que los individuos hacen suya una TIC a propósito de descubrir un uso conveniente en su vida cotidiana. Se les preguntó si el tener un *blog* había modificado algún aspecto de su vida y porqué, 24 (80%) blogueros contestaron que sí y



expusieron razones que iban ligadas prácticamente en su totalidad al aspecto socializador de este formato, hubo cinco casos que no apuntaron afirmativamente y uno que exteriorizó una modificación pero negativa –el *blog* le había provocado una adicción, esa es la razón por la que no consideramos que deba contarse en la frecuencia si– (ver cuadro 37).

Cuadro 37. El *blog* ha modificado positivamente aspectos de su vida

	Frecuencia	Porcentaje
No	6	20.0
Si	24	80.0
Total	30	100.0

Cerramos los resultados del cuestionario con lo relacionado a la blogósfera, es decir, la manera en se relacionan con otros blogueros, si las relaciones que inician en línea han pasado al plano presencial y cómo es que surgen.

**Buen *blog*.** Quisimos conocer como blogueros qué era para ellos lo que caracterizaba un buen *blog*, 26 (86.8%) de los blogueros piensan que son los contenidos; otros que es el número de visitas o el de comentarios, el prestigio del autor u otra cosa aquello que distingue a un buen *blog* de uno que no lo es –cada respuesta de estas últimas cuatro contó con un voto– (ver cuadro 38).

Cuadro 38. Características que debe tener un buen *blog*

	Frecuencia	Porcentaje
El número de visitas	1	3.3
El número de comentarios	1	3.3
Los contenidos	26	86.8
Eso depende del prestigio del autor	1	3.3
Otro	1	3.3
Total	30	100.0

**Blogs que sigue.** Los blogueros siguen *blogs* de gente que conocían en persona (3 o 10%) y también algunos que encontraron al navegar por Internet y que son de personas que no conocen (5 o 16.7%), de hecho la mayoría (22 o 73.3%) son seguidores de un *blog* indistintamente de si conocen o no de manera presencial a sus autores (ver cuadro 39).

Cuadro 39. Los *blogs* que sigue

	Frecuencia	Porcentaje
Son de gente que conocía en persona	3	10.0
Los encontré en Internet y no conozco a los autores	5	16.7
Las dos anteriores	22	73.3
Total	30	100.0

**Comentarios y otros.** La retroalimentación que reciben los *blogs* puede significar una evaluación del desempeño del autor, pero en qué medida se interesan ellos por lo que piensan quienes comentan sus entradas, en este aspecto los blogueros dicen darle un peso elemental por lo que les importa siempre y frecuentemente (14 o 46.6%), seguido de algunas veces (12 o 40%) y nunca o casi nunca (4 o 13.4%; ver cuadro 40).

Cuadro 40. Se interesa por lo que piensan quienes comentan

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	5	16.6
Frecuentemente	9	30.0
Algunas veces	12	40.0
Casi nunca	2	6.7
Nunca	2	6.7
Total	30	100.0

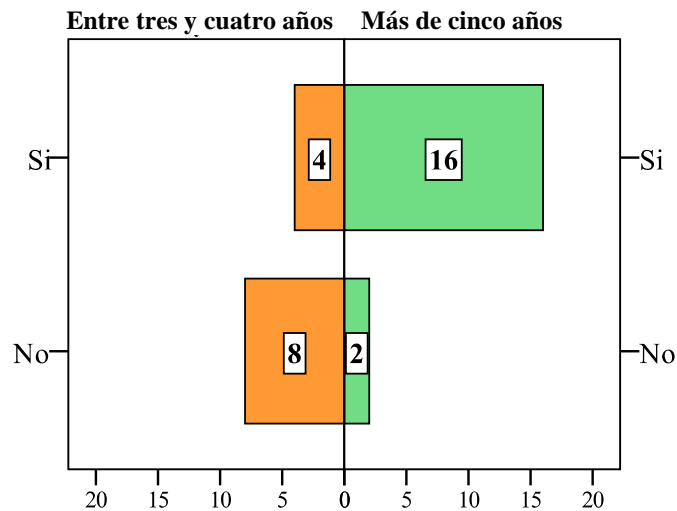
**Personas e integración.** Como vimos arriba los blogueros no siempre logran desarrollar empatía hacia sus lectores, veremos en este momento con quiénes se integran mejor, para 21 (70%) de ellos los intereses son la clave para relacionarse con los otros, tres (10%) creen que es el nivel educativo y uno (3.3%) el nivel socioeconómico –otros cinco prefirieron manejar otras respuestas– (ver cuadro 41).

Cuadro 41. Personas con quien se integra mejor

	Frecuencia	Porcentaje
Intereses	21	70.0
Nivel socioeconómico	1	3.3
Nivel educativo	3	10.0
Otro	5	16.7
Total	30	100.0

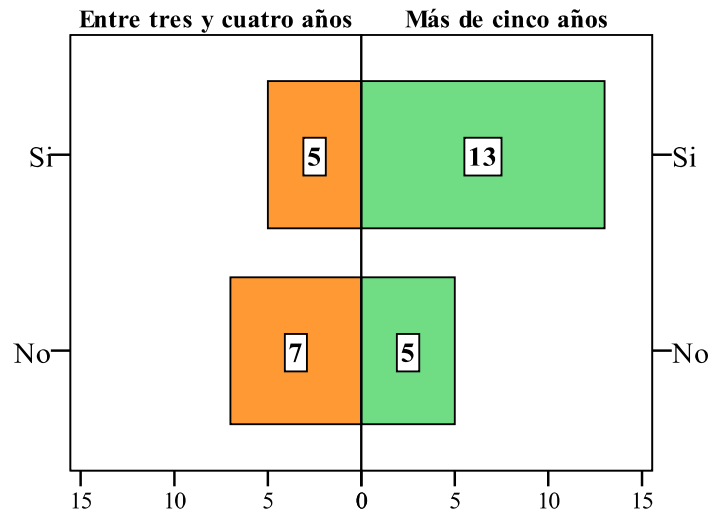
**Encuentros presenciales.** En el capítulo anterior expusimos cierta tendencia a pasar del plano en línea al presencial, los blogueros que han experimentado dicha transición parecen ser principalmente quienes tienen más años en el ambiente –16 de los 20–, dentro de los otros diez blogueros que no han tenido encuentros presenciales encontramos ocho que tienen de tres a cuatro años dentro de la actividad del blogueo (ver ilustración 14).

Ilustración 14. Encuentros presenciales (por antigüedad).



**Sentido de pertenencia.** Quisimos preguntarles si la gente que han conocido a través de los *blogs* les daba un fuerte sentido de pertenencia, sus respuestas fueron que sí en 18 veces y no en 12, es decir, no todos han encontrado personas con las que sentirse integrados, comparando los años en la actividad del *blog* notamos que dos terceras partes de los que tienen mas de cinco años sí muestran sentido de pertenecía y los que tienen entre tres y cuatro están prácticamente empatados en sí y no (ver ilustración 15).

Ilustración 15. Sentido de pertenencia (por antigüedad).



**Grupo bloguero.** Únicamente la mitad de los 18 blogueros que han logrado desarrollar sentido de pertenencia, o sea un vínculo fuerte con otros blogueros externó formar parte de un grupo (ver cuadro 42), en seguida centraremos la atención en estos nueve sujetos.

Cuadro 42. Como bloguero forma parte de un grupo

	Frecuencia	Porcentaje
No	20	66.7
Si	9	30.0
Total	29	96.7
No contestó	1	3.3
Total	30	100.0

Los nueve sujetos que forman parte de un grupo contestaron diez preguntas sobre (A) la razón principal para pertenecer al grupo; (B) si existe algún problema o dificultad que se comparte en el grupo; (C) la importancia que otorga a la opinión de los otros miembros del grupo; (D) si tratan temas íntimos con alguno de los otros miembros del grupo; (E) el nivel de confianza hacia los otros miembros del grupo; (F) las personas en quien confía más dentro del grupo; (G) si pediría dinero prestado a otro miembro del grupo; (H) si pediría un consejo a otro miembro del grupo; (I) si está dispuesto a invertir su tiempo en actividades del grupo; (J) si cree que como grupo podrían pelear juntos contra una injusticia; con base en sus respuesta se elaboró el siguiente cuadro (cuadro 43).

Cuadro 43. Personas que pertenecen a un grupo

#	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	Identidad	No	Importante	Algunas veces	Media	Muy pocos	No	Si	Si	No
2	Afinidad	No	Importante	Algunas veces	Media	Muy pocos	No	Si	Si	Si
3	Afinidad	No	Poco importante	Casi nunca	Media	Muy pocos	No	No	Si	Si
4	Afinidad	No	Poco importante	Nunca	Baja	Muy pocos	No	No	Si	Si
5	Afinidad	Si	Poco importante	Casi nunca	Alta	La mayoría	No	No	Si	Si
6	Afinidad	Si	Importante	Algunas veces	Alta	La mayoría	Si	Si	Si	Si
7	Identidad	No	Importante	Siempre	Muy alta	La mayoría	No	Si	Si	Si
8	Afinidad	No	Importante	Algunas veces	Alta	La mayoría	No	Si	No	Si
9	Afinidad	No	Importante	Algunas veces	Muy alta	Muy pocos	No	Si	Si	Si

Con un análisis de vecinos próximos, que es un método de SPSS utilizado para clasificar casos basándose en su parecido a otros casos, pudimos reunir a los blogueros cuyas respuestas se parecen más. De ese modo donde se cruzaron las variables (A) la razón principal para pertenecer al grupo<sup>282</sup>; (C) la importancia que otorga a la opinión de los otros miembros del grupo; y, (D) si tratan temas íntimos con alguno de los otros miembros del grupo: encontramos que 2, 6, 8 y 9 están juntos –los cuatro se agrupan por afinidad, la opinión de los otros miembros del grupo es importante, pero pocas veces comparten temas íntimos con ellos– a estos se aproxima el 1 y a su vez el 7 a éste –ambos agrupados por identidad, consideran importante la opinión de los otros, el 1 comparte algunas veces temas íntimos con otros miembros del grupo y el 7 lo hace siempre– 3 y 5 se unen, 4 se encuentra más cercano a ellos –los tres agrupados por afinidad, le otorgan poca importancia a la opinión de los otros miembros del grupo, 3 y 5 casi nunca tratan temas íntimos y 4 no lo hace nunca–.

Para el cruce de (A) la razón principal para pertenecer al grupo; (E) el nivel de confianza hacia los otros miembros del grupo; y (F) las personas en quien confía más dentro del

<sup>282</sup> Las respuestas marcadas por los blogueros fueron afinidad, que entendemos aquí como una similitud de gustos, opiniones e intereses entre los miembros del grupo, y la de identidad, que implica un sentido de pertenencia hacia ese grupo.

grupo: aparecieron 5, 6 y 8 juntos, el 7 próximo a ellos –los cuatro confían en la mayoría de los miembros del grupo, en 5, 6 y 8 el nivel de confianza es alto y se agrupan por afinidad, en 7 en cambio el nivel es alto y se agrupa por identidad–, 2 y 3 juntos –los dos casos se agrupan por afinidad el nivel de confianza es medio y hacia muy pocos miembros del grupo–, luego 4, 1 y 9 en orden de proximidad –los tres confían en muy pocos miembros del grupo, mientras que para el 1 el nivel de confianza es media y se grupa por identidad, para 4 el nivel de confianza es baja y para 9 muy alta, ambos se agrupan por afinidad–.

En la intersección (A) la razón principal para pertenecer al grupo, (G) si pediría dinero prestado a otro miembro del grupo y (H) si pediría un consejo a otro miembro del grupo, tanto 2, 8 y 9 quedan juntos el 6 próximo a ellos –los tres primeros le pedirían un consejo, pero no dinero prestado a uno de los miembros de su grupo por afinidad, por su parte el 6 le pediría tanto el dinero como el consejo– 4, 3 y 5 juntos al igual que 1 y 7 –los tres primeros casos no pedirían ni dinero ni consejo a alguno de los miembros de su grupo por afinidad, los dos últimos no pedirían dinero pero si un consejo a los otros miembros de su grupo por identidad–.

Por último para el encuentro de (B) si existe algún problema o dificultad que se comparte en el grupo; con (I) si está dispuesto a invertir su tiempo en actividades del grupo; y (J) si cree que como grupo podrían pelear juntos contra una injusticia: los números 2, 3, 4, 7 y 9 resultan contiguos 8 y 1 se aproximan a estos –los siete casos no comparten ningún problema o dificultad, 2, 3, 4, 7 y 9 están dispuestos a invertir tiempo en actividades de su grupo y a pelear juntos por una injusticia, el 1 no está dispuesto a lo primero pero si a lo segundo– y 5 y 6 están juntos –o sea comparten un problema o dificultad y por tanto están dispuestos a invertir tiempo en actividades del grupo y a pelear junto a los otros miembros del grupo por una injusticia–.

En este momento expondremos la relación de los hallazgos de la investigación cuantitativa con el marco teórico. En cuanto al acceso sabemos que los blogueros cuentan con él y lo hacen desde diferentes lugares y momentos. El control técnico y cognoscitivo difiere entre ellos por el tiempo que llevan haciendo uso de Internet, y los ambientes formales e informales que han marcado su trayectoria como usuarios: no todos son prosumidores como

consecuencia de tener un *blog* ni tienen conocimiento sobre lenguaje de programación. Algunos contaban con una página *web* o un diario personal antes de publicar contenidos en línea, su adhesión a la blogósfera fue mayoritariamente voluntaria y la influencia positiva que ha tenido el *blog* en su vida, así como los usos que le dan de acuerdo con sus propósitos, han servido para mantenerlo actualizado durante varios años; por si fuera poco comparten su espacio con gente de diversas latitudes y han reconfigurado aspectos que con anterioridad se ceñían a la esfera privada e inmediata; al estar a disposición de otros usuarios se entiende que tienen la intención de compartir sus ideas, vivencias, opiniones, intereses e incluso conocimiento para que otros se beneficien de aquello que cuentan y dan cuenta, podemos decir que los blogueros no sólo los que contestaron el cuestionario (30) sino los de la muestra (50) cuentan con un nivel avanzado de apropiación, puesto que cumplen con cinco de las seis etapas desarrolladas en el primer capítulo –la representación política no se cumple porque no son innovadores tecnológicos ni toman decisiones en el diseño e implementación de la tecnología, en realidad muy pocos usuarios alcanzarían a efectuarla–. Dejando hasta aquí el trabajo cuantitativo, en los tres apartados próximos nos enfocaremos más bien en la hipótesis y el segundo capítulo desde la perspectiva cualitativa.

### 3.3.2 Observación: la aproximación cualitativa

Este segundo apartado corresponde al análisis de una primera guía de observación (anexo 3), la observación se realizó durante los meses de agosto a octubre de 2010. Su diseño se enfoca completamente al *blog* como plataforma, aunque también en menor medida se encarga del autor y la blogósfera –entendida como la relación entre los blogueros–; esta guía consta de diferentes partes que comenzaremos a desglosar a continuación.

La identificación del autor se basa en la disposición que tiene para revelar su identidad fuera de línea, en el capítulo precedente mencionamos que el grado de anonimato en un *blog* puede ser alto, medio o nulo según desee el bloguero, ese nivel es el que permite establecer una relación directa entre la información publicada y su autoría; lo primero en abordar entonces será la manera en que los cincuenta blogueros deciden que se dé tal relación.

**Sexo.** La selección de los casos que se consideraron en ningún momento pretendió tener un equilibrio en la cantidad de hombres y mujeres; principalmente porque no se contaba con un dato sociodemográfico tal en el que basar la toma de decisión respecto a cuántos(as) autores de *blogs* debíamos integrar en la “muestra”. El trabajo inicialmente planteaba la revisión de cincuenta casos, por lo que exclusivamente nos remitimos a conseguir reunirlos, daremos a conocer cómo se integra la “muestra” en cuanto a esta categoría porque dentro del análisis de algunos elementos se encontraron diferencias significativas entre los sexos, los hombres son 27 (54%) y las mujeres 23(46%) (ver cuadro 44), las cifras muestran para nuestro caso que no hay una gran desfase por lo que podemos aseverar que la actividad de bloguear no es para nada una cuestión asociada a lo masculino.

Cuadro 44. Sexo

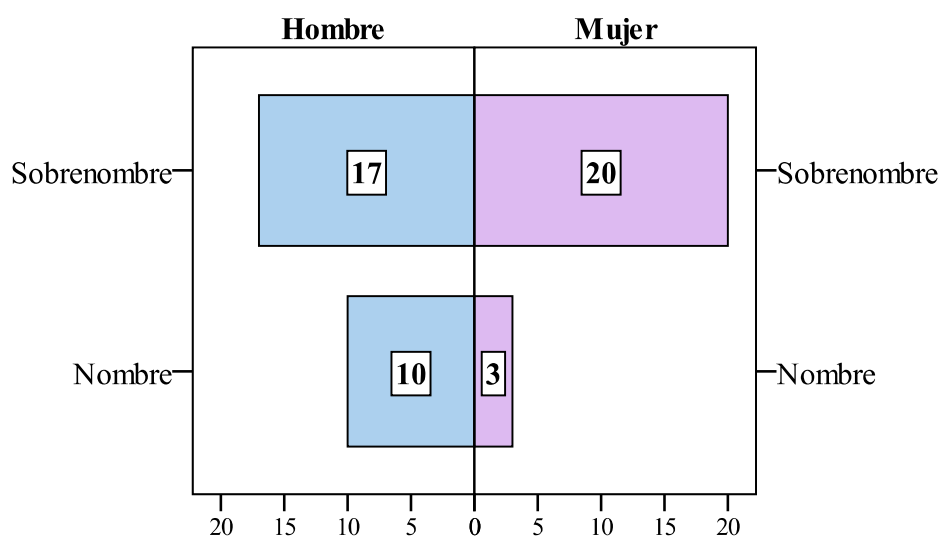
	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	27	54.0
Mujer	23	46.0
Total	50	100.0

**Nombre/sobrenombre.** Los *blogs* personales son una forma primordial de autorrevelación, una de las dificultades que enfrentamos en la selección de la muestra fue precisamente la cantidad de información que los autores dan a conocer sobre cuestiones que pueden dejar al descubierto su identidad fuera de línea. Decir abiertamente el nombre, por ejemplo, hace más susceptible al sujeto para que alguien que lo conoce y lea su *blog* pueda usar cierta información en su contra, bajo estas circunstancias encontramos que hay un 74% (37 personas) que usan un sobrenombre dentro de la blogósfera, en otras palabras pretenden



que lo que se publica en su *blog* no se relacione en la vida fuera de línea con su persona –las mujeres son quienes más sobrenombres emplean (20 de ellas) –, el otro 26% (13 personas) utiliza su nombre abiertamente (13, de los cuales 10 son hombres y 3 mujeres) (ver ilustración 16).

Ilustración 16. Uso de (sobre)nombre por sexo



**Foto/imagen.** Otro componente de la identidad fuera de línea del bloguero es sin dudar una reproducción de su aspecto físico, al igual que en lo que respecta al (sobre)nombre tiene plena libertad de decidir si quiere propagar una foto de sí mismo o de alguien más, o si prefiere que se le asocie a una imagen o a ninguna. La foto total –que deja ver claramente su rostro– representa como el nombre la posibilidad de que alguien que le conoce de manera presencial le identifique, nuevamente esto compromete a no revelar demasiada información o de cierto tipo; es por ello que 19 (38%) blogueros usan una foto total (ver cuadro45), la parcial la prefieren 8 (16%) –denominamos parcial a una foto cuyo encuadre omite gran parte del rostro o que tiene entre la cámara y éste un objeto que impide su completa visibilidad–, emplean la imagen 19 (38%) –imágenes de cualquier tipo objetos inanimados, signos, íconos– y ninguna 4 (8%).

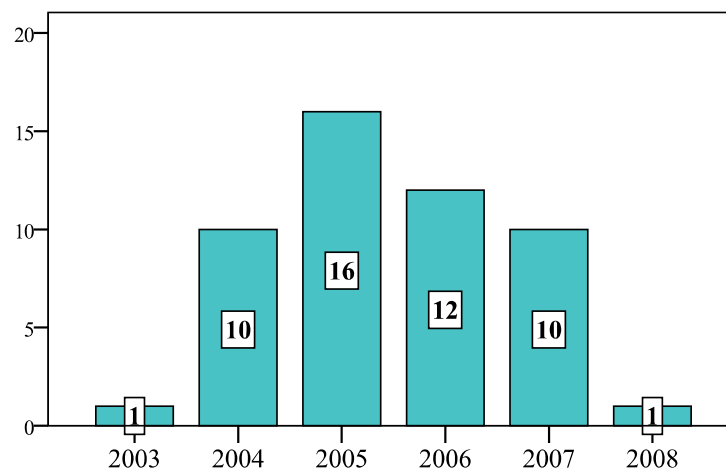
Cuadro 45. Representación visual de sí mismo

	Frecuencia	Porcentaje
Foto	19	38.0
Foto parcial	8	16.0
Imagen	19	38.0
Ninguna	4	8.0
Total	50	100.0

Del *blog* nos interesaron su antigüedad, el servidor preferido para alojar uno, el grado de moderación que manejan, con qué otras vías de contacto cuentan, los enlaces internos y externos, lo referente a las entradas y la organización de los elementos visuales; la importancia que otorgan los autores a sus visitantes, a otros blogueros y a la cuestión monetaria, nos referimos a ello a continuación.

**Año de creación.** Al inicio del apartado se mencionaron los filtros para la selección de los casos, por lo que el año de creación de los *blogs* analizados se ubica en el periodo que va del 2003 al 2008 (ver ilustración 17), en 2005 y el 2006 se crearon 28 de los *blogs* –hay que recordar que para *Technorati* y su estado de la blogósfera son estos mismos años en los que se registran cifras record en cuanto al mayor número de *blogs* creados por día<sup>283</sup>-. En 2004 y 2007 se crean otros veinte, los otros dos se crean por tanto en 2003 y 2008 cada uno.

Ilustración 17. Año de creación del *blog*



<sup>283</sup> *Technorati* (2007) “State of the Blogosphere”, disponible en: <<http://www.sifry.com/alerts/archives/000493.html>>. Fecha de consulta: febrero de 2011.

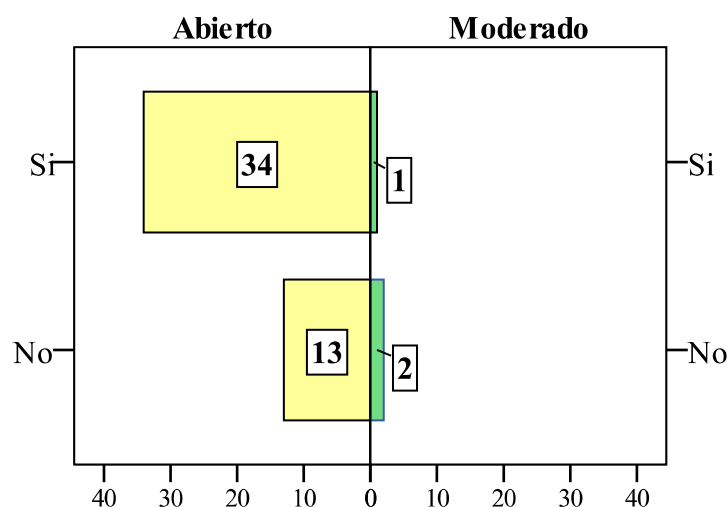
**Servidor en el que se aloja el *blog*.** Dentro de los *blogs* analizados se encontraron cuatro servidores (ver cuadro 46), la diferencia entre cada uno posicionó a *Blogger* como el más popular entre los populares alojando un total de 45 (90%) *blogs*, este servidor con más de diez años se ha caracterizado por un manejo muy amigable para el usuario; le sigue *Wordpress* (otro de los más populares aunque no tanto entre los sujetos de estudio) con tres (6%) *blogs* –*Wordpress* al igual que *Blogger* se especializa en este formato de Internet–; por último encontramos *Live Spaces* que se asocia al servicio de *Hotmail*, y a *Ymipollo*, con un usuario cada uno.

Cuadro 46. Servidor en el que se aloja el *blog*

Servidor	Frecuencia	Porcentaje
<i>Blogger</i>	45	90.0
<i>Live Spaces</i>	1	2.0
<i>Wordpress</i>	3	6.0
Ymipollo	1	2.0
Total	50	100.0

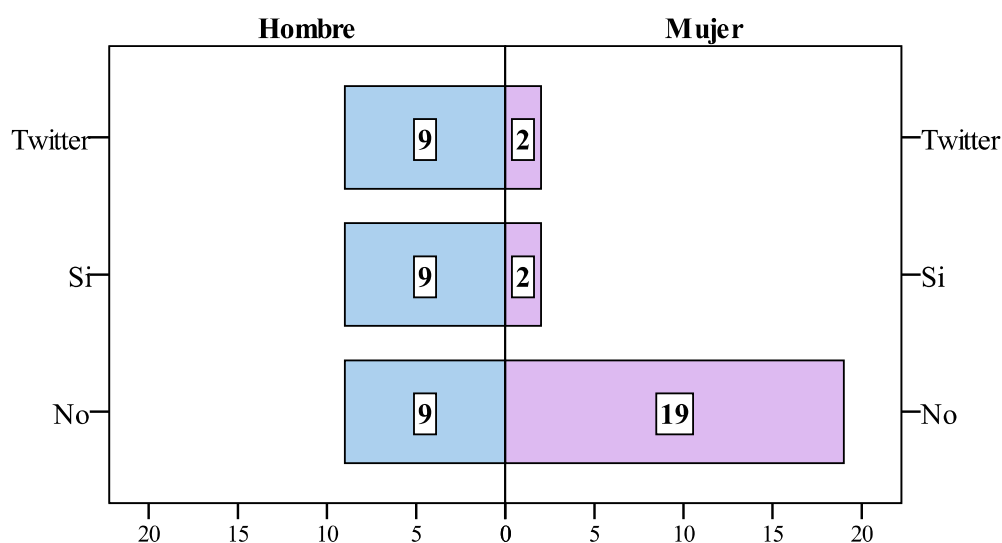
**Abierto o moderado.** Como se explicó en el segundo capítulo parte importante del formato *blog* es la potencialidad de recibir retroalimentación, los blogueros cuentan con la posibilidad de elegir si quieren que los comentarios que hacen los lectores a sus diferentes entradas aparezcan de manera inmediata o si antes deben leerlos y luego decidir si los publica o no; en este sentido el *blog* puede ser abierto a comentarios o moderado por el autor. En los *blogs* revisados encontramos sólo tres casos (6%) en donde el autor funge como filtro de los mensajes que aparecen publicados a manera de retroalimentación, los otros 47 (94%) permiten la libre expresión de las ideas –el comentario puede verse tan pronto como se acaba de escribir e incluso se publican aquellos que son ofensivos para el propio autor o que no tienen que ver con el tema de la entrada–. El anonimato (ver ilustración 18) de quien comenta se permite en sólo 34 de los 47 *blogs* abiertos y no se admite en los otros 13; en cuanto a la moderación se tolera la omisión de la identidad en uno, los otros dos piden como requisito indispensable que el comentarista se identifique a través de un correo *web* o como bloguero.

Ilustración 18. Anonimato permitido en *blogs* abiertos y moderados



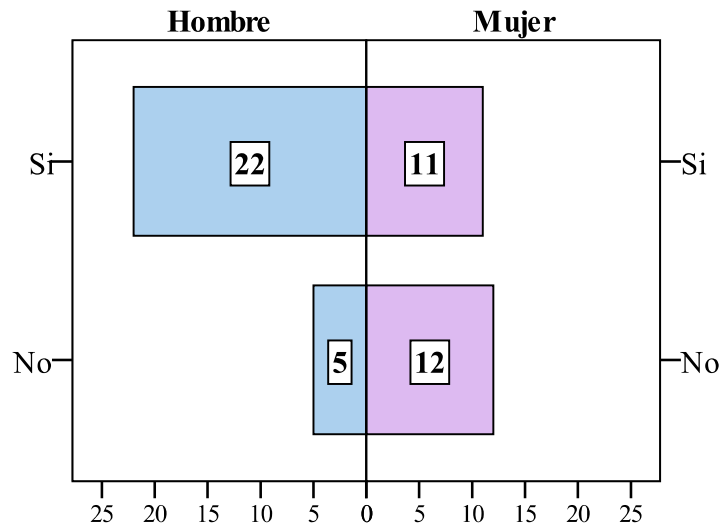
**Chat.** Dentro del *blog* también se puede tener interacción con el autor u otros lectores a partir del uso del *chat*, encontramos que esta herramienta de comunicación no es para nada preferida por los blogueros (56%), y es que como vimos en el segundo capítulo el *chat* se considera fundamentalmente una forma de comunicación sincrónica, lo que implica que tanto autor como otros participantes coincidan en el momento de estar en línea y revisando el *blog*. Si bien la conexión simultánea entre bloguero y lectores es difícil de lograr parece no ser un obstáculo, pues para efectos de continuar una conversación se pueden ver mensajes que han sido publicados en otro día, mes o año, en otras palabras el *chat* aquí se vuelve asincrónico; 11 (22%) de ellos sí lo incorporan y encontramos además que el otro 22% restante agrega al *blog* su actividad en *twitter* con el mismo móvil que el *chat* (ver ilustración 19), esto es otra forma de contacto que enriquece la que el formato *blog* proporciona. Algo que llamó nuestra atención es que las mujeres tienden a usar menos que los hombres la herramienta (de 11 sujetos que cuentan con *chat*, 9 son hombres, los números se repiten para el caso del *twitter*).

Ilustración 19. Cuenta con chat (por sexo)



**Correo.** Una de las formas en las que un lector o seguidor puede ponerse en contacto con el autor del *blog* por afuera de éste es por medio del correo *web*, esta continuidad en la relación no es, sin embargo, algo que interese a todos los blogueros. Vimos que 33 (66%) sí publican una dirección para que cualquiera que así lo desee pueda escribirles sin tener que comentar o publicar el mensaje en el *blog*, o bien tratar cualquier otro asunto con el bloguero por esta vía de comunicación, de hecho, encontramos otra vez que los hombres (22) están más dispuestos a hacerlo, en comparación con las mujeres (11) (ver ilustración 20). Suponemos que quienes no publican alguna dirección parecen cerrar de manera exclusiva al formato *blog* cualquier interacción posible entre ellos y otros usuarios de Internet o bien que la consideran una forma de acercamiento muy personal (34%, en donde 12 son mujeres y cinco hombres).

Ilustración 20. Publica algún correo *web* (por sexo)



**Contador.** Las visitas que se reciben en un *blog* pueden contabilizarse si el propietario desea conocer cuántas personas han llegado a su sitio, sin que hayan dejado un comentario, o demostrar que su *blog* es frecuentado, lo que conlleva a decir de cierta forma qué grado de popularidad se tiene en el ambiente bloguero, de ninguna manera significa que el *blog* con mayor número de visitas sea el mejor, pero sí que hay gente que se interesa y que ha estado atenta a su contenido por lo menos una vez. Como la cantidad no significa calidad, no a todos les interesa saber o hacer público el tráfico que tiene su *blog*, partiendo de esa condición hay por parte de los sujetos un 56% (28) que no lo tiene y otro 44% (22) que cuenta con uno (ver cuadro 47), algunos contadores proporcionan cifras, otros dicen además de qué parte del mundo los visitan, otros también a qué hora y hasta cómo fue que llegaron ahí; el número de visitantes que observamos se mueven desde pocos cientos a varios miles.

Cuadro 47. Contador de visitas

	Frecuencia	Porcentaje
No	28	56.0
Si	22	44.0
Total	50	100.0

**Seguidores.** Los contadores como explicamos arriba dan pista del tráfico que tiene el *blog*, pero ninguna es tan significativa como la modalidad de seguidores que se adopta en el formato hace no demasiado tiempo. A diferencia de los contadores de visitas que no dicen quién está ahí por error o porque realmente busca la voz del autor, los seguidores se reconocen abiertamente como “fans” de los *blogs*, es así otro indicador de popularidad –si bien Internet se caracteriza por las nanoaudiencias<sup>284</sup> no es nada fácil lograr que otros se declaren consumidores frecuentes de productos que son elaborados por personas que fuera de línea no son en la mayoría de las veces famosos o figuras públicas, más aún si tomamos en cuenta que hay miles de *blogs* disponibles–. Hallamos que 19 (38%) blogueros tienen entre uno y hasta 169 seguidores, ocho casos se encuentran por encima de la media que es de 13 seguidores (13.08) y 11 por debajo (ver cuadro 48); el mínimo y la moda se localizan en cero con 31 veces (62%).

Cuadro 48. Seguidores

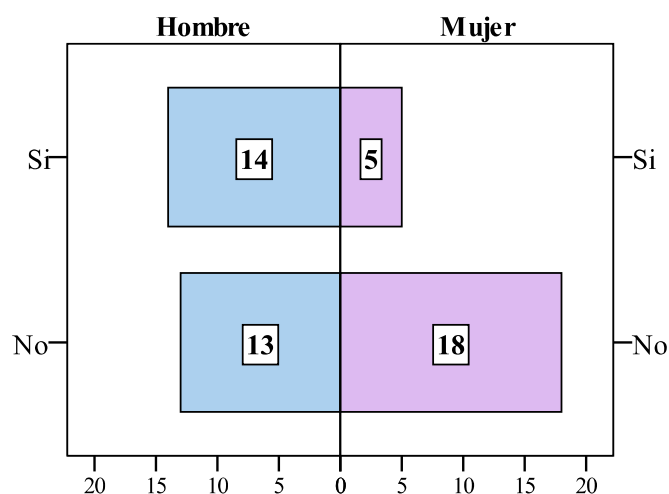
Media	13.08
Mínimo	0
Máximo	169

Una vez más encontramos que entre los sexos hay un contraste considerable (ver ilustración 21), pues de los 19 *blogs* con seguidores 14 pertenecen a un hombre y cinco a una mujer, los hombres son también quienes más número de seguidores ostentan, pues seis de los ocho casos por encima de la media (13.08) son de ellos.

---

<sup>284</sup> En comparación con los medios tradicionales cuyo público se cuenta por cientos de miles y millones, los nuevos medios tienen “públicos muy limitados”, ver Varela, Juan (2004) “El impacto de los medios sociales”, disponible en: <<http://periodistas21.blogspot.com/2004/07/el-impacto-de-los-medios-sociales.html>>. Fecha de consulta: julio de 2011.

Ilustración 21. Seguidores (por sexo)



**Reconocimientos.** Dentro de la comunidad bloguera los contadores de visitas y los seguidores pueden ser indicadores importantes de la popularidad de la que goza el autor, pero son independientes de la blogósfera en el sentido de que quienes siguen o visitan un *blog* no necesariamente son otros blogueros. En oposición a los anteriores están los reconocimientos que sólo pueden ser extendidos por otro bloguero, con ello se pretende destacar el esfuerzo por mantener actualizado el sitio, así como la calidad en las entradas; debemos aclarar que no son premios “oficiales” sino que son dados por sus colegas y no tenemos hasta este momento muy claro cómo es que determinan quién o en qué momento deben otorgárseles. Los blogueros que han recibido premios son siete (14%) –cuatro han recibido uno, uno ha recibido dos, otro tres y otro ocho– el resto (86%) no ha recibido ninguno o por lo menos no lo ha hecho público ni en una entrada ni en alguna otra parte del *blog* (ver cuadro 49).

Cuadro 49. Reconocimientos recibidos

	Frecuencia	Porcentaje
0	43	86.0
1	4	8.0
2	1	2.0
3	1	2.0
8	1	2.0
Total	50	100.0



**Publicidad.** En el capítulo previo manejamos el supuesto de que entre los blogueros no existía un móvil lucrativo, lo que advertimos a estas alturas es que sí hay quienes han aprovechado para insertar *banners* publicitarios en sus espacios pero son los menos, 7 (14%) de ellos mientras que los otros 43 (86%) no busca retribución económica alguna al estar blogueando pues no encontramos inserta ningún tipo de publicidad (ver cuadro 50).

Cuadro 50. Publicidad

	Frecuencia	Porcentaje
No	43	86.0
Si	7	14.0
Total	50	100.0

**Distribución del espacio.** El número de columnas hace posible que el espacio se maneje en función de las mismas, en nuestro caso 46 *blogs* (92%) cuenta con dos columnas (ver cuadro 51) lo que facilita su lectura pues le da a la entrada el espacio suficiente para leerse reduciendo los movimientos arriba/abajo de la pantalla en comparación con el uso de las tres columnas, sólo cuatro *blogs* (8%) presentaron esta última característica.

Cuadro 51. Distribución del espacio (número de columnas)

Número de columnas	Frecuencia	Porcentaje
Dos	46	92.0
Tres	4	8.0
Total	50	100.0

**Tipografía.** El tipo de letra usado en la escritura de las entradas da prioridad a letras que por su forma y espacio entre ellas facilitan la lectura, en el 100% de los casos encontramos lo anterior como una constante –de tal forma Arial, Calibri, Courier New, Georgia, Lucida Sans, Tahoma, Times New Roman, Trebuchet y Verdana fueron las fuentes encontradas–. La diferencia se localiza en que 30 blogueros (60%) emplean la familia tipográfica conocida como Palo seco (sin adorno o remate) y los otros 20 (40%) usan Romanas (que se parecen más a la escritura manual)<sup>285</sup> (ver cuadro 52).

<sup>285</sup> Asociación Tipográfica Internacional (200?) “Clasificación de fuentes tipográficas DIN 16518- AtypI”, disponible en: <<http://www.atypi.org>>. Fecha de consulta: febrero de 2011.

Cuadro 52. Tipografía

Familia	Frecuencia	Porcentaje
Palo seco	30	60.0
Romana	20	40.0
Total	50	100.0

**Color del *blog*.** Otro de los elementos visuales importantes en cualquier producto comunicativo es el color, aunque en el *blog* pueden estar presentes todos los colores se tomó el que ocupaba el mayor espacio en la plantilla, de tal forma encontramos al blanco como el más recurrente con un 40% de los casos (11 hombres y nueve mujeres), sin duda por motivos de legibilidad; sigue el azul con 22% (pese a estar asociado a lo masculino se usa por 7 mujeres y 4 hombres); el negro ocupa el tercer lugar en frecuencia y representa el 18%, al color se le asocia con la elegancia (cinco hombres y cuatro mujeres); el gris (tres hombres y una mujer) y verde (tres mujeres y un hombre) vienen en cuarta posición con 8% cada uno y se asocian con la tristeza y la esperanza respectivamente; por último tenemos al café y al naranja (un hombre cada uno), ambos asociados a la calidez y contando con un 2% para cada caso (ver cuadro 53). Aún cuando culturalmente hay una lectura para cada color la elección del mismo puede deberse a un gusto personal del autor y no propiamente a un mensaje a partir de los significados asociados.

Cuadro 53. Color del *blog*

Colores	Frecuencia	Porcentaje
Azul	11	22.0
Blanco	20	40.0
Café	1	2.0
Gris	4	8.0
Naranja	1	2.0
Negro	9	18.0
Verde	4	8.0
Total	50	100.0

**Vista del blog.** Al tratarse de un producto comunicativo visual el *blog* puede tener desde elementos comunes en todos los casos –como el nombre en la parte superior– hasta otros que le permiten distinguirse del promedio, los diferentes servidores, de hecho, le ofrecen al usuario plantillas o vistas entre las que puede decidir la que le agrada más. En la mayoría del los *blogs* que revisamos se nota poca disponibilidad a la personalización visual, el 66% de los autores usa los elementos que el mismo servidor le provee y sólo el 34% cuenta con cabeceras e incluso plantillas de diseño propio buscando enriquecer visualmente su espacio (ver cuadro 54).

Cuadro 54. Vista del *blog*

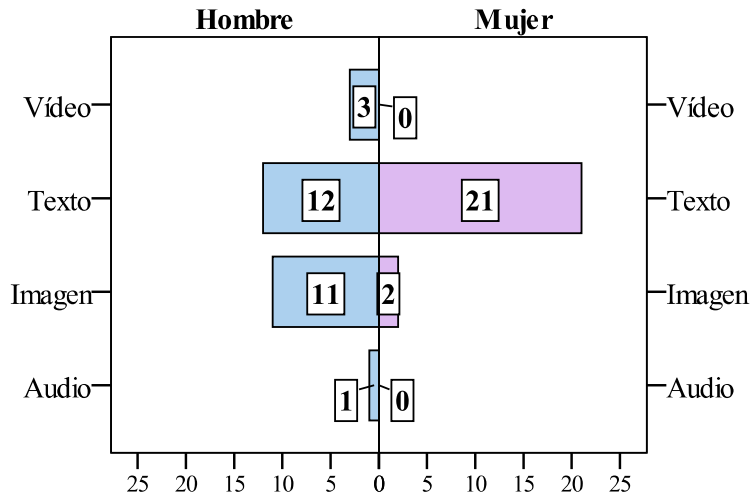
	Frecuencia	Porcentaje
Diseño propio	17	34.0
Plantilla	33	64.0
Total	50	100.0

**Cuerpo de las entradas.** Se revisaron todas y cada una de las entradas de los cincuenta *blogs* para ver si como lo habíamos planteado en la premisa central de la investigación los blogueros de la ciudad de México usan el texto como elemento primordial para expresarse, además de conocer qué otros elementos y con qué frecuencia eran usados por ellos –nos referimos a la imagen<sup>286</sup>, vídeo y audio– (ver ilustración 22). Pudimos comprobar que efectivamente es el texto el que usan más (33 o 66%) especialmente las mujeres (21 de las de las 23, en comparación con los hombres donde encontramos que lo hace una tercera parte –12 de los 27–); la imagen es otro elemento que por lo general acompaña al texto, pero que en este caso privilegian los autores en las entradas (26%, dos mujeres y 11 hombres, estos últimos también usan primariamente vídeos y audios como veremos en seguida), los *vlogs* representan el 6% (tres hombres) y sólo en un caso (2%, hombre) encontramos la presencia del formato audioblog.

---

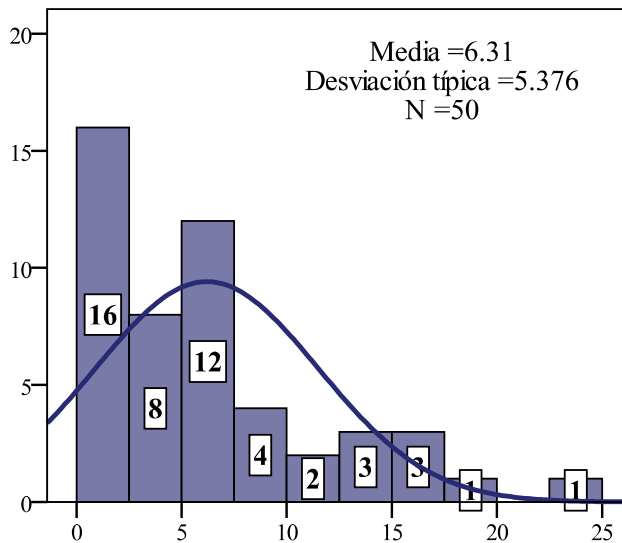
<sup>286</sup> En lugar de fotoblog consideramos pertinente el uso del *iblog*, ya que predominan las imágenes que los usuarios encuentran en línea.

Ilustración 22. Cuerpo de las entradas (por sexo)



**Frecuencia de actualización.** Para conocer la frecuencia con la que actualizan el *blog* se contaron el total de las entradas publicadas y se dividieron entre el número de meses –contando desde la fecha de creación hasta el mes de marzo del 2010–, se logró así determinar en promedio cuántas veces al mes publicaban una nueva entrada lo cual resultó ser 6.31 (ver ilustración 23), la curva se carga al lado izquierdo debido a que treinta de los autores se encuentran por debajo de la media –la desviación típica por tanto no corresponde a una curva normal–.

Ilustración 23. Frecuencia de actualización por mes



El número de actualizaciones por mes que más se repitió entre los sujetos fue 3.4 (ver cuadro 55), quien menos veces actualiza el *blog* tiene en promedio .45 –podemos decir que escribe una entrada cada dos meses, o bien que en un año escribe un total de seis entradas–, en contraste quien más veces actualiza escribe hasta 24.1 entradas por mes –prácticamente lo hace seis días a la semana–. Siguiendo la interpretación podemos ver que el 25% de los blogueros escribe dos entradas o menos al mes (2.0275), el 50% escribe hasta cinco (5.1150) y el 75% hasta nueve (9.17), por lo tanto sólo una cuarta parte escribe más de nueve entradas cada mes –esto es más de dos a la semana–.

Cuadro 55. Frecuencia con que actualiza el *blog*

Moda		3.40
Mínimo		.45
Máximo		24.10
Percentiles	25	2.0275
	50	5.1150
	75	9.1700

**Edición.** Siguiendo con las entradas también se revisó si se hallaban editadas, se consideró edición al hecho de encontrar tachaduras en alguna parte de la entrada –título o cuerpo–, normalmente con eso se quiere decir que hay un error y el autor desea que el lector note que está corrigiéndolo –si no simplemente lo borraría–, encontramos que el 80% (ver cuadro56) de los blogueros lo hace en una o varias entradas y en un 20% no se encontró evidencia alguna de ello –lo que no implica que no se editen–.

Cuadro 56. Edición de las entradas

	Frecuencia	Porcentaje
No	40	80.0
Si	10	20.0
Total	50	100.0

**Etiquetas.** Al permitir el agrupamiento de las entradas las etiquetas facilitan que el lector de un *blog* tenga acceso a las que le resultan particularmente interesantes sin tener que ver todas las otras que contiene, con ello ahorra valioso tiempo en buscar entrada por entrada si es que sólo quiere revisar las que tienen que ver con las vacaciones del autor, entonces sólo escoge las que se encuentran incluidas en dicha categoría, al dar clic automáticamente aparecerán las entradas relacionadas y ya no tendrá que buscarlas él mismo. Las etiquetas permiten clasificar los contenidos y resultan especialmente útiles para ordenar las entradas y decirnos cuáles se relacionan entre sí, pudimos ver que 35 (70%) recurre a ellas independientemente de la cantidad de entradas que ha publicado y 15 (30%) no lo hace (ver cuadro 57) –porque no sabe que puede hacerlo, porque no hay una asociación posible entre las entradas o simplemente porque no le interesa ordenarlas–.

Cuadro 57. Etiquetas

	Frecuencia	Porcentaje
No	15	30.0
Si	35	70.0
Total	50	100.0

**Contenidos.** Independientemente de los elementos que los blogueros emplean para estructurar las entradas, hay, como se explica en el segundo capítulo, una condición que se desarrolla a partir de la convergencia tecnológica, el acceso a Internet y la participación activa de los individuos, lo que se denomina prosumidor, que se cumple aunque con algunas reservas. Los contenidos son en el caso de todos los *blogs* analizados de naturaleza mixta, es decir, son productos mayoritariamente propios pero que adhieren elementos que pertenecen a terceras personas, podemos decir que prácticamente la inmensa mayoría de los vídeos, audios e imágenes que contienen sus *blogs* no son elaborados por ellos, sin embargo, se consideran por nuestra parte originales en cuanto a la idea central, sólo en siete casos no es así porque los *blogs* más bien parecen un corta y pega de otras páginas *web* –de hecho algunos de los primeros *blogs* fueron de este tipo, ver capítulo II– podemos afirmar que incluso la agenda del *blog* gira completamente en torno a esos otros sitios y no parte de la iniciativa del autor. Con las fotografías pasa diferente, esas sí son tomadas por ellos y

compartidas en otros espacios, consideramos que se debe en parte a que la reproducción bajo este mecanismo se ha convertido en algo de fácil acceso, hoy en día es bastante común que se puedan tomar desde el celular, tampoco ahora se necesita pasar por el proceso de impresión y digitalización, sino que se suben incluso segundos después de haberse sacado –lo mismo pasa con el vídeo pero a diferencia de la primera éste exige mayor esfuerzo en el sentido de que demanda un trabajo de posproducción–.

**Fuente.** Como mencionamos en el inciso contenidos, la naturaleza de las entradas es mixta, pero no siempre se cita la fuente, hay *blogs* que no lo hacen, por ejemplo tres de los que revisamos –tienen elementos que no son de autoría propia y que no especifican de dónde se obtuvieron–; al revisar las entradas de los otros 47 encontramos que dan crédito a la fuente de la cual tomaron una parte de su inspiración, en la que basan los datos que proporcionan o para respaldar lo que se da a conocer (ver cuadro 58).

Cuadro 58. Cita la fuente de información

	Frecuencia	Porcentaje
No	3	6.0
Si	47	94.0
Total	50	100.0

**Enlaces externos (a otros sitios).** El cuerpo de las entradas puede contener enlaces a sitios que constituyen una fuente que explica, profundiza o ejemplifica parte del asunto que se trata, esta es una forma de aumentar la cantidad de información disponible para el lector y le proporciona elementos adicionales para captar el mensaje. En algunas ocasiones el enlace sirve también para respaldar los datos que se manejan en el texto, sobre todo si se citan páginas en Internet que gozan de prestigio. La frecuencia con que encontramos que los blogueros no hacen uso de los enlaces de este tipo es relativamente baja, 6 (12%) de los sujetos –quienes no explotan esta particularidad que ofrece el formato y que puede resultar útil a los lectores–, los otros 44 (88%) sí lo hacen (ver cuadro59).

Cuadro 59. Enlaces externos

	Frecuencia	Porcentaje
No	6	12.0
Si	44	88.0
Total	50	100.0

**Enlaces internos (a otras entradas).** Al mismo tiempo algunas entradas manejan enlaces a entradas del mismo *blog*. Al tratarse de *blogs* personales los asuntos que se abordan giran en torno a ciertas temáticas como el trabajo, la escuela, la familia, los amigos, por mencionar algunos; el autor echa mano de este recurso cuando tales asuntos son retomados y entonces invita a la lectura de una entrada previa que contiene una parte de la historia que ahora ha omitido –por ser tan larga que no hay manera de resumir o tener que ver con algún personaje en específico del que no considera pertinente dar otra vez tal cantidad de detalles–. En el caso de los blogueros encontramos que 14 (28%) de ellos usa el enlace a entradas previas de su *blog*, los otros 36 (72%) no lo hacen (ver cuadro 60) –a diferencia de las etiquetas este enlace se produce en el mismo cuerpo de la entrada–.

Cuadro 60. Enlaces internos (a otra entrada)

	Frecuencia	Porcentaje
No	36	72.0
Si	14	28.0
Total	50	100.0

**Enlaces a otros *blogs*.** Finalmente dentro de las entradas podemos encontrar igualmente enlaces externos que van a otros *blogs*, los autores suelen rendir un “homenaje” a otras entradas que juzgan agradables, es una forma de mostrar respeto o gusto hacia los contenidos que publican otros blogueros o para tratar de dar el sentido de continuidad de lo que se narra o cierta relación entre una entrada y otra, se reconoce con ello que a veces la idea de la que surge una entrada se deriva de otro *blog*, antes que otra cosa tiene la intención de fomentar un ambiente de respeto al evitar que el plagio se convierta en una actividad recurrente. Es así como encontramos que 33 (66%) de los casos se realiza este tipo de enlace con cualquiera de los objetivos arriba descritos, los otros 17 (34%) nunca cita o se enlaza a otro *blog* (ver cuadro 61).



Cuadro 61. Enlaces a otro *blog*

	Frecuencia	Porcentaje
No	17	34.0
Si	33	66.0
Total	50	100.0

**Trackback.** Una quinta parte (10 o 20%) de los blogueros (ver cuadro 62) han anexado a su página la posibilidad de enlazar una de sus entradas con otro *blog* y recibir la correspondiente notificación al momento que alguien lo realice. Como vimos arriba el que en un *blog* se cite en otro es una práctica frecuente no así el *trackback* pues no siempre se sabe cuándo han sido enlazados los *blogs*, esto sucede eventualmente en 40 (80%) de los casos revisados.

Cuadro 62. Uso de *Trackbacks*

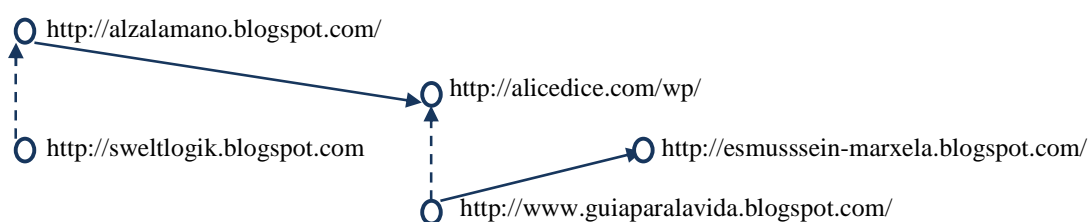
	Frecuencia	Porcentaje
No	40	80.0
Si	10	20.0
Total	50	100.0

**Blogroll.** Una forma adicional en la que el beneplácito por otro *blog* se demuestra es a partir de una selección de ciertos *blogs* que después se agregan al propio a través del *blogroll*. Entre los blogueros es común a manera de cortesía agradecer que se incluye dentro de los preferidos al suyo y se corresponde añadiendo a su *blogroll* a la persona que lo agregó previamente; no siempre sucede y algunas veces entre los *blogs* no se da tal reciprocidad, por el contrario cuando ésta se produce se puede decir que se desarrolla por parte de los blogueros un sentido de pertenencia hacia los que considera sus pares. En cuanto a lo que pudimos ver el *blogroll* se usa por 34 blogueros (68%), no se usa por 16 de ellos (32%), aunado a esto revisamos si existía correspondencia entre los *blogroll* de quienes contaban con uno –además revisamos si había reciprocidad si es que seguían algún *blog*– y quiénes de los miembros de la “muestra” se encontraban relacionados entre sí. Los hallazgos fueron, primero que hay primordialmente enlaces fuertes o recíprocos en 15 de los *blogroll* –o en su defecto en calidad de seguidores– y débiles o no recíprocos en 27

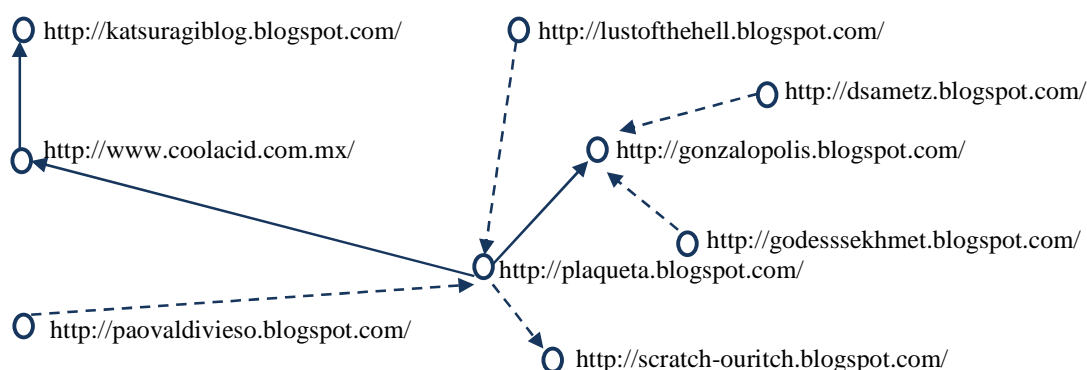
casos (anexo 4) –en total se revisaron 42, o sea 84%, sin embargo, faltó determinar si había por parte de los blogueros cierta tendencia a la hora de elegir esos *blogs*, por ejemplo si el sexo, la edad o la localización geográfica determinaban en parte que se interesaran en un *blog* en particular–. En lo que respecta a la relación entre los cincuenta *blogs* analizados encontramos que hay tres egoredes<sup>287</sup> y que 16 de ellos las conforman; la flecha inicia en el *blogroll* y va hacia el que refiere, gráficamente se representa recíproco con una línea recta y continua, no recíproco con una línea recta fragmentada (ver ilustración 24).

Ilustración 24. Egoredes

Egored 1.

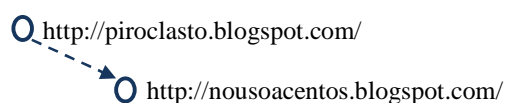


Egored 2.



<sup>287</sup> Ego se considera a cada blog y los blogs que se relacionan con éste se convierten en su red.

Egored 3.



Fuente: elaboración propia.

Las tres egoredes de arriba son el resultado del análisis de los *blogroll* de los 50 *blogs* y se presentan de acuerdo con el orden de aparición en la lista de la muestra. En la primera egored vemos que hay cinco *blogs* relacionados entre sí, dos blogueros mencionan un mismo *blog* y uno de ellos menciona además dos *blogs* de la muestra; la representación gráfica tiene dos líneas continuas y dos fragmentadas, en otras palabras dos menciones recíprocas y dos no recíprocas. En la segunda egored encontramos a nueve blogueros de la muestra, tres y dos respectivamente mencionan un mismo *blog*, las líneas que se aprecian indican tres menciones con reciprocidad y cinco sin reciprocidad. La tercera egored se compone por dos *blogs* y una línea fragmentada, lo que nos indica que un *blog* menciona a otro de la muestra y ese otro no le menciona en su *blogroll*.<sup>288</sup>

Hasta aquí esta primer guía se formuló de acuerdo con el capítulo II, sin embargo, el objeto *blog* permitió la adhesión de otros componentes que aportan información relevante. A manera de resumen resaltan las preferencias por el servidor *Blogger*; los diferentes grados de anonimato que un bloguero puede manejar cuando dosifica información como nombre y fotografías que pueden revelar su identidad fuera de línea; también que muchos están dispuestos a aprovechar la potencial retroalimentación a sus ideas, pero pocos lo están para tolerar que el comentarista de su espacio no se identifique. El *chat* y el correo *web* son dos formas adicionales con las que el autor puede entablar CMC, los hombres son quienes más están dispuestos a entablar intercambio de mensajes por otras vías que no son exclusivas del dúo entrada-comentario. El uso del color y la tipografía privilegia la fácil lectura en la pantalla, aunado a ello las entradas cuentan en su mayoría con etiquetas para facilitar la consulta del *blog*; aunque la frecuencia de actualización varía, prácticamente la totalidad de los casos citan siempre la fuente de la que obtienen la información; los contenidos mixtos

---

<sup>288</sup> Algunos no cuentan con *blogroll*, por lo tanto para la construcción gráfica de las redes también se tomó en cuenta los *blogs* que sigue.

son en mayor parte texto, seguido de imagen, vídeo y por último audio; dentro de las entradas los enlaces internos y la edición es poco frecuente, los enlaces a otros *blogs* o externos en cambio son comunes. Pese a que no todos le otorgan importancia, los contadores, seguidores y reconocimientos son un indicador de la popularidad del bloguero; por otra parte con su *blogroll* y los *blogs* que siguen intentan ganar visibilidad dentro de la blogósfera. La cuestión monetaria resultó una porción superior de lo que suponíamos. Continuamos con la presentación de resultados de la guía de observación dedicada al sujeto bloguero.

### 3.3.3 Identidad(es): blogueros trabajando

En este texto entendemos que la identidad no es una misma durante la vida de una persona, es decir, ésta cambia y se adecúa a los diferentes momentos y experiencias de vida que se van adquiriendo a través del tiempo. En otras palabras y en resumen podemos decir que:

La construcción de la identidad es un proceso inacabable y siempre incompleto y debe seguir siempre siéndolo para cumplir su promesa (o, más exactamente, para mantener la credibilidad de cumplimiento). En la política de la vida que envuelve la lucha por la identidad lo que está en juego es ante todo la autocreación y la autoafirmación, y la libertad de elegir es, simultáneamente, el arma principal y premio más codiciado. La victoria definitiva liquidaría de un solo golpe lo que está en juego, decomisaría las armas y anularía el premio. Para evitar esa eventualidad, la identidad debe permanecer flexible y siempre susceptible de ulterior experimentación y cambio; debe ser, verdaderamente, un tipo de identidad «hasta nuevo aviso». La facilidad para deshacerse de una identidad en el momento en el que deja de satisfacer o es privada de su atractivo por la competencia de otras identidades en oferta, distintas y más seductoras, es mucho más vital que el «realismo» de la identidad que se está buscando o de la que uno se ha apropiado y disfruta momentáneamente<sup>289</sup>

Desde este planteamiento la identidad también es pluridimensional, dentro de tales dimensiones destacan tres de tipo locativo, selectivo e integrativo; el primero se refiere a la capacidad para delimitar el campo de acción y significación dentro del que desenvolver su mismidad, pues fuera de ese territorio físico y simbólico compartido las actuaciones

---

<sup>289</sup> Bauman, Zygmunt (2006) “Comunidad. En busca de seguridad en un mundo hostil”, Madrid: Siglo XXI, p. 79.

carecen de sentido alguno; el segundo se enfoca a la jerarquización de los componentes simbólicos que trazarán su desempeño, es decir, tendrá que priorizar dándole importancia a aquello que le resulta más idóneo al cumplimiento de sus objetivos a corto, mediano y largo plazo; el tercero se liga a la prolongación del sí que se logra gracias a la capacidad de integrar las experiencias adquiridas dentro de una biografía<sup>290</sup>, este repertorio le será de gran utilidad a la persona para demarcar futuras interacciones dentro de su misma comunidad de significación u otra en la que pueda llegar a involucrarse.

En años recientes en las sociedades contemporáneas se habla de crisis en las diferentes instituciones formales e informales que la integran, tales crisis se extienden a casi todas las esferas de la vida privada y pública, aunado a ello los fenómenos sociales globales emergentes han traído consecuencias notables sobre diversos aspectos locales, las identidades se constituyen en una de tantas reconfiguraciones de lo social que hoy en día visibilizan procesos contradictorios: la constricción de nuevas unidades supranacionales –la disolución de otras– y el (re)surgimiento de formas de identificación grupales pequeñas<sup>291</sup>.

Como sea que las personas se vean en mayor o menor grado afectadas por los procesos globales y locales, lo cierto es que cuentan con “tecnologías del yo, que permiten a los individuos efectuar, por cuenta propia o con la ayuda de otros, cierto número de operaciones sobre su cuerpo y su alma, pensamientos, conducta, o cualquier forma de ser, obteniendo así una transformación de sí mismos con el fin de alcanzar cierto estado de felicidad, pureza, sabiduría o inmortalidad”<sup>292</sup>, estos dispositivos se han utilizados por varias generaciones bajo la forma de cartas o diarios personales, de hecho escribir sobre sí ha sido un hábito intrínseco a las sociedades occidentales desde hace más de dos siglos con objetivos relacionados al cuidado del sí, la ayuda a los amigos, la descripción de la vida cotidiana, el estado de la conciencia, el examen de uno mismo, la revelación de verdades y la memoria de lo que (no)se ha hecho<sup>293</sup>.

---

<sup>290</sup> Giménez, Gilberto (1992) “La identidad social o el retorno del sujeto en sociología” en *Versión 2*, México: UAM, p. 192-193.

<sup>291</sup> *Ibidem*, p. 184.

<sup>292</sup> Las otras tecnologías son las de producción, las de sistemas de signos y las de poder, con ellas el ser humano controla su entorno material, cultural y social; ver Foucault, Michel (1991) *Tecnologías del yo*, España: Paidós Ibérica, p. 48.

<sup>293</sup> *Ibidem*, pp. 62-64, 72-74. De acuerdo con el autor la práctica escritural está estrechamente vinculada con el surgimiento del estoicismo y posteriormente se acentúa en la tradición cristiana, en ambos casos el escribir sobre uno mismo ayuda al autoconocimiento y por tanto permite al individuo que lo practica tener disciplina y

Veremos entonces al *blog* como un tipo de tecnología multimedia del yo que a través de la palabra escrita, y que junto con la convergencia de lenguajes audiovisuales en sus mensajes, le permite a sus autores cumplir con algunos de los objetivos arriba citados, empero esencialmente iniciaremos aquí la parte correspondiente al trabajo cualitativo. Encontramos a la etnografía como un apoyo importante para el abordaje de los fenómenos en línea desde la comunicación, esta metodología se ha empleado en la vida cotidiana para conocer vía prácticas sociales la materialización de la apropiación de algunas plataformas tecnológicas, al mismo tiempo para contrastar la relación en y fuera de línea que implica, y sobre todo, revisar la generación de sentido(s) entre los enredados a partir, en este caso, del uso de las bitácoras en línea<sup>294</sup>.

Con base en el llenado de una segunda guía de observación durante los meses de noviembre y diciembre del 2010, buscamos los elementos a partir de los cuales los blogueros fijan su identidad en línea, la búsqueda en esta primera parte se hizo desde tres lugares: la información que publican en su perfil, las entradas del *blog* y los enlaces dentro del diseño del *blog*. Hablaremos de los elementos encontrados, comenzando por el perfil dentro del cual se ubica el nombre o sobrenombre, la edad, el sexo, el signo zodiacal, el sector, la ubicación geográfica, la profesión, la descripción, los intereses, las películas, la música y los libros, toda esta es información que el bloguero proporciona para que otros le conozcan de manera general, en este primer análisis de igual forma incluiremos la información de las entradas y los enlaces en el diseño.

El nombre real de los blogueros se reconoce sólo en 13 de los casos, los otros 37 usan un sobrenombre para darse a conocer en la blogósfera, puede tratarse de uno de sus apellidos, su nombre de pila, o uno totalmente ficticio derivado de algún personaje sacado de un medio masivo de información o un apodo puesto por ellos mismos; esto nos indica que menos de una tercera parte quiere ser reconocido públicamente como el autor del *blog*, los demás intentan desvincularse por completo de los contenidos y la información revelada en estos espacios en línea. La edad es el dato que menos se facilita en el perfil, sólo dos

---

control sobre ciertas acciones. El cuidado del sí por tanto inicia escribiendo sobre la vida cotidiana, tales escritos en algunos casos se elaboran para que un tutor o maestro conozca de primera mano lo que su discípulo hace y pueda así ayudarlo a corregir sus errores.

<sup>294</sup> Ver los trabajos de Hine, Christine (2004) *Etnografía virtual*, Barcelona: editorial OUC; Gómez Cruz, Edgar (2003) *op.cit.*; y, Mayans i Planells, Joan (2002) *Género Chat o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*, España: Gedisa.

blogueras lo dan el resto maneja su edad en las entradas, normalmente cuando festejan su cumpleaños escriben una entrada en la que revela el número de años que tienen, 27 de ellos lo hacen por lo menos una vez en la historia del *blog*, las otras edades se conocieron a partir del cuestionario aplicado a los sujetos y que se detalla en el primer apartado. El sexo en cambio fue la variable que más se completa, únicamente no se encontró especificado en tres *blogs* –sólo ocho de los cincuenta manejan entradas desde una postura sexista–, las entradas nos ayudaron a percibir lo que los blogueros viven, sienten, piensan y sueñan desde la perspectiva de su género, puesto que no es lo mismo tener treinta años y ser soltera que soltero o bien en el desenvolvimiento de alguna actividad profesional como puede ser la ingeniería. El horóscopo por parte de algunas personas se relaciona con cuestiones de compatibilidad, se menciona en 38 de los *blogs* y no en el resto.

El sector ocupacional se nombra explícitamente en 22 casos e implícitamente o en las entradas en otras diez ocasiones, a través de este punto los blogueros marcan su pertenencia a un grupo económicamente activo de la sociedad en el que se desenvuelven –medios de comunicación, ciencia, educación, tecnología, etcétera–; junto con la profesión –mencionada nueve veces en el perfil y 21 veces en las entradas– constituyen los sitios a partir de los cuales el bloguero se define dentro de un área de conocimiento y especialización en el que cumple una tarea en el mundo fuera de línea, entonces todas esas experiencias que adquiere desde su formación profesional o desde su trabajo las lleva al *blog* permitiendo que junto con él conozcamos qué (no) es, qué (no) hace y para que (no) sirve hoy en día una persona que estudia o trabaja en determinado lugar.

Por lo que toca a la ubicación geográfica fue el elemento más mencionado tanto en el perfil –47 de los 50– como en la totalidad de las entradas, para el caso de la información no es raro pues buscábamos originalmente para el diseño de la muestra el cumplimiento de este criterio, sólo tres de ellos no lo especifican, pero sin excepción platican de íconos de la ciudad –como delegaciones, colonias, avenidas, medios de transporte, y en general de lugares muy populares–, es decir, trasladan espacios de la ciudad a su *blog*, algunas veces con fotografías, dejando ver a quienes leen cómo es habitar en ese lugar preciso del mundo, con todas las ventajas, pero también las desventajas de la ciudad capital del país.

De la descripción se ofrecen desde unas cuantas palabras hasta párrafos extensos, en 31 casos encontramos una descripción que cada bloguero escribe sobre sí –en otros dos casos hay en lugar de una descripción un juego de palabras– y en 17 no encontramos algo que se asemeje a un esfuerzo por tratar de decir en palabras quiénes son. Sobre los intereses podemos decir que incluyen desde los consumos culturales<sup>295</sup> hasta los pasatiempos y actividades relacionadas con su vida escolar, profesional y laboral, 28 de los perfiles tienen intereses definidos por los autores, seis llenan el espacio para anotar algo, pero no dicen nada que tenga que ver con ello o son tan vagos en lo que expresan que parecen no tener intención de comunicárselo al lector, los otros 16 no incluyen este rubro en su descripción personal.

Por último, encontramos el consumo de películas, música y libros, en este tenor hubo 33 blogueros que mencionaron en su perfil varios ejemplos de géneros, directores y películas –dos no fueron lo suficientemente claros, por ejemplo dicen que les gusta de todo–, diez blogueros tienen una lista de enlaces dentro del diseño del *blog* con esta información; otros 32 mencionan géneros musicales e igual número de géneros literarios en su perfil refiriéndose a agrupaciones, solistas y títulos –seis para el caso de música y tres para el de libros recurrieron a la divagación, dicen y no dicen nada– en el diseño 14 y cuatro, respectivamente, tienen una lista que da cuenta de ello e incluso un reproductor musical en el diseño y hasta una o varias canciones o vídeos en cada entrada. Continuando con el asunto del consumo cultural dentro de las entradas observamos que las revistas, periódicos y semanarios son los productos que menos consultan los blogueros, sólo diez de ellos menciona este tipo de publicaciones; en cambio la mitad de ellos alude a algún evento que tiene que ver con el entretenimiento fuera de casa, es decir, cuenta su asistencia a ciertos espectáculos culturales y musicales –este último con mucha mayor frecuencia–; 28 hablan de libros que fundamentalmente leen por disfrute personal; 31 sobre cine y televisión, siendo en este aspecto bien cuidadosos con lo que admiten consumir en ambos medios, casi

---

<sup>295</sup> “[...] podemos definir inicialmente el consumo como el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos...No oculto cierta incomodidad ante el término consumo, excesivamente cargado por su origen económico; pese a su insuficiencia, lo veo como el más potente para abarcar las dimensiones no económicas en relación con otras nociones afines: recepción, apropiación, audiencias o usos”, según García Canclini, Néstor (2006) “Consumo cultural una propuesta teórica” en Sunkel Guillermo (coord.) *El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación*, Colombia: D´vinni Ltda, p. 80.



no se refieren al típico filme o a los programas considerados para el promedio de los televidentes, es aquí donde se encontró un esfuerzo mayor por marcar su lugar con respecto al resto de la gente que tiene acceso a estos productos mediáticos; en último lugar señalamos a la música que en cuatro de cada cinco *blogs* se menciona repetidamente, los géneros musicales que predominan son el pop y el rock.

Fuera de la información que se encuentra en el perfil mencionaremos de mayor a menor ocurrencia los elementos que encontramos en las entradas y en el diseño. Tenemos en primer lugar a la escuela, en las entradas de 22 blogueros se menciona por lo menos una vez el lugar donde estudian o cursaron parte de sus estudios o bien de donde egresaron, generalmente son universidades y preparatorias –UNAM, UAM, ITESM, ITAM–. Por lo anterior no es raro que el siguiente elemento sea el de estudiante, en 18 *blogs* los autores se identifican dentro de esta actividad; en tercer lugar el uso de los dispositivos tecnológicos cobra presencia entre ellos, once se pueden considerar como *geeks* por su insistencia en el tema y su postura ante los lectores de experto en la materia; en cuarto lugar encontramos a los ecologistas con siete casos; en quinto a la ideología política con la que se identifican cuatro de ellos; en sexto lugar tenemos a los deportes con tres blogueros; en séptimo y octavo encontramos al grupo étnico y al pasatiempo, con un caso respectivamente. Dentro de los enlaces en el diseño encontramos también que 15 marcan su pertenencia a la blogósfera y trece al servidor que aloja su *blog* –son blogueros de *Blogger*–, otros dos pertenecen a la Unión de Blogueros Hispanos; las causas que apoyan son la lucha contra la pedofilia, la ayuda a Haití y el consumo responsable –un *blog* para las primeras dos y dos para la última–.

Pese a no encontrar una identificación abierta con un partido político, en 23 de los *blogs* la política y los temas relacionados con ella se tratan desde una perspectiva crítica y nada favorable a las instituciones dedicadas a este aspecto, a los procesos democráticos o de transición por los que hemos pasado y a los gobernantes en turno principalmente a nivel nacional, se muestra en pocas palabras un desencanto y poca o nula credibilidad hacia el régimen de gobierno, por lo menos como se ha conducido en nuestro país. Encontramos dos ejemplos para el caso de las elecciones federales de 2006, ambos se refieren a la etapa postelectoral, el primero parte la idea del fraude en el conteo de los votos para luego seguir

con un panorama pesimista durante el sexenio del ganador oficial de la elección, cierra con la imagen de un partido político que básicamente sirve a intereses personales de su dirigente y los de los políticos con los que logra pactar acuerdos:

**Sigo insistiendo: ¡Fraude Electoral!**

Y a escasos días de haber participado en las elecciones del 2 de julio del 2006, no puedo dejar de pensar y de seguir diciendo que los resultados son un fraude. Por muchos aspectos y por donde se le mire...

Y lo más lamentable es estar ante la posibilidad, que cada vez se hace más real, de vivir 6 años a la sombra de un tipo que no promete otra cosa más que situaciones nefastas para el país...

Por acá, por mi casa la gente se ha manifestado de muchas maneras y muchos han colocado letreros que indican que las elecciones son un fraude y cómo no lo van a ser, después de que tenemos un presidente que hace proselitismo político gracias a todo un sistema lleno de corrupción y clientelismo, a su poco tacto y a su nulo sentido político y democrático, a pesar de que se llena la boca diciendo que desde el 2 de julio del 2000 vivimos en un país democrático. ¿Será?

De igual forma tenemos un partido que es comandado nada más y nada menos que por una mujer que se ha puesto siempre a disposición de los Pinos y en específico a la señora Martha Sahagún... Y este partidito para lo único que ha servido es para dispersar votos, llenarse los bolsillos y costarle al país no muy poco que digamos... [...] (ip)

El segundo ejemplo apoya la perspectiva del escenario sombrío que vivirá el país los siguientes seis años, en donde los únicos beneficiados serán los gobernantes –remite de hecho un poco a la frase de “políticos vende-patrias”– y además los acusa de un comportamiento que no es el adecuado para aquellos que conducen al país, menciona además una forma bastante común de hacer política en México, esta consiste en denostar al oponente a través de un medio de comunicación tradicional o nuevo:

**Que Asco de Políticos**

Así que ya tenemos nuevo presidente, entre gritos y jalones nuestros políticos nos demuestran que hacen muy bien lo mejor que saben hacer, ser unos completos inútiles.

En la radio pasaron unos comerciales violentos atacando al PRD, según esto los PANistas se ofendieron. No ayuda mucho a mejorar el clima de incertidumbre y coraje en el país.

Las imágenes no mienten y hasta personas que votaron por el PAN estaban indignadas por la actuación de estos en el congreso. ¿No qué ellos son los decentes?

En fin, esperamos otros 6 años de mal gobierno, haber si pueden vender algo más que sea patrimonio nacional, las pirámides por ejemplo serían un buen negocio, es más, si las venden yo las compro. Tengo una gran idea para hacer un parque de diversiones con temática maya. (pdm)

El tercer ejemplo se refiere a las elecciones locales de 2009, en esta ocasión presentamos una entrada preelectoral. Al permear en el imaginario social la figura de los partidos políticos que trabajan en beneficio propio en lugar del de la gente que los vota, para la autora participar en la elección equivale a legitimar la llegada de un político al poder, por ello muestra serias dudas sobre si debe hacerlo, incluso si un voto anulado es más útil que dárselo a un candidato que sólo busca enriquecerse durante su administración:

#### **Post 100. Las votaciones**

[...]En este país no confiamos (o por lo menos yo) en el sistema electoral, en los partidos políticos, en la llamada justicia.

Ahora me encuentro en un dilema, me ha llegado el requerimiento para que sea funcionaria de casilla en las votaciones, el capacitador ha sido muy accesible...pero yo no estoy segura de participar, no estoy segura de querer justificar a este sistema, no estoy segura porque de alguna manera debemos demostrarle a esta gente que no estamos de acuerdo, que estamos inconformes y que si la gente no vota significa algo!

No quiero votar, no existe un partido ni un candidato que sea honesto y que tenga verdaderas intenciones de hacer algo, todos buscan llenarse los bolsillos y no me parece!

De manera que, si no quiero votar..probablemente vaya y anule mi voto...No sé exactamente que hacer, participo y no voto, voto y no participo, participo y voto, anulo y participo...etc...ustedes que harían? [...] (emspm)

Precisamente el cuarto ejemplo que presentamos trata sobre el voto de confianza que se la da a un partido político en las urnas, pero una vez en el poder al no cumplir con las expectativas la autora se siente defraudada y no parece identificada más con ese partido, de hecho con ningún otro. Esta entrada permite ver que las opciones políticas con las que cuenta el país no son del todo funcionales para los ciudadanos, por una parte por ser poco incluyentes con los intereses de los votantes y por la otra por tratar de llegar al poder a costa de renunciar a sus principios básicos –que son justo los que hacen que las personas se identifiquen con ellos–:

#### **Ya me quede sin partido**

Hace 4 años vote por primera vez. Mi partido era el PAN por que segun yo tenía buenos puntos. Hoy me quedo sin partido. Por sus alianzas absurdas, por su poca apertura a las minorías y por su evidente desinterés por que México crezca.

Que decepción. (ip)

El quinto ejemplo reprocha el papel que viene jugando la clase política en este país y el mundo entero, además de defraudar la confianza de los gobernados parece que el autor trata de mostrar que más que ayudar a la gente piensan en perjudicarla, sin embargo, cree que todavía es reversible el daño hecho a la ciudadanía y que la situación mejorará cuando quienes son electos para ocupar un cargo de representación popular piensen en hacer bien su trabajo, esto es gobernar en beneficio de todos:

#### **No tienen verguenza !!**

Donde ha quedado la responsabilidad hacia su pueblo, ese pueblo que voto por ellos; es mas fácil dar una puñalada por la espalda que ayudar.[...] No creo que solo esto pase en México, pero si sabemos que los perjudicados somos nosotros un "pueblo" olvidado por los que están arriba, un pueblo que pide ayuda, nuestra economía no esta[sic] en las mejores condiciones y según ellos tratan de ayudar (o perjudicar); lo único que espero es que todo esto cambie y que ellos velen en realidad por el pueblo. (sg)

El sexto ejemplo es acerca de la reforma política, un punto importante es, sin dudar como lo menciona la entrada, la cuestión monetaria pues la democracia cuesta mucho dinero a los mexicanos; el dinero del que disponen los partidos proviene de recursos públicos y una vez en el poder dan pocos resultados a la ciudadanía. Otra de las preocupaciones del autor es que sean los poderes fácticos los que ostenten el poder, en lugar de consolidar un régimen político que sirva igualmente a los intereses de un rico como de un pobre:

#### **La Reforma del cangrejo**

[...] Creo que todos estamos de acuerdo con que se gaste menos en las campañas electoreras, no beneficia al país que se gasten obscenas cantidades de dinero en eso mientras tenemos millones de personas en la pobreza, por otro lado un partido político es de interés público y se le deben otorgar recursos, pero cómo hacer entender a nuestros gobernantes que deben trabajar para el pueblo y no para sus intereses, algo que nunca se ha reflejado en todos los años de los que tengo memoria y más allá.

Ahora el problema, más allá de tener un candidato que nos represente, es que estamos retrocediendo hacia una plutocracia y no nos dirigimos hacia la democracia verdadera[...] (ik)

Cerramos con parte de una entrada que crítica al presidente de la república y se mofa de la frase morfológicamente mal hecha, que el mismo mandatario usara durante una presentación en público, el tema central se refiere a la muerte de un miembro de su gabinete, pero menciona a otros miembros de su partido incluyendo a su antecesor, de todos remarca un mal desempeño que se plasma en las deplorables condiciones por las que atraviesa el país:

#### **Haiga sido como haiga sido**

[...] El soliloquio de Calderón compite con foxilandia, el desquiciamiento temprano de Calderón por la pérdida de su macho, el delirio de Calderón desarrollando la nueva doctrina para emular al santo Mouriño. En lo particular, no me siento consternado por Mouriño. Sí es una pena la muerte de personas que circunstancialmente fueron afectadas por un “accidente” ajeno a sus intereses. Lo preocupante, son las explicaciones del duendecillo Tellez, porque entonces la Ciudad de México ha estado y está en constante peligro de que se caigan los aviones.

En efecto, haiga sido como haiga sido, el ciudadano Calderón es endeble, mensaje que le enviaron vía jet, a 10 segundos de Los Pinos, haiga sido como haiga sido. Aunque del accidente se mal viajan al atentado de narcos o de yunquistas, demasiadas contradicciones que igualmente podrían hacer factible conspiraciones alienígenas y 'ches mamadas de "zona cero". Haiga sido como haiga sido, ya no importa, la inercia, la espiral de asesinatos, decapitaciones, periodicazos y reclusorios atiborrados, la caída y depuración de este país continúa. (tusms)

Además 15 de ellos cuestionan el rol que ha venido jugando la iglesia. Hay en los siguientes ejemplos una clara desaprobación hacia las opiniones y acciones de algunos de sus miembros. Específicamente los tres primeros ejemplos tratan del caso Maciel, en el primero la autora se burla de la distinción conceptual que maneja un miembro de la iglesia

católica y que trata de disfrazar las acciones de las que fue acusado Marcial durante su desempeño como sacerdote, esto es de cometer abusos sexuales en contra de niños:

#### **Efebofilia**

[...] Este neologismo [efebofilia] viene a colación como cortesía del Vaticano, cuyo representante en la ONU acaba de aclarar que los curas no son pedófilos, sino "efebófilos" (ver la nota aquí). ¡Hombre! ¡Muchas gracias por la aclaración!

Dejando el sarcasmo de lado, me parece el colmo del cinismo y no entiendo a qué viene esa aclaración.[...] (tf)

El segundo ejemplo comienza con el mismo móvil, pero a diferencia de la primera entrada la palabra pasa un tanto a segundo término, pues se centra en el desvío de la responsabilidad que tuvo la iglesia católica al decir que en otras religiones pasa lo mismo. El autor llama la atención evidenciando que las autoridades eclesiásticas ya no sólo recurren al cambio de denominación de la falta cometida para tratar de aminorar la culpa, sino que también buscan señalar a otros actores como responsables de las mismas faltas:

#### **Curas efebófilos, no pedófilos**

[...] Al parecer esta podría ser la nueva tesis del Vaticano a nivel diplomático para defender o suavizar la gravedad [de] los casos de abusos detectados en diferentes países por parte de miembros de la iglesia Católica. De hecho, no conforme con semejante afirmación Tomasi pasa al ataque dejando caer que estos casos de abusos también ocurren entre protestantes y judíos en mayor o menor medida [...] (a6)

La tercer entrada que presentamos acusa además a la iglesia católica de saber y no hacer del conocimiento público los abusos cometidos por Marcial Maciel, y es que según la autora diversos miembros de la iglesia católica sabían de su comportamiento, pero como tenían fuertes intereses monetarios basados en la buena reputación del clérigo ocultaron la información que lo incriminaba, a costa por supuesto de la justicia para las víctimas:

#### **Circus Legionario**

[...]

La entrevista de Carmen Aristegui es como riiiiight. Y ahorita lei[sic] una noticia de exorcismos y posesión del padre Maciel.

Al final, ese wey ya no va a pagar por sus crímenes al menos no en un ámbito terrenal. Es triste y deplorable que haya sido protegido tantos años por la legión y por el mismo Vaticano (money money money). [...] (ip)

El siguiente ejemplo comienza aclarando que es hacia la institución y sus dirigentes a quienes se dirigen los diversos cuestionamientos y críticas. La entrada es muy larga, pero fundamentalmente incluimos partes para dar una idea de toda la estructura, en general trata de mostrar las contradicciones que hay entre los discursos que se manejan y lo que realmente hacen sus miembros. La serie de contradicciones que el autor encuentra en varias

situaciones justifica para él la postura de falta de credibilidad y desconfianza hacia los mensajes y los personajes que la caracterizan, de esta forma reconoce que cree en un ser supremo, pero que no confía para nada en los que manejan la religión en su nombre:

**¡Es que ustedes no creen en nada!**

Eso mismo es lo que dice mi papá sobre nosotros y la manera de la que vemos a la iglesia, lo que no entiende es que el no ir a la iglesia no quiere decir que no crea en Dios, y estos son mis puntos:

**Codicia / Avaricia.** La iglesia católica nos reprime y asusta diciéndonos que la codicia y avaricia es pecado mortal, porque el Vaticano dona todas las joyas, obras de arte, autos, aviones, terrenos, etc, para ayudar a los pobres de África, buscar la cura del cáncer o el sida. El Papá tiene autos muy valiosos y hasta blindados, casas y aviones privados, cuando Jesús jamás en la vida tuvo lujos. Igualmente los padres, curas, monjas etc, tienen chicos camionetes con los que bien una familia podría comer por lo menos 6 meses. Además las monjas siempre compran peras, manzanas, uvas, etc, en el super cuando todos estos alimentos, la verdad, no son muy baratos. Las misas, bautizos, primeras comuniones, bodas, confirmaciones, etc. te las cobran como si te fuera a casar el mismito Dios y si no pagas te friegas, te vas al infierno por vivir en el pecado, claro igual que Jesús cobraba cada vez que hacía un milagro. Y el invento del celibato para que al morir todos sus bienes se los quedara la iglesia.

[...]

**Miedo.** Siempre repiten que Dios es amor y de igual manera nos dicen que hay que temerle, ¿por que?, ¿Dios es o no amor?, que si hacemos alguna cosa o pensamos en otra nos castigara, creo que Dios no castiga, nosotros solos nos buscamos nuestras desgracias, todo es como el Karma, lo bueno te regresa y lo malo también, sólo que por triplicado, así que Dios no es perro ni maldito, todo caes por su propio peso.

Así que por esto no creo en la iglesia católica, pero creo en Dios igualmente creo que la biblia es un invento humano, que recoge varios relatos de zonas aldeañas a tierra santa y para creer en Dios no necesitamos de religiones, solo creer en el y vivir en paz con todo el mundo.

A fin de cuentas la religión como el miedo sirven para mover masas. (gsq)

Este último ejemplo no es en el mismo tenor, más bien se hace en un tono humorístico para hacer notar que una práctica arraigada en los seguidores de la religión católica puede ser pasada por alto, al tiempo que se es consciente de que no se cumple con lo estipulado, eso no sólo no le hace sentir culpabilidad, sino que le proporciona un momento de disfrute:

**Miércoles de Ceniza**

Hoy es miércoles de ceniza.

¿Cómo lo sé? Mi madre me mandó un mensaje para decírmelo a las 07:30 de la mañana... SI! A LAS 7:30 DE LA MAÑANA. El hecho de que yo me levanté a las tres de la madrugada, no justifica ese tipo de mensajes a esa hora.

Pues bueno, ahora yo transmito esto a cualquiera que lo haya podido olvidar, hoy es miércoles de ceniza, arranca la cuaresma, en otras palabras comienza la época en que los tacos de suadero saben particularmente ricos los viernes.(n)

En general 37 de los cincuenta *blogs* pueden considerarse dentro de los géneros informativos y opinativos, debido a que al menos en una ocasión han fungido como los sitios que reportan la ocurrencia de un evento, con mucha mayor frecuencia los autores se han explayado en temas que circulan en los medios tradicionales. A continuación mostraremos algunos ejemplos, el primero que ofrecemos se caracteriza por proporcionar

información sobre un hecho, esta entrada se incluye porque se cita y se enlaza a las fuentes de información:

#### **Ex asesor de Bush orgulloso de tortura**

Karl Rove aseguró que el ahogamiento simulado hizo del mundo un lugar más seguro

**ORGULLO** Karl Rove calificó al gobierno de Bush como "impresionante, duradero y significativo" (Foto: Archivo EL UNIVERSAL )

Uno de los asesores del ex presidente George Bush, Karl Rove, aseguró estar orgulloso de utilizar el "ahogamiento simulado" o "waterboarding" como método interrogatorio.

El periódico *El Mundo* publica que el asesor no consideraba esta técnica de cuestionamiento como una forma de tortura.

Rove confirmó que el "ahogamiento" rompía la voluntad de los terroristas y eso ayudó a prevenir ataques: "Sí, estoy orgulloso de haber mantenido el mundo más seguro de lo que era por el uso de estas técnicas. Son apropiadas, y están de acuerdo con la ley de Estados Unidos".

También señaló que los soldados estadounidenses han sido sometidos al "waterboarding" como forma de entrenamiento.

El método ya no es usado desde 2009, año en que la administración de Barack Obama la prohibió.

degc

Artículo Original[enlace] (a6)

El segundo trata también de ser informativo y da cuenta de uno de los temas que acapararon la atención en los medios masivos, nos referimos a la influenza AH1N1, como se muestra en el título el autor busca recopilar lo más relevante de cada día desde el brote de la enfermedad hasta algunos días después de que se decretara alerta sanitaria en la ciudad de México<sup>296</sup>:

#### **CRONOLOGÍA DE LA INFLUENZA EN MÉXICO**

Lunes 30 de Marzo de 2009

Es hospitalizado un Abogado Canadiense de 47 años en Ottawa tras una visita a México. Nadie relacionó esta enfermedad respiratoria con ningún virus desconocido.

[...] Domingo 26 de abril de 2009

En México oficialmente se reportan 1,614 casos que han presentado cuadros de neumonía y posiblemente estén relacionados con el virus y 103 muertes (en espera de confirmación del virus).

En Estados Unidos son 20 los casos confirmados y se declara estado de emergencia sanitaria.

Lunes 27 de abril de 2009

Marcelo Ebrard anuncia que el Gobierno del DF ha decretado la alerta máxima en su plan de contingencia por influenza.

En varios estados de la Republica empiezan a aparecer casos de probalbes infectados con el virus, así como en Estados Unidos y uno más en España.

Martes 28 de Abril de 2009

Se suspende la venta de comida en Restaurantes y plazas comerciales, miles de negocios cierran sus puertas principlamente en la Ciudad de México.

La gente en los supermercados de la Ciudad comienza a hacer compras de Pánico llenando sus carritos de super con viveres. (ebd1)

---

<sup>296</sup> La entrada es traducida, editada y retomada hasta el día 24 de abril del blog "citius 64", los otros días son agregados por el autor de "el blog del diez".

Presentamos un tercer ejemplo de otro suceso que ocupó durante varias semanas las primeras planas de los periódicos de circulación nacional, así como notable presencia dentro de algunos espacios televisivos de noticias y debates. En esta ocasión la autora del *blog* escribe sobre lo que los medios tradicionales posicionaron fuertemente en la agenda, a diferencia de los anteriores no se trata de un enfoque informativo, sino más bien de opinión, otra diferencia es que no le afecta directamente como en el caso de la influenza, pero que llamó su atención por la espectacularidad que se le imprimió al hecho, así como a la falta de congruencia de las personas e instituciones involucradas:

**Paulette**

No había comentado nada sobre el tema, por que era un caso extraño, pero al final uno más de los que pasa en México.

Lo que no entiendo, es por que tanto escándalo de los papás, si ellos estuvieron involucrados. Para que las mantas, los anuncios, las entrevistas, todo todo el show? La difusión en los medios, las súplicas de que la entregaran, todo ese circo, maroma y teatro, para que la nena aparezca en el depa? Me queda claro que cualquier imbécil que no cumple la tarea básica que tenemos con los hijos (dictada por naturaleza) que es protegerlos y ayudarlos a crecer, y en caso de los seres humanos darles apoyo y amor, tiene algún issue que resolver, matar a tu hijo es que eres un jodido loco, pero además, de locos son gilipollas. Por que de verdad lo unico que no me explico, es como por que ese pancho y ser tan tan tan pero tan imbécil. De las nanas no creo, por que diganme quien defendería a alguien que le haya hecho daño a su hijo? Neeeeeeeeeh

Quien lo haya hecho, voto por la mamá personalmente, aunque puedo equivocarme, además de loca, cruel, es una imbécil.

Ademas saben que?

La comunidad a la que pertenecía esta mujercita, siempre sospecho de ella y las malas lenguas dijeron muchas cosas.

Sin ponerme cursi nada,

Paulette, descansa en paz. ( ip)

El último ejemplo se explaya más en lo que se puede considerar una opinión sobre temas controversiales, lo escrito consiste en una serie de argumentos que abordan un tema debatido hasta la nausea, empero no en el sentido tradicional de bueno-malo. De hecho, se retoma porque el asunto de la despenalización en este caso se relaciona con la impartición de la justicia hacia la mujer legal y socialmente hablando y porque permite que un ciudadano expone su opinión sobre un tema que le afecta directamente al formar parte del sector social al que se dirige dicha modificación legal:

**Free to Decide**

En este punto yo podría argumentar a favor o en contra del dichoso aborto pero no lo haré. Lo único que me gustaría expresar es que a mi me gustaría que el aborto se despenalizara, no para correr a practicarme uno sino porque pienso que toda mujer debe poder decidir que hacer en caso de encontrarse ante un embarazo no deseado sin tener que arriesgar la vida con algún doctor de dudosa calidad o estar expuesta a que una yerbera le "recete" un té casi mortal.



A fin de cuentas lo que yo pienso es que si tú como institución religiosa te sientes preocupado porque tus creyentes recurran a esas prácticas, reafirma su fe para que no lo hagan. Lo mismo va para los padres de familia que se preocupan porque sus hijas adolescentes se practiquen abortos, si tanto te preocupa que enfrenten un embarazo imprevisto, háblales de las opciones disponibles para tener sexo seguro. No pienso que sea justo que porque una parte de la población no está de acuerdo con la despenalización, la otra parte tenga que vivir con eso. Por ejemplo, ¿sería correcto que se obligara a todas las mujeres a abortar? No, porque se estaría atentando contra la libertad de cada una de ellas a decidir. [...] (stby)

Si bien han vertido su opinión en línea sobre temas locales y globales, que le afectan directamente o no, las entradas y los *blogs* no han funcionado como lugares para la discusión de esos asuntos; justo aquí queremos retornar al capítulo anterior básicamente en dos puntos, el primero es que los blogueros efectivamente no están planteando una agenda que difiere demasiado de aquella trazada por los medios tradicionales; y el segundo, es que no se está llevando a cabo una conversación por lo menos al nivel que algunos estudiosos habían supuesto que se puede dar en Internet; si hay comentarios sobre las entradas, pero se quedan en monólogos la mayor parte del tiempo y es que de hecho los *blogs* personales no se hacen para que los seguidores o lectores compartan el mismo nivel de participación que el autor pues es éste el que mantiene un papel protagónico como veremos en la siguiente parte del análisis.

### 3.3.4 Puestas en pantalla: presentaciones del yo en línea

Para este apartado retomamos la idea esbozada en el capítulo anterior acerca de las puestas en escena de la persona<sup>297</sup>, quien a través de una selección y experimentación de sus actuaciones intenta crear una imagen de sí ante los demás, su público, por medio de la emisión de mensajes verbales y no verbales dentro de un medio o escenario en el que decide desenvolver sus guiones –en este caso un *blog* que cuenta con una serie de

---

<sup>297</sup> Irving Goffman nos recuerda que “Probablemente no sea un mero accidente histórico que el significado original de la palabra persona sea máscara... esta máscara es nuestro «sí mismo» más verdadero, el yo que quisiéramos ser” en (2001) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Argentina: Amorrortu editores, p.31.

elementos que a manera de utilería sirven para ganar credibilidad ante los lectores–, siempre desechando lo negativo y destacando aquellos elementos que favorecen su presentación, cumpliendo hasta cierto punto las expectativas creadas en torno al sujeto bloguero “x”, de tal suerte se encuentra expuesto en todo momento a la (des)valorización de su desempeño –ya sea recibiendo o no visitas y comentarios–.

Retomamos puestas en pantalla del estudio de un foro de discusión<sup>298</sup>, la propuesta nos pareció útil para trabajar el ejercicio pensado en la presentación de los blogueros –con algunas adecuaciones de las tácticas por la naturaleza misma del *blog*–. En un primer momento se leyeron las entradas y el mismo análisis fue desechando algunas de las tácticas utilizadas por los autores españoles y añadiendo otras–este ejercicio se llevó a cabo durante los meses de enero y febrero del 2011–. Posteriormente encontramos que algunas de las entradas contenían varias tácticas, por lo que en una segunda revisión se optó por reconocer una, digamos la que se acentuaba más y también se procedió a reconocer la más usada por cada autor, finalmente se agruparon las que presentaban coincidencias y se seleccionaron algunas entradas para ser expuestas a manera de ejemplo.

Estas puestas en pantalla representan las tácticas comunicativas que los blogueros usan con menor o mayor periodicidad a la hora de escribir sus entradas, dicho de otro modo son la serie de microhistorias que deciden contar para que sus lectores o seguidores conozcan su versión de los hechos –cuando los sujetos se conocen de manera presencial– o bien les conozcan a través de las mismas –se hagan una imagen social y física del autor–, el término a la par refiere la manera en que deciden contarlas y la parte del cumplimiento de un objetivo comunicativo trazado (in)conscientemente, o sea de una intención comunicativa que buscan cumplir a partir del uso del lenguaje verbal.

Para este análisis se requirió delimitar el número de entradas a analizar, se decidió escoger 25 de cada *blog* desde marzo del 2010 hacia atrás, en algunos casos dependiendo del *blog* se revisaron desde un mes y hasta todo el *blog*, sabemos que el número de entradas no es más que una aproximación a las “puestas en pantalla”, por lo tanto no pretendemos que tal o cual bloguero se considere dentro de una o unas de ellas, las que encontramos se usan casi

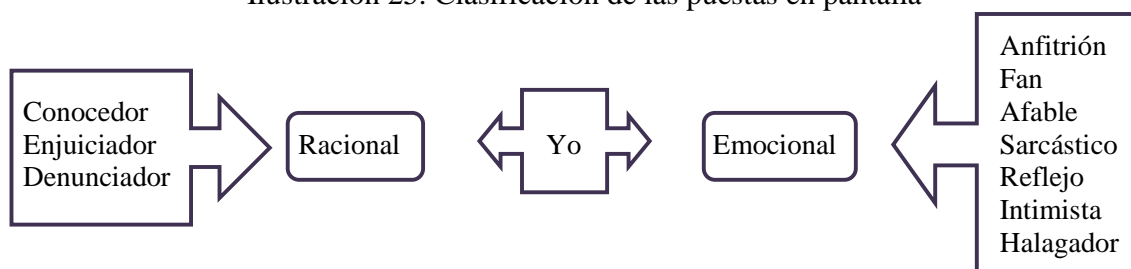
---

<sup>298</sup> Gálvez Mozo, Ana Ma. y Francisco Tirado Serrano (2006) *Sociabilidad en Pantalla: un estudio de la interacción en los entornos virtuales*, España: Editorial UOC. Los autores parten de la metáfora dramaturgica de Goffman.

siempre de modo combinado y de ninguna manera, insistimos, deben entenderse como la etiqueta de un autor, al tratarse de *blogs* con diferente frecuencia de actualización son al igual que una encuesta una “foto del momento”, sobre todo estamos concientes de un proceso por el que atraviesan los sujetos que ejercitan su escritura y que no permanece incambiable al paso del tiempo.

Comenzamos ahora las puestas en pantalla de los *blogs* analizados, así como las tácticas encontradas en cada una y el correspondiente ejemplo –los fragmentos citados se identifican con las iniciales del nombre del *blog*–, al igual que en el apartado de identidad las entradas se presentan aquí sin ningún tipo de edición a la ortografía o gramática. En total presentamos diez puestas en pantalla que presentan sujetos racionales y emocionales (ver ilustración 25), que son: yo anfitrión, yo fan, yo afable, yo sarcástico, yo reflejo, yo enjuiciador, yo aleccionador, yo intimista, yo denunciador y yo halagador –de las cuales las últimas cuatro son de los autores antes mencionados, el resto son nuestras–. Cabe aclarar que el orden en que se encuentran se desprende de la frecuencia con que aparecen en las entradas que se revisaron.

Ilustración 25. Clasificación de las puestas en pantalla



Fuente: elaboración propia.

### El yo anfitrión

Esta puesta en pantalla es sin lugar a dudas la más común, con este nombre queremos distinguir las entradas o parte de ellas que se refieren a esa hospitalidad que el autor del *blog* tiene para los lectores o seguidores de su espacio. Las tácticas encontradas son las siguientes:

1) La revelación: al compartir algo que es parte de su vida fuera de línea el bloguero intenta crear un lazo con sus lectores, cuando otorga algún tipo de información personal el bloguero revela datos sobre sí mismo que sirven para que quienes lean una entrada se hagan una imagen de él, incluso pueden llegar a encontrar gustos o intereses en común, de esta manera cediendo parte de su privacidad el bloguero puede encontrar en los otros alguien con quien compartir sus ideas y puntos de vista sobre diversos temas.

“...Pues si, un año mas me ha alcanzado, definitivamente no fue de los mejores, pero tampoco me puedo quejar, pensaba en que iba a publicar esta semana tan especial, recordé que muchas de ustedes me han dicho que en realidad no saben nada de mi, de mi vida, de mis cosas y es que si, suelo ser un tipo muy reservado con lo mio.

Según yo, soy un tipo bipolar, loco, tremendista y soñador. Según mis amigas/os soy un buen tipo. Pero que mejor que ustedes, compañeras de tantas batallas descubran que clase de persona soy, así que aquí les dejo algunas cosas sobre mi...Así es el tal [C], ahora bien si quieren saber algo mas, pregunten, acepto el reto.

No me queda mas que darles las gracias, por siempre estar de aquel lado, por su comprension, por su compañía, por acordarse siempre de mi, por cada palabra, por cada pensamiento, por su amistad y por toda esa sinceridad.

Les Quiero Mucho.

Un beso” (mc)

Aquí también podemos ver el público meta que se plantea el autor, en lugar de hacerlo para todos los que puedan leerlo lo dedica especialmente a sus “compañeras de tantas batallas” a quienes además complace, porque son ellas las que le habían solicitado este tipo de información, se dirige justo al final con una serie de frases que muestran agradecimiento y afecto.

2) El móvil: cuando el bloguero recibe retroalimentación por parte de su público se siente motivado a seguir escribiendo de algunos temas, en este punto al hallar satisfacción en el otro encuentra al mismo tiempo razones para continuar manteniendo un *blog* que siente que le es de utilidad a alguien más, en ese instante logra posicionar el beneficio de una tercera persona antes del propio, deja de escribir por él o ella y esencialmente dice hacerlo en nombre de las personas que se benefician de su lectura .

“...dicen o por lo menos eso me han dicho que a algunas personas les gusta leer lo que escribo, he recibido comentarios de que a algunas personas les sirve lo que escribo... en realidad hay uno que otro post que escribo en modo “superación personal” habitualmente escribo lo que siento o pienso, como hace poco dije no soy muy buena con las palabras habladas, pero con las letras escritas... esa... esa es otra historia, siempre me ha gustado escribir, incluso tengo un diario virtual, el cual mi madre mataría por leer jaja aunque a lo mejor se moriría si lo hiciera

Un día hace mucho tiempo mi mayor anhelo era convertirme en periodista, escribir algo que la gente leyera y comentara, pocas veces alguien me deja algún comentario, pero los que me dejan me inspiran a seguir escribiendo de unas cuantas locuras que aún me pasan...” (bdss)

La intención que tiene el autor por compartir sus experiencias aunado a la oportunidad de hacerlo público, es lo que consideramos una de los principales móviles que tiene un bloguero inclusive si sólo hay millones de potenciales lectores o seguidores de su espacio, precisamente al incluir su *blog* en directorios es como busca tener presencia en la blogósfera, en otras palabras una de las formas en las que gana visibilidad ante otros blogueros e internautas en general.

3) El acompañamiento: escribir demostrando afecto hacia las personas que son importantes en/fuera de línea para el autor, por quienes se siente acompañado en su camino por la vida y cree que debe presentarlos ante los demás como un apoyo importante en todo momento.

“...este año quiero y de verdad no es un cliché.... Quiero AMOR y paz... Amor con todos lo seres que quiero mantener en mi vida, querido santa, este año mas que nunca me he dado cuenta que existen dos tipos de personas: la que queremos en nuestra vida y las que nos quieren en sus vida... yo quiero, deseo y de ser posible exijo mantener a todas estas personas que en este año a pesar de todo han estado en mi vida en las buenas y malas... Y por ultimo pero no menos importantes GRACIAS infinitas a ustedes mis amados lectores por dejarme ser parte por lo menos de una parte de su vida y dejarme regalarles esto que es el arte, gracias por que aquí he conocido grandiosas personas a las que puedo decir sin titubeos que quiero, admiro y aprecio...GRACIAS infinitas.”(eaddlbscelc)

Los lectores tienen nuevamente un papel central en esta entrada, son objeto de un agradecimiento especial y se reitera la trascendencia que tienen en la existencia del *blog*, pues son un ingrediente vital en la blogósfera porque frenan cualquier intención de abandono o falta de actualización que el autor pudiera tener.

4) La promoción: una vez que el bloguero a través de sus entradas ha declarado un interés respecto a ciertas actividades puede llegar a usar el *blog* para anunciar la celebración de un evento que interesa a algunos de sus lectores dando detalles y anunciando que él/ella formará parte de su ocurrencia.

“Este es un recordatorio de la crop mundial que habrá el 1 de mayo organizada por Marcelita desde Suiza, les pongo el logo oficial :)

Inscríbanse! está padrísimo!” (csc)

Funciona en ocasiones como un diseminador de datos útiles para personas que quieren o necesitan estar al corriente de acontecimientos que les afectan directamente, por consiguiente incluir referencias motiva la visita y la lectura del *blog*.

5) El festejo: los años o el número de entradas escritas son motivo para que el autor haga una especialmente dedicada a contar que ha escrito de manera recurrente –cuando se habla de cientos o miles de entradas– o que lo ha mantenido a lo largo del tiempo –festejando el cumpleaños “x” del *blog*–, al tiempo que las líneas redactadas se aprovechan para agradecer la preferencia de sus lectores y seguidores.

“Hoy que por fin se me ocurrió escribir después de un buen rato sin hacerlo, me di cuenta que el día de hoy, éste culo de blog cumplió 900 días "onlain".

900 días y esto aparentemente no ha mejorado. Pero sí lo ha hecho. Le debo a mi blog varias, bastantes cosa.

Gracias blogger!

Bueno ciao.

P.D.: Ahh, si. Gracias también a quien siga leyendo esta madre! (t4b)

En estas entradas también el bloguero se propone como uno ejemplar, tiene la vocación para serlo y disciplina al hacerlo; sobre todo si ya tiene varios años la intención crece pues es un bloguero experimentado y digno de admirarse por mantenerse al pie del cañon dentro de la blogósfera –si bien todos podemos tener un *blog* no cualquiera lo mantiene–.

6) La permanencia: con frecuencia hay mensajes que son enviados para mantener el canal de comunicación abierto, para el caso de las entradas el equivalente se da cuando el autor reconoce que no tiene algo sobre lo que escribir pero sí tiene material para “postear”, la intención es en este caso es mostrar el propósito por permanecer en la actividad del blogueo para así no perder a los lectores o potenciales lectores –un *blog* que no está actualizado es un *blog* muerto–.

1 - Go to "Wikipedia." Hit "random" or click <http://en.wikipedia.org/wiki/Special:Random> The first random Wikipedia article you get is the name of your band.

2 - Go to "Random quotations" or click <http://www.quotationspage.com/random.php3> The last four or five words of the very last quote ... is the title of your first album.

3 - Go to flickr and click on "explore the last seven days" or click <http://www.flickr.com/explore/interesting/7days> Third picture, no matter what it is, will be your album cover.

4 - Use photoshop or similar to put it all together. Y las bandas quebrándose la cabeza habiendo métodos tan sencillos y buenos... Nada, nada mal...

*Pd. Si, es obvio que no tengo nada que hacer... Pero ¡hey cualquier pretexto es bueno para no dejar este congal tan abandonado... :D*” (gplv)

Entonces cuando un lector o visitante entra al *blog* se encuentra con que el autor ha actualizado y como hay algo que leer lo hace, en cambio si nota que su última entrada fue publicada hace bastante tiempo se piensa que ya el *blog* ha sido abandonado hasta por su creador, ni hablar de los visitantes.

7) La justificación: si no se ha escrito con la periodicidad y la calidad esperada por el autor del *blog*, hay una especie de disculpa por parte de éste mediante la cual intenta que se comprenda que por sus múltiples tareas y ocupaciones no ha podido dedicar tiempo a la actualización del *blog*, presenta argumentos que le excusan de haber abandonado su *blog* por un tiempo determinado, al tiempo que promete mejorar la frecuencia de actualización y las características de las entradas –ser más extensas, interesantes, profundas, divertidas, entretenidas, según sea el caso–.

“Desde que abrí este lugar nunca había estado tanto tiempo lejos de él o de otros blogs. Siempre había tiempo para distraerme... por ahí se quejaron de que ya ni los últimos post escribía algo, puros links a videos y cosas raras.

Sí, lo siento, la escuela me adsorbió, sí, así se dice.

(Del lat. *ad*, y *sorbēre*, sorber).

1. tr. *Fís.* Atraer y retener en la superficie de un cuerpo moléculas o iones de otro cuerpo. Algunos de los conceptos que aprendí en geoquímica, de las materias que más me quitaron el tiempo durante estos seis meses, gracias H1N1 por de verdad convertir el semestre en semestre.

Entonces, ya no se quejen de que no escribo, espero poder volver a hacerlos perder el tiempo con las tonterías que pongo. Haré mi mejor esfuerzo para resetear por completo mi cabeza, el sábado lo intenté pero por más que traté, hasta me quité los lentes y seguí intentando, no lo logré. Estuve cerca, pero nada más. Y nada más.” (plsiactb)

Se atribuye a incidentes fuera del alcance del autor la falta de nuevas entradas, pues tiene la intención plena pero carece de tiempo suficiente para hacerlo, también se debe a un momento en el que la mente del bloguero sufre un *impasse* y hasta que logre volver a un estado idóneo de imaginación y coherencia será posible que retome la actividad de escribir para los demás.

8) El contacto: además del *blog* el autor pone a disposición otras formas de comunicación como correo *web*, mensajería instantánea y otras plataformas a las que tiene acceso, para establecer un intercambio fuera del *blog*, digamos que amplía las formas en que sus lectores y seguidores pueden saber más sobre él o ella y lo que hace, siente, piensa, vive, etcétera.

“Con lo único que me quedo es con mi cuenta de flickr, ahí mostraré mi vida en fotografías, así como lo he hecho. El msn no lo uso mucho, solo cuando estoy muy triste o muy aburrida o por necesidad y no me quedo horas ahí, pero si reviso diario mi mail, ese de gmail.” (lcdll)

Ampliar las formas en las que otros pueden contactarlo le ayuda a reafirmar lazos con su público, esto le permite múltiples maneras para estar en contacto con quienes ha logrado entablar una relación de afinidad o amistad y mantenerla o llevarla a otro nivel, o simplemente experimentar dichas relaciones en otros contextos en los que el tiempo y el

espacio cambian, de hecho, como vimos en el capítulo anterior la CMC tiende a combinarse de múltiples formas.

9) El compañerismo: las entradas son lugar para halagar el trabajo de otros bloggers y reconocer las enseñanzas y cosas positivas que han brindado al autor en esta actividad compartida; el reconocimiento sirve además para hacerse visible dentro de la blogósfera pues muchas veces este tipo de entradas busca replicarse en otros *blogs*.

“Cuando fue el aniversario del blog, hace algunos meses, Gerson me preguntó qué de cuáles 5 blogger he aprendido algo en este tiempo. Se me había quedado en el tintero digital, pero ahora creo que es buen momento de responderlo.

De entrada me parece que es difícil reducirlo a cinco solamente. Tal vez podría hacerlo, pero entonces se me quedarían sin mencionar muchos que me han dejado algo. En general, trato de aprender por lo menos una cosa de cada persona con quien convivo, incluso de aquellos quienes no me dejaron buenas experiencias, por ejemplo, de mi ex-jefa Colombiana aprendí a cómo NO debes de ser jefe.

En fin, sin mucho más preámbulo y sin ningún orden en particular vienen de ahí...” (ad)

La calidez que presenta el bloguero hacia quienes hacen *blogs* personales se da incluso porque algunas veces los colegas han actuado como fuente de inspiración para crear o mantener un sitio de esta naturaleza, siempre es importante y gratificante sentirse parte de un conglomerado y además saberse respetado, admirado y aceptado por aquellos a quienes se considera los pares.

## Yo fan

La segunda puesta en pantalla más común fue la que denominamos fan, con ella se muestra el gusto por ciertos bienes simbólicos. A partir de su consumo lo bloggers dicen a los otros quiénes son, al igual que el anfitrión el fan busca, a través de sus gustos declarados, una empatía con los lectores poniendo en común aquello que usa cotidianamente o bien en ocasiones especiales, pero que le hacen definirse a partir de un disfrute. Las tácticas encontradas en esta puesta son:

1) Lo imprescindible: lo que consumimos nos hace parecer de nada a muy interesantes, muchas relaciones con nuestros pares parten de lo que escuchamos, vemos, leemos, vestimos entre otras cosas. Pese a que los gustos van cambiando y moldeándose a través del tiempo, cuando comenzamos a recopilar lo que consideramos como valioso de entre toda la



oferta de bienes culturales disponibles es cuando decimos, por ejemplo, que no sólo leemos poesía sino a un autor en particular, en otros casos que estamos a la vanguardia en el acceso a ciertos aparatos, en fin, logramos mostrar un estatus a partir de nuestros consumos.

“...Pero regresando al plan de Semana Santa aquí les va mi kit vacacional:

Series: Temporada 2 y 3 de House

Libros: House Philosophy, via Kindle. El Kindle es un peligro caray. Troy: The Thunder Shield, 10 rules of life y Percy Jackson, Third Book. Y en español seguimos leyendo El hombre que no amaba a las mujeres y Cuando eramos honrados mercenarios. Osea suficiente para quemarme los ojos.

Pelis: Mamma mia y Unglorious Bastards: Comedia ligera y película con tintes de comedia oscuros e ironicos y que amo, Y 300, nada mas por el gustazo de ver a los 300 espartanos que se caen de buenos.

Moleskin: Va mi hermoso Moleskin para ver si terminamos de escribir nuestro manifiesto. Y una pluma bic Lap para ver todo lo que sean formato DVD

Iphone y música suficiente para durar y durar y durar.

Neutrogena Sun Block 50

Dior After Sun Lotion

Gafas de sol Marc

Muchisima actitud para tirar la flojera y descansar y leer como la adicta que soy.” (ip)

Nuestros productos favoritos se convierten de tal suerte en aquello que nos acompaña y nos distingue e identifica al mismo tiempo, nos sirven para enunciar abiertamente la inclinación hacia particularidades que no son burdas porque adquieren sentido para nosotros desde el mismo instante en que comunican parte de nuestro modo de ser, pensar y actuar.

2) Lo vivido: los eventos que no toda la gente puede presenciar, porque sólo asisten quienes viven en ciudades grandes del país, sirven como referente tanto de la ubicación geográfica como del privilegio que gozan quienes son testigos en vivo y en directo de la ocurrencia del suceso al que no todos tienen acceso, como puede ser ver el performance de su artista favorito.

“...Y es que la velocidad con la que gradua los tonos, la intensidad de su voz desbordando el escenario, ella envuelta en humo, las luces parpadeantes, el silencio de los que mirábamos, de los que, hipnotizados, presenciamos el concierto que dio ayer Diamanda Galas en el Lunario.

Hermoso, oscuro, intenso, demoníaco, maravilloso....alarido.”(gqmlqmag)

Así es como adquiere mayor relevancia un sujeto que se declara admirador de una disciplina o una persona, la experiencia vivida es mucho más significativa porque te permite un acercamiento al fenómeno con un grado de aproximación total, el directo sigue siendo el que más se valora de todos los modos de acercamiento respecto a los objetos que culturalmente evaluamos como importantes.

3) La distancia: pero también diciendo lo que no nos gusta o a quienes identificamos como los que no queremos ser estamos delimitando nuestro sí mismo, los gustos como hemos comentado son selectivos y por tanto están atravesados por inclusiones y exclusiones, nos permiten acercarnos y al mismo tiempo marcar distancias sociales.

“...Hacia mis siete años de edad, siendo el menor por once años de diferencia mínima con mis hermanos, era una tortura escuchar su música, fuese de salsa o rock, pero creo que desarrollé una actitud de tolerancia y de conocer al enemigo y al extraño.

Una canción que me fascinaba escuchar, sin entender el inglés, era Emotional Rescue. Canción dedicada a esa tribu urbana que llaman "emos". Actualmente no tengo trato directo con adolescentes, de otra manera estaría enterado de sus modos de expresión. ¿Escribirán poesía emo o algún manifiesto de su sentir?...” (tvsmms)

La otredad no siempre se marca de manera afirmativa pues su reconocimiento es tan válido desde la aprobación como desde la descalificación, socioculturalmente se reconoce implícitamente que cuando un sujeto dice ser de alguna manera automáticamente renuncia a ser de otras, por ser incompatibles y hasta contradictorias en esencia. Funcionan, sin caer en extremos, como la pertenencia a un sexo, pues no se puede ser hombre y mujer al mismo tiempo.

4) La marca: entre los bienes materiales como el vestido encontramos indicios de la clase social o la edad; entre los blogueros, como entre los demás sectores de la sociedad, a veces no son tanto los productos que usan –porque hasta cierto punto son muy comunes entre la gente–, sino que se van a nombrar la marca y eso entonces es lo que sí logra establecer la diferencia, es decir, “todos usamos ‘x’ cosa, pero yo sólo uso esta marca, favor de no confundirme con la multitud”.

“...Pues vámonos de compras!!!!, uff que stress, la verdad que comprar unos jeans hoy en día no es tarea sencilla, hay tantos colores, cortes y marcas que podrías perderte (aunque claro, también hay de todo tipo de precios), desde los desechables (como todos los de grupo inditex y similares) que parecen de papel y en un año se caen a pedazos (es que la mezclilla no es de buena calidad), yo recuerdo cuando era pequeño uno se tardaba años en acabarse unos vaqueros, claro que era súper común romper las rodillas después de estar jugando en el patio del colegio, pero las madres le ponían rodilleras y asunto acabado; pues bien, yo soy fan de g-star rar, aunque no se porque no tienen tiendas en Latinoamérica, así que me declaro fiel a los clásicos levi's, aunque debo reconocer que me aleje varios años debido a que se estancaron en la historia por 10 años, hasta que un día tuvieron un revival impresionante, guardando la misma línea y abaratando costos con producción local, en particular uso los 514 aunque este año le están dando todo por revivir el mítico 501...”(dr)

La marca funciona aquí como un símbolo de distinción y prestigio, nuevamente la valoración subjetiva –que opera en el proceso selectivo del consumo– nos lleva a invertir tiempo valioso en determinar cuáles deberían ser nuestras elecciones, pese a no siempre

contar con los mayores recursos económicos dentro de nuestros parámetros podemos anteponer características al empleo de los productos más simples y cotidianos.

5) El privilegio: en el disfrute de los bienes culturales importan de igual forma los lugares desde donde se lleva a cabo, ya que no es lo mismo ver una película en el cine que una pirata en casa, puede tratarse del mismo filme pero cuando uno dice que la vio antes que cualquiera le añade cierta autoridad al espectador, pese a que el coste sea alto hay siempre formas de hacerse del pase de entrada a ese otro espacio de consumo privilegiado.

“Hoy toco premiere en sala VIP.

Cine gratis, no pague estacionamiento, no gasté gasolina... sólo tuve que cruzar el Periférico caminando...je ¿genial, no?

Obtuve mi invitación digital y personalizada cortesía de Promociones Dixo.”(dcdm)

Los sitios sobre los que física o simbólicamente se tiene presencia hacen notar al resto que tal acceso debe considerarse como un distintivo social, al igual que la marca, el acceso a estos espacios le inviste al sujeto de un grado de privilegio que le distingue del ciudadano promedio.

6) Estilo de vida: conforme van vertiendo información sobre sus gustos y su relación con ciertos bienes materiales y simbólicos los blogueros tratan de convencer a sus lectores o seguidores de que poseen un determinado estilo de vida, por lo tanto asisten a eventos que son para el deleite de quienes comparten su modo de vida.

“...Campus Party es una reunión masiva de geeks. Una como super LAN-Party, que va a estar llena de conferencias, talleres, videojuegos, computadoras, edecanes, exposiciones, robots, pero sobre todas, todas las cosas... Internet. Internet de 8gbps. Se hace desde 1997 en España (pinches españoles frikis) y pues últimamente han estado sacando a pasear la idea.

Entre las conferencias están también los llamados "*Momentos Movistar*" que no son mas que conferencias glorificadas con gente así super importante tales como el mismísimo papá de Internet: Tim Berners-Lee (el creador del HTML y las direcciones URL) o José Hernández Moreno (el paisa este que se acaba de ir al espacio)...

Entonces, ¿*Quien me quiere acompañar a Campus Party?*”(dm)

Esta es la máxima muestra de consumo que la persona puede externar, primero porque él o ella ha llegado a saber quién es en ese momento de su vida y después porque abandera ese estilo como aquel que le permite confinar su lugar en la sociedad; es cuando finalmente se ha definido, después de un gran esfuerzo que involucra un sinnúmero de intentos por identificarse.

7) El goce: trata de las actividades que le proveen sentido a cada día y que forman parte de su lista de elecciones frente a la gran oferta que tiene en los diversos medios de comunicación tradicionales o nuevos y que hacen más llevadera la vida en sus diferentes facetas.

“...Hay pocas cosas más divertidas en mis largos días en la oficina que leer a Trino todas las mañana en Reforma.

Diario, casi religiosamente busco las fábulas de policías y ladrones y soy muy feliz por cinco minutos. Y los domingos!!, Sí, los domingos son del Rey Chiquito... SOY FAN FAN de Trino, quién no quisiera su creatividad para dibujar tantas y tan divertidas historias día tras día...”(n)

En alguna parte del *blog* se encuentra el trabajo de un tercero hacia el cual el bloguero siente admiración, piensa entonces que el protagonista de su escrito es bueno en lo que hace y en el reconocimiento a su brillantez se encuentran razones para seguir su desempeño con frecuencia y hablar del mismo en las entradas.

8) Lo exótico: la incorporación de productos de otras culturas cuyo acceso se facilita actualmente por la velocidad y la cantidad de información que viaja por el mundo, así como la disponibilidad de compartir lo que se consume con sujetos de diferentes latitudes hace ver a menudo productos distintivos de ciertos países en otros; subrayamos la idea de que los gustos se moldean porque es una constante a la hora de hablar de las preferencias, encontramos así un exhorto que hacen los blogueros a sus lectores hacia lo que consideran de buen gusto, además de hablar bien de tal o cual producto intentan crear en el otro la intención de probarlo o conocerlo.

“...hace mucho que no publico nada de anime y pues la neta hay me dieron ganas de hablar de Gantz, en post anteriores hable del manga y hasta publique 3 tomos de este, pero como la tarea es muy ardua ya que son 22 tomos, y como ya nadie los pidió pues deje de publicarlos, pero bueno ahora va el anime y es mas fácil...La neta les recomiendo esta serie esta[sic] de poca madre...”(lohloh)

A pesar de ir cambiando conforme la edad o lo socioculturalmente aceptado en un momento determinado, los gustos y el consumo fungen como importantes canales de comunicación y reconocimiento permitiendo que los individuos encuentren pertenencia y con ello le doten a la actividad del disfrute sentido y continuidad, en buena medida para confirmarse o ampliar los horizontes en los que se está definiendo individual y colectivamente.

## El yo afable

Esta tercera puesta en pantalla implica, por parte de los blogueros, una presentación divertida de las situaciones que viven, desde otra perspectiva para otros inclusive pudieran ser tomadas como algo traumante, en definitiva dentro de lo que cuentan buscan provocar la risa y mostrarse como los que no se toman la vida tan en serio, es su intento por mostrar su “niño eterno”. Las tácticas localizadas son:

1) Lo circunstancial: son las acciones que otros realizan, en las que toma parte sin haberlo solicitado o buscado de forma alguna, lo que sucede es ajeno a la voluntad del autor, pero se ve implicado porque la otra parte involucrada si tiene la plena intención de incluirlo en sus propósitos.

*“...\*Hola Cynthia, por fin me pasaron tus datos y es que te estamos buscando desde hace 15 días, cuando te vimos hacer un programa bilingue en vivo para la feria de carreras de tu escuela.... Puedes venir a una entrevista mañana?? Ok, en qué cuatrimestre estás??\*  
~8~  
\*De cuántos??\*  
~9~  
\*Uy no, ahí sí necesito que tengas la carrera terminada, no necesitamos estudiantes.....(????????????????????)  
No importa, te dejo mis datos y llámanos cuando termines la carrera. Te guardamos un puesto. Hasta luego.\*  
tututú.....  
!!  
A ver, cómo es posible que me rechacen de un lugar del que ni siquiera tenía conocimiento y al que no solicité???*

Al final lo que acontece para el bloguero tiene una consecuencia que le da motivos para hacer de ello una anécdota que compartir con los demás desde un tono chusco.

2) Lo citable: cuando son otros a los que se les ha ocurrido el chiste se da el crédito de que fueron quienes tuvieron la ocurrencia y no quien escribe la entrada.

“Hoy no necesito corrector de ojos, necesito un cambio de cara, amanecí horrible Sofia” (ebd1)

Siempre aún si sólo se trata de una posibilidad el bloguero tiene conciencia plena que el verdadero productor intelectual de lo que se cuenta puede llegar a leer la entrada, por consiguiente hay que adjudicar a cada quien la autoría que merece; también aquí trata de

que se le relacione con gente que tiene sentido del humor y que para nada se rodea de personas serias o aburridas en el mundo fuera de línea.

3) Las aventuras: hay experiencias que los blogueros comparten a manera de episodios, como si hacer algo, independientemente del grado de dificultad que implica, fuera toda una odisea en la que desde luego son protagonistas que atraviesan por un sinfín de contratiempos hasta que logran su cometido.

“Para mis traslados habituales generalmente -e inexplicablemente- tomo taxi pero para los viajes más largos uso el metro. Ahora voy a descubrir el hilo negro: el metro tiene cosas buenas y cosas malas -oooooh!-; entre las buenas menciono que te transporta grandes distancias sin pagar grandes cantidades, llega a muchos lugares, los conductores de metro no conducen despacito para ver si encuentran más pasaje... Ahora mis reclamos, ya sé que yo iba con prisa pero no me explico:

¿por qué pasillos, escaleras y andenes en la estación Politécnico están mojados como si no hubiera un techo que los protegiera? he notado que en varias estaciones hay goteras pero en esta estación o no les importa o quieren recrear el look de balneario.

¿por qué si vas de la línea 4 a la línea 5 sí tienes señalización que indica a dónde te diriges pero si vas de la línea 5 a la 4 no tienes más señales que las que te dicen de dónde vienes? aquí se me ocurren dos opciones: Opción A: en todos los pasillos hay cámaras y un ser superior -porque su oficina seguro está en la parte de arriba- se divierte observando a la gente actuar como ratas en laberinto.

Opción B: el metro quiere brindar un servicio a la comunidad intentando ayudar a la gente a desarrollar la percepción extrasensorial, nada como unos pasillos sin señales para desarrollar la clarividencia y la precognición.” (stby)

Dentro de las vivencias más o menos cotidianas pueden presentarse una serie de obstáculos entre los personajes que las experimentan y sus objetivos, sin embargo, la trama puede ser contada con matices que la hacen poco seria pero que igual sirve para dar cuenta de segmentos que se ocupan de denunciar el estado inconveniente en el que se encuentra un servicio público.

4) La ingeniosidad: hacer chistes con lo que se va presentando, sin planearlo demasiado, como si se tuviera el talento para bromear con lo que se tiene al alcance.

“No sobra mencionar que el día de hoy este blog cumple un año-perro. Osea que ya está en edad de cruzarse. Interesadas dejar comment.” (alm)

Tener el talento nato de hacer comentarios graciosos ayuda a que la lectura del *blog* gane terreno dentro de un grupo de lectores que buscan pasar un buen rato cuando andan por la blogósfera, o meramente si quieren que al *blog* no se le relacione con una persona formal que puede resultar tediosa en un determinado momento.

5) Los típicos: hacer o retomar los chistes que aluden a una cierta religión o nacionalidad con los que la gente se siente más o menos familiarizados, es decir, son comunes y por lo general gozan de bastante aceptación entre las personas que los escuchan y leen.

*“Entonces llegó Pedro y le dijo a-dios, y se fue.*

*¿Por qué los ángeles ríen en el cielo? Por la gracia de dios.” (eneuv)*

Aunque puedan llegar a herir susceptibilidades, dentro de ciertos nichos burlarse de todo incluso de lo que se considera sagrado muestra una actitud irreverente, que como hemos dicho arriba funciona a modo de mecanismo posibilitando el reconocimiento entre el autor y su audiencia, aquí podemos aplicar la trillada frase “en gustos se rompen géneros” la blogósfera ofrece sin dudar un *blog* o varios para cada gusto y si no existe entonces la facilidad para que alguien lo escriba.

6) El vídeo: hacer ellos mismos o en su defecto buscar y “colgar” vídeos que presentan situaciones chuscas.

*“Quien[sic] dice que el trabajo tiene que ser aburrido, que al[sic] estar en una oficina tiene que ser tedioso; se[sic] que el trabajo es pesado pero no es para tanto, si no vean esto: [vídeo] hasta en la oficina hay momentos de diversión.” (sg)*

Paralelamente a la expansión de la plataforma *blog* se presenta el fenómeno relacionado con el vídeo digital. Los blogueros, al igual que los medios tradicionales, han echado mano de los sitios donde circulan vídeos de todo tipo para verse actualizados dentro del uso de Internet favoreciéndose de la aportación que otros usuarios han hecho y también, como en esta táctica, para descubrir formas alternas de entretenimiento, que normalmente incluyen situaciones cotidianas de gente que se parece más a la que vemos todos los días en el mundo fuera de línea.

7) Las vicisitudes: las enfermedades, los accidentes o los problemas que para alguien son cosa seria, una vez que han pasado se cuentan como si no fueran tan graves y hasta de estos se pueden hacer chistes siempre y cuando se haya salido avante de los mismos.

*“...¿Sería un desmayo? ¿Cómo son? ¿En los brazos de quién caería? ¿Me encuerarían? ¿Robarían mis zapatos? ¿Despertaría con un beso de amor? ¿Traigo mis calzones de desmayar? Sin decir a nadie volví a mi lugar para observarme un rato. Miré a mi alrededor buscando la falla, pero no me dolía nada ¿Sería un infarto? ¿Aneurisma? ¿Glaucoma? ¿Coma diabético? ¿Hipertensión? ¿Migraña? ¿Vertigo [sic] de Meniere? ¿Tumor cerebral? ¿Moriría en la agencia? ¿Traigo mis calzones de desmayar?...No eran el tipo de luces que aparecen cuando baja la presión. Miré mis manos. Ahí seguían ¿Por qué en las películas la gente mira sus manos cuando pierde la conciencia o se está transformando en lobo? Entonces intenté leer y un escalofrío recorrió mi espina...”(ynqb)*

El sentido del humor en varios *blogs* es constante –lo que no implica que el autor no se tome en serio su papel o sea prudente para ciertos asuntos– en gran parte busca evitar que se le considere monótono, por el tipo de *blog* que elabora y ante tanta oferta no puede permitirse ser aburrido; hacerlo gracioso tiene que ver con la personalidad del bloguero, pero no se descarta que la presencia de este tono se vea directamente afectado por lo que la audiencia potencial espera encontrar en la blogósfera.

### Yo sarcástico

La cuarta puesta en pantalla tiene que ver con un humor sombrío, a diferencia de lo afable se nota una crítica hacia lo que desde su perspectiva es socialmente indeseable, o bien, que francamente no congenian con ese comportamiento o forma de actuar y pensar, es en sí una muestra del desacuerdo por ciertas pautas de comportamiento o situaciones que a efecto de su sensatez consideran equivocadas. Las identificaciones aquí retoman el sentir y a veces las malas experiencias que, desde luego, permiten poner en común a quienes han atravesado situaciones semejantes. Las tácticas encontradas son:

1) El diferente: en ocasiones los padecimientos de los demás son una forma de mitigar un poco las negatividades que enfrentamos de manera cotidiana, es como si ver que otros la pasan fatal ayudara a sentirnos menos mal. Como ciudadanos mexicanos sabemos que hay países que tienen mejores condiciones de vida, pero los que tienen menores beneficios sociales siempre representan una opción para hablar de ellos resaltando que se encuentran en una situación más complicada que la nuestra.

*“¿Tu crees que si se estuvieran muriendo de hambre, huirían de Cuba?”*

Filosofía inmortal de Jaime Núñez -mi papá-

Claro, no huyen de la miseria, huyen de un paraíso tropical lleno de tecnología, alimentos, cultura, dinero y libertades a manos llenas; seguramente seria[sic] horrible vivir en un lugar así.”(gsq)

Algunas veces, de hecho, se parte de la idea de que nosotros con carencias y sin ellas nos la sabemos arreglar siempre para estar bien, en otras palabras, tratamos de mostrarnos con una forma a la mexicana de apropiarnos de la vida y sus circunstancias, en lugar de sufrirlas con abnegación.



2) Los semejantes: la situación que atraviesa el país es a todas luces complicada, los escépticos piensan que nada puede salvarnos de nosotros mismos, hasta en ambientes lúdicos como un juego estamos condenados a fracasar, ya ni se diga en economía o política, sin embargo, ante los escenarios más pesimistas no es nada raro encontrarnos toques de humor porque igualmente somos capaces de burlarnos de la propia desgracia.

“yo digo que ya vienen tiempos mejores, exceptuando mañana que seguro pierde la Selección. as always =)”  
(s)

Sobra decir que, al igual que la otredad, forma parte de las maneras en que como ciudadanos nos sentimos menos vulnerables ante las calamidades; no podemos cambiar el orden de las cosas, en cambio nos basta con saber que estamos conscientes de la realidad y es bienvenida aunque sin dejar que nos afecte tanto –la aceptamos como propia, pero le negamos el permiso de afectarnos demasiado–.

3) El estigma: apreciamos que también hacia grupos que socialmente tienen ya un estigma existe una inclinación a realizar comentarios que se burlan de su desempeño; en un ambiente de corrupción y deslegitimación, la ironía permite hablar de los sujetos mostrando parte del descrédito del que son objeto dentro de la sociedad en la que no cumplen su labor y por lo tanto no gozan de buena reputación.

“Con mi nueva chambita... me he mezclado con lo más selecto de nuestra sociedad, con la pura cultura, con los merosmeros y me refiero a el honorable cuerpo de justicia de la capital, con la polecia!!!!” (ltp)

Mofarse de quienes habitualmente son reconocidos y respetados es un indicador del grado de decepción que experimentamos, la impotencia de no poder transformar la situación no deja más que lugar a la palabra que desprestigia e implícitamente exige una reflexión a las figuras de autoridad que están desatendiendo las responsabilidades y compromisos que adquirieron con los ciudadanos que los eligieron para desempeñar un cargo de elección popular.

4) La defensa: consiste en insultar al que nos ha ofendido primero con algún comentario que regrese parte del agravio que lastimó nuestro orgullo. Se refiere igualmente a condiciones de marginalidad que personas con ciertas características físicas o sociales enfrentan cotidianamente por vivir en una sociedad donde no se respetan de manera suficiente las diferencias. Esta táctica sirve para mostrar la impotencia que sienten quienes

viven en ambientes de poca tolerancia y que “no cumplen” con el estándar culturalmente aceptado, ya sea física o moralmente.

“En la secundaria casi no tuve novio y me molestaban por ser rellenita. Ahora veo las fotos y me pregunto dónde estaba la rellenez. Ash, bueno, pero es que era la Anexa, digo, si les sacaba de onda que fuera yo blanca y no apiñonada y que tuviera el pelo chino y no lacio y que mi voz se escuchara y no fuera bajita y discreta y calladitas-las-niñas-se-ven-más-bonitas y que mis pantorrillas fueran torneadas y no palo-de-escoba, pues cómo iban a saber distinguir entre la normalidad y la gordura, ay, tan tontos.”(pyy)

El rechazo del que alguna vez todos hemos sido víctimas cuando salimos del parámetro socioculturalmente aceptado, nos obliga a crear mecanismos de defensa ante quienes nos insultan, la irritación que el individuo manifiesta hacia su agresor puede ser aminorada verbalmente con una perspectiva humorística que le permite protegerse o desquitarse del otro cuestionando la “verdad” que ostenta con sus actos.

5) Lo detestable: cuando el bloguero considera una opinión fuera de lugar pero no pretende ofender a quien lo hizo o a otras personas, procede a convertir el comentario de una persona pública, con el que no está de acuerdo, en algo gracioso.

“Hoy, el cardenal Lozano Barragán aseguró que los homosexuales no van al cielo.

Yo ya me decidí.

Para empezar en el infierno está toda la gente que nació antes de Cristo, más todos los que profesan(aron) otra fe (Socrates, Alejandro Magno, Miyamoto Musashi, Richard Gere, etc). A esto hay que sumarle a Ozzy Osbourne y, por ende, todos los metaleros (Dimebag Darrell, Randy Rhoads, etc.). Pa[sic] tal caso los Beatles se reunirán ahí por lo de bigger than Jesus y las drogas y los viajes a India. Y ahora los homosexuales (osea Whitman, Wilde, Freddie Mercury, etc.) los cuales, además, saben organizar buenas fiestas.

Uuuy joven, yo me voy pa'llá.

Como decía Ozzy: If we go to hell i'll be there and we're gonna have a great fuckin' time!

Yo prefiero cuando se relajan y es divertido.

btw: el espérame a ozzy es sólo porque espero que yo dure un poco más que él.”(nuapf)

Esto le da el potencial de mostrar su desacuerdo sin caer en el insulto directo; al tiempo que reta lo que se considera como políticamente correcto dentro de algunas instituciones, lo anterior goza de admiración entre ciertos grupos que no comulgan con ideas poco incluyentes dentro de las sociedades democráticas contemporáneas.

6) El agradecimiento: agradecer a las personas cuando hacen algo útil por nosotros, se ha convertido en un ingrediente clave de convivencia social. Sin embargo, se le puede imprimir un sentido diferente cuando se usa el agradecimiento para burlarse abiertamente de las fallas de los demás, luego entonces, el bloguero lo emplea de esta manera cuando alguien ha actuado para causarle algún problema y quiere desdeñar su papel como persona o institución.

“...Gracias por sus horarios ridículos de cobro en sus oficinas (de 9 AM a 2 PM) y donde ni siquiera podían registrar tu cobro con una computadora "porque manejar una computadora no está en mi contrato". Gracias por su personal incompetente (no todos, al menos eso quiero creer) que nunca traía material, o no le correspondía esa zona, bla, bla, bla...”(ckb)

De la misma forma vemos aquí una inconformidad debido al mal servicio o trato que recibimos cotidianamente, la reprobación de ciertas actitudes o poca rectitud con la que se manejan ciertos asuntos nos afecta, como hemos mencionado antes, pero tenemos nuestra revancha cuando hablamos de ello con sarcasmo.

## El yo reflejo

Esta quinta puesta en pantalla no es otra cosa que una presentación indirecta que ejecuta el bloguero, ya sea porque no dice abiertamente lo que vive o siente o porque cree que el uso de algo que alguien más ha elaborado sirve para describir mejor su situación, o igualmente porque no forma parte de su experiencia “real”. También por los alcances del lenguaje verbal y el empleo que hace en las formas de narrar. Las tácticas son en este caso:

1) Los sueños: compartir lo que se sueña también es materia para escribir entradas, no sólo lo real o lo que sí sucedió, sino de igual manera lo que está presente en esos momentos en los que el bloguero se desprende de la realidad. Contarlo es como traerlo un poco a su realidad.

“En una terracería solitaria. Estaba cada vez más oscuro. Eran como las ocho de la noche. No recuerdo cómo, pero de pronto ya estaba adentro de una casucha rural. El ambiente se veía polvoso, y ahí me atendía una pareja de desconocidos. No querían que siguiera el camino porque ni siquiera había luna que iluminara el camino. Y tenían razón.

“¡Ya debería ponerle a la bici las lámparas que ni siquiera he sacado del paquete!”, lamenté.  
Desperté.” (ymadhee)

Los sueños pueden traer consigo nuestros miedos, inquietudes y deseos más profundos, de alguna forma contienen información íntimamente relacionada con el bloguero, así que con ellos se muestran también sólo que de una manera menos abierta.

2) Lo prestado: involucra recurrir a los productos de terceras personas para expresar un sentimiento o situación por el que se atraviesa en un momento dado, en este caso encontramos desde canciones hasta fragmentos de todos los géneros literarios que son retomados por los blogueros para comunicar ese estado de ánimo.

**“The Sick Rose**

O Rose, thou art sick!  
The invisible worm,  
That flies in the night,  
In the howling storm,  
Has found out thy bed  
Of crimson joy;  
And his dark secret love  
Does thy life destroy.

**William Blake**”(a6)

El lenguaje que es nuestra suprema forma de expresión, se dice que los límites del pensamiento son los límites del lenguaje mismo, se presta para intentar dar cuenta de los sentimientos y pensamientos del hombre. Cuando las frases sobre los mismos temas ya no se pueden inventar, los blogueros recurren a aquello que alguien ya mencionó y lo incluyen en sus entradas, porque sencillamente refleja por completo lo que sienten o experimentan en un momento preciso de su vida.

3) Lo inanimado: es cuando el bloguero recurre al símil de su persona o etapa de la vida en la que se encuentra, el objeto inanimado le ayuda a expresar cómo se siente, podemos decir que el lenguaje recurre a la analogía en el momento en el que se agotan las palabras que nos sirven para describir algo, en este caso un sentimiento, una emoción o un estado de ánimo.

“A mi me gusta la palabra huracán de hecho en yahoo la uso de nick. Me imagino que vivir el fenómeno natural es algo horrible, pero me gusta el termino en cuanto a las sacudidas de la vida, que desde nuestro centro cambia todo alrededor. Creo que el camino esta lleno de huracanes, con diferentes magnitudes. Hay veces que solo pasan cerca y nos dan pequeños sobresaltos, que nos hacen apreciar lo que tenemos. En otras uno esta en el centro, viendo como todo alrededor se destruye. En cambio algunas nos llevan con ellos y nos dejan sin nada...”(e)

Se recurre además al conocimiento previo que la gente posee sobre dichos objetos, las ideas tanto positivas como negativas que circulan al respecto facilitan la aprehensión del sentido en la comparación proporcionada por el autor del *blog*.

4) La frase: el uso de frases célebres dotan a quien las maneja de un aire de sabiduría o cierta madurez intelectual, recurriendo a estos enunciados se sobreentiende que quien la retoma pasa por un momento de reflexión y que intenta recrear en el lector de su entrada ese mismo efecto.

““La coincidencia es la forma en que Dios se mantiene anonimo.”  
Albert Einstein” (slr)

Lo anterior puede dotar al autor de cierta distinción intelectual que contribuirá en la construcción o consolidación de su prestigio. Al presentarse ante sus seguidores y lectores como un ser pensante se gana el respeto y en cierta medida la admiración de quienes visitan el *blog*.

5) Ser otro: supone contar las cosas en tercera persona, rechazando que es quien enfrenta determinados eventos, como si fuera, al igual que el que lee la entrada, un espectador que sólo da cuenta de lo que ve; es decir, toma el papel de narrador y con ello fija distancia de los hechos, tal vez para ser más objetivo a la hora de tomar una decisión o no sentirse tan agobiado suponiendo que no le está pasando a él, o tal vez sólo para deslindarse de una probable culpa.

“Cuando duerme contigo su sueño es fingido. Te da besos tiernos detrás del oído. Sigilosamente se pone traviesa y con mil cuidados simula su ausencia. Con una mano recarga cabeza y con otro brazo todo te rodea. Llegada la noche te observa atenta, te acaricia el alma con manos de seda. Luego al día siguiente la ves con ojeras y tu[sic] muy curioso preguntas por ellas. Buscas el sentido del grave problema y ella solo calla y te sonrío contenta.

Uno de esos días en que amaneció abrazándote te confeso que no dormía porque temía que al cerrar los ojos tu ya no estuvieras ahí cuando amaneciera.

Y cuando amaneció ya te habías ido.” (cet)

La revelación del sí mismo del autor no es siempre de modo directo, como vimos en los ejemplos anteriores las tácticas le sirven para el cumplimiento de ese propósito al tiempo que le ayudan a superar algunos límites propios de la palabra escrita y a dotarse de prestigio intelectual.

### El yo intimista:

En esta sexta puesta en pantalla el bloguero busca remover las emociones de su potencial lector, comparte por tanto sentimientos demasiado íntimos de manera abierta y deliberada, pues intenta que el otro lo aprecie como ser humano sensible. Pone entonces al descubierto las relaciones que entabla con seres que le son significativos fuera de línea y cómo sufre o goza sus relaciones de amor y amistad. Conjuntamente la puesta presenta al yo reflexivo de los blogueros, en este tipo de entradas se escriben pensamientos que hacen referencia a temas que se relacionan con el sentido de la vida, del ser humano y de la felicidad, el tratamiento que le da el autor le muestra como un sujeto que no acepta las cosas sin

razonamiento alguno, que de hecho se detiene a meditar y cuestionarse constantemente sobre asuntos que ante la mayoría de la gente pasan desapercibidos. Las tácticas manejadas son:

1) El apoyo: las situaciones difíciles por las que pasan y que les causan sufrimiento son una de las tácticas que los autores recrean para buscar el respaldo que moralmente necesitan para superar las diferentes dificultades. El apoyo, aunque no sea de manera presencial, llega por medio de los comentarios que los lectores y seguidores le escriben demostrándole gran interés por su bienestar físico o emocional.

“...Ahora estamos pasando por un mal momento, se le formo una bola en la espalda y la lleve al veterinario. Me dijeron que era líquido y que con medicina todo saldría bien...paso una semana y decidieron quitarsela porque al parecer estaba cambiando y se sentía fibrosa. El viernes pasado la operaron, ella ha estado muy triste y yo también. Me duele verla así, sin poder moverse quejándose, sintiéndose incómoda. La herida es grande, como de 6 o 7 cm... y esta drenando...hoy fué a revisión y su herida no va muy bien y yo estoy un poco desesperada. Le hicimos las curaciones y yo me desmaye (jaja que madre la suya) uff no pude, no puedo y me pone triste eso.

Ayer caí en crisis de angustia y estuve muy inquieta toda la noche...es que no dejo de pensar que no he sido una buena compañera, no la que ella espera...me siento responsable por lo que le pasa...”(emspm)

Podemos decir que el autor consigue aquí dos cosas primordiales, una es poder desahogar sus problemas y, la otra, sentirse acompañado en su padecimiento, eso seguramente no resolverá el problema pero le dejará ver que puede contar con sus lectores o seguidores en las buenas y en las malas, al sentirse acompañado por ellos le demuestra que hay quienes se interesan por lo que le pasa, en otras palabras que su relación con algunas personas va más allá del *blog*.

2) El enamoramiento: las relaciones sentimentales son por el tipo de *blog* que se escribe más o menos materia de inspiración, exhibir el amor que sienten en ese momento muestra la parte tierna y sentimental que todos llevamos dentro, además el amor es un tema universal que cualquiera, sin importar la ocupación, el sexo o la condición social, ha experimentado o lo hará en algún momento de su existencia, escribir sobre lo relacionado a él se convierte en algo que muestra nuestro lado más humano y común con el resto de la gente.

“ALGUNA VEZ ESCUCHE QUE LA QUIMICA DE DOS PERSONAS, CAMBIA Y JAMAS VUELVE HACER LA MISMA EN EL MOMENTO EN QUE TIENEN CONTACTO FISICO YA SEA POR UN BESO EN LA MEJILLA O CON EL SIMPLE ROCE DE LAS MANOS, PUEDO ASEGURARLES QUE MI QUIMICA CAMBIO DESDE AQUEL ABRAZO...” (lft)

La emoción positiva e inspiradora que siente la bloguera se comparte con los demás, grita a los cuatro vientos que se encuentra bien, está ilusionada y tiene un motivo que la hace ver el mundo desde una perspectiva optimista. Esa felicidad además la muestra como un sujeto merecedor de afecto, cuando es correspondido el sentimiento de amor, nos dice implícitamente que se trata de una persona que es querida y apreciada por quienes le rodean.

3) El adiós: como sucede con el enamoramiento el final de una relación sirve para escribir una entrada en la que el autor se muestra frágil, al igual que en el apoyo se siente necesitado de palabras de aliento y soporte.

“...Jamás creí que me lastimaría como lo hizo, pero me ofendió, me dijo cosas tan hirientes y tan duras como nadie más lo había hecho. Y ahora me siento triste, mal, y siento un buen de cosas contradictorias y nefastas dentro de mí. Y otra vez me siento mal por entregarle mi confianza y tiempo a alguien que vivía traumatado con su pasado, que nunca me quiso y me dijo cosas horribles. Ahora no sé ni siquiera si lo dijo por coraje porque yo lo terminé o porque efectivamente así fue. Ya no sé ni que, lo que sí es que no quiero volver a verlo nunca. Tomó mi corazón, lo hizo trizas y lo destrozó...” (ddmv)

Al no mostrarse frío ni calculador gana adeptos entre quienes consideran normal que una persona se sienta triste o defraudada, cabe mencionar que presenta a la ex pareja como un hombre cruel, ya que al final queda claro que no se merecía que ella invirtiera tiempo y esfuerzo en su relación puesto que resultó ser un patán. Una vez más la cantidad de los detalles de su vida fuera de línea que el bloguero está dispuesto a dar le permite ganar terreno en la confianza de los lectores debido a la transparencia con la que se percibe su forma de ser.

4) El agobio: las crisis emocionales salen a la luz cuando el que los padece no resiste callar por más tiempo la razón de su malestar –qué o quién lo provoca–. Los blogueros que se sienten con una gran presión por lo que no pueden hacer ellos o los otros por cambiar su condición intentan aligerar la carga compartiendo su estado de ánimo. Otra vez no hay en esto una solución del problema, pero el simple hecho de no guardar sus sentimientos le liberan un poco, le permiten respirar.

“¿Derecha o izquierda?  
¿Insisto o mejor lo dejo en paz?  
¿Lo intento o ya tiro la toalla?  
¿Me quedo o me voy?” (lc2)

Al mostrar su vulnerabilidad pueden llegar a conmover a quienes les leen, ello como en las anteriores tácticas tiene como fin encontrar acompañamiento y protección sentimentales por parte de quienes se dejan emocionar por sus mensajes. El *blog* es un refugio para las emociones que lo hacen frágil en el mundo fuera de línea, tal vez sea el lugar idóneo donde pueden expresar con total libertad lo que sienten y piensan.

5) La disertación: en este tipo de entradas la táctica que desarrolla el bloguero consiste en mostrar sus capacidades para cuestionar la realidad en la que se encuentra inmerso. Digamos que intenta que reconozcan en él a una persona capaz de diferenciar en cada ámbito de la vida, por supuesto desde su particular punto de vista, lo que realmente vale la pena de lo superficial, los temas a los que se refiere giran en torno a la sinceridad, la vida, el amor, la amistad, la felicidad, por mencionar algunos.

“Siempre estamos esperando salir a escena en el polvoso escenario que es la vida, siempre vemos desfilar distintos actores y como espectadores viciosos criticamos a todo aquel que se para ahí arriba y dice los diálogos que alguien le ha escrito.

Pocos se salen del script, pocos dicen verdaderamente lo que piensan, pocos muy pocos, la gran mayoría se sujeta a las reglas que alguien hizo y que los espectadores aceptan...” (epdl)

Mostrarse como no superficial le otorga prestigio ante su público, porque cualquiera puede tener un *blog* personal, pero no cualquiera escribe cuidando que se le asocie con ideas buenas en lugar de meras ociosidades. Aunque los temas de los que tratan no estén dentro de la agenda nacional o internacional, son importantes porque forman parte de la vida cotidiana y por si fuera poco son componentes clave para la calidad de vida de las personas.

## Yo conocedor

Esta séptima puesta en pantalla le funciona al autor como prueba de que domina algunos temas. Normalmente lo publicado se relaciona con su formación profesional, porque los conocimientos adquiridos en la escuela o en el campo laboral le confieren autoridad para exponerlos, en otros casos se desprenden de un trabajo de investigación no superficial en donde destaca el gran esfuerzo por basar sus argumentos en fuentes que gozan de legitimidad, certeza y confiabilidad. Incluimos también los viajes donde se conocen nuevos lugares y se ofrece por parte del bloguero información sobre la manera en que se vive en un lugar determinado, en diferentes ámbitos –trabajo, estudio, ocio–. Las tácticas halladas son:



1) Los detalles: es cuando se ofrecen datos y cifras precisas, en lugar de decir “muchos” o “pocos”, dando la impresión de que se cuenta con bases sólidas en las que sostener una idea, se trata pues de no dejar lugar a dudas presentando evidencia de lo que se afirma.

“... Las gráficas señalan que en el México hay 128 mil personas que laboran como compositores, músicos, cantantes, actores y bailarines. Del dato anterior, el 32% trabaja en la zona centro del país y sólo 17% son egresados de una escuela de educación superior, esto quiere decir que sólo existen poco más de 21 mil músicos con estudios nivel licenciatura. Y agreguémosle algo más: Sólo el 50 % de los músicos son asalariados...”(dlv)

El empleo de números tiene dentro de la opinión pública y académica un peso importante, esta táctica sirve para ganar prestigio dentro de la blogósfera, si bien pueden haber miles de entradas que traten el mismo tema la diferencia y confiabilidad quedan supeditadas al uso de estadísticas que surgen de censos, reportes e informes avalados por instituciones públicas y privadas a nivel nacional o internacional.

2) La autoridad: además de basar en cifras las opiniones que se tienen frente a determinados temas, existe la posibilidad de recurrir a la autoridad en un tema, dentro de ciertos ambientes como los académicos y profesionales encontramos a especialistas cuya opinión pesa inclusive fuera de sus círculos próximos de pertenencia, lo que dicen o escriben se considera como una verdad sobre la realidad.

“...Los discursos políticos están expuestos dentro de la esfera pública, como Jurgen Habermas concebía "nuestro espacio institucional existe fuera del estado, pero eso compromete a todos a considerar los asuntos públicos. La presencia de eso es por la libertad de expresión, que tiene un vínculo con la democracia y un espacio para articular la misma". La decepción puede verse infinita, extenderse tan lejos como la inteligencia humana puede alcanzar. Los mecanismos de defensa son los que una persona puede utilizar, pero también la capacidad de utilizar las palabras para obtener beneficios personales” (tye)<sup>299</sup>

En este sentido hay personas que son todo un ícono, por lo que sus propuestas conceptuales y teóricas son consideradas pertinentes para tratar de explicar los fenómenos que ocurren en nuestro entorno. Es por ello que apelar a la figura de los clásicos y también los pensadores contemporáneos sirve, como el caso anterior, para ganar credibilidad y prestigio ante el receptor de cualquier mensaje. Además debatir o mostrar la aplicabilidad de conceptos y

---

<sup>299</sup> El párrafo fue traducido, el original por tanto se reproduce aquí: “...Political discourses’ are exposed inside the public sphere, as Jurgen Habermas would conceive “our institutional space exists outside the state, but it compromises everyone to consider the public issues. The presence of that is for freedom of speech, which has a link with democracy and a space to articulate it’s self”. Deception could look infinite, extended as far as human intelligence can reach. Mechanisms of defense are those that one person can use, but also the capacity of using words for personal gain.”(tye). No se consideró el idioma como un filtro, por lo que al encontrar este blog escrito en inglés se integró a la muestra.

teorías demuestra que quien tiene capacidad de hacerlo, tiene un aprendizaje significativo dentro de su área de conocimiento.

3) El respaldo: en algunos casos la experiencia personal dota al bloguero de autoridad para externar su vivencia, pero si esto no es suficiente, entonces recurre a otras fuentes que amparan su versión de los hechos. A diferencia de lo que dice una sola persona, si se le acerca al lector esa otra opinión, éste puede comprobar que lo que lee en el *blog* no es una invención y que hay más personas dando cuenta de tal o cual suceso.

“...Si bien en sus inicios aplaudí la idea de que una distribución basada en Debian que se centrara en los usuarios de escritorio y además fuera fácil de usar por todo el mundo (para humanos como dicen ellos) ahora no puedo evitar hacer una mueca cada vez que alguien la menciona, y es que no es que me disguste su existencia, todo mundo es libre de usar lo que se le pegue la gana, lo que me disgusta realmente es la enajenación que existe alrededor de una de tantas distros que está lejos de ser la mejor.

Y con el siguiente artículo afirmo que no es un berrinche mio únicamente, la prensa especializada ya está hablando al respecto tristemente. <http://www.linux-mag.com/cache/7600/1.html>”(ik)

Otra vez la credibilidad de lo que se dice recae en otros, lo que queremos resaltar en este ejemplo es que la entrada no se escribe sino hasta que la opinión personal del autor cuenta con el veredicto de los especialistas en la materia. Apreciamos también un cuidado en no escribir una opinión personal que pueda considerarse descabellada, notamos que el bloguero cuida que su reputación y credibilidad no se pongan en tela de juicio por un comentario que pueda considerarse sin fundamentos.

4) Los ejemplos: para tratar de explicar o describir algo complicado los blogueros proporcionan al potencial lector un ejemplo que resalta la idea que se desea transmitir, esto en teoría le permitirá a las personas, familiarizadas poco o nada con el tema que trata, entender mejor y en menor tiempo los nuevos conceptos.

“...Otro derivado es el método llamado “eclipse”, que consiste en un S+7 en el que se prescinde de un texto preexistente. Es decir, se crea un texto completamente original en dos unidades de las que la segunda es el S+7 de la primera (o la primera es el S-7 de la segunda):

Los gritos de los aficionados de fútbol se oían hasta la habitación de una servidora, en tal grado que tuvo que ponerse tapones en los oídos.

Los gromos de las afiliaciones de futre se oían hasta la habitación de una serviola, en tal grado que tuvo que ponerse tapsias en los ojaladores...”(tf)

Juntas o separadas estas tácticas ayudan a construir una reputación positiva en torno al bloguero, pues se muestra con las armas suficientes para expresar su punto de vista sin caer en la especulación de la realidad y mucho menos en la falta de conocimiento, recordemos que la posesión de este último es bastantepreciado en algunos círculos sociales.

Adicionalmente gana visibilidad, ya que empieza a darse a conocer como profesional o conocedor de un área específica, el *blog* tiende a especializarse, hasta cierto punto se sabe que es un *blog* de un comunicólogo, un ingeniero, un publicista, lingüista, etcétera. Reconocemos de igual modo la intención del bloguero por compartir información y conocimiento entre la mayor cantidad de personas en línea.

5) El viaje: las experiencias que se adquieren en los diversos sitios del país y del mundo no están al alcance de todos, esta puesta en pantalla es empleada por los blogueros que realizan viajes, incluso dentro de su misma ciudad. En las entradas suben fotos y cuentan su experiencia sobre varios aspectos como la gente, la arquitectura, el clima, la recreación, la gastronomía, entre otras cosas, para compartir sus experiencias y hasta para presentarse a los demás como ciudadanos del mundo o su equivalente en un nivel nacional.

“MONTERREY.- En Nueva York caminé entre rascacielos, volteaba hacia arriba y veía concreto y vidrio. No puedo negarlo, era algo fabuloso e imponente...

Acá en Monterrey, Liz me llevó a La Huasteca, en la salida de la ciudad rumbo a la carretera a Saltillo. Vas por un sendero entre montañas, paredes prácticamente verticales. Esta zona es semidesértica, por lo que la vegetación no es nada del otro mundo, pero basta bajarse por unos minutos y contemplar...”(ernpdm)

Esta táctica es tal vez menos elaborada, en el sentido que presentamos las cuatro anteriores, pero sin duda trata de dar una idea de los lugares que recorre el bloguero desde la perspectiva de una persona común y corriente, quien comparte esos detalles que llamaron su atención y difiere de lo que las fuentes oficiales dicen sobre los destinos turísticos o simplemente es más interesante porque cuenta lo que no se ha publicado todavía en ningún medio tradicional.

## Yo enjuiciador

La octava puesta en pantalla involucra las opiniones personales que los blogueros vierten en sus entradas, estas apreciaciones parten de sus valoraciones sobre lo que es bueno o malo, correcto e incorrecto, valioso o no. Los juicios que externan dan pistas para conocer cómo es que aprehenden la realidad, una vez más lo que piensan sirve para crear un lazo empático con sus lectores y seguidores. Las tácticas en este tipo de entrada son:

1) La expectativa: cuando se esperan ciertos resultados del trabajo o comportamiento de los demás, algo que sale de los eventos ideales parece decepcionar al bloguero, quien dice no estar satisfecho con lo que obtuvo, vivió, presenció, percibió, sintió, etcétera.

“...De plano mi emoción fue mucha, pero se vió eclipsada porque este lugar creo que se aleja de la concepción que algún día tuvo el Maestro Siqueiros de él. Por fuera tiene una apariencia extremadamente comercial y snob y por dentro pues el descuido es un poco alarmante. Fue como una mezcal de emociones encontradas porque ya lo conocía pero realmente no es lo que esperaba...”(ip)

Lo que no llega en el tiempo o la forma en que se espera pasa al archivo de las vivencias con un sello negativo, la inconformidad plasmada en la entrada que se escribe para quejarse por los resultados pobres que se derivaron de esa experiencia favorece que los demás vean que el bloguero no es conformista y que exige calidad en los diversos ámbitos de la vida fuera de línea.

2) La conducta: los comportamientos que diariamente presencia en la gente que le rodea no pasan desapercibidos ante sus ojos; tal vez no la critiquen en el ahí y el ahora de su ocurrencia, pero no significa que no son valorados por el bloguero –eso más bien lo hacemos todo el tiempo, aunque siempre con el cuidado necesario para no estropear las relaciones sociales que entablamos con los demás–. Ante esta situación el *blog* se usa para decir lo que se piensa realmente de la gente y que pocas veces se dice cara a cara.

“...Todo ese tipo de cosas me han puesto a pensar que la gente de mi edad es bien bien bien vacía, casi todo mundo gasta mas en pendejadas para aparentar cosas que no son que en tratar de darse un mejor nivel de vida.”(s)

Los juicios emitidos por el autor en esta táctica dejan en claro su posición respecto a cierta situación, se comparten con lectores y seguidores porque las valoraciones crean afinidad entre ellos, esas coincidencias crean lazos entre los sujetos, pues sienten que las personas perciben la realidad de igual forma, dicho de otra forma que están en sintonía con ellos.

## El yo denunciador

Es la puesta en pantalla que demanda que una situación no se pase por alto, esa circunstancia por lo general representa para ellos una injusticia o inmoralidad que hacen notar para decir públicamente ya basta. Las tácticas que se encontraron son:

1) La adhesión afectiva: trata sobre lo que pensamos del estado conveniente o deplorable, según sea el caso, en el que se encuentran la cultura, la economía, la política, en general todo lo social porque nos afecta y nos sentimos afectados como consumidores o ciudadanos, no obstante, la acusación que efectúa el bloguero no se sostiene en información oficial, sino en lo que él piensa y siente. Las tácticas localizadas son:

“...Los últimos años han caracterizado al rock mexicano por un sinnúmero de fracasos e imitaciones baratas. La oferta musical reciente no podría ser descrita mejor que con el bonito término que nos regaló la Cámara Nacional del Cine, en los comerciales que anteceden las películas: “pidata”. Con la explosión que ha tenido Internet y lo fácil que es descubrir nueva música, los plagiarios nacionales tienen un catálogo entero que fusilar al alcance de su mano. Con cada grupo que aparece en las ondas radiales, pueden identificarse con facilidad sus “influencias” o a quién están copiando. Desde los Dynamite que hacen una terrible parodia de los Strokes y los Editors, hasta los infumables Bunkers —aunque son originarios de Chile, ya se mudaron a nuestro país— que copian hasta el último elemento de las canciones de Franz Ferdinand...”(raqli)

Lo que se proporciona al lector se basa prácticamente en la percepción personal del autor y lo que él detecta de acuerdo con lo que tiene a su alcance. Cabe destacar que él se muestra con capacidades para relacionar los datos que, a simple vista y para otros individuos, pasan desapercibidos.

2) La inequidad: como ciudadanos que viven dentro de un régimen democrático esperamos igualdad, pero algunas veces nos encontramos con que las cosas no funcionan como deben o nos han dicho que deberían ser, la exclusión que enfrentamos o vemos nos parece injusta y es a partir de ella que los blogueros elaboran este tipo de denuncia.

“...Esto me hace preguntar. ¿De plano las televisoras no tienen ni un poco de conciencia social? Para muchos la respuesta es lógica e inmediata. ¿Cómo es posible que no transmitan unos Juegos Olímpicos? Simplemente esto es algo que, por cultura general, la gente debe saber de su existencia y así tener opciones de elegir lo que le guste. Por más que muchos digan que en provincia de vive mejor que en ciudad o que se presentan las mismas oportunidades en cualquier lado, esa es una clara muestra que no es así. En la mayor parte de México, y sobre todo las familias de escasos recursos que no pueden costear el pago de televisión por cable o satelital, no van a poder apreciar ese magno evento. Cuando en el DF, hasta el municipio más pobre, como lo es Chimalhuacán. La gente podrá ver éstos juegos olímpicos...”(cdf)

El bloguero se muestra entonces como poseedor de una conciencia social que no concibe la idea de un mundo en donde se haga diferencias entre las personas que lo habitan, aunque está consciente de la lógica capitalista presente en ciertas actividades y la carencia que caracteriza ciertas regiones, no deja de insistir en que ello no debe ser ignorado porque sectores amplios de la sociedad se ven perjudicados.

## El yo halagador

Esta décima puesta en pantalla empleada por los blogueros tiende, por una parte, a conseguir el aprecio de los demás, pues se refiere a ellos de una forma en la que solamente las cosas positivas son referidas y resaltadas, pero como no siempre de quienes se habla en el *blog* tienen acceso a su lectura decidimos presentar un ejemplo que se refiere a una serie de halagos que son hechos para sí mismo, en este tipo de entradas los autores se presentan ante los lectores y seguidores como un modelo, son exitosos en diferentes esferas de la vida: profesional, escolar, familiar, afectiva, etcétera.

“Quiero presumirles este videoclip que hicimos para el Instituto Mexicano del Sonido, yo lo dirigí y espero que les guste...”(pdm)

En algunos *blogs* también encontramos que los autores usan las entradas para dar a conocer parte de su trabajo escolar y profesional, se convierte así en una plataforma para promocionarse intelectualmente y hasta para hablar de actividades que son pasatiempos pero en las que igual se consideran con aptitudes que sobresalen del promedio.

Los dos apartados anteriores se relacionan estrechamente con la premisa de esta investigación (ver apartado 3.3) desde tres puntos: la identidad, la afectividad y la reputación. Primero, la observación de la información de perfil, los enlaces externos y la información de las entradas nos hizo posible descubrir el peso que los blogueros dan a ciertos aspectos que le ayudan a forjarse una identidad, entre los que encontramos de mayor a menor frecuencia: la ubicación geográfica, los consumos culturales, la profesión, los intereses, la edad, el sector, la educación escolar, la ocupación, el estilo de vida, las causas que apoyan, los deportes, el grupo étnico y los pasatiempos. Segundo, la afectividad se encuentra plasmada principalmente en los temas íntimos que revelan información personal del autor y que resulta del empleo o de una o la combinación de varias tácticas de las puestas en pantalla. Tercero, la manera en la que el bloguero busca conseguir o reafirmar una reputación positiva al tratar ciertos temas, incluir contenidos de calidad, citar las fuentes, personalizar su espacio y dar a conocer parte de su trabajo fuera de línea.

## A manera de conclusión

Este estudio de caso combinó herramientas cualitativas y cuantitativas que permitieron un triple acercamiento tanto al objeto como al sujeto, así como la práctica del blogueo. Pudimos constatar que la etnografía en línea, la observación cualitativa y el cuestionario no sólo no son excluyentes; al contrario son complementarios. Para nuestros propósitos los encontramos de valiosa utilidad porque cada método aportó información que no se puede obtener con la aplicación de solamente uno de ellos. Aunque por separado permitan la obtención de datos significativos, creemos que algunas veces es necesario tratar de combinarlos y usarlos de acuerdo con los objetivos planteados. Ésta es sólo una de las posibles mixturas que pudo tener el estudio de los *blogs* personales.

En este momento queremos resaltar que la etnografía debe ser cada vez más una de las apuestas para quienes se acercan a los fenómenos en línea. El trabajo etnográfico contribuyó con lo relacionado a la construcción de la identidad de los blogueros, pudimos de esa forma localizar los elementos más significativos que proporcionan para mostrarse ante otros usuarios. Al mismo tiempo se pudieron identificar los diferentes “yo” que los autores de los *blogs* presentan a sus lectores y seguidores, con quienes buscan como lo supusimos en la premisa el cumplimiento de situaciones emocionales; aún cuando se presentan intelectualmente con capacidades superiores, en el fondo parten de un móvil de ser aceptados o admirados que sigue siendo emocional, pero que sin lugar a dudas se puede clasificar dentro de lo racional por la serie de argumentos a que apelan en sus entradas. En definitiva, la etnografía es sumamente útil porque el acercamiento a los sujetos posibilita adentrarse de cierta forma en su mundo, en este sentido insistimos en la poca conveniencia de hablar de un suceso si no se conoce desde la perspectiva de sus protagonistas.

En cuanto al cuestionario, era necesario solicitarles el llenado para saber sobre situaciones que no se pueden observar, porque es información que sólo puede proporcionar el bloguero, por ejemplo, qué significados asociaba al hecho de tener un *blog*, desde cuándo lo hacía y desde dónde lo actualizaba, el tiempo que le dedicaba, el grado de dificultad que encontraba en ello, si había tenido encuentros presenciales o pertenecía a un grupo, etcétera. Aunado a ello este instrumento arrojó que, a diferencia de lo que consideramos en su diseño, lo más

preciado para los blogueros radica en la oportunidad que les brinda este espacio en línea para decir lo que piensan sin censura.

Por su parte, la guía de observación del *blog* proporcionó información más precisa para conocer con qué frecuencia eran actualizados y los elementos visuales que se proponen por sus creadores como los más efectivos para facilitar la lectura en la pantalla. Esta guía asimismo permitió contrastar las respuestas dadas por los blogueros en el cuestionario, principalmente en lo que respecta a la reputación y la visibilidad. Además, en esta etapa encontramos que usan el *blog* junto con otras formas de Comunicación Mediada por Computadora (CMC) y pese a que estamos conscientes de que los usuarios más jóvenes prefieren las redes sociales consideramos que el *blog* no desaparecerá –como ningún medio ha desaparecido cuando uno nuevo surge–, aunque sí sufrirá los estragos por ser más demandante en comparación con otras plataformas en línea. También esta guía nos reveló lo que sería uno de los principales obstáculos a la hora de seleccionar los casos a analizar, como lo mencionamos en su momento en el capítulo tres, debido a que los directorios están repletos de *blogs* y gente dispuesta a hacer público su espacio, empero en la realidad pocos siguen actualizándolo, por otra parte, el anonimato que se permite no facilita la identificación de los sujetos, luego entonces cuando se tienen filtros precisos –como en nuestro caso– conocer la edad, y la localización geográfica resultó bastante complicado.

Respecto a la premisa –a la que nos referimos en este párrafo y los seis siguientes– se comprobó en la medida en que ciertamente los contenidos publicados son en su mayoría propios, si bien algunas veces los blogueros enriquecen sus escritos con productos que otros usuarios ponen a disposición y sin restricciones para que gente de otras partes del mundo pueda hacer uso de sus fotos, imágenes, vídeos y audios, esto no debe considerarse desde nuestra opinión como plagio o falta de creatividad, al contrario consideramos que el contenido mejora cuando otro usuario se lo apropia.

En efecto el texto es el recurso de comunicación que más se utiliza entre los blogueros de la ciudad de México, aunque se manejan diferencias considerables de acuerdo al sexo. Las mujeres son quienes usan más la palabra escrita para componer sus entradas, en cambio los hombres manejan igualmente texto e imagen y en algunos casos vídeo y audio. En resumen, los hombres tienden a ser más convergentes en cuanto a soportes textuales, auditivos, visuales y audiovisuales se refiere. Otras diferencias notables entre hombres y mujeres, es



que mientras los primeros tienden a publicar información para entablar otras formas de CMC –implementando *chat* en su *blog*, publicando su dirección de correo *web* o su nombre de usuario en *facebook* y *twitter*–, las segundas casi no lo hacen y, de hecho, tratan de guardar un grado mayor de anonimato. Ellas, en comparación con ellos, tienden a usar más el sobrenombre y en menor medida el nombre real.

En los *blogs* podemos ver tanto la cuestión global como la local, ya que como nunca antes en la historia de la humanidad la presencia de las personas no se remite exclusivamente a un espacio geográfico, y sin embargo, siempre que le es posible la construcción de la identidad individual se ve fuertemente marcada por el elemento local. Dicho de otro modo, el sujeto está en cualquier parte para sus potenciales lectores en Internet y a la vez se encuentra localizable geográficamente en una ciudad, en una colonia, en una escuela, en un trabajo –el bloguero en este tenor incluso usa íconos que presumen las ventajas de vivir en una de las ciudades más grandes del mundo–. Igualmente encontramos sus consumos culturales y sus ocupaciones como formas de enunciar su pertenencia a un agregado social que trata de distinguirse de los demás, ya sea afirmando o negando su participación en ciertas actividades culturales, políticas, sociales y económicas. No obstante, en esta parte quedó pendiente analizar los comentarios para detectar desde qué lugares del país o el extranjero era más común que enviaran comentarios a las entradas que hablan de la ubicación geográfica.

Los blogueros que respondieron el cuestionario manifestaron usar el *blog* esencialmente como diario personal. La razón principal para mantenerlo actualizado es justo que les significa un lugar de expresión propio, en donde pueden ser quien quieren y aunque consideran que no proporcionan demasiada información sobre sí mismos, podemos decir que los temas íntimos que tratan con cierta frecuencia en sus entradas forman parte de su táctica para entablar empatía con sus potenciales lectores. La afectividad ante todo, se ve bien localizada en aquellas entradas en las que el autor cede información íntima y hasta cierto punto comprometedor –tomando en consideración que pueden revelarse debilidades, defectos, miedos y errores que llegan a hacerlo vulnerable–. Algunas ocasiones busca el desahogo personal, pero existen otras en las que se puede intuir que precisa el apoyo, la comprensión, el abrazo y el mimo de sus interlocutores; otras tácticas implican el uso de halagos y frases cariñosas hacia sus lectores, en quienes espera encontrar un

acompañamiento y un respaldo en línea. De esta forma y a grandes rasgos podemos agrupar en dos categorías las presentaciones del “yo” más comunes en los *blogs* revisados: (a) la racional, que comprende el yo conocedor (los detalles, la autoridad, el respaldo, los ejemplos y el viaje), el yo enjuiciador (la expectativa y la conducta) y el yo denunciador (la adhesión afectiva y la inequidad); y, (b) la emocional, que incluye el yo anfitrión (la revelación, el móvil, el acompañamiento, la promoción, el festejo, la permanencia, la justificación, el contacto y el compañerismo), el yo fan (lo imprescindible, lo vivido, la distancia, la marca, el privilegio, el estilo de vida, el goce y lo exótico), el yo afable (lo circunstancial, lo citable, las aventuras, la ingeniosidad, los típicos, el vídeo y las vicisitudes), el yo sarcástico (el diferente, los semejantes, el estigma, la defensa, lo detestable y el agradecimiento), el yo reflejo (los sueños, lo prestado, lo inanimado, la frase y ser otro), el yo intimista (el apoyo, el enamoramiento, el adiós, el agobio y la disertación) y el yo halagador (de sí o de los demás).

La búsqueda de reputación en los *blogs* analizados se pudo apreciar en las entradas, cuando el autor se esfuerza por reafirmarla positivamente proporcionando calidad en la información; presentándose en su perfil y el resto del *blog* como una persona con habilidades, conocimientos y hasta “buenos gustos”; en otras palabras, interesado en lo que los demás piensen de él o ella como bloguero –dos de cada tres usan sobrenombre– no tanto como un sujeto en particular. Una explicación tentativa al hecho de que sólo unos cuantos hagan público su nombre es que el hablar de sí mismos y la libertad de expresión, que ellos tanto precian en el blogueo, trae una consecuencia negativa a sus vidas, esta es no poder revelar su identidad fuera de línea debido a las posibles consecuencias que pueden tener sobre su persona los contenidos que publican.

Pese a que la revisión de la agenda de los *blogs* no se planteó como un objetivo particular de esta investigación, en el desarrollo del trabajo de observación pudimos notar que muchas de las situaciones que ahí se relatan no son para nada ajenas al mundo fuera de línea, es decir, en ellos se abordan los mismos asuntos que acaparan los espacios en los medios tradicionales. La diferencia, que no debe pasar desapercibida, es que en los *blogs* quienes escriben sobre los temas son gente común y corriente dispuesta a expresar su opinión, esto al igual que tener presencia en directorios de *blogs* habla de un intento por hacerse visibles a través de aportaciones que pueden llegar a ser tan valiosas como las de un profesional de

los medios masivos. De hecho, contar con versiones variadas sobre los acontecimientos es, hoy por hoy, uno de los problemas esenciales en las sociedades democráticas, a estas alturas no es viable que sigan operando instituciones cuya organización es vertical hasta la medula, hace falta que la agenda se plantee desde diversos espacios y ya no sólo desde los medios tradicionales. Mientras tanto en el intercambio de opiniones, otra cuestión que aquí tampoco se planteó estudiar, pudimos apreciar que la posibilidad de someter a discusión temas relevantes o que se tocan en los *blogs* es subutilizada debido a que los blogueros, la mayor parte del tiempo, ignoran los comentarios que otros hacen a sus entradas, lo que es lamentable porque aún teniendo la posibilidad de dar y recibir retroalimentación seguimos en la dinámica de monólogos en lugar de diálogos.

Dentro del marco teórico retomado de Proulx encontramos que la tecnología se apropia por niveles, el acceso es el más básico y la representación política se encuentra en el último o más alto; en el penúltimo lugar encontramos la mediación de un colectivo o una comunidad que se organiza a partir de intereses en común. Entonces cuando hablamos de la pertenencia a un grupo, según los datos arrojados por el cuestionario, los sujetos tienden a relacionarse con la gente con la que sienten mayor afinidad de opiniones, gustos, intereses o cualquier otra cosa que puedan poner en común con alguien más. De igual forma sus respuestas arrojaron que entre quienes pertenecen a un grupo de blogueros la confianza no es absoluta, pero basta para suscitar acciones conjuntas.

En relación al nivel de apropiación los *blogs* revisados pueden considerarse como intermedios y avanzados, puesto que los autores tienen acceso al artefacto, presentan un control técnico y cognoscitivo del mismo, lo han integrado significativamente a su vida, le dan un uso que responde a sus necesidades particulares e incluso una parte de ellos ha llegado a utilizarlo para mediar una relación grupal. Por si fuera poco, todos cuentan con material elaborado exclusivamente por sí mismos, empero nunca dejan de emplear lo que otros usuarios han aportado a la red. Si bien se puede hablar de ellos como prosumidores –productores y consumidores–, la relación de tal condición con el objeto de estudio no es directa, por lo menos para la mitad de los blogueros –quince blogueros– la creación del *blog* constituye un momento clave, para los demás existen otras plataformas tecnológicas y motivaciones con las que comenzaron a subir sus propios contenidos. Debido a que sus hábitos como administradores e internautas, así como su acercamiento a Internet, fueron en

momentos diferentes y lugares diversos, no es raro que, aún en un mismo sector social que vive además en la misma localidad, muestren diferentes niveles de apropiación tecnológica. Esta falta de homogeneidad se presenta efectivamente por una relación actual del usuario con la tecnología –las horas que se conecta, desde dónde lo hace–, pero principalmente por la biografía personal –desde cuándo bloguea o sube sus propios contenidos–, los imaginarios con la que la relacionan –cómo aprendió a usar Internet, quién le enseñó– y los usos particulares que se le da –si es que la tecnología ha cambiado positivamente su vida–. En el tema de la apropiación el tiempo juega un papel primordial, por ello la población nacional debe comenzar a edades tempranas y con bastante frecuencia su interacción con la tecnología, de lo contrario no podrá integrarla de manera significativa en su cotidianidad.

Si bien la inquietud por abordar lo referente a los *blogs* personales puede parecer simple y sin mayor trascendencia, para nosotros significó una provocación y aunque los documentos escritos por personas sin notoriedad pueden parecer triviales, las historias que ahí se cuentan hablan más de la vida en una sociedad que de la persona que lo escribe. Encontramos así, relatos que dan cuenta de las diversas instituciones primarias y secundarias que conforman la vida social, fuimos testigos de la frágil línea que divide lo privado de lo público y de las opiniones que tocan desde lo más serio hasta lo más lúdico, pero sobre todo sabemos que hay mitos acerca de lo que sucede en línea y lo referente a la tecnología que se deben aclarar. En lo que concierne a Internet, como ya es costumbre, hay muchas preguntas y pocas respuestas. No creemos haber resuelto las suficientes y en realidad han surgido otras más. Esperamos que al igual que lo hicimos nosotros, este trabajo sirva para reafirmar o refutar lo que hemos venido planteando, como todas las investigaciones esta se encuentra inacabada y espera tener continuación en otros objetos de estudio en línea, ya sea en la propuesta cualitativa o cuantitativa o ambas; dejamos los instrumentos que diseñamos, y que fueron inspirados en otros trabajos de investigación, para que con las debidas modificaciones sirvan al cumplimiento de otros objetivos. Finalmente, queremos subrayar que en el acercamiento a las prácticas, a los sujetos y los objetos que producen, éstos deben ser considerados como un todo, por tanto y en la medida de lo posible hay que evitar aislar las partes, ya que su integración permite en consecuencia una mejor aprehensión de la realidad.

## ANEXOS

## Anexo 1. *Blogs* analizados

<http://infiernitopersonal.blogspot.com/>  
<http://tomasnadamas.blogspot.com/>  
<http://geovannileonflores.blogspot.com/>  
<http://esmusssein-marxela.blogspot.com/>  
<http://encafeinada.blogspot.com/>  
<http://los-famosos-tas.blogspot.com/>  
<http://elblogdel10.com/>  
<http://elpodcastdelogan.wordpress.com/>  
<http://alonso6665.blogspot.com/>  
<http://supersadico.blogspot.com/>  
<http://iguanapoeta.blogspot.com/>  
<http://nousoacentos.blogspot.com/>  
<http://gentesinkehacer.blogspot.com/>  
<http://www.elrincondelmac.com/>  
<http://anaccess.blogspot.com/>  
<http://mundocava.blogspot.com/>  
<http://theblogyears.blogspot.com/>  
<http://sandym3000.spaces.live.com/blog/>  
<http://theyazzzz.blogspot.com/>  
<http://alzalamano.blogspot.com/>  
<http://cuervodf.blogspot.com/>  
<http://sweltlogik.blogspot.com/>  
<http://diablitorecords.blogspot.com/>  
<http://lacaja25.blogspot.com/>  
<http://scratch-our-itch.blogspot.com/>  
<http://urkonn.blogspot.com/>  
<http://tripodologia-felina.blogspot.com/>  
<http://plaqueta.blogspot.com/>  
<http://ajnava.blogspot.com/>  
<http://existencialpcc.blogspot.com/>  
<http://paovaldivieso.blogspot.com/>  
<http://myownwindow.blogspot.com/>  
<http://small-grasshopper.blogspot.com/>  
<http://godessekhmet.blogspot.com/>  
<http://cristaldemoon.blogspot.com/>  
<http://quierorockandroll.blogspot.com/>  
<http://www.coolacid.com.mx/>  
<http://chiecito.blogspot.com/>  
<http://dan420.blogspot.com/>  
<http://katsuragiblog.blogspot.com/>  
<http://guiaparalavida.blogspot.com/>  
<http://iivis33.blogspot.com/>  
<http://gonzalopolis.blogspot.com/>  
<http://betsabel.blogspot.com/>  
<http://www.ymipollo.com/~Moon/>  
<http://capturandoeltiempo.blogspot.com>  
<http://alicedice.com/wp/>  
<http://lustofthehell.blogspot.com/>  
<http://dsametz.blogspot.com/>  
<http://piroclasto.blogspot.com/>

## Anexo 2. Cuestionario

### Información personal

Edad: (años cumplidos)

Sexo:

- Mujer
- Hombre

Ocupación:

- Estudiante
- Empleado
- Otra (especifique) :

Nivel máximo de estudios concluidos:

- Primaria
- Secundaria
- Bachillerato
- Carrera universitaria
- Carrera técnica
- Otro (especifique) :

Estado civil:

- Soltero
- Casado
- Otro (especifique):

Ciudad en la que vive:

Colonia en la que vive:

### Uso de los *weblogs*

Escribir un *blog* personal ¿te ayuda a conocerte mejor?

- Si
- No

Escribir un *blog* personal ¿ayuda a que los demás te conozcan mejor?

- Si
- No

Leer otros *blogs* personales ¿ha modificado tu estilo de vida?

- Si
- No

¿Tratas temas íntimos en los *post* que escribes en tu *blog* personal?

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Frecuentemente
- Siempre

¿Has mentido a la hora de escribir una entrada de tu *blog* personal?

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Frecuentemente
- Siempre

Cuando escribes un *post* para tu *blog* personal ¿en quién piensas principalmente?

- En ti
- Amigos
- Familiares
- Los dos anteriores
- Cualquiera que pueda leerlo

¿Crees que en un *blog* personal se puede ser otra persona?

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Frecuentemente
- Siempre

Los comentarios que escriben en tu *blog* personal ¿hacen que te intereses por lo que piensan personas como tú?

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Frecuentemente
- Siempre

La gente que has conocido a través de los *blogs* ¿te da un fuerte sentido de comunidad?

- Si
- No

Como bloguero ¿perteneces a un grupo?

- Si
- No

¿Existe algún problema o dificultad que compartan al interior de tu grupo bloguero?

- Si
- No



¿Qué tan importante es para ti la opinión de los blogueros que forman parte de tu grupo?

- Muy importante
- Medianamente importante
- Poco importante
- Nada importante

¿Cuál es la razón principal para pertenecer a ese grupo?

- Afinidad
- Afectividad
- Apoyo
- Pertenencia
- Identidad
- Respeto
- Otro (especifique):

¿Tratas temas muy íntimos con alguno de los blogueros que forman parte de tu grupo?

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Frecuentemente
- Siempre

¿Cuál es tu nivel de confianza hacia esos blogueros?

- Nulo
- Bajo
- Medio
- Alto
- Muy alto

¿En quién confías más de esos blogueros?

- Todos
- La mayoría
- Unos cuantos
- Ninguno

Te integras mejor con personas que comparten tus...

- Intereses
- Edad
- Nivel socioeconómico
- Nivel educativo
- Otro: (especifique):

¿Estás dispuesto a invertir tu tiempo en actividades del grupo?

- Sí
- No

Como grupo ¿podrían pelear juntos contra una injusticia?

- Sí
- No

Si necesitaras dinero prestado ¿se lo pedirías a uno de los miembros de tu grupo bloguero?

- Sí
- No

Si necesitaras un consejo ¿se lo pedirías a alguno de esos blogueros?

- Sí
- No

¿Por quién te enteraste de la existencia de los *blogs*?

- Amigos
- Familiares
- Medios masivos de información
- Al navegar por Internet
- Otro (especifique):

La principal razón para a crear un *blog* fue...

- Libre y voluntaria
- Alguien me lo sugirió o solicitó (quién(es):
- Otra (especifique):

¿Tuviste ayuda para la creación de tu *blog* personal?

- Sí
- No

¿Hiciste alguna vez un diario personal en papel o algún otro ejercicio de escritura parecido?

- Sí
- No

Antes de comenzar el *blog* ¿tenías ya una página *web* de tipo personal?

- Sí
- No

¿Desde cuándo estás blogueando?

- Menos de dos años
- De tres a cuatro años
- Más de cinco años

¿Cuántos *blogs* tienes?

- Uno
- Dos
- Tres o más

¿Cuál es el nombre de tu *blog* personal y cómo lo elegiste? (si tienes más de uno comenta tu respuesta sólo para el que desde tu perspectiva es el más importante)

Frecuencia con la que haces uso del lenguaje *HTML* para modificar tu *blog*

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Frecuentemente
- Siempre

Escribe tres palabras que describan lo que intentas expresar con el diseño de tu *blog*

¿Cuál es el grado de dificultad que tiene para ti mantener un *blog*?

- Muy difícil
- Relativamente difícil
- Poco difícil
- Nada difícil

Escribe tres palabras que asocias con el hecho de tener un *blog*

¿Cuál es el uso principal que le das a tu *blog*? (puedes marcar varias opciones)

- Diario personal
- Vinculación con otros bloggers
- Acercamiento con amigos y familiares
- Para conocer gente nueva
- Otros (especifique):

¿Qué te motiva para seguir manteniendo tu *blog*? (puedes marcar varias opciones)

- Búsqueda de reputación
- Construcción de identidad
- Expresión personal
- Ganar visibilidad
- Relacionarme con pares
- Sentido de pertenencia
- Otros (especifique):

En promedio ¿cuánto tiempo te tardas en actualizar tu *blog*?

- Menos de media hora
- De media a una hora
- Más de una hora

¿Actualizas tu *blog* desde algún dispositivo que no sea la computadora?

- Sí
- No

¿Qué contenidos acostumbras incluir en tu *blog*?

- Propios
- De terceras personas sin crédito para la fuente
- De terceras personas con crédito para la fuente
- Los dos anteriores

Después de terminar una entrada para tu *blog* personal, tú...

- La publicas inmediatamente
- La revisas cuidadosamente y luego la publicas
- Depende de tu disponibilidad de tiempo

¿Acostumbras editar los *post* después de su publicación?

- Sí
- No

Sobre la frecuencia en los temas...

- Buscas hablar de los mismos varias veces
- Tratas de cambiarlos pero algunas veces los repites
- Evitas repetir un mismo tema

¿En qué grado crees que revelas información personal en tu *blog*?

- Muy alto
- Alto
- Medio
- Bajo
- Nulo

¿Existe algún tipo de perfil de destinatario en tu *blog*?

- Familiares, pero no amigos
- Amigos, pero no familiares
- Amigos y familiares
- Desconocidos
- Cualquier persona

Los *blogs* que sigues...

- Son de gente que conocía en persona
- Los encontré en Internet y no conozco a los autores

¿Has llegado a tener encuentros en persona con autores de otros *blogs* que no conocías?

- Sí
- No

¿Cómo eliges a los blogueros que incluyes en tu *blogroll*?

Desde tu perspectiva ¿qué hace que un *blog* sea bueno?

- El número de visitas
- El número de seguidores
- El número de comentarios
- La cantidad de entradas
- Los contenidos
- Eso depende del prestigio del autor
- Otro (especifique):

### **Acceso a Internet y hábitos de conexión**

¿Desde qué lugares accedes a Internet?, enlístalos de manera que el primero corresponda al de mayor frecuencia

- \_\_\_ Biblioteca
- \_\_\_ Casa
- \_\_\_ Cibercafé
- \_\_\_ Escuela
- \_\_\_ Trabajo
- \_\_\_ Otro (especifique):

¿Desde cuándo tienes acceso a Internet?

- Entre dos y seis años
- Entre siete y diez
- Más de once años

En promedio ¿cuántas horas a la semana te conectas a Internet?

- Dos a cinco horas
- Seis a nueve horas
- Diez a catorce horas
- Dieciocho
- Más de quince horas

¿En qué momento es más frecuente que te conectes a Internet?

- Mañana
- Tarde
- Noche
- Cualquier hora

Además de la computadora, usas la conexión a Internet desde algún otro dispositivo ¿cuál es?

- Celular
- Otro (especifique):

### **Hábitos de uso**

¿Cuándo fue tu primer acercamiento a Internet?

- Antes de los doce años
- Entre los doce y quince
- Entre los dieciséis y los dieciocho

¿Dónde fue tu primer acercamiento a Internet?

- Biblioteca
- Casa
- Escuela
- Cybercafé
- Otro (especifique):

¿Con quién(es) aprendiste a usar Internet?

- Amigos y familiares
- Maestros
- Otros (especifique):

¿Quiénes influyeron para que comenzaras a utilizar Internet?

- Amigos
- Familiares
- Maestros
- Empleadores
- Otro (especifique):

¿Crees que Internet ha modificado algún aspecto de tu vida?

- Si
- No

¿Cuál?:

¿Por qué?:

¿Quién(es) ha(n) intervenido en tu idea sobre Internet?

- Escuela
- Medios masivos de información
- Familiares
- Amigos
- Otros (especifique):

¿Cuándo comenzaste a subir tus propios contenidos a Internet y por qué lo hiciste?

- Menos de dos años
- Tres a cinco años
- Más de cinco años

¿Por qué?:

Fin

### Anexo 3. Guías de observación 1 y 2

		Guía 1
Información general del <i>blog</i>	Nombre URL Antigüedad Servidor	
Elementos visuales	Plantilla/diseño propio Columnas Color Tipografía Banners	
Entradas	Título Cuerpo (texto, vídeo, imagen, audio) Actualización (frecuencia) Edición Enlaces Contenidos Fuentes Etiquetas	
Retroalimentación	Comentarios (moderación) Correo <i>web</i> <i>Chat</i>	
Enlaces	Entradas Fuentes <i>Trackbacks</i> <i>Blogroll</i>	
Información general del autor	Nombre/sobrenombre Fotos/imágenes Edad Sexo Autorrevelación	
Pertenencia	Colectiva – <i>blogroll</i> y enlaces Reciprocidad Apoyo Intereses Empatía	
Reputación	Código ético (respeto, no agresión) Originalidad Trabajo (difusión o le precede)	
Visibilidad	Contador Directorios Reconocimientos	
		Guía 2
Afectividad	Presentaciones del yo y tácticas Información perfil: sexo, horóscopo, sector, profesión, ubicación, descripción...	
Identidad	<i>Blog</i> : enlaces Entradas: consumo medios tradicionales, entretenimiento fuera de casa, posición política o religiosa, géneros informativos u opinativos, otros temas	

## Anexo 4. *Blogroll* por *blog*

**Blog:** <http://infiernitopersonal.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://comadremaruja.blogspot.com/>  
<http://www.lashistorias.com.mx/>

**Blogs con enlace recíproco**

Ninguno

**Blog:** <http://tomasnadamas.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://beth-love-generation.blogspot.com/>  
<http://jaumebalaguero.blogspot.com/>  
<http://pacoplaza.blogspot.com/>  
<feed://www.bto-design.com/blog/atom.xml>  
<http://azulestereo.blogspot.com/>  
<http://juliacuellar.blogspot.com/>  
<http://misscomet.blogspot.com/>  
<http://fedrocarlosguillenblog.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://yocreoque.blogspot.com/>  
<http://filtrando-miradas.blogspot.com/>  
<http://blogdeluiszapata.blogspot.com/>  
<http://sergiotovarvelarde.blogspot.com/>  
<http://lapareddehielo.blogspot.com/>  
<http://descanseyrelajese.blogspot.com/>  
<http://ruvge.blogspot.com/>  
<http://mundopip3n.blogspot.com/>  
<http://cuazanet.blogspot.com/>  
<http://purocochambre.blogspot.com/>  
<http://zabioloco.blogspot.com/>  
<http://salsapicanteparabotanas.blogspot.com/>  
<http://gabitacrayolita.blogspot.com/>  
<http://io-ches.blogspot.com/>

**Blog:** <http://geovannileonflores.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://paramoloides.blogspot.com/>  
<http://fenixkike.blogspot.com/>  
<http://demoniodelatardecer.blogspot.com/>  
<http://elparo.blogspot.com/>  
<http://extracorporeos.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

Ninguno



**Blog:** <http://esmusssein-marxela.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://soyloksiento.blogspot.com/>  
<http://irrazonablementeplacentero.blogspot.com/>  
<http://discodiabla.blogspot.com/>  
<http://arqueck.blogspot.com/>  
<http://monirina.blogspot.com/>  
<http://hologramablancoblogspot.com/>  
<http://www.nosoloblogs.com/humo/>  
<http://bettinaperroni.blogspot.com/>  
<http://camillestein.blogspot.com/>  
<http://nohemarios.blogspot.com/>  
<http://salamancanopresta.blogspot.com/>  
<http://polarxbears.blogspot.com/>  
<http://produccionesbajopresupuestoescritos.blogspot.com/>  
<http://artesano-del-arteinsano.blogspot.com/>  
<http://noveladedos.blogspot.com/>  
<http://silviabalbi.blogspot.com/>  
<http://corazondebonobon.blogspot.com/>  
<http://dadatheartist.blogspot.com/>  
<http://ezechielluzvela.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://semv05.blogspot.com/>  
<http://mujeresconstruyendo1.blogspot.com/>  
<http://lacuevadesusana.blogspot.com/>  
<http://conversacionesdecafe.blogspot.com/>  
<http://calderadelata.blogspot.com/>  
<http://imperfectoescritor.blogspot.com/>  
<http://eltricioestelar.blogspot.com/>  
<http://andal13.blogspot.com/>  
<http://ana-koreta.blogspot.com/>  
<http://guiaparalavida.blogspot.com/>  
<http://renataemessencia.blogspot.com/>  
<http://patolastra.blogspot.com/>  
<http://lamilo.blogspot.com/>  
<http://anudandoideas.blogspot.com/>

**Blog:** <http://encafeinada.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://pakoquintana.blogspot.com/>  
<http://aalbah.blogspot.com/>  
<http://soybeto.blogspot.com/>  
<http://no-estoy.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://wearethefellingsmakers.blogspot.com/>  
<http://keane619.blogspot.com/>  
<http://srcampillo.blogspot.com/>  
<http://blogdescully.blogspot.com/>

**Blog:** <http://los-famosos-tas.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://afinaciones.blogspot.com>

**Blogs con enlace recíproco**

Ninguno

**Blog:** <http://elblogdel10.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://jubilo.ca/jub/blog/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://grabuge.info/>  
<http://www.notasdelalma.blogspot.com/>

**Blog:** <http://elpodcastdelogan.wordpress.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://cerebruto.wordpress.com/>  
<http://www.juangigli.com/>  
<http://www.lydiacacho.net/>  
<http://nadaquehacer.bitacorras.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://algunotrolugar.blogspot.com/>  
<http://ambulandosolvitur.blogspot.com/>  
<http://izcoatl.wordpress.com/>  
<http://laagenciadaimon.blogspot.com/>  
<http://mujeresdefuego.blogspot.com/>  
<http://purosqates.blogspot.com/>  
<http://yakuzatown.wordpress.com/>

**Blog:** <http://alonso6665.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://ooche813.blogspot.com/>  
<http://blogokuko.blogspot.com/>  
<http://centrandoalmundo.blogspot.com/>  
<http://cronicasagridulces.blogspot.com/>  
<http://curistoria.blogspot.com/>  
<http://karinavive.blogspot.com/>  
<http://ellaboratoriodedarwin.blogspot.com/>  
<http://karmadeath.blogspot.com/>  
<http://hostalparafantasmas.blogspot.com/>  
<http://fundacionlilianacastilloresendiz.blogspot.com/>  
<http://lavacafelizcomepasto.blogspot.com/>  
<http://libelulita.blogspot.com/>  
<http://diariodeclasezhenda.blogspot.com/>  
<http://pequeal.blogspot.com/>  
<http://anilorack.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://maebah-vientonocturno.blogspot.com/>  
<http://iltxemm.blogspot.com/>  
<http://karlakatina.blogspot.com/>  
<http://catarsisoccidental.blogspot.com/>  
<http://elnidodelasoliedad.blogspot.com/>  
<http://jiff1980.blogspot.com/>  
<http://deliriosdeorizschna.blogspot.com/>  
<http://erypeque.blogspot.com/>  
<http://minichef227.blogspot.com/>  
<http://poweredbyromina.blogspot.com/>  
<http://soyunaestrella1.blogspot.com/>  
<http://tugitana.blogspot.com/>  
<http://etenose.blogspot.com/>  
<http://valledesombras.blogspot.com/>  
<http://escriturazepol.blogspot.com/>

**Blog:** <http://supersadico.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

Ninguno

**Blogs con enlace recíproco**

Ninguno

**Blog:** <http://iguanapoeta.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://www.dosisdiarias.com/>  
<http://colormekatie.blogspot.com/>  
<http://conejitadeindias.wordpress.com/>  
<http://ceciliagomez.com/>  
<http://d1ezbuenasrazones.blogspot.com/>  
<http://un-chilango-cualquiera.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

Ninguno

**Blog:** <http://nousoacentos.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

Ninguno

**Blogs con enlace recíproco**

Ninguno

**Blog:** <http://gentesinkehacer.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://diegourrutia.blogspot.com/>  
<http://pavelgranados.blogspot.com/>  
<http://78rpm33rpm.blogspot.com/>  
<http://kermitfranco.blogspot.com/>  
<http://superdesadaptadasocial.blogspot.com/>  
<http://imnotanadict.blogspot.com/>  
<http://no-al-populismo.blogspot.com/>  
<http://herejiapolitica.blogspot.com/>  
<http://lacajadepandoraonline.blogspot.com/>  
<http://ciudadasombro.blogspot.com/>  
<http://memoriatropical.blogspot.com/>  
<http://denisoso.blogspot.com/>  
<http://opinoporquepuedo.blogspot.com/>  
<http://pqelmundomehizoasi.blogspot.com/>  
<http://lacocinadesky.blogspot.com/>  
<http://volicionx.blogspot.com/>  
<http://yonezawas.blogspot.com/>  
<http://ivettemarialapatriagrande.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://fenixkike.blogspot.com/>

**Blog:** <http://www.elrincondelmac.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://mirandahooker.wordpress.com/>  
<http://deheroesyleyendas.blogspot.com/>  
<http://confabulario.blogspot.com/>  
<http://mgensollen.blogspot.com/>  
<http://windroseprincess.blogspot.com/>  
<http://iampawichiz.blogspot.com/>  
<http://gabrielacarajo.blogspot.com/>  
<http://retratosyrecetas.blogspot.com/>  
<http://vclau.com/>  
<http://luckieboy.blogspot.com/>  
<http://thechicclique.wordpress.com/>  
<http://rayandole.blogspot.com/>  
<http://kikemigranas.blogspot.com/>  
<http://infogratis.wordpress.com/>  
<http://infogratis.wordpress.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://asfaltotecnicolor.blogspot.com/>  
<http://orbita-lunar.blogspot.com/>  
<http://manclayi.blogspot.com/>  
<http://laseductra.blogspot.com/>  
<http://theinphicorridor.blogspot.com/>  
<http://periodismoymasletras.blogspot.com/>  
<http://rocknletras.blogspot.com/>  
<http://dacoor.blogspot.com/>  
<http://comenzandolashistorias.blogspot.com/>  
<http://likefreedominspring.blogspot.com/>  
<http://lovethistune.blogspot.com/>  
<http://vivirencaidalibre.blogspot.com/>  
<http://karimmereyes.blogspot.com/>  
<http://jaleitas.blogspot.com/>  
<http://jencvs.blogspot.com/>  
<http://busquedafrenetica.blogspot.com/>  
<http://intervalosyfragmentos.blogspot.com/>  
<http://adriatika9.blogspot.com/>  
<http://sin-instructivo.blogspot.com/>  
<http://luckieboy.blogspot.com/>  
<http://periodismodigital.blogspot.com/>  
<http://luisvillase.blogspot.com/>  
<http://xosean.blogspot.com/>

**Blog:** <http://anaccess.blogspot.com>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://sonido-trece.blogspot.com/>  
<http://latierranoesredonda.blogspot.com/>  
<http://la-sangre-de-metal.blogspot.com/>  
<http://paranoideo.com/>  
<http://sanmariscalitorey.blogspot.com/>  
<http://neuronaymedia.blogspot.com/>  
<http://lainerciadelcinismo.blogspot.com/>  
<http://esteemipincheblog.blogspot.com/>  
<http://ninoalex.blogspot.com/>  
<http://pordefinir.wordpress.com/>  
<http://terrorpilot.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://navegaciones.blogspot.com/>  
<http://elbarametal.wordpress.com/>  
<http://diarreaverbal.blogspot.com/>  
<http://paracaidasinterno.blogspot.com/>  
<http://guayabada.blogspot.com/>  
<http://chisaipato.blogspot.com/>  
<http://elrojodelrojo.blogspot.com/>

**Blog:** <http://mundocava.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://veinticuatrodejulio.blogspot.com/>  
<http://estrellaocometa-unoelige.blogspot.com/>  
<http://redescubrirdeaglaia.blogspot.com/>  
<http://chivearte.blogspot.com/>  
<http://lunazul.blogspot.com/>  
<http://yemaya-diosadelmar.blogspot.com/>  
<http://zahyraromeroulacitenglish3.blogspot.com/>  
<http://yoliexpression.blogspot.com/>  
<http://dania-habanamia.blogspot.com/>  
<http://lepetiteanagrama.blogspot.com/>  
<http://pdquierounbeso.blogspot.com/>  
<http://mayrajemina.blogspot.com/>  
<http://lachula-de-casos-cosas-y-mas.blogspot.com/>  
<http://megustaescribircosas.blogspot.com/>  
<http://palabrasfractales.blogspot.com/>  
<http://barbiemenonita.blogspot.com/>  
<http://refracto.blogspot.com/>  
<http://pamquibec.blogspot.com/>  
<http://catherynmichellap.blogspot.com/>  
<http://lourdesbuzo.blogspot.com/>  
<http://soldistinto.blogspot.com/>  
<http://tatoomblog.blogspot.com/>  
<http://tillkingdomcome-dahl.blogspot.com/>  
<http://dareddream.blogspot.com/>  
<http://yaz-questiongirl.blogspot.com/>  
<http://secretode2.blogspot.com/>  
<http://333cosas.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://primero12345.blogspot.com/>  
<http://krmenbristow.blogspot.com/>  
<http://la-vida-moderna-de-lay.blogspot.com/>  
<http://elcolordeloextraordinario.blogspot.com/>  
<http://mnati.blogspot.com/>  
<http://gabita-locurasmias.blogspot.com/>  
<http://simplementejulis.blogspot.com/>  
<http://maisheell.blogspot.com/>  
<http://miss-hate.blogspot.com/>  
<http://aritalugo.blogspot.com/>  
<http://mys-poemas.blogspot.com/>

**Blog:** <http://theblogyears.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**  
Ninguno

**Blogs con enlace recíproco**  
Ninguno

**Blog:** <http://sandym3000.spaces.live.com/blog/>

**Blogs con enlace no recíproco**  
Ninguno

**Blogs con enlace recíproco**  
Ninguno

**Blog:** <http://theyazzzz.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**  
<http://benotcurious.wordpress.com/>  
<http://www.designwatcher.blogspot.com/>  
<http://33third.blogspot.com/>  
<http://logicaelemental.wordpress.com/>  
<http://anasxl.blogspot.com/>  
<http://blog.nataliedee.com/index.php>  
<http://cronopioapachurrado.blogspot.com/>  
<http://miscelaneaespontanea.blogspot.com/>  
<http://www.alocircus.blogspot.com/>  
<http://www.alocircus.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**  
<http://www.flordeasfalto-cors.blogspot.com/>  
<http://damianascripts.blogspot.com/>

**Blog:** <http://alzalamano.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**  
<http://elqueesperico.blogspot.com/>  
<http://woms.blogspot.com/>  
<http://salvadorleal.com/>  
<http://tabernadeingrid.blogspot.com/>  
<http://blackcircus.blogspot.com/>  
[http://elsonido\\_del\\_silencio.blogspot.com/](http://elsonido_del_silencio.blogspot.com/)  
<http://logovo1.livejournal.com/>  
<http://lapuertita.blogspot.com/>  
<http://jdeleon.blogspot.com/>  
<http://ordinarialocura.blogspot.com/>  
<http://beingirma.blogspot.com/>  
<http://vladebog.blogspot.com/>  
<http://www.el-habla-inconsciente.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**  
<http://semidios.net/>  
<http://alicedice.com/wp/>  
<http://agujerostemporales.blogspot.com/>  
<http://elgatoazul.blogspot.com/>  
<http://elphineas.com/>  
<http://escenaskene.blogspot.com/>  
<http://adsodemelk.blogspot.com/>  
<http://41ycuantosmas.blogspot.com/>

**Blog:** <http://cuervodf.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**  
<http://semidios.net/>  
<http://noesh.com/>  
<http://islamediodia.blogspot.com/>  
<http://islamediodia.blogspot.com/>  
<http://elhuevo.blogspot.com/>  
<http://autor.blogspot.com/>  
<http://flordeasfalto-cors.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**  
<http://pleia-des.blogspot.com/>  
<http://lydyzze.blogspot.com/>

**Blog:** <http://sweltlogik.blogspot.com>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://mentemaquiavelica.blogspot.com/>  
[http://cronica\\_alterada.blogspot.com/](http://cronica_alterada.blogspot.com/)  
<http://www.ernestopriani.com/>  
<http://www.terechacon.com/blog/>  
<http://pieladentroviajeinterior.blogspot.com/>  
<http://tumeromole.blogspot.com/>  
<http://chimpancedelmal.blogspot.com/>  
<http://niederland.blogspot.com/>  
<http://escrutinios.blogspot.com/>  
<http://silenciosedadmedia.blogspot.com/>  
<http://lapatristica.blogspot.com/>  
<http://elqueesperico.blogspot.com/>  
<http://gaiusapesardetodo.blogspot.com/>  
<http://gadelandia.blogspot.com/>  
<http://alzalamano.blogspot.com/>  
<http://ciudad-de-mexico.blogspot.com/>  
<http://cristalsecrets.blogspot.com/>  
<http://www.gersontlalocmansworld.blogspot.com/>  
<http://elgatoazul.blogspot.com/>  
<http://www.elpeorblog.com/>  
<http://ordinarialocura.blogspot.com/>  
<http://fresescelebresdeundonnadie.blogspot.com/>  
<http://www.ilovedf.blogspot.com/>  
<http://tlacuilopilo.blogspot.com/>  
<http://kikahamabiel.blogspot.com/>  
<http://rageforst.blogspot.com/>  
<http://www.roverblack.blogspot.com/>  
<http://ishanet.blogspot.com/>  
<http://caballonegro.cn/>  
<http://luzmoreira.blogspot.com/>  
<http://ositaevil.blogspot.com/>  
<http://enigma.lunacelta.com/>  
<http://guillermocarballosoy.blogspot.com/>  
<http://www.detuarteamiarte.blogspot.com/>  
<http://www.guiaparalavida.blogspot.com/>  
<http://claraboya.blogia.com/>  
<http://www.cosasnimias.blogspot.com/>  
<http://tina-mar.blogspot.com/>  
<http://www.pneumaticos.blogspot.com/>  
<http://blogs.ya.com/letraescarlata/>  
<http://lachicadelgorroazul.blogspot.com/>  
<http://www.chango100.blogspot.com/>  
<http://cargamento.blogspot.com/>  
<http://blogs.ya.com/artes-ana/>  
<http://nausealand.blogspot.com/>  
<http://tuxdragon.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://yaoteka.blogspot.com/>  
<http://prismaticov2.blogspot.com/>

**Blog:** <http://diablitorecords.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://lulumarina.blogspot.com/>  
<http://chismografo.blogspot.com/>  
<http://aymari.blogspot.com/>  
<http://happypeanut.blogspot.com/>  
<http://oaxtropical.spaces.live.com/>  
<http://martinisytinto.blogspot.com/>  
<http://yocreoque.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://www.b3co.com/>  
<http://cumbiero.blogspot.com/>  
<http://miscuatespuntocom.blogspot.com/>  
<http://faustogurrea.blogspot.com/>  
<http://totonaidescalzo.blogspot.com/>  
<http://gustavorey.blogspot.com/>

**Blog:** <http://lacaja25.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://no-estoy.blogspot.com/>  
<http://luipermom.wordpress.com/>  
<http://dianarl.blogspot.com/>  
<http://lajarra31.blogspot.com/>  
<http://volovan.wordpress.com/>  
<http://meonhappypills.blogspot.com/>  
<http://drugsboutique.blogspot.com/>  
<http://sirakoblog.blogspot.com/>  
<http://pruebadeembarazos.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://restinpiz.blogspot.com/>  
<http://clubdetobymx.blogspot.com/>  
<http://yadeciaella.blogspot.com/>  
<http://jushani.blogspot.com/>  
<http://temoch.blogspot.com/>  
<http://desmadreorganizado.blogspot.com/>  
<http://mickyboris.blogspot.com/>  
<http://arcaisx3.blogspot.com/>  
<http://ortiztapia.blogspot.com/>  
<http://tapioca9.blogspot.com/>  
<http://le-gorde.blogspot.com/>  
<http://iwtobelieve.blogspot.com/>  
<http://eljardindelnaufrago.blogspot.com/>  
<http://elchingadoblog.blogspot.com/>  
<http://lacaidamx.blogspot.com/>  
<http://mexicoparalosmexicanos.blogspot.com/>  
<http://nadaescomun.blogspot.com/>  
<http://microfonoapagado.blogspot.com/>  
<http://misplaceresculpables.blogspot.com/>

**Blog:** <http://scratch-our-itch.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

Ninguno

**Blogs con enlace recíproco**

Ninguno

**Blog:** <http://urkonn.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://birkoff.net/>  
<http://www.blacknash.com.mx/>  
<http://hector.interlegit.com.mx/modulos/posts/posts.php>  
<http://www.gwolf.org/>  
<http://www.mike.com.mx/>  
<http://odinmr.blogspot.com/>  
<http://zahori-mx.livejournal.com/>  
<http://belindofan.com.ar/>  
<http://xiam.menteslibres.org/blog>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://adlair.blogspot.com/>  
<http://morgardh.blogspot.com/>

**Blog:** <http://tripodologia-felina.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://desconciertos3.blogspot.com/>  
<http://ellamentodeportnoy.blogspot.com/>  
<http://dialogosbizarros.blogspot.com/>  
<http://loslibrosdeteresa.wordpress.com/>  
<http://www.omniglot.com/blog/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://siempreacontraluz.blogspot.com/>  
<http://barcoborracho1871.blogspot.com/>  
<http://chanclaveloz.blogspot.com/>  
<http://davidlida.com/>  
<http://laguerarodriguez.blogspot.com/>  
<http://elinvernaculo.blogspot.com/>  
<http://erostanatos.blogspot.com/>  
<http://saltosalmon.blogspot.com/>  
<http://luzrota.blogspot.com/>  
<http://fenixcidio.blogspot.com/>  
<http://www.myspace.com/gregdoree>  
<http://koalbiter.wordpress.com/>  
<http://patsanchez.blogspot.com/>  
<http://tigredelapaz.blogspot.com/>  
<http://meave.org/Site/blog/blog.html>  
<http://aribali-bulu.blogspot.com/>  
<http://denmeunpapelillo.blogspot.com/>  
<http://melange-marichuy.blogspot.com/>



**Blog:** <http://plaqueta.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://intachable.blogspot.com/>  
<http://pisanty.blogspot.com/>  
<http://chanfleporinternet.blogspot.com/>  
<http://estremecedoramecedora.blogspot.com/>  
<http://rincondelrecado.blogspot.com/>  
<http://pordefinir.wordpress.com/>  
<http://yopiboropi.blogspot.com/>  
<http://elgolfo.blogspot.com/>  
<http://no-estoy.blogspot.com/>  
<http://guffo.blogspot.com/>  
<http://todoloquegira.blogspot.com/>  
<http://irene-apuntes.blogspot.com/>  
<http://www.luisricardo.com/>  
<http://ponderosa-obsession.blogspot.com/>  
<http://sanchezvilla.blogspot.com/>  
<http://gracias-no.blogspot.com/>  
<http://sirako.blogspot.com/>  
<http://www.tartarara.blogspot.com/>  
<http://purasletras.wordpress.com/>  
<http://xaviervelasco.com/blog/>  
<http://untaljuan.blogspot.com/>  
<http://alfinqueneria.blogspot.co>  
<http://antrobotics.blogspot.com/>  
<http://astrompeta.blogspot.com/>  
<http://llamame-bombon.blogspot.com/>  
<http://cbortoni.blogspot.com/>  
<http://www.caballonegro.blogspot.com/>  
<http://spacioleve.blogspot.com/>  
<http://clarisa-nadaesverdad.blogspot.com/>  
<http://suenosmisteriosysecretos.blogspot.com/>  
<http://solojorge.blogspot.com/>  
<http://conejita.wordpress.com/>  
<http://www.elalgoritmo.blogspot.com/>  
<http://www.coolacid.com.mx/>  
<http://www.diezauno.net/>  
<http://neuronaymedia.blogspot.com/>  
<http://edgarclement.blogspot.com/>  
<http://gadelandia.blogspot.com/>  
<http://gravitysra1nbow.wordpress.com/>  
<http://elhuevo.blogspot.com/>  
<http://moonachesonata.blogspot.com/>  
<http://fotopastos.blogspot.com/>  
<http://vueloseguro.blogspot.com/>  
<http://navegaciones.blogspot.com/>  
<http://rpconfidential.wordpress.com/>  
<http://welikezallstuff.blogspot.com/>  
<http://elinfinitoperpendicular.blogspot.com/>  
<http://polvodeciudad.blogspot.com/>  
<http://lapuertita.blogspot.com/>  
<http://sualtezaprincesagato.blogspot.com/>  
<http://telepedro.blogspot.com/>  
<http://bajoelasiento.blogspot.com/>  
<http://www.blogderground.blogspot.com/>  
<http://fotomental.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://adrianapolis44.blogspot.com/>  
<http://comomequemo.blogspot.com/>  
<http://soybeto.blogspot.com/>  
<http://sin-pantalones.blogspot.com/>  
<http://rodrigovm88.blogspot.com/>  
<http://davidlida.com/>  
<http://www.diariodefiestas.blogspot.com/>  
<http://chidoguan.blogspot.com/>  
<http://enriqueescalona.blogspot.com/>  
<http://fernandorevilla.blogspot.com/>  
<http://guerotix.com/>  
<http://frasco-dewar.blogspot.com/>  
<http://gonzalopolis.blogspot.com/>  
<http://www.monerohernandez.blogspot.com/>  
<http://hugoet.blogspot.com/>  
<http://ciudadmonstruo.blogspot.com/>  
<http://kabezatimes.blogspot.com/>  
<http://rinostalgias.wordpress.com/>  
<http://islamediodia.blogspot.com/>  
<http://www.jorgepedro.com/>  
<http://linguistaconsagrado.blogspot.com/>  
<http://retablero.blogspot.com/>  
<http://cronopioapachurrado.blogspot.com/>  
<http://mercado-de-pulgas.blogspot.com/>  
<http://leretourdelacassettedeuxitres.blogspot.com/>  
<http://melcocharata.blogspot.com/>  
<http://latribudelpulgar.wordpress.com/>  
<http://www.patricio00.com/post/>  
<http://chikaenaprietos.blogspot.com/>  
<http://sopascatastroficas.blogspot.com/>  
<http://salaverga.blogspot.com/>  
<http://sardinatron.blogspot.com/>  
<http://totolalo.blogspot.com/>  
<http://debraye5.blogspot.com/>  
<http://volovan.wordpress.com/>  
<http://autocomplaciente.blogspot.com/>  
<http://www.anthre.blogspot.com/>  
<http://www.amiguiz.blogspot.com/>  
<http://angelbc.wordpress.com/>  
<http://xlanoche.blogspot.com/>  
<http://marcua.blogspot.com/>  
<http://brutalblumpi.blogspot.com/>  
<http://borisito13.blogspot.com/>  
<http://quebonitoszapatos.blogspot.com/>  
<http://kukodachocolado.blogspot.com/>  
<http://cineastaregio.blogspot.com/>  
<http://librepensar.blogspot.com/>  
<http://darthchelierious.blogspot.com/>  
<http://corriendodespacio.blogspot.com/>  
<http://discapitadosocial.blogspot.com/>

**Blog:** <http://ajnavablogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://www.newfoundlust.com/>  
<http://histeriaetas.blogspot.com/>  
<http://eltrigodelaluna.blogspot.com/>  
<http://www.fotolog.com/303dsrmocre>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://drunkula.blogspot.com/>  
<http://animantismantis.blogspot.com/>  
<http://dawnfades.blogspot.com/>  
<http://solbarrido.wordpress.com/>  
<http://rockannas.blogspot.com/>  
<http://sellinglilies.wordpress.com/>  
<http://rockmesexyjesus.blogspot.com/>  
<http://lettucealonesthroughnodressing.blogspot.com/>  
<http://happytohangaround.blogspot.com/>

**Blog:** <http://existencialpcc.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

Ninguno

**Blogs con enlace recíproco**

Ninguno

**Blog:** <http://paovaldivieso.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://darinteluna.blogspot.com/>  
<http://kabezatimes.blogspot.com/>  
<http://elvampirotropicaldelfuturo.blogspot.com/>  
<http://lareinadelpaisdeloshongos.blogspot.com/>  
<http://la-vida-inutil-de-pavel-perez.blogspot.com/>  
<http://cneumann.blogspot.com/>  
<http://plaqueta.blogspot.com/>  
<http://rincondeunescriptor.ticoblogger.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://genioenlibertad.blogspot.com/>  
<http://saidhabla.blogspot.com/>

**Blog:** <http://myownwindow.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://restauradayrenovada.blogspot.com/>  
<http://tusojosambar.blogspot.com/>  
<http://bettinaperroni.blogspot.com/>  
<http://eldiariodeixchel.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://elnidodelasoleidad.blogspot.com/>  
<http://elgatoazulentijuana.blogspot.com/>  
<http://alexzudo.blogspot.com/>  
<http://tlalocman.blogspot.com/>  
<http://marianaevans.blogspot.com/>  
<http://leyendadepata.blogspot.com/>  
<http://coolyo13.blogspot.com/>  
<http://unacartaparati.blogspot.com/>  
<http://justvans.blogspot.com/>  
<http://yaoteka.blogspot.com/>

**Blog:** <http://small-grasshopper.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://blogbiosphere.blogspot.com/>  
<http://caballonegro.cn/>  
<http://www.fayerwayer.com/>  
<http://leo.prie.to/>  
<http://dixo.com/author/marianah>  
<http://camilein.wordpress.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://clan-tanuki.blogspot.com/>  
<http://macniaco.blogspot.com/>  
<http://prosajoven.blogspot.com/>

**Blog:** <http://godessekhmet.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://guffo.blogspot.com/>  
<http://no-estoy.blogspot.com/>  
<http://sardinatron.blogspot.com/>  
<http://librepensar.blogspot.com/>  
<http://cronopioapachurrado.blogspot.com/>  
<http://mojik-eldehermosomiembro.blogspot.com/>  
<http://www.historiasdeunaguardia.com/>  
<http://vrazitos.blogspot.com/>  
<http://gonzalopolis.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://restinpiz.blogspot.com/>  
<http://elphineas.com/>

**Blog:** <http://cristaldemoon.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://www.lacoctelera.com/ja-ja-ja/>

**Blogs con enlace recíproco**

Ninguno

**Blog:** <http://quierorockandroll.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://www.sicoblog.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

Ninguno

**Blog:** <http://www.coolacid.com.mx/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://ninjaperuano.blogspot.com/>  
<http://arielrebelunplugged.com>  
<http://insomnica-anonima.blogspot.com/>  
<http://littlesaiph.blogspot.com/>  
<http://alephinfinito.blogspot.com/>  
<http://serruchosangriento.blogspot.com/>  
<http://ankhsethomon.wordpress.com/>  
<http://starsinmysky.blogspot.com/>  
<http://coffeis-forclosers.blogspot.com/>  
<http://estiloikea.blogspot.com/>  
<http://cronopioapachurrado.blogspot.com/>  
<http://rodrigovm88.blogspot.com/>  
<http://manucronicas.blogspot.com/>  
<http://thelasthopeangel.blogspot.com/>  
<http://cracked-girl.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://10r3n4.blogspot.com/>  
<http://elvampirotropicaldelfuturo.blogspot.com/>  
<http://spacioleve.blogspot.com/>  
<http://retablers.blogspot.com/>  
<http://luegopasa.blogspot.com/>  
<http://plaqueta.blogspot.com/>  
<http://momito-rawr.blogspot.com/>  
<http://katsuragiblog.blogspot.com/>  
<http://crown-prince-raynier.blogspot.com/>  
<http://frasco-dewar.blogspot.com/>  
<http://underground-by-mk.blogspot.com/>  
<http://moniicah.blogspot.com/>  
<http://welcometothebarrio.blogspot.com/>  
<http://priincezzz.blogspot.com/>  
<http://estonoeslodealla.blogspot.com/>

**Blog:** <http://chiecito.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://mariekeblokland.blogspot.com/>  
<http://cardsymas.blogspot.com/>  
<http://scrapphappie.blogspot.com/>  
<http://my-scrap-life.blogspot.com/>  
<http://mlvp-todoloquemegusta.blogspot.com/>  
<http://sirkscraper.blogspot.com/>  
<http://gloriascrapymas.blogspot.com/>  
<http://nancyvandenbergh.blogspot.com/>  
<http://l-lilian.blogspot.com/>  
<http://unmundollamado-scrap.blogspot.com/>  
<http://scrapeandobyliviazebadua.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://lediarivera.blogspot.com/>  
<http://tarjetasscrapbookymas.blogspot.com/>  
<http://scrapbookingenargentina.blogspot.com/>  
<http://historiasenconserva.blogspot.com/>  
<http://mynameisscrappy.blogspot.com/>  
<http://scrapparavivir.blogspot.com/>  
<http://scrapparavivir.blogspot.com/>  
<http://recortesideasyalgomas.blogspot.com/>  
<http://finurasydetalles.blogspot.com/>  
<http://creacionesglezy.blogspot.com/>  
<http://ciquii.blogspot.com/>  
<http://tumireflejo.blogspot.com/>  
<http://azzolinas.blogspot.com/>  
<http://skraptiva.blogspot.com/>  
<http://lizgil7.blogspot.com/>  
<http://unlespacioparacompartit.blogspot.com/>  
<http://milalibelula.blogspot.com/>  
<http://margaritajohnson.blogspot.com/>

**Blog:** <http://dan420.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://fin-huyan.blogspot.com/>  
<http://lataznu.blogspot.com/>  
<http://acidic-annie.blogspot.com/>  
<http://pandroso.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://defiendanseeneldf.blogspot.com/>

**Blog:** <http://katsuragiblog.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://alexserna.laberintobbs.com/>  
<http://pikarya.blogspot.com/>  
<http://www.coolacid.com.mx/>  
<http://hitzusenblog.blogspot.com/>  
<http://l-geek.blogspot.com/>  
<http://otakutlan.blogspot.com/>  
<http://clubchufatokyo.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://metsuhadouken.blogspot.com/>

**Blog:** <http://guiaparalavida.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://tabernadeingrid.blogspot.com/>  
<http://www.microsiervos.com/>  
<http://monirina.blogspot.com/>  
<http://b3co.com/>  
<http://pikarya.blogspot.com/>  
<http://yosandora.blogspot.com/>  
<http://cneumann.blogspot.com/>  
<http://alephinfinito.blogspot.com/>  
<http://espartha.com/blog/>  
<http://alicedice.com/wp/>  
<http://blog.duopixel.com/>  
<http://turbulenciadeturbomar.blogspot.com/>  
<http://tuchicayeye.blogspot.com/>  
<http://alejandrologia.blogspot.com/>  
<http://noriita.blogspot.com/>  
<http://semidios.net/>  
<http://galgata.blogspot.com/>  
<http://begos.blogspot.com/>  
<http://vuelvematias.blogspot.com/>  
<http://jimeynacho.blogsome.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://katherussa.blogspot.com/>  
<http://piedritadeoro.blogspot.com/>  
<http://cattlaxblog.blogspot.com/>  
<http://esmusssein-marxela.blogspot.com/>  
<http://darthchelierious.blogspot.com/>  
<http://rubria-moran.blogspot.com/>  
<http://moosehp.blogspot.com/>  
<http://no-recomendable.blogspot.com/>  
<http://lamilo.blogspot.com/>  
<http://losordidodelocomun.blogspot.com/>  
<http://prozacstories.blogspot.com/>

**Blog:** <http://ivis33.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://soledadesdeunabruja.blogspot.com/>  
<http://jleon.blogspot.com/>  
<http://cinismoilustrado.blogspot.com/>  
<http://fridashion.blogspot.com/>  
<http://monicaarreola.blogspot.com/>  
<http://petalodeluna.blogspot.com/>  
<http://conjurasubversiva.blogspot.com/>  
<http://septimosentido.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

Ninguno

**Blog:** <http://gonzalopolis.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

Ninguno

**Blogs con enlace recíproco**

Ninguno

**Blog:** <http://betsabel.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

Ninguno

**Blogs con enlace recíproco**

<http://doomsdayreloaded.blogspot.com/>

**Blog:** <http://www.ymipollo.com/~Moon/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://alex.ymipollo.com/>  
<http://dejavu.ymipollo.com/>  
<http://www.ymipollo.com/~pashuko/>  
<http://www.ymipollo.com/~alex-mty/>  
<http://www.ymipollo.com/~Darklady/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://toro.ymipollo.com/>  
[http://www.ymipollo.com/~\[jeep\]](http://www.ymipollo.com/~[jeep])  
<http://einyel.ymipollo.com/>  
<http://skazi.ymipollo.com/info/>  
[http://www.ymipollo.com/~juniorr\\_2005/](http://www.ymipollo.com/~juniorr_2005/)  
[http://www.ymipollo.com/~perla\\_negra/](http://www.ymipollo.com/~perla_negra/)  
[http://www.ymipollo.com/~red\\_vicious/](http://www.ymipollo.com/~red_vicious/)  
<http://www.ymipollo.com/~garu/>  
<http://www.ymipollo.com/~hassanchez/>  
<http://www.ymipollo.com/~superbalza/>  
<http://www.ymipollo.com/~mufaker/>  
<http://www.ymipollo.com/~elpipila/>  
<http://www.ymipollo.com/~jonas/>  
<http://audiosaurius.ymipollo.com/>  
[http://www.ymipollo.com/~Rainbow\\_Brite/](http://www.ymipollo.com/~Rainbow_Brite/)

**Blog:** <http://capturandoeltiempo.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://pisanty.blogspot.com/>  
<http://elespiralinfinito.blogspot.com/>  
<http://mocteciento.blogspot.com/>  
<http://stmbayita.blogspot.com/>  
<http://anitaele.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://arboldeestef.blogspot.com/>  
<http://personalsympathetic.blogspot.com/>

**Blog:** <http://alicedice.com/wp/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://arturorosillo.blogspot.com/>  
<http://hernandezz.blogspot.com/>  
<http://www.americancliche.net/>  
<http://memoriesdarkromanticism.blogspot.com/>  
<http://elhuevo.blogspot.com/>  
<http://calleja.blogspot.com/>  
<http://librepensar.blogspot.com/>  
<http://escenaskene.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://laoly.blogspot.com/>  
<http://www.supermayin.blogspot.com/>  
<http://pacasso.typepad.com/ozonovoros/>  
<http://alzalmano.blogspot.com/>  
<http://buguert.blogspot.com/>  
<http://salvadorleal.com/>  
<http://kowy-jgo.blogspot.com/>  
<http://elquesperico.blogspot.com/>

**Blog:** <http://lustofthehell.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://buenaschambas.blogspot.com/>  
<http://frasco-dewar.blogspot.com/>  
<http://plaqueta.blogspot.com/>  
<http://gracias-no.blogspot.com/>  
<http://senderodelmesias.blogspot.com/>  
<http://mentemaquiavelica.blogspot.com/>  
<http://mardesombras.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://thecatpaw077.blogspot.com/>  
<http://emosexualesenaccion.blogspot.com/>

**Blog:** <http://dsametz.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://porquevoyaserfamosa.blogspot.com/>  
<http://mijazminceleste.blogspot.com/>  
<http://namodo.blogspot.com/>  
<http://gonzalopolis.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://elbaxter.blogspot.com/>

**Blog:** <http://piroclasto.blogspot.com/>

**Blogs con enlace no recíproco**

<http://choluland.blogspot.com/>  
<http://www.di-vagando.blogspot.com/>  
<http://lanuvoletta.blogspot.com/>  
<http://manijita.blogspot.com/>  
<http://nousoacentos.blogspot.com/>  
<http://panmixio.blogspot.com/>  
<http://reynasde-labarra.blogspot.com/>  
<http://mivalhallaquenoeseletuyo.blogspot.com/>

**Blogs con enlace recíproco**

<http://thelinesonmyface.blogspot.com/>  
<http://estrellacasiopea.blogspot.com/>  
<http://debraye5.blogspot.com/>  
<http://debraye5.blogspot.com/>  
<http://aytarumba.blogspot.com/>  
<http://thejungleoutthere.blogspot.com/>  
<http://soyuncoche.blogspot.com/>  
<http://elbeetho.blogspot.com/>  
<http://espacioliminal.blogspot.com/>  
<http://nelpaesedellemeraviglie.blogspot.com/>  
<http://veryslowlearner.wordpress.com/>  
<http://esquizofreniaeclectica.blogspot.com/>  
<http://conjuradelosnecios.blogspot.com/>  
<http://nonsense-letters.blogspot.com/>  
<http://www.lafortunadeana.blogspot.com/>  
<http://www.profugosdelmetate.blogspot.com/>  
<http://livingpolaroid.wordpress.com/>  
<http://leeamac.blogspot.com/>  
<http://spyglass-look.blogspot.com/>  
<http://neuronasdivergentes.blogspot.com/>  
<http://hugoizarra.blogspot.com/>  
<http://www.sistemaperfecto.blogspot.com/>  
<http://soundtracking.wordpress.com/>  
<http://onehundredbars.blogspot.com/>  
<http://www.xuravet.blogspot.com/>

## Fuentes consultadas:

-Al-Sa'Di, Rami A. y Jihad M. Hamdan (2005) "Synchronous online chat English: Computer-mediated communication" en *World Englishes* 24 (4).

-Arellano, César (2010) "Felipe Calderón, en deuda con jóvenes; urgen políticas para apoyarlos: expertos" en *la Jornada* 14/11/2010. Disponible en:  
<<http://www.jornada.unam.mx/2010/11/14/index.php?section=politica&article=006n1pol>>  
Fecha de consulta: febrero de 2011.

-Asociación Tipográfica Internacional (200?) "Clasificación de fuentes tipográficas DIN 16518- AtypI". Disponible en:  
<<http://www.atypi.org>>  
Fecha de consulta: febrero de 2011.

-Avilés, Karina (2010) "Suicidio y narco, `opciones´ de jóvenes por el fracaso educativo" en *la Jornada* 12/01/2010. Disponible en:  
<<http://www.jornada.unam.mx/2010/01/12/index.php?article=033n1soc&section=sociedad>>  
Fecha de consulta: febrero de 2011.

-Badger, Meredith (200?) "Visual Blogs". Disponible en:  
<[http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/visu\\_al\\_blogs.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/visu_al_blogs.html)>  
Fecha de consulta: julio de 2009.

-Baillete, Paméla y Chris Kimble (2008) "The concept of appropriation as a heuristic for conceptualizing the relationship between technology, people and organizations". Disponible en:  
<[http://www.chris-kimble.com/Publications/Documents/Baillette\\_2008.pdf](http://www.chris-kimble.com/Publications/Documents/Baillette_2008.pdf)>  
Fecha de consulta: octubre de 2008.

-Balardini, Sergio (2000) "De los jóvenes, la juventud y las políticas de juventud" en *Última década* 13.

-Ballester, Fernando (2002) *La brecha digital. El riesgo de la exclusión en la Sociedad de la Información*, España: Fundación Retevisión.

-Ballinas, Víctor; Laura Poy, César Arellano y Carlos García (2010) "Evaden funcionarios admitir que los jóvenes *ninīs* en el país ya suman más de 7 millones" en *la Jornada* 25/08/2010. Disponible en:  
<<http://www.jornada.unam.mx/2010/08/25/index.php?section=politica&article=014n1pol>>  
Fecha de consulta: febrero de 2011.

-Bauman, Zygmunt (1997) "Modernidad y ambivalencia" en Jostxo Beriain (comp.) *Las consecuencias perversas de la modernidad*, Barcelona: Anthropos.  
----- (2001) *La posmodernidad y sus descontentos*, Madrid: Akal.  
----- (2006) "Comunidad. En busca de seguridad en un mundo hostil", Madrid: Siglo XXI.



-Bell, Daniel (1994) *El advenimiento de la sociedad post-industrial*, España: Alianza Universidad.

-Best, Michael y Silvy Mier (2007) "Gender, Culture and ICT Use in Rural South India", en *Gender, Technology en Development*. Disponible en:  
<<http://mikeb.inta.gatech.edu/uploads/papers/gender.pdf>>  
Fecha de consulta: octubre de 2008.

-Bitacoras.com (2009) "Informe sobre el estado de la blogosfera hispana".

- Bitácoras de México. Disponible en:  
<<http://www.directorioblogs.com.mx/>>  
Fechas de consulta: octubre de 2008 y abril de 2009.

-Blogalaxia. Disponible en:  
<<http://www.blogalaxia.com/>>  
Fechas de consulta: octubre de 2008 y abril de 2009.

-Blood, Rebecca (2000) "Weblogs: a history and perspective". Disponible en:  
<[http://www.rebecca-blood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebecca-blood.net/essays/weblog_history.html)>  
Fecha de consulta: julio 2009.

----- (2004) "How Blogging Software Reshaped the Online Community" en *Communications of the ACM*. Disponible en:  
<[http://www.rebeccablood.net/essays/blog\\_software.html](http://www.rebeccablood.net/essays/blog_software.html)>  
Fecha de consulta: julio 2009.

-Bourdieu, Pierre (2002) *La distinción, criterio y bases sociales del gusto*, México: Taurus.

-Braudillard, Jean (1988) "El éxtasis de la comunicación" en Foster, Hal (ed.) *La posmodernidad*, México: Káiros.

-Bringué Salas, Xavier y Charo Sádaba Chalezquer (coordinadores) (2008) *La Generación interactiva en Latinoamérica*, España: Ariel.

-Brito Lemus, Roberto (2002) "Identidades juveniles y praxis divergente; acerca de la conceptualización de juventud" en Nateras Domínguez, Alfredo (coord.) *Jóvenes, culturas e identidades urbanas*, México: UAM-Miguel Ángel Porrúa.

-Bustamante, Pablo Mauricio (2008) "Panoramas diversos jóvenes, nuevas tecnologías y nuevos retos" en *Razón y Palabra* 62. Disponible en:  
<<http://www.razonypalabra.org.mx/n62/bolivia/mbustamante.html>>  
Fecha de consulta: octubre 2008.

-Cabrera, Daniel (2004) "La matriz imaginaria de las Nuevas Tecnologías" en *Revista Comunicación y Sociedad* XVII (1).

-Campos Cortéz, Mario (2008) “Una mirada a los blogs” en *Diálogos de la Comunicación* 76. Disponible en:

<[http://www.dialogosfelafacs.net/76/articulo\\_resultado.php?v\\_idcodigo=74&v\\_idclase=11](http://www.dialogosfelafacs.net/76/articulo_resultado.php?v_idcodigo=74&v_idclase=11)>

Fecha de consulta: mayo 2008.

-Cañizález, Andrés (2000) “Una apuesta a la información con nuevas tecnologías desde la sociedad civil” en *Razón y palabra* 18. Disponible en:

<<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18acanizales.html>>

Fecha de consulta: octubre 2008.

-Casacuberta, David (2003) *Creación colectiva: en internet el creador es el público*, España: Gedisa.

-Castells, Manuel (1999) *La era de la información*, Vol. I La Sociedad Red, México: Siglo XXI.

----- (2001) *La Galaxia Internet*, España: Areté.

----- y Pekka Himanen (2002) *La sociedad de la información y el Estado de bienestar: el modelo filandés*, España: Alianza.

-Cebrián, Juan Luis (2004) “Brecha digital entre países ricos y pobres” en *Revista Mexicana de Comunicación* 14.

-Cervera, José (2006) “Una teoría general del blog”, en Cerezo, José Manuel (ed.) *La blogósfera hispana: pioneros de la cultura digital*, España: Fundación FranceTelecom. Disponible en:

<[http://www.fundacionorange.es/areas/25\\_publicaciones/la\\_blogosfera\\_hispana.pdf](http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/la_blogosfera_hispana.pdf)>

Fecha de consulta: mayo 2009.

-Chadwick, Andrew (2006) *Internet politics, states, citizens and new communication technologies*, Estados Unidos: Oxford University.

-Chandler, Daniel (1998) “Personal Home Pages and the Construction of Identities on the Web”. Disponible en:

<<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html>>

Fecha de consulta: octubre de 2009.

----- y Dilwyn Roberts-Young (1998) “The Construction of Identity in the Personal Homepages of Adolescents”. Disponible en:

<<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/strasbourg.html>>

Fecha de consulta: octubre de 2009.

-Chesher, Chris (2005) “Blogs and the crisis of authorship”. Disponible en:

<[http://incsub.org/blogtalk/?page\\_id=40](http://incsub.org/blogtalk/?page_id=40)>

Fecha de consulta: Julio de 2009.

-Cohen, K.R. (2006) “A Welcome for Blogs” en *Journal of Media and Culture Studies*, 20 (2).

-Contreras, Pau (2004) *Me llamo Kohfam, Identidad hacker: una aproximación antropológica*, España: Gedisa.

-Consejo de Población del Distrito Federal (2011) “Jóvenes en el Distrito Federal”. Disponible en:  
<[http://www.copo.df.gob.mx/numeralia/num\\_jovenes.html](http://www.copo.df.gob.mx/numeralia/num_jovenes.html)>  
Fecha de consulta: junio de 2011.

-Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (2004) “Declaración de principios”, Ginebra 2003-Tunez 2005. Disponible en:  
<[http://www.itu.int/dms\\_pub/itu-s/md/03/wsis/doc/S03-WSIS-DOC-0004!!PDF-S.pdf](http://www.itu.int/dms_pub/itu-s/md/03/wsis/doc/S03-WSIS-DOC-0004!!PDF-S.pdf)>  
Fecha de consulta: abril del 2009.

-Dans, Enrique (2005) “Blogs y empresa, una aproximación a la vanguardia de la blogósfera cooperativa” en *Telos* 65. Disponible en:  
<<http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idArticulo=8&rev=65>>  
Fecha de consulta: mayo de 2009.

-December, John (1996) “Units of Analysis for Internet Communication” en *Journal of Communication* 46 (1). Disponible en:  
<[http://jcmc.indiana.edu/vol1/is\\_sue4/december.html](http://jcmc.indiana.edu/vol1/is_sue4/december.html)>  
Fecha de consulta: octubre 2009.

-De Arribas, Amaia (2006) “Con la Tecnología Ganamos Libertad pero Perdemos Raíces: Alejandro Piscitelli, experto en comunicación y cultura digital” en *Razón y palabra* 52. Disponible en:  
<<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n52/aarribas2.html>>  
Fecha de consulta: octubre 2008.

-De Kerckhove, Derrick (1999) *La piel de la cultura*, España: Gedisa.

-Díaz, Arieane (2010) “Llama Unicef a concretar ley para jóvenes” en *la Jornada* 08/12/2010. Disponible en:  
<<http://www.jornada.unam.mx/2010/12/08/index.php?section=politica&article=021n2pol>>  
Fecha de consulta: febrero de 2011.

-Dijk, T. A. van (1996) *Estructuras y funciones del discurso*, México: Siglo XXI.

- Directorio de Blogs Beta. Disponible en:  
<<http://www.betadir.com/>>  
Fechas de consulta: octubre de 2008 y abril de 2009.

-Dominick, Joseph R. (1999) “Who do you think you are? personal home pages and self-presentation on the World Wide Web” en *Journalism and Mass Communication Quarterly* 76 (4).

- Döring, Nicola (2002) "Personal Home Pages on the Web: A Review of Research" en *Journal of Computer-Mediated Communication* 3. Disponible en:  
<<http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue3/doering.html>>  
Fecha de consulta: octubre de 2009.
- Duque, Rick; Martin Collins, Janet Abbate, Celso Candido Azambuja y Mikael Snaprud (2007) "History of ICT" en Shrum, Wesley; Keith Benson, Wiebe Bijker y Klaus Brunnstein (eds.) *Past, Present and Future of Research in the Information Society*, Estados Unidos: Springer.
- Dutton, William (2007) "Global Internet Research" en Shrum, Wesley; Keith Benson, Wiebe Bijker y Klaus Brunnstein (eds.) *Past, Present and Future of Research in the Information Society*, Estados Unidos: Springer.
- Esteinou, Javier (2003) "Hacia una Nueva Sociedad de la Comunicación y de la Información" en *Razón y palabra* 31. Disponible en:  
<<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n31/jesteinou.html>>  
Fecha de consulta: octubre 2008.
- Flores Vivar, Jesús (2008) "Los blogs en la reivindicación del periodismo y los medios" en *Diálogos de la Comunicación* 76. Disponible en:  
<<http://www.dialogosfelafacs.net/76/articulos/pdf/76JesusFlores.pdf>>  
Fecha de consulta: mayo 2008.
- Foucault, Michel (1991) *Tecnologías del yo*, España: Paidós Ibérica.
- Fumero, Antonio (2005) "Un tutorial sobre blogs. El abecé del universo blog" en *Telos* 65. Disponible en:  
<<http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idArticulo=1&rev=65>>  
Fecha de consulta: mayo 2009.
- Galindo Cáceres, Jesús (2001) "Redes, Comunidad Virtual y Cibercultura" en *Diálogos de la comunicación* 10. Disponible en:  
<<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n10/galindo.htm>>  
Fecha de consulta: mayo 2008.
- Gálvez, Mozo, Ana Ma. y Francisco Tirado Serrano (2006) *Sociabilidad en Pantalla: un estudio de la interacción en los entornos virtuales*, España: UOC.
- García Canclini, Néstor (2008) "Consumo cultural una propuesta teórica" en Sunkel Guillermo (coord.) *El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación*, Colombia: D´vinni Ltda.
- (2008) *Diferentes, desiguales y desconectados, mapas de la interculturalidad*, Barcelona: Gedisa.

- Garrido, Fernando y Tiscar Lara (2008) "Perfil del bloguero hispano. III Encuesta a Blogueros" en *Diálogos de la Comunicación* 76. Disponible en:  
<<http://www.dialogosfelafacs.net/76/articulos/pdf/76GarridoLara.pdf>>  
Fecha de consulta: mayo 2008.
- Gates, Bill (2000) "Shaping the Internet Age". Disponible en:  
<<http://www.microsoft.com/presspass/exec/billg/writing/shapingtheinternet.msp>>  
Fecha de consulta: abril del 2009.
- (2008) "Government Leaders Forum Arabia 2008". Disponible en:  
<<http://www.microsoft.com/Presspass/exec/billg/speeches/2008/01-27GLFArabia.msp>>  
Fecha de consulta: abril del 2009.
- Geertz, Clifford (2001) *La interpretación de las culturas*, España: Gedisa.
- Giddens, Anthony (2000) *Modernidad e identidad del yo: el yo la sociedad en la época contemporánea*, Barcelona: Península.
- y Jonathan Turner (1991) *La teoría social hoy*, México: Alianza.
- Giménez, Gilberto (1992) "La identidad social o el retorno del sujeto en sociología" en *Versión 2*, México: UAM.
- Goffman, Erving (2001) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires: Amorrortu.
- Gómez Camacho, Alejandro (2007) "La ortografía del español y los géneros electrónicos" en *Comunicar* 29 (XV).
- Gómez Cruz, Edgar (2003) *Cibersexo ¿La última frontera del eros?, Un estudio etnográfico*, México: Universidad de Colima.
- (2007) *Las metáforas de Internet*, Barcelona: UOC.
- Gómez Vietes, Álvaro y Espiñeira Veiroso Manuel (2003) *Redes de ordenadores e Internet*, España: Ra-Ma.
- González G., Susana (2010) "Desempleados, 81 millones de jóvenes en el mundo: OIT" en *la Jornada* 12/08/2010. Disponible en:  
<<http://www.jornada.unam.mx/2010/08/12/index.php?article=002n1pol&section=politica>>  
Fecha de consulta: febrero de 2011.
- Green, Lelia (2002) *Communication, Technology and Society*, Australia: SAGE.
- Gubern, Román (2000) *El Eros Electrónico*, España: Taurus.
- Gurak, Laura J. (2008) "The Psychology of Blogging: You, Me, and Everyone in Between" en *American Behavioral Scientist* 52(1).

-Herring, Susan; Lois Ann Scheidt, Sabrina Bonus y Elijah Wright (2004) "Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs". Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Science. Disponible en:

<<http://csdl.computer.org/comp/proceedings/hicss/2004/2056/04/205640101babs.htm>>

Fecha de consulta: julio de 2009.

-Herring, Susan; Inna Kouper, Lois Ann Scheidt y Elijah Wright (2004) "Women and Children Last: The Discursive Construction of Weblogs" en L. Gurak, S. Antonijevic, L. Johnson, C. Ratliff, y J. Reyman (eds.), *Into the Blogosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs*. Disponible en:

<<http://www.blogninja.com/women.children.pdf>>

Fecha de consulta: Julio 2009.

----- (2007) "Longitudinal Content Analysis of Blogs: 2003-2004" en Tremayne, Mark (ed.) *Bloggng, Citizenship, and the Future of Media*, New York: Routledge.

-Herring, Susan y John C. Paolillo (2006) "Gender and Genre Variation in Weblogs" en *Journal of Sociolinguistics* 10 (4). Disponible en:

<<http://www.blogninja.com/jslx.pdf>>

Fecha de consulta: julio de 2009.

-Himanen, Pekka (2004) "The Hacker ethic as the culture of the information age" en Castells, Manuel (ed.) *The Network Society: a cross-cultural perspective*, Gran Bretaña: MPG Books.

-Hine, Christine (2004) *Etnografía virtual*, España: UOC.

-Hogg, Nanette; Carol S. Lomicky, y Stephen F. Weiner (2008) "Computer-Mediated Communication and the Gallaudet University Community: A Preliminary Report" en *American Annals of The Deaf*, 153 (1).

-Hyunwoo, Kim (2005) "Blogs as the New Media on the Internet" en *Review of Communication* 5 (2-3). Disponible en:

<<http://www.informaworld.com/smpp/content~content= a723808429~db=all>>

Fecha de consulta: julio 2009.

-Instituto Mexicano de la Juventud (2005) "Encuesta Nacional de La Juventud 2005".

-Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010a) "Usuarios de las tecnologías de información, 2001 a 2010". Disponible en:

<<http://www.inegi.org.mx/Sistemas/temasV2/Default.aspx?s=est&c=19007>>

Fecha de consulta: julio de 2011.

----- (2010b) "Distribución por edad y sexo. Pirámide de población 2005 y 2010". Disponible en:

<<http://www.inegi.org.mx/Sistemas/temasV2/contenido/DemyPob/epobla28.asp?s=est&c=17509>>

Fecha de consulta: abril de 2011.

----- (2010c) “Usuarios de Internet por grupos de edad, 2001 a 2010”.

Disponible en:

<<http://www.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=tnf214&s=est&c=19446>>

Fecha de consulta: abril de 2011.

-Internet World Stats (2011) “The Internet Big Picture World Internet Users and Population Stats, 2000-2011”. Disponible en:

<<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>>

Fecha de consulta: julio de 2011.

-Islas, Octavio (2006) “Entrevista” en *Diálogos de la Comunicación* 76.

----- y Fernando Gutiérrez (2004) “Renovadas brechas de la internet” en *Revista Mexicana de comunicación* 85. Disponible en:

<<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc85/brechas.html>>

Fecha de consulta: mayo de 2009.

-Kalman, Yoram M.; Gilad Ravid, Daphne R. Raban y Sheizaf Rafaeli (2006) “Pauses and Response Latencies: A Chronemic Analysis of Asynchronous CMC” en *Journal of Computer-Mediated Communication* 12.

-Kim, Hyo; Gwang Jae Kim, Han Woo Park y Ronald E. Rice (2007) “Configurations of Relationships in Different Media: FtF, Email, Instant Messenger, Mobile Phone, and SMS” en *Journal of Computer-Mediated Communication* 12.

-Kim, Junghyun (2002) “Interpersonal Interaction in Computer Mediated Communication (CMC): Exploratory Qualitative Research based on Critical Review of Existing Theories”. Paper submitted to Communication and Technology Division 53rd Annual Conference of the International Communication Association October 31.

-Kuhn, Martin (2007) “Interactivity and Prioritizing the Human: A Code of Blogging Ethics” en *Journal of Mass Media Ethics* 22 (1).

-León, Oswaldo; Sary Burch y Eduardo Tamayo (2004) “Internet y organizaciones sociales: un estudio exploratorio” en Marí Sáez Víctor (coord.) *La Red es de todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la Red*, España: Popular.

-Lévy, Pierre (2007) *Cibercultura*, México: Anthropos.

-Lister, Martin; Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant y Kieran Kelly (2003) *New media: a critical introduction*, Usa-Canada-Inglaterra: Routledge.

-Lucas, Antonio (2000) *La nueva Sociedad de la Información: una perspectiva desde Silicon Valley*, España: Trotta.

-Lyon, David (2000) *Postmodernidad*, España: Alianza.

-Mackay, Hugh (2001) "The information society: continuity or change" en Mackay, Hugh, Wendy Maples y Paul Reynolds (eds.) *Investigating the Information Society*, Reino Unido: Routledge.

-Maffesoli, Michel (2000) "Sociedad o comunidad: tribalismo y sentimiento de pertinencia" en Portella, Eduardo (ed.) *Caminos del pensamiento, hacia nuevos lenguajes*, París: UNESCO.

----- (2004) *El tiempo de las tribus*, México: Siglo XXI.

----- (2007) "Postmodernidad. Las criptas de la vida" en *Cuaderno Venezolano de Sociología*. Disponible en:

<<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/122/12215220.pdf>>

Fecha de consulta: julio 2009.

-Margulis, Mario y Marcelo Urresti (1998) *La construcción social de la condición de juventud* en Cubides C., Humberto; María Cristina Laverde Toscano y Carlos Eduardo Valderrama (editores) *Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*, Colombia: Universidad Central-DIUC-Siglo del Hombre Editores.

-Marí, Víctor Manuel (2006) "Tecnologías de la información y Movimientos Sociales en Andalucía. Estrategias de apropiación ciudadana de Internet". Conferencia IX Congreso IBERCOM, Sevilla-Cádiz.

-Markman, Kris M. (2009) "So what shall we talk about Openings and Closings in Chat-Based Virtual Meetings" en *Journal of Business Communication* 46 (1).

-Martín Serrano, Manuel (2002) "La prolongación de la etapa juvenil de la vida y sus efectos en la socialización" en *Estudios de Juventud* 56.

-Mattelart, Armand (2002) *Historia de la sociedad de la información*, España: Paidós.

-Mayans i Planells, Joan (2002) *Género Chat o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*, España: Gedisa.

-McEntee, Eileen (2003) *Comunicación oral*, México: McGraw-Hill.

-McQuail, Denis (2001) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. México: Paidós.

-Miller, Carolyn R. y Dawn Shepherd (200?) "Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog". Disponible en:

<[http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging\\_as\\_social\\_action\\_a\\_genre\\_analysis\\_of\\_the\\_weblog.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action_a_genre_analysis_of_the_weblog.html)>

Fecha de consulta: julio 2009.

-Montagu, Arturo; Diego Pimentel y Martín Groisman (2004) *Cultura digital: comunicación y sociedad*, Argentina: Paidós.



- Nardi, Bonnie; Diane J. Schiano y Michelle Gumbrecht (2004) "Blogging as Social Activity, or, Would You Let 900 Million People Read Your Diary?" *Conference '04*, Month 1-2, 2004, City, State, Country. Disponible en:  
<[http://home.comcast.net/~diane.schiano/CSC\\_W04.Blog.pdf](http://home.comcast.net/~diane.schiano/CSC_W04.Blog.pdf)>  
Fecha de consulta Julio 2009.
- Nateras, Alfredo (2001) "Trazos y trayectos de lo emergente juvenil contemporáneo" en Reguillo, Rossana; Carlos Feixa *et ál.* (coords.) *Tiempo de híbridos: entre Siglos jóvenes México-Cataluña*, México: Instituto Mexicano de la Juventud.
- Negroponte, Nicholas (1999) *El mundo digital*, España: ediciones B.
- Ologeanu-Taddei, Roxana y Adrian Staii (2009) "L'épineuse question de l'appropriation: approches et méthodes d'études" (artículo inédito). Disponible en:  
<[http://w3.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2008-supplement/OlogeanuStaii/index.php](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2008-supplement/OlogeanuStaii/index.php)>  
Fecha de consulta: mayo de 2009.
- Orihuela, José Luis (2002) "Internet: Nuevos Paradigmas de la Comunicación" en *Chasqui* 77. Disponible en:  
<<http://www.comunica.org/chasqui/77/orihuela77.htm>>  
Fecha de consulta: mayo de 2008.
- (2004) "Weblogs: el medio y el mensaje" en *Nuestro Tiempo* 601-602. Disponible en:  
<<http://www.ideasapiens.com/blogs/Medios/archivos/000254.html>>  
Fecha de consulta: julio 2009.
- Orozco, Guillermo (2002) "Mediaciones tecnológicas y des-ordenamientos comunicacionales" en *Signo y pensamiento* 41(XXI). Disponible en:  
<<http://www.javeriana.edu.co/signoy/pdf/4103.pdf>>  
Fecha de consulta: noviembre 2008.
- Paoli, Antonio (2004) *Comunicación e información*, México: Trillas.
- Papacharissi, Zizi (2007) "Audiences as Media Producers: Content Analysis of 260 Blogs" en Tremayne, Mark (ed.) *Blogging, Citizenship, and the Future of Media*, New York: Routledge.
- Pedersen, Sarah y Caroline Macafee (2007) "Gender Differences in British Blogging" en *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (4).
- Pérez Islas, José Antonio (2004) "Historizar a los jóvenes: propuesta para buscar los inicios" en Pérez Islas, José Antonio y Maritza Urteaga Castro-Pozo (coords.) *Historias de los jóvenes en México: su presencia en el Siglo XX*, México: Instituto Mexicano de la Juventud-Secretaría de Gobernación-Archivo General de la Nación.
- Pinch, Trevor (1997) "La construcción social de la tecnología: una revisión" en Santos, M. J. y R. Díaz (comps.) *Innovación tecnológica y procesos culturales, Nuevas perspectivas teóricas*, México: FCE-UNAM.

-Piscitelli, Alejandro (2002) *Ciberculturas 2.0: en la era de las máquinas inteligentes*, Argentina: Paidós.

----- (2006) “Comunicadores del Siglo XXI: Nuevos Profesional para Nuevas Audiencias”. Encuentro Internacional de Comunicación, Facultad de Comunicación y Diseño Universidad Mayor Santiago de Chile: 28, 29 y 30 de junio 2006. Disponible en: <<http://www.comunicacionmayor.cl/ponencias/Conferencia%20Alejandro%20Piscitelli.pdf>>  
Fecha de consulta: octubre de 2008.

-Proulx, Serge (2001) “Les formes d’appropriation d’une culture numérique comme enjeu d’une société du savoir”. Conférence de clôture, Gouvernance et usages d’Internet: vers un nouvel environnement normatif?, Colloque franco-québécois, Montréal. Disponible en: <<http://www.artesi.artesiidf.com/public/anv/document.srv?id= 6112>>  
Fecha de consulta: octubre de 2008.

----- , Julien Rueff y Nicolas Lecomte (2007) “Une appropriation communautaire des technologies numériques de l’information”, Canada: Universidad de Québec. Disponible en: <<http://www3.fis.utoronto.ca/iprp/cracin/publications/pdfs/final/Proulx,%20Rueff%20et%20Lecomte%20%20Rapport.pdf>>  
Fecha de consulta: mayo de 2009.

-Qian, H. y Scott, C. R. (2007) “Anonymity and self-disclosure on weblogs” en *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (4). Disponible en: <<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/qian.html>>  
Fecha de consulta: julio 2009.

-Ramírez, Bertha Teresa (2010) “Jóvenes, sector marginado del modelo social dominante” en *la Jornada* 30/11/2010. Disponible en: <<http://www.jornada.unam.mx/2010/11/30/index.php?section=capital&article =036n1cap>>  
Fecha de consulta: febrero de 2011.

-Ramírez Varela Francisco (2008) “El mito de la cultura juvenil” en *Última década* 28.

-Reygadas, Luis (2004) “Las redes de la desigualdad: un enfoque multidimensional”, en *Política y Cultura*, núm. 22, México: UAM-Xochimilco.

-Rheingold, Howard (2004) *Multitudes Inteligentes: la próxima revolución social*, Barcelona: Gedisa.

-Robinson, Scott (2006) “Después de e-México: Una Propuesta” en *Razón y Palabra* 51. Disponible en: <<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n51/srobinson.html>>  
Fecha de consulta: octubre 2008.

-Rojas, Octavio Isaac; Julio Alonso, José Luis Antúnez, José Luis Orihuela y Juan Varela (2006) *Blogs: La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas, políticos y ciudadanos*, Madrid: ESIC.

-Romano, Eduardo (2000) *La cultura digital: navegantes de Internet, personalidades interactivas y agrupamientos virtuales*, Argentina: Lugar.

-Rowse, Darren (2005) “20 Types of Blog Posts - Battling Bloggers Block”. Disponible en: <<http://www.problogger.net/archives/2005/11/29/20-types-of-blog-posts-battling-bloggers-block/>>  
Fecha de consulta: mayo de 2009.

-San Juan, Ileana Gisela (2008) “Cultura digital y reconfiguración del *habitus* tecnológico. Reflexiones teóricas y filosóficas” en *Razón y Palabra* 64. Disponible en: <<http://www.razonypalabra.org.mx/N/n64/actual/igisela.html>>  
Fecha de consulta: diciembre 2008.

-Sánchez Badillo, Jorge (2006) “Los *weblogs* como herramientas para la construcción de la información en Internet” (Tesis), México: UNAM.

-Santos, M. J. y Rodrigo Díaz (2003) “El análisis del poder en la relación Tecnología y Cultura: una perspectiva Antropológica” en Santos, M. J. (coord.) *Perspectiva y desafíos de la educación ciencia y Tecnología*, México: IIS-UNAM.

-Sassen, Saskia (2004) “Towards a sociology of information technology” en Avgerou, Chisanti; Claudio Ciborra y Frank Land (eds.) *The social study of Information and Communication Technology. Innovation, actors, and Contexts*, Gran Bretaña: Oxford Press.

-Scheidt, Lois Ann (2006) “Adolescent Diary Weblogs and the Unseen Audience”, Disponible en: <[http://ella.slis.indiana.edu/~lscheidt/publishing/Adolescent\\_Diary\\_Weblogs\\_and\\_the\\_Unseen\\_Audience.pdf](http://ella.slis.indiana.edu/~lscheidt/publishing/Adolescent_Diary_Weblogs_and_the_Unseen_Audience.pdf)>  
Fecha de consulta: julio de 2009.

----- y Elijah Wright (200?) “Common Visual Design Elements of Weblogs”. Disponible en: <[http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/common\\_visual.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/common_visual.html)>  
Fecha de consulta: julio de 2009.

-Siles, Ignacio (2005) “Sobre el uso de las tecnologías en la sociedad tres perspectivas teóricas para el estudio de las tecnologías de la comunicación” en *Reflexiones* 83. Disponible en: <[http://reflexiones.fcs.ucr.ac.cr/documentos/83\\_2/sobre\\_el\\_uso.pdf](http://reflexiones.fcs.ucr.ac.cr/documentos/83_2/sobre_el_uso.pdf)>  
Fecha de consulta: octubre 2008.

-Spitzberg, B. H. (2006) “Preliminary development of a model and measure of computer-mediated communication (CMC) competence” en *Journal of Computer-Mediated Communication* 11.

-Stefanone, M. A. y G. Gay (2008) “Structural reproduction of social networks in computer-mediated communication forums” en *Behaviour & Information Technology* 27 (2).

-Stevenson, Nick (2001) "The future of public media cultures: morality, ethics and ambivalence" en Webster, Frank (ed.) *Culture and Politics in the information Age*, Gran Bretaña: Routledge Taylor & Francis Group.

-Tan, Kenny W. P. y Benjamin H. Detenber (2006) "Audio weblogs: Communication breakthrough or communication overload?". Paper submitted for presentation to the Information Systems Division of the International Communication Association for the annual conference to be held in Dresden, Germany June. Disponible en:

<[http://www.allacademic.com/meta/p\\_mla\\_apa\\_research\\_citation/0/9/1/3/9/pages91396/p91396-1.php](http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/9/1/3/9/pages91396/p91396-1.php)>

Fecha de consulta: mayo de 2009.

-Tan, Wee-Kek y Hock-Hai Teo (2009) "Blogging to express self and social identities, any one?". 17th European Conference on Information Systems. Disponible en:

<<http://www.ecis2009.it/papers/ecis2009-0079.pdf>>

Fecha de consulta Julio de 2009.

-Taylor, Charles (2006) *Imaginario sociales modernos*, Barcelona: Paidós.

-*Technorati* (2007) "State of the Blogosphere". Disponible en:

<<http://www.sifry.com/alerts/archives/000493.html>>

Fecha de consulta: febrero de 2011.

-Thompson, Gary (200?) "Visual factors in constructing authenticity in weblogs". Disponible en:

<[http://www6.svsu.edu/~glt/ICA\\_visauth\\_index.html](http://www6.svsu.edu/~glt/ICA_visauth_index.html)>

Fecha de consulta: Julio de 2009.

-Thompson, John B. (2002) *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, México: UAM-Xochimilco.

-Toffler, Alvin (1981) *La tercera ola*, Bogotá: Ediciones nacionales.

- Trammell, K. D. (2009) "Looking at the Pieces to Understand the Whole: An Analysis of Blog Posts, Comments, and Trackbacks". Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, New York City. Disponible en:

<[http://www.allacademic.com/meta/p\\_mla\\_apa\\_research\\_citation/0/1/3/3/0/pages13300/p13300-1.php](http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/1/3/3/0/pages13300/p13300-1.php)>

Fecha de consulta: julio de 2009.

-Trejo Delarbre, Raúl (1996) *La Nueva Alfombra Mágica. Usos y mitos de Internet, la Red de Redes*, México: Diana.

----- (2003) "La Internet como bien público: acceso, brechas y puentes transitables en la construcción de la Sociedad de la Información. Notas para una discusión más amplia", en *Diálogos de la Comunicación* 67. Disponible en:

<[http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos\\_epoca/pdf/67-03RaulTrejo.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/67-03RaulTrejo.pdf)>

Fecha de consulta: octubre 2008.

- (2004) “La investigación latinoamericana sobre Internet. Brechas digitales y diversidad analítica” en *Telos* 61. Disponible en:  
<<http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=3&rev=61>>  
Fecha de consulta: octubre 2008.
- (2006) *Viviendo en el Aleph. La Sociedad de la Información y sus laberintos*, España: Gedisa-ILCE.
- Tremayne, Mark (2007) “Preface: blog terminology” en Tremayne, Mark (ed.) *Blogging, Citizenship, and the Future of Media*, New York: Routledge, p. VII.
- Tricas, Fernando; Víctor Ruiz y Juan J. Merelo (2003) “Do we live in a small world? Measuring the Spanish-speaking Blogosphere”. Disponible en:  
<[http://www.blogalia.com/pdf/20030506blog\\_talk.pdf](http://www.blogalia.com/pdf/20030506blog_talk.pdf)>  
Fecha de consulta: julio de 2009.
- Tully, Claus J. (2007) “La socialización en el presente digital. Información y contextualización” en *CTS* 8 (3).
- Tyler, Josha R. y John C. Tang (2003) “When Can I Expect an Email Response? A Study of Rhythms in Email Usage”. Eighth European Conference on Computer-supported Cooperative Work, 14-16 september 2003, Helsinki, Finland. Disponible en:  
<[http://www.ecscw.org/2003/013Tyler\\_ecscw03.pdf](http://www.ecscw.org/2003/013Tyler_ecscw03.pdf)>  
Fecha de consulta: octubre de 2009.
- Unión Internacional de Telecomunicaciones (2007) “Informe anual”. Disponible en:  
<[http://www.itu.int/dms\\_pub/itu-s/opb/conf/S-CONF-AREP-2007-PDF-S.pdf](http://www.itu.int/dms_pub/itu-s/opb/conf/S-CONF-AREP-2007-PDF-S.pdf)>  
Fecha de consulta: abril de 2009.
- Valenzuela Arce, José Manuel (1998) “Identidades juveniles” en Cubides C., Humberto; María Cristina Laverde Toscano y Carlos Eduardo Valderrama (editores) *Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*, Colombia: Universidad Central-DIUC - Siglo del Hombre Editores.
- Varela, Juan (2004) “El impacto de los medios sociales”. Disponible en:  
<<http://periodistas21.blogspot.com/2004/07/el-impacto-de-los-medios-sociales.html>>  
Fecha de consulta: julio de 2011.
- (2005) “Blogs vs MSM. Periodismo 3.0, la socialización de la información” en *Telos* 65. Disponible en:  
<<http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idArticulo=7&rev=65>>  
Fecha de consulta: julio 2009.
- Vitalis, André (1994) *Médias et nouvelles technologies. Pour une socio-politique des usages*, Renne: Apogée.
- Vizer, Eduardo (2003) *La trama invisible de la vida social*. Buenos Aires: La Crujía.
- Williams, Dimitri (2006) “On and off the Net: Scales for Social capital in an Online Era” en *Journal of Computer-Mediated Communication* 11 (2).

-Winocur, Rosalía (2006) "Internet en la vida cotidiana de los jóvenes" en *Revista Mexicana de Sociología* 3, México: IIS-UNAM.

----- (2007) "Nuevas Tecnologías y usuarios. La apropiación de las TIC en la vida cotidiana" en *Telos* 73. Disponible en:

<<http://www.campusred.net/TELOS/articuloexperiencia.asp?idarticulo=1&rev=73>>

Fecha de consulta: noviembre 2008.

-Wolton, Dominique (2000a) *Internet, ¿y después?*, España: Gedisa.

----- (2000b) *Sobrevivir a Internet*, España: Gedisa.

-Woolgar, Steve (1996) "Technologies as cultural artefacts" en Dutton William (ed.) *Information and Communication Technologies. Visions and realities*, Gran Bretaña: Oxford Press.

-Xie, Lie (200?) "Non-Journalist Webloggers vs. Mainstream Media: Putting the Missing Puzzle Back to the Picture". Disponible en:

<[http://www.allacademic.com/meta/p\\_mla\\_apa\\_research\\_citation/1/7/1/5/8/pages171584/p171584-1.php](http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/1/7/1/5/8/pages171584/p171584-1.php)>

Fecha de consulta: mayo de 2009.