La jerarquía de lo visible

POR **ADOLFO ESTALELLA**

La *blogosfera* es un espacio abierto. Cualquiera puede participar, pero no todos tienen la misma visibilidad. A través del uso cotidiano que los autores de *blogs* hacen de los hiperenlaces emerge una jerarquía de visibilidad que funciona como un sistema de filtrado según el cual lo más relevante es lo más visible. Este mecanismo de selección de la información permite que las voces individuales de la *blogosfera*sobresalgan y destaquen en el vasto espacio informacional de Internet.

Los *blogs* se han convertido en uno de los grandes fenómenos de Internet en los últimos dos años: la emergencia de un vasto espacio de comunicación en el que millones de ciudadanos se convierten en activos comunicadores (Rainie, 2005).

La blogosfera, abierta a la libre participación y jerarquizada según el reconocimiento social, es similar a otras comunidades colaborativas de carácter meritocrático. Pero para los autores de *blogs* el sostenimiento de su actividad nace del prurito por ser leído, escuchado, referenciado… de ser, a fin de cuentas, reconocidos socialmente tanto por sus lectores como por otros *bloggers*.

La práctica de los *bloggers* puede describirse como un género de escritura referencial. Los *blogs* están plagados de hiperenlaces a través de los cuales sus autores referencian artículos, apuntan hacia *blogs* afines o enlazan materiales de todo tipo, generando de esta forma la arquitectura de la blogosfera, de la cual emerge una jerarquía de visibilidad que hace más visible aquello más relevante y funciona como un sistema de filtrado colaborativo de la información.

Hiperenlaces, la sustancia de la blogosfera

La blogosfera es un espacio extenso sin límites definidos, muy diferente en este sentido a otros

Fundación Telefónica
Telefónica

géneros de comunicación, espacios o agrupaciones en Internet como por ejemplo un *chat*, un grupo de noticias o una lista de correo, donde los límites del espacio de comunicación se encuentran perfectamente marcados.

La práctica cotidiana de los autores de *blogs* es intensamente hipertextual. Su escritura es un género referencial. Los autores de *blogs* usan diferentes tipos de referencias e hiperenlaces con distintas funciones como dar crédito a las fuentes de las que se obtiene la información, una forma de reconocimiento o un mecanismo para mantener diálogos deslocalizados.

Un ejemplo de este uso de los hiperenlaces es el llamado *blogroll,* un elemento común que consiste en una colección de hiperenlaces, colocados normalmente en uno de los laterales del *blog*, que apuntan a otros *blogs* afines, que pertenecen a amigos del autor, que son relevantes, etcétera.

Los hiperenlaces son un mecanismo de enorme importancia en la blogosfera y en torno a ellos se han desarrollado distintos servicios como, por ejemplo, *Technorati, BlogShares* y *del.icio.us* y funcionalidades como el *permalink* y el *trackback* (1)*,* que ilustran la importancia de la referencia en la blogosfera.

Mediante el uso de los hiperenlaces, un autor establece desde su *blog* un diálogo deslocalizado con otros *bloggers* (De Moor, 2004), trasciende las limitaciones de lo que es un espacio personal y se inserta en una red de vínculos y relaciones. Ante la falta de límites que acoten el espacio de comunicación y las posibilidades de interacción, los hiperenlaces son el medio con el que los *bloggers* construyen una interacción deslocalizada hecha de referencias y conversaciones con otros *bloggers* y con sus lectores.

Pero los hiperenlaces son sobre todo fundamentales para obtener visibilidad en una blogosfera que es extensa e ilimitada. Los hiperenlaces que apuntan hacia un *blog* son la forma que su autor tiene de ser leído, ser escuchado, ser ?visto?, y esto es fundamental para mantener la motivación de su actividad y para sostener la dinámica de la blogosfera.

De la identidad personal a la red sociotécnica

El *blog* es un nudo en el ciberespacio entre un autor y sus lectores, entre un *blog* y otros *blogs*. En un *blog* se deben considerar dos dimensiones: la individual y la relacional. No pueden comprenderse su existencia y su dinámica ni, por extensión, el funcionamiento de la blogosfera, sin remitirnos a su dimensión personalísima y a la relación con sus lectores y con otros *blogs*, como un nodo dentro de una red de relaciones.

El *blog* es un instrumento para la expresión personal y para la construcción de la identidad individual como lo es una página web personal (Chandler, 1998). A través del *blog*, cada autor da rienda suelta a la expresión de sus intereses y construye su identidad en el ciberespacio mediante un discurso continuo (Turkle, 1997), referenciador, en un diálogo permanente con otros *blogs* y con sus propios lectores.

Fundación Telefónica

Los blogueros quieren crear, ser escuchados y ser vistos. Este deseo se pone de manifiesto en el interés que muestra un buen número de autores por datos como las estadísticas de visitas o su puesto en clasificaciones, la posición obtenida por su *blog* en el *page rank* de *Google*, la participación en concursos, etcétera.

Obtener reconocimiento, sentir que se es eficaz y labrar una reputación es fundamental para que se mantenga la participación en comunidades colaborativas (Kollock, 2002). Estas motivaciones se aprecian entre los autores de *blogs*, pero hay sobre todo en ellos un deseo individualísimo de ser escuchados, de ser leídos, a fin de cuentas, de ser reconocidos, lo que lleva a que se genere un intenso sentido meritocrático en la práctica de los *bloggers*, el mismo que puede apreciarse en otro tipo de comunidades intensamente meritocráticas imbuidas de la ética *hacker* (2) (Contreras, 2004). La forma principal de ser reconocido en la blogosfera es a través de los hiperenlaces.

El uso de hiperenlaces y de referencias en la escritura hunde al *blog* en una red de vínculos sociales construidos a través de un sistema técnico: los hiperenlaces. En su práctica cotidiana el autor de un *blog* teje en torno a sí su red de significados, construye una red de relaciones sociotécnicas y queda dentro de las redes de significados y relaciones que otros tejen en torno a él (Hine, 2000).

Las conexiones de afinidad, los vínculos de reconocimiento, los lazos sociales de cercanía están construidos técnicamente en la blogosfera. Los hipervínculos no son únicamente el medio con el que se construye la interacción social, sino que constituyen la misma interacción. La blogosfera puede verse como una red social construida mediante medios técnicos o una red técnica que alberga una interacción social. O puede concebirse como una red sociotécnica en la que lo social se construye a través de lo técnico y lo técnico adquiere un sentido tan intensamente social que resulta imposible distinguir lo uno de lo otro, lo que es estrictamente técnico de lo que es social (Bijker et al., 1989; Bijker, 1995). Emerge así la dimensión sociotécnica de la blogosfera, como una composición inextricable de ambas categorías.

La jerarquía de visibilidad

A través del uso de los hiperenlaces surge la estructura de la blogosfera: su arquitectura sociotécnica. Una arquitectura emergente, sedimentaria y dinámica que organiza el espacio de *blogs*.

La blogosfera es un espacio abierto, sin límites ni diseño técnico predeterminado; con una arquitectura dinámica, porque se encuentra en un proceso de construcción permanente. Los nuevos hiperenlaces y referencias que forman la arquitectura se añaden a los existentes, cambiando paulatinamente la estructura del espacio de *blogs*.

A medida que se añaden nuevos enlaces, se acumulan sobre los anteriores y el carácter sedimentario de estas referencias dota de sentido histórico a la estructura de la blogosfera. El reconocimiento, en forma de hiperenlaces y referencias, permanece y se acumula. Los

Fundación Telefónica

hiperenlaces guardan la memoria cambiante de la blogosfera (Candeira, 2001), y este carácter sedimentario genera una jerarquía de visibilidad.

Cualquier tipo de producción colectiva en Internet plantea la cuestión acerca de la calidad intrínseca de esta producción (Terdiman, 2005) (ya sea *software*, artículos de enciclopedias, noticias, etc.). Parece evidente que para los miembros de estas agrupaciones y comunidades asentadas lo que se produce en ellas es significativo, les resulta relevante y de interés.

En el caso de la blogosfera, la jerarquía de visibilidad permite el filtrado, y por lo tanto, la producción de información significativa (3) (Estalella, 2005b), frente al caos y la cacofonía informacional a las que se expone cualquier espacio abierto a la libre participación (4) (Stone, 1993, Flichy, 2003).

El individualismo expresivo del blogger, motor de la blogosfera

Uno de los fenómenos más fascinantes de Internet y el universo digital es la aparición de la colaboración, más aún la aparición de colaboración en entornos abiertos en los que cualquiera pueda participar (Smith y Kollock, 2003), un terreno abonado para que se produzca el caos (Kollock, 1996; Estalella, 2005a), característica que la convierte en un proceso extremadamente sensible.

Pero, pese a las similitudes con comunidades, espacios o proyectos colaborativos (*Wikipedia, Linux* y el software libre, etcétera), en lo que se refiere por ejemplo a su espíritu por compartir información y conocimiento, su carácter meritocrático… la blogosfera presenta una diferencia fundamental: no hay un propósito establecido en ella, como puede ser el desarrollo de un programa de *software* determinado (*Linux* y el *software* libre) o la creación de artículos de enciclopedia (*Wikipedia*). Esto lleva a que la dinámica de la blogosfera se mantiene por el deseo intimísimo de expresión de los *bloggers*. No hay un propósito colectivo dentro de la blogosfera que impulse su labor. La blogosfera comparte muchas características con otras comunidades colaborativas, pero no puede decirse que sea una comunidad colaborativa.

Y este deseo de expresión de los *bloggers* encaja perfectamente con la arquitectura de la blogosfera y su jerarquía de visibilidad. No es difícil comprender lo óptimo de este mecanismo ya que de esa jerarquía surge el acicate para la motivación de los *bloggers*.

La voz individual del blog sobresale en la inmensidad de Internet

Internet ha sido alabado desde sus primeros comienzos por ser un espacio abierto a la libre expresión en el que cualquier ciudadano puede participar. Un espacio democratizador, horizontal, abierto… son algunos de los calificativos que se han aplicado a la Red.

Sin embargo, en un vasto océano de información, las voces individuales quedan ahogadas. El

Fundación Telefónica
Telefónica

pretendido carácter democratizador de Internet se diluye en su inmensidad inabarcable. De nada sirve poder participar y expresarse si nadie puede escuchar lo que uno dice.

La mayor parte de lo que un ciudadano publica o expresa en la Red no es escuchado por nadie, pero la blogosfera transforma esta situación. La emergencia de una estructura basada en los hiperenlaces hace que la blogosfera funcione de forma sinérgica, como un todo, y sobresalga en el mar de Internet.

Un *blog* de prestigio apunta a una determinada información o hace cierto comentario, que será recogido por otros *blogs*, que serán a su vez enlazados por otros más… de forma que el eco resonará por todos los rincones de la blogosfera (5) (Glasner, 2003). La jerarquía de visibilidad lleva a que las voces más relevantes sean catapultadas hacia la atención generalizada.

La conjunción de unos espacios individualísimos como los *blogs* dentro de una red jerarquizada hace que las voces de los ciudadanos tengan un alcance que no podrían haber soñado. La blogosfera funciona como un altavoz para la expresión personal, y aunque es un espacio abierto, no es un espacio horizontal en el que todos tengan el mismo peso. El mecanismo de filtrado colaborativo de la información dota de relevancia a la blogosfera en Internet y la convierte en un espacio de gran visibilidad. La voz individual de los *bloggers* se alza en Internet sobre los hombros de miles de otros *bloggers*.

Bibliografía

DE MOOR, A.: EFIMOVA, L.: «An argumentation analysis of *weblog* conversations», En Aakhus, M.: Lind, M.: (eds.), *Proceedings of 9th International Working Conference on the Language-Action Perspective on Communication Modelling (LAP 2004)*, New Brunswick, 2-3 de junio 2004, https://doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-41656/lap2004_demoor_efimova.pdf.

BIJKER, W. E.: *Of Bicycles, Bakelites and Bulbs. Towards a Theory of Sociotechnical Change*, MIT Press, Cambridge, 1995.

BIJKER, W. E.: HUGES, T. P. PINCH, T (eds.), *The social Construccion of Technological Systems,* MIT Press, Cambridge, 1989.

CAMPBELL HALAVAIS, A. M.: «The Slashdot Effect: Analysis of a Large-Scale Public Conversation on the World Wide Web», Tesis de la Universidad de Washington, 2001, http://alex.halavais.net/research/diss.pdf

CANDEIRA, J.: «La Web como memoria organizada: el hipocampo colectivo de la red», *Revista de Occidente*, 239, Madrid, 2001, http://jamillan.com/para_can.htm

CONTRERAS, P.: *Me llamo Kofham. Identidad hacker; una aproximación antropológica*, Gedisa, Barcelona, 2004.
CHANDLER, D.: *Personal Home Pages and the Construction of Identities on the Web*, 1998,

Fundación Telefónica

http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html

ESTALELLA, A.: «Pobrecito hablador. Conflictos por la libre participación en una comunidad colaborativa», *Athenea Digital*, núm. 7, 2005a,

http://www.bib.uab.es/pub/athenea/15788646n7a12.pdf

ESTALELLA, A.: «Pobrecito hablador. Las tensiones de la producción colaborativa en un entorno de participación abierta (Etnografía simétrica de un *weblog* colectivo dedicado a la producción de noticias)», Tesis presentada en la Universitat Oberta de Catalunya, enero de 2005b.

FLICHY, P.: *Lo imaginario de Internet*, Madrid, Editorial Tecnos, 2003.

FUMERO, A.: «El abecé del universo *blog*», *TELOS,* 65, octubre-diciembre, 2005.

GLASNER, J.: «Search Results Clogged by Blogs», *Wired News*, 16 mayo 2003,

http://www.wired.com/news/business/0,1367,58838,00.html?tw=wn_story_related

HINE, C.: *Virtual Ethnography*, Londres, SAGE, 2000.

KOLLOCK, P.: «Regalos y bienes públicos en el ciberespacio», en SMITH, M.: KOLLOCK, P. (eds.) *Comunidades en el ciberespacio*, págs. 259-282, Editorial UOC, Barcelona, 2003.

RAINIE, L. (ed.): «The State of Blogging», *Pew Internet and American Life Project*, febrero 2005, http://www.pewinternet.org/PPF/r/144/report_display.asp

SMITH, M.: KOLLOCK, P.: «Las comunidades en el ciberespacio», en SMITH, M.: KOLLOCK, P. (eds.) *Comunidades en el ciberespacio*, págs. 19-47. Editorial UOC, Barcelona, 2003.

STONE, A. R.: «Will the Real Body Please Stand Up?», en BENEDIKT, M.: *Cyberspace: First Steps*, págs. 81-118, MIT Press, Cambridge, 1991.

TERDIMAN, D.: «Wikipedia Faces Growing Pains», *Wired News*, 10 de enero de 2005, http://www.wired.com/news/culture/0,1284,66210,00.html

TURKLE, S.: *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en Internet*, Paidós, Barcelona, 1997.

Fundación Telefónica