

“BLOGUEANDO” A LA TICA: UNA MIRADA AL USO DE LOS BLOGS EN COSTA RICA

Ignacio Siles González

Resumen

El artículo explora la utilización de una de las tecnologías más populares de la cultura digital contemporánea en Costa Rica: el blog. En primera instancia, se detallan algunas consideraciones metodológicas sobre las que reposa el análisis presentado. Posteriormente, se examina brevemente la historia del blog en Costa Rica y se describen varias tendencias generales del uso de esta tecnología en el país, con base en una muestra de 130 blogs costarricenses, una exploración etnográfica de 10 blogs y diversas entrevistas a sus creadores. La tercera parte del texto profundiza en tres dinámicas concretas de su apropiación local: el proceso de re/producción de contenidos para el blog, la relación entre los contenidos del blog y la construcción de identidades de sus usuarios, y los mecanismos de comunicación establecidos entre usuarios mediante sus sitios web.

Palabras clave: blog, weblog, Internet, Costa Rica, cultura digital.

Abstract

This paper explores the use of one of the most popular technologies in Costa Rica's contemporary digital culture: the blog. First, the article describes some methodological considerations on which the analysis draws. A short history of the blog in Costa Rica is explained next, followed by an analysis of the patterns of the blog's appropriation in the country based on a sample of 130 Costa Rican blogs, an ethnographical exploration of 10 blogs, and several interviews with their creators. The third part of the article attempts to cast some light on three concrete dynamics of the blog's local appropriation: the process of re/production of contents, the relationship between the contents published on the blog and the identities constructed by its users, and the means of communication established between users through their websites.

Key words: blog, weblog, Internet, Costa Rica, digital culture.

Introducción

El uso del blog¹ se ha popularizado en Costa Rica en el transcurso de la segunda mitad de la presente década. Conforme gana prominencia en el mundo de interacciones de Internet, el blog se ha convertido en un medio de reflexión introspectiva, un canal de expresión de opiniones variadas, un grito escrito de denuncia, un

ejercicio académico sin calificación, una práctica periodística sin supervisión (aunque no sin censura), una ventana a la vida íntima de sus usuarios, un instrumento de movilización política, un registro de pensamientos de diferente naturaleza, una exhibición constante de imágenes, vídeos o fotografías, un experimento literario sin final o, en la mayoría de los casos, un híbrido de todo lo anterior. Ante esta pluralidad de significados y matices en su definición, se hacen pertinentes las palabras de Bruns y Jacobs: “hay una necesidad clara de interrogar el rango de estilos de los blogs utilizados por diferentes disciplinas y grupos culturales, y de desarrollar un léxico para articular los mecanismos más efectivos de bloguear en diferentes contextos” (Bruns & Jacobs, 2006:3).

Esta necesidad de mayor elucidación en el análisis de los blogs se ha traducido en diversos tipos de investigaciones. Cierta énfasis de estudio se ha dedicado a la clarificación de las particularidades del blog como género o formato de comunicación (Herring et al., 2005; Scheidt y Wright, 2004; Schmidt, 2007), así como a profundizar sobre las características sociodemográficas y los patrones de comportamiento de sus diferentes grupos de usuarios (Lenhart y Fox, 2006; Wei, 2004). Asimismo, otro tema de investigación recurrente han sido las dinámicas de apropiación del blog por parte de diversas comunidades de prácticas e intereses, dentro de las que destacan las periodísticas (Robinson, 2006), políticas (Foot y Schneider, 2006; Kahn y Kellner, 2008), académicas (Mortensen y Walker, 2002) y comerciales (Bruns y Jacobs, 2006; Sprague, 2007). De forma paralela, otro objeto de análisis privilegiado han sido las singularidades de interacción establecidas por medio del blog según el género de sus usuarios (Pedersen y Macafee, 2007; van Doorn, van Zoonen y Wyatt, 2007), las subculturas en las que son apropiadas (Hodkinson, 2006), o las nacionalidades específicas de quienes son sus creadores (Cerezo, 2006; Schaap, 2004). En la reflexión hispanoamericana sobre el tema, los mismos patrones de investigación pueden ser identificados (como se refleja en el número 76 de la Revista Diálogos de la Comunicación de FELAFACS [2008] y el número 65 de la Revista TELOS [2005]).

Diversas preguntas se derivan de las afirmaciones anteriores. ¿Tiene el blog especificidad cultural? ¿Es bloguear una actividad con características singulares según el género? ¿Qué prácticas pueden ser asociadas a esta tecnología en contextos determinados? En las páginas que siguen, se exploran algunas tendencias generales del uso dado a los blogs en Costa Rica, ciertas características de sus usuarios, el significado que esta tecnología tiene para algunos de ellos, y las principales dinámicas que caracterizan su utilización según distintos usuarios del país. Este texto no tiene como propósito definir una forma única o correcta de utilizar el blog en Costa Rica, ni encontrar por lo tanto al usuario “típico” de esta tecnología. Al contrario, la investigación procura dar cuenta de la trama de matices que caracterizan la apropiación de blog para un grupo de sus usuarios. Se intenta demostrar que el blog representa también una oportunidad singular de pensar una dimensión de la producción cultural en Costa Rica en la primera década del siglo XXI.

Para abordar esta investigación, se explica en primera instancia la estrategia metodológica sobre la que reposa este análisis. Este artículo reporta los primeros resultados de una investigación realizada a una muestra de usuarios del blog en Costa Rica, que incluyó la exploración de datos obtenidos mediante un cuestionario en línea, así como el análisis estructural de sus sitios web y entrevistas a diversos usuarios de

esta tecnología. La segunda sección del texto tiene como propósito comprender las características generales de utilización del blog por parte de un grupo de sus usuarios en el país y algunas dinámicas de su apropiación. Finalmente, la última sección analiza con más detalle tres procesos de apropiación particular del blog en el país: la creación de contenidos, la relación entre los contenidos del blog y la identidad de sus usuarios, y las dinámicas de comunicación establecidas entre blogs del país.

Desde el punto de vista teórico, esta investigación se fundamenta en un intento por articular dos tradiciones de análisis en particular: los estudios de la ciencia y la tecnología (particularmente la teoría del actor-red; véase Latour, 2005) y los estudios sobre la comunicación por medio de Internet (también llamados estudios sobre comunicación mediada por computadora) (Walther, Gay y Hancock, 2005). De particular importancia en esta juntura es el concepto de script o guión tecnológico (Akrich, 1992), según el cual el uso de una tecnología está vinculado al conjunto de capacidades, comportamientos e intereses de los usuarios según visualizados por los diseñadores de la tecnología, e inscritos en el artefacto tecnológico (en este caso la interfaz del blog). La tecnología funciona como un guión que contiene los usos esperados por parte de sus usuarios. En palabras de Thierry Bardini, “la innovación tecnológica exige inicialmente un script que define personajes específicos para sus usuarios, independientemente de cualquier actor que pueda asumir esos papeles” (2000:106). Así, el script inscrito en el artefacto es una forma de estructurar la experiencia que tienen sus usuarios, la cual puede ser también renegociada aunque con mayor dificultad. Este texto explora la apropiación de los scripts contenidos en el blog por parte de un grupo de usuarios costarricenses.

Consideraciones metodológicas

Una parte sustancial de esta investigación está basada en un cuestionario en Internet con un total de 22 preguntas, completado por usuarios de Internet en Costa Rica que mantienen de forma regular uno o varios blogs. Las consultas planteadas tenían como objetivo profundizar en aspectos concretos como las prácticas regulares de uso de esta tecnología, las particularidades sociotécnicas de sus tendencias de utilización, el significado que le atribuyen a la tecnología en sus vidas cotidianas, aspectos generales del contenido de los blogs, y cierta información personal. El cuestionario fue ubicado en el sitio web de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica.

Con el propósito de aumentar el número de participantes en la investigación, se recurrió a un sitio web que agrupa a diversos blogs² del país llamado TicoBlogs.com, autodefinido como “la comunidad de blogs costarricenses”³. Evidentemente, este tipo de sitios web no registra de forma exhaustiva los blogs existentes en el país, por lo que el uso de directorios de blogs para aumentar la cantidad de participantes en la investigación sólo puede considerarse pertinente en casos donde la cantidad de usuarios sea relativamente pequeña (Li y Walejko, 2008). Debido al éxito de esta estrategia, y con el propósito de disminuir el sesgo que podría suponer el énfasis en una sola comunidad de blogs del país, una iniciativa similar fue seguida una semana después, cuando otro directorio de blogs costarricenses llamado TicoBlogger⁴ accedió a invitar

a sus 52 miembros registrados en ese momento a participar en la investigación. En total, se obtuvieron 151 respuestas entre septiembre y diciembre de 2007, incluyendo a las personas creadoras de un blog que fueron invitadas directamente a participar en la investigación y a las que lo hicieron mediante la convocatoria a los dos directorios. Un grupo de 130 cuestionarios fueron seleccionados finalmente para el análisis, de los cuales dos terceras partes fueron recuperadas mediante los directorios de blogs, mientras que el otro tercio estuvo constituido por usuarios que no participan de éstos. La información suministrada en los 130 cuestionarios fue cotejada con los respectivos blogs para verificar su coherencia.

La interpretación de los cuestionarios se combinó con diversas técnicas de análisis de sitios web de carácter etnográfico (inspiradas en otras investigaciones similares, Bakardjieva, 2005; Hine, 2000; Li y Walejko, 2008; Schneider y Foot, 2004). Así, un grupo de 10 blogs costarricenses fue analizado entre enero y junio de 2008, tomando en consideración tres dimensiones analíticas concretas:

- La dimensión textual y visual del blog: se consideró el tema de las entradas discutidas, las estrategias retóricas movilizadas, el propósito de los comentarios por parte de otros usuarios, la presentación del creador del blog, así como el tipo y propósito de los recursos multimedia empleados en el blog (imágenes, videos, gráficos, entre otros).
- El blog como infraestructura: el blog fue analizado aquí como plataforma de creación de significados y relaciones por medio de un conjunto de características y elementos (affordances) infraestructurales del sitio web. Se analizó en particular la utilización de hipervínculos en el blog, el blogroll, las categorías (tags) de las entradas como sistema de navegación del sitio, los archivos, y los protocolos de sindicación (RSS).
- Las dinámicas socioculturales de integración de esta tecnología al conjunto de actividades de la vida cotidiana de diversos usuarios. En este sentido, de forma paralela a las estrategias metodológicas anteriormente citadas, un total de diez entrevistas semiestructuradas fueron realizadas a diversos creadores de blogs en el país, con el fin de complementar el análisis de lo acontecido en línea con una indagación de las particularidades socioculturales en las que el uso del blog acontece en Costa Rica.

Breve historia del blog en Costa Rica

En el contexto costarricense, la práctica de publicación de blogs inicia cerca del año 2000, con la emergencia de sitios web que podrían considerarse como híbridos entre diarios personales y bitácoras de información encontrada en línea. La creación de blogs en el país se originó para muchos de sus usuarios pioneros gracias a su vínculo profesional con Internet y sus relaciones de comunicación con otros usuarios del blog en países de América Latina. Uno de los primeros usuarios del blog en el país reflexiona sobre esta época, en un comentario publicado en su sitio web bajo el título "Egopost":

No recuerdo la fecha exacta pero sí tengo memoria que a principios de 1999 un emprendedor mexicano [...] me envió un correo electrónico preguntándome si conocía páginas del tipo weblog que pudiera visitar, adjuntándome varios ejemplos [...] La verdad es que nunca antes había visto sitios web de esa naturaleza, y una mezcla de impulso joven y una facilidad innata para redactar textos (tenía apenas dos años de trabajar con cosas de Internet, y ese mundo me era aún ancho y ajeno) me hicieron investigar a fondo este asunto de los blogs. Como era de esperarse, en aquel tiempo la abrumadora mayoría de sitios de este tipo eran publicados en inglés, y fuera de ese círculo eran contados, casi inexistentes, quienes se aventuraban a crear un blog en otro idioma (<http://www.porescrito.net/>, 08.04.08).

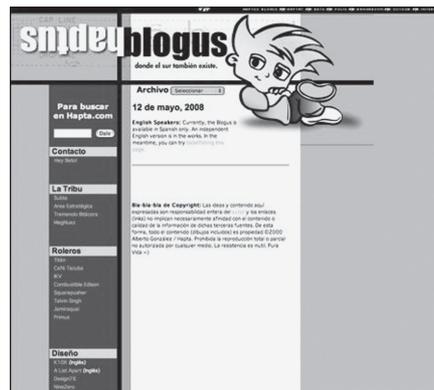
Implementar un blog en esa época implicaba tener ciertos conocimientos técnicos que permitieran la creación de un sistema de publicación de información y el desarrollo de un diseño singular, pues la aparición de plataformas de publicación por medio de plantillas era todavía un fenómeno reciente.

Figura 1
EL PRIMER BLOG COSTARRICENSE



Blog Pura Vida/hapta.com de Alberto González, 1999-2000.

Figura 2
EL PRIMER BLOG COSTARRICENSE



Blog Pura Vida/hapta.com de Alberto González, 1999-2000.

Blogs como *Pura Vida* (que luego evolucionó a *BetoBeto*), *Itzpapalotl* y *Pulpus* se destacan como algunos de los primeros blogs en el país. Ya a inicios de 2000, *Pura Vida*, quizá el primer blog costarricense (véanse Figuras 1 y 2), había hecho su aparición en la escena regional del blog, ganando el premio *Bloggie* por ser el “mejor blog latinoamericano”⁵. Llama la atención la utilización temprana de conceptos como “bitácora” o “diario cibernético” para conceptualizar el blog, y la intención de reivindicar la presencia de blogs escritos en español mediante el subtítulo del sitio: “donde el sur también existe”. A mediados del año 2000, su creador escribía:

Quizás el hecho de ser aún -con todo- una minoría quienes hacemos esto en español ha influido en nuestra concepción de este tipo de “diarios cibernéticos”. Yo no escribo en esta página para hacerme popular, ni por pensar que pueda hacer dinero con ello, o para estar en los Top 50 Blogs. Lo hago para compartir mi opinión con otros a quienes probablemente les interese y que - quizás- a la vez hacen lo suyo en sus propios sitios. Y usualmente la recompensa es la satisfacción que da un email con un comentario de alguien que invirtió parte de su tiempo observando (y leyendo) tu trabajo. Creo que eso es suficiente (23.06.00).

En la entrega siguiente de los premios *Bloggie*, el blog costarricense *Itzpapalotl* ganaría el mismo galardón en el año de su nacimiento⁶. Las experiencias iniciales de utilización del blog son narradas por sus usuarios precursores en términos de un proceso de exploración constante de Internet (muchas veces facilitado por sus dinámicas laborales) y de relación con usuarios de otros países donde el blog era también objeto de indagación. Las palabras de una usuaria pionera permiten describir la experiencia de tener un blog en Costa Rica en el año 2001:

La audiencia estaba limitada mucho más a otros bloggers de España y América Latina. Siempre había que estar explicando qué era un blog. Creo que a la gente le costaba más entender por qué uno escribiría sus cosas personales en la red [...]. Me parece que había más contacto entre los bloggers, nos leíamos mucho, nos comentábamos mucho, nos enlazábamos mucho (tenía sentido tener un blogroll porque no era de 500 links).

La percepción de ser un grupo “limitado” de usuarios costarricenses interesados en esta tecnología fue alterándose en la medida en que plataformas de publicación gratuita de blogs en la Web (en particular *Blogger*) ganaron popularidad, y el blog adquirió mayor notoriedad en otras partes del mundo (Siles, 2007). Aunque a mediados de la década del 2000 era posible identificar a la mayoría de las personas interesadas en esta tecnología (e inclusive organizar reuniones para conocerse), el número de blogs con sello “tico” creció hasta volverse indescifrable. Los matices en la apropiación del blog por parte de un grupo de estos usuarios es el tema de los próximos párrafos.

Blogueando a la tica: apropiaciones del blog en Costa Rica

Es difícil, sino imposible, determinar la cantidad total o el porcentaje específico de personas que bloguean en Costa Rica. En países como Estados Unidos e Inglaterra,

se calcula que no más del 8% de los usuarios de Internet mantienen un blog de forma regular (Bruns & Jacobs, 2006:2; Lenhart y Fox, 2006; Pedersen y Macafee, 2007).

A continuación, se detallan las características generales de la muestra de blogs analizados en la investigación, así como las tendencias principales de utilización de estos sitios web según manifestadas por el grupo de creadores de blogs consultado.

Cuadro 1
EDAD Y SEXO DE LOS USUARIOS DEL BLOG

Edad	Hombres		Mujeres		Total	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Menos de 18	4	4%	-	-	4	3%
18 a 25	39	42%	21	57%	59	45%
26 a 30	21	23%	11	30%	31	24%
31 a 35	13	14%	2	5%	15	12%
36 a 40	3	3%	1	3%	4	3%
41 a 50	7	8%	2	5%	9	7%
Más de 50	2	2%	-	-	2	2%
NS/NR	3	3%	-	-	3	2%
Total	92	100%	37	100%	130	100%

Fuente: Elaboración propia.

Un 70.8% de los usuarios del blog consultados son hombres, mientras que un 28.5% son mujeres. La mayoría de estos usuarios tenían entre 18 y 25 años (45%), seguidos por un 24% de las personas con edades entre los 26 y 30 años, y un 12% de usuarios entre 31 y 35 años. Apenas un 9% de los consultados afirmaron tener más de 41 años. Los usuarios menores de edad tampoco son numerosos (3%), lo cual podría atribuirse a la utilización de otro tipo de sitios web (particularmente redes sociales, e.g., Hi5, MySpace y Facebook, entre otros), más populares en este grupo de usuarios⁷. En promedio, la edad de los usuarios consultados fue de 27.4 años. En su mayoría, se trata de graduados universitarios (56.9%) o estudiantes universitarios (37.7%). Estas características son consistentes con el informe elaborado por Garrido y Lara tras su análisis de 662 blogs hispanoamericanos, según el cual “el perfil del blogger hispano es de un hombre (73%) joven (el 51% tiene entre 20 y 30 años), con estudios universitarios (70%) y con más de 5 años de experiencia en la Red en un 76% de los casos” (2008:2).

La práctica de creación de blogs en Costa Rica se inicia, para la mayoría de los usuarios consultados, a mediados de la década. Una abrumadora mayoría de los usuarios (90.7%) inició su blog después de 2004; específicamente, un 10.8% lo inició en 2004, un 22.3% en 2005, un 33% en 2006 y un 24.6% en 2007. Menos de un 6% de los usuarios creó su primer blog antes de 2003, y sólo 4 usuarios (de un total de 130) manifestaron haberlo iniciado entre 1999 y 2000, fecha para la cual pueden ubicarse los primeros blogs del país, como se mencionó anteriormente. En su análisis de la evolución histórica del blog en Costa Rica, un usuario pionero confirma estos datos:

[El desarrollo de Blogger] fue, sin duda, el desencadenante de lo que yo llamo la “segunda ola” de blogs en el país, y donde comenzaron a aparecer muchos otros autores de blogs que ni siquiera imaginábamos. Fue entonces que se comenzaron a organizar las primeras reuniones “formales” de bloggers en el país. La gran mayoría consistía de diarios de índole personal hospedados –obviamente– en blogspot.com, y alguno que otro que ya se atrevía a utilizar estos espacios como tribunas de opinión y pensamiento crítico (<http://www.porescrito.net/>, 22.04.08; énfasis en el original).

Diversas razones fueron expresadas por las personas consultadas para explicar los orígenes de su utilización del blog. Cerca de un 22% de los usuarios aseguran que se interesaron en el blog porque representaba un medio de expresión ideal para compartir vivencias personales. Asimismo, un 19% considera que el blog era la ventana ideal para mostrar ciertos conocimientos específicos, textos literarios, creaciones artísticas o ideas de su autoría. Para este grupo de usuarios, escribir un blog no constituye necesariamente su primera experiencia en la creación de algún tipo de contenidos. En palabras de un usuario de 32 años quien inició a bloguear a mediados de 2006:

Siempre tuve la inquietud de escribir. En los tiempos “pre-blog” mandaba lo que escribía por correo electrónico a mis contactos. El Blog fue para mí la oportunidad de hacerlo con más regularidad y un formato.

La definición del blog como *formato* particular de publicación en línea pone de manifiesto la estabilización de este tipo de sitios web como un medio de publicación de ideas y creaciones personales, más que como mecanismo para clasificar la información en línea. A este tema se retornará posteriormente. Por otra parte, algunos usuarios consideran que su interés en esta tecnología inició fundamentalmente por recomendación de otras personas o por simple curiosidad (11.5% en ambos casos). En menor medida, algunos usuarios consideran que las raíces de su utilización del blog se encuentran en la necesidad de implementarlo por actividades académicas (5.4%), prácticas profesionales (3.9%) o por su valor para establecer relaciones de comunicación con otras personas (3.9%). Para cierto grupo de usuarios (3.9%), el blog provee la oportunidad de “lidiar con el estrés” o como mecanismo de “autoterapia”. En palabras de una mujer de 45 años, el blog ha representado un “regalo del destino”:

Ha sido una forma de salvarme y sanarme... Ha sido mi auto-terapia. Lo he hecho por puro amor propio, por puro egoísmo. Para cuidarme. Siempre, desde chiquita, he tenido la necesidad de expresar y compartir cosas... con palabras y con imágenes. De repente el destino te ofrece una herramienta que además es gratis... Fue el orgasmo... A mí escribir me sostiene. No lo hago pensando trascender, es un día a día sanador... (en Rodríguez, RedCultura.com, 3.08).

Asimismo, la creación de un blog es justificada por algunas personas en términos de una necesidad que emerge por la utilización prolongada de Internet, o de un proceso natural de su apropiación. En palabras de una usuaria del blog de 33 años:

Fue una necesidad, la experiencia en la Red obliga a hacer uso de estas herramientas para poder saborear el potencial de la misma, además considero es una herramienta de aprendizaje y enseñanza invaluable.

Aunque la diversidad temática de los blogs de la muestra es relativamente amplia, es posible identificar algunas categorías generales a partir de las cuales los usuarios consultados identifican el tema principal de su blog. Un grupo considerable (cerca de 30% de los usuarios) estima que su sitio web gira en torno a experiencias y comentarios de su vida personal y cotidiana, mientras que un número similar de usuarios (25%) considera que su blog está dedicado fundamentalmente a comentar temas de realidad nacional. Un grupo ligeramente inferior (15%) afirma que el tema principal de su blog son discusiones sobre tecnología (particularmente entre el grupo de hombres entre 18 y 25 años). Otros asuntos discutidos en menor medida son de orden literario o artístico, o de algún tipo de entretenimiento (cine, música o humor, entre otros). Llama la atención que la distribución de los temas de los blogs en otras partes del mundo sigue un patrón relativamente similar. Lenhart y Fox (2006) aseguran que, en el caso de blogs en Estados Unidos, los tres principales temas son las experiencias personales de los usuarios (37%), la política y temas de gobierno (11%), y el entretenimiento (7%). Por su parte, Garrido y Lara (2008) indican que los temas más recurrentes en los blogs hispanoamericanos son los comentarios autobiográficos, periodísticos, el humor y la tecnología.

Los usuarios entre 18 y 30 años mencionaron una mayor cantidad y variedad de temas a la hora de definir el tema principal de su blog (14 temas diferentes), mientras que los usuarios mayores de 30 años mencionaron una cantidad significativamente menor de temas sobre los que versa su blog (en promedio 6 temas). En efecto, aunque algunos de estos blogs están dedicados exclusivamente a un tema o categoría única (notablemente los blogs tipo diario), otros usuarios de esta tecnología disfrutaban precisamente cruzar las barreras temáticas y realizar comentarios sobre contenidos variados (desde una anécdota personal hasta un comentario político en la misma semana), o escribir sobre asuntos que, por naturaleza, podrían pertenecer a diversas categorías. Un ejemplo notable de esta dinámica es el tema del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Estados Unidos y Centro América, el cual fue objeto de discusión desde múltiples aristas difíciles de clasificar durante el periodo de estudio. Mientras que algunos usuarios del blog lo analizaron 12 desde una lógica argumentativa (a favor o en contra) presentando materiales para su discusión, otros prefirieron una crítica artística o humorística.

Sin embargo, la flexibilidad temática del blog tiene sus límites para algunas personas. En el momento en que se considera que determinado tema trasciende los parámetros establecidos para su blog, ciertos usuarios prefieren crear un nuevo sitio web donde se puedan abordar de forma específica otros contenidos o aventurar nuevas formas de escribir y publicar.

Cuadro 2
TEMA MÁS COMENTADO EN EL BLOG SEGÚN SUS USUARIOS

Tema	Hombres		Mujeres		Total	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Experiencias personales	10	19.2%	12	50%	22	29%
Política	13	25%	1	4.2%	14	18.4%
Entretenimiento	11	21.2%	1	4.2%	13	17.1%
Literatura	5	9.6%	5	20.7%	9	11.8%
Realidad nacional	6	11.6%	3	12.5%	9	11.8%
Humor	5	9.6%	0	0%	5	6.6%
Amor	2	3.8%	2	8.4	4	5.3%
Total	52	100%	24	100%	76	100%

Fuente: Elaboración propia.

Los temas más blogueados o comentados por los usuarios de cada sitio representan otra forma de discutir la variedad temática de los blogs costarricenses. Las experiencias personales fueron identificadas como el tema que ha despertado mayor reacción de sus lectores en términos de comentarios y respuestas registradas. Asimismo, si se suman el tema de la política al de la realidad nacional, los comentarios son prácticamente equivalentes en cantidad. La categoría de entretenimiento (dentro de la cual se agruparon principalmente comentarios de los usuarios sobre programas de televisión y música) se distingue también dentro de los temas más comentados en los blogs de Costa Rica analizados.

Respecto de las características que debe poseer un buen blog, existe cierto grado de acuerdo a la hora de considerar que el contenido predomina sobre el diseño. Los principales atributos valorados por las personas consultadas son la calidad y la pertinencia del contenido disponible en cada sitio web (43% de los usuarios las consideran una de sus principales virtudes). Otras particularidades identificadas por los usuarios son la actualización constante de los contenidos 13 (16.9%) y la originalidad de los contenidos creados (10%). La importancia de estas características para los usuarios del blog radica en que representan una oportunidad de interpretar la capacidad de cada autor para despertar el interés de sus lectores y establecer mecanismos de interacción particulares con ellos. La capacidad de la persona creadora del blog es juzgada según el tipo de blog que desarrolla. Así, un buen blog debería ser “variado” y “provocativo” en el caso de los blogs de realidad nacional, y “entretenido” si se trata de sitios de experiencias personales. Después de las características de contenido, los usuarios consideran diversas particularidades del diseño gráfico e infraestructural del blog como aspectos fundamental para valorar su calidad (11.5% lo mencionaron como la característica determinante de la calidad del blog).

Cuadro 3
SOFTWARE UTILIZADO Y FRECUENCIA CON QUE SE PUBLICAN CONTENIDOS EN EL BLOG

Software	Frecuencia de publicación de contenidos													
	1 vez c/ semana		3 veces c/ semana		1 vez c/ mes		Todos los días		1 vez c/ 15 días		NS/NR		Total	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
Blogger	33	25.3	22	16.9	20	15.3	11	8.5	9	6.9	1	0.8	96	73.8
WordPress	5	3.8	5	3.8	2	1.5	2	1.5	3	2.3	-	-	17	13
Otros	6	4.6	1	0.8	3	2.3	5	3.8	2	1.6	-	-	17	13
Total	44	33.8	28	21.5	25	19.2	18	13.9	14	10.8	1	0.8	130	100

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al software empleado para publicar el blog, el 73.8% de los usuarios consultados utiliza Blogger, mientras que un 13% prefiere WordPress. Ningún otro software es empleado por más de un usuario de la muestra. En efecto, Blogger fue el noveno o décimo sitio web más visitado en Costa Rica entre enero y junio de 2008, según Alexa.com, mientras que WordPress se ubicó entre las posiciones 34 y 42 de la misma lista hasta mayo, pero en la posición 19 en junio. El uso de estas dos plataformas es abrumador (86.8% de los usuarios) y atípico respecto del uso de plataformas de creación de blogs en otros países, donde una mayor diversidad de aplicaciones son empleadas por un grupo significativo de usuarios (Herring, et al., 2005; Lenhart y Fox, 2006). Por otra parte, el 73% de los usuarios utilizan Blogger como sitio de hospedaje de su blog, 8.5% tienen un hospedaje propio, y un 4.6% utiliza el hospedaje provisto por TicoBlogger. Otros sitios de hospedaje empleados en menor medida son WordPress (3.8%) y MySpace (2.3%).

La frecuencia de actualización es relativamente alta. En efecto, casi un 70% de los usuarios consultados manifestaron publicar nuevos contenidos en su blog al menos una vez a la semana.

Un 33.8% de los usuarios aseguran que publican información nueva una vez a la semana, un 21.5% lo hace tres veces por semana, un 19.2% lo actualiza una vez al mes, un 13.8% procura hacerlo todos los días, y 10.8% cada quince días. Como se verá posteriormente, la frecuencia de publicación de información en línea representa una forma sugerente de valorar las particularidades de apropiación del blog según hombres y mujeres del país.

Un 12.7% de los blogs de la muestra presentan algún indicador de protección de derechos de autor de su contenido, más allá de las restricciones de uso impuestas por las plataformas de creación de blogs (como Blogger). De manera más específica, un 3.4% ostenta un indicativo de Copyscape, un sistema cuyo propósito es detectar copias del contenido de un sitio web en Internet, mientras que un 9.3% posee una licencia de Creative Commons, las cuales procuran brindarle a cada autor la posibilidad de participar en los términos de distribución y uso de sus creaciones. A excepción de un

blog, todas las licencias de Creative Commons de los blogs de la muestra son de “uso no comercial”, es decir, permiten que el material original y sus derivados puedan ser distribuidos, exhibidos o copiados, siempre y cuando no sea para fines comerciales.

Asimismo, un 60% de los usuarios consultados afirma que conoce personalmente (offline) a algunos de sus lectores y un 39.2% afirma no conocer del todo quién visita su blog o ignora la forma de verificar la cantidad de visitas. Aunque a primera vista podría interpretarse que estas relaciones establecidas en línea podrían representar un reemplazo de las relaciones intersubjetivas fuera de Internet, las personas creadoras de blogs consideran esta práctica como una oportunidad de ampliar los vínculos de comunicación entre sus conocidos. Por ejemplo, los temas escritos en el blog se convierten en tema de conversación constante con personas con quienes se interactúa constantemente fuera de Internet. Como se verá posteriormente, el blog puede pensarse como un suplemento (más que una sustitución) de las relaciones offline, un mecanismo mediante el cual se amplían las posibilidades de conocer de forma distinta a otras personas con quienes se comparten interacciones en otros ámbitos.

Finalmente, un 18.5% de las personas consultadas afirmó recibir entre 100 y 500 visitas semanales en su blog, un 16.9% estimó que recibe más de 500 visitas semanales, e igual número consideró que menos de 25 personas por semana visitan sus sitios web. Un 10.8% confirmó recibir entre 51 y 75 visitas semanales, y un 21.5% afirmó no saber el número de personas que consultan sus blogs.

En suma, a pesar de la diversidad temática que existe en los blogs, es posible identificar algunos patrones generales que caracterizan la utilización del blog en Costa Rica. El formato del blog es empleado de manera frecuente para crear sitios con características relativamente establecidas. Como afirma Jill Walker Rettberg (2008), hay por lo menos tres categorías de blogs estandarizadas: en primer lugar, existen sitios cuyo propósito primordial es presentar una bitácora de pensamientos inspirados en las actividades de la vida cotidiana de una persona (en términos de la autora “blogs personales”). En segundo lugar, Walker Rettberg define los blogs de tipo filtro, menos presentes en estado “puro” en Costa Rica, aunque sus características principales se fusionan con otras formas en la dinámica de construcción de blogs en el país. En este tipo de blogs, el propósito del blog (i.e., filtrar la red) define y priva sobre su contenido. Finalmente, la autora conceptualiza los “blogs conducidos por el contenido”, cuyo propósito, estilo y recursos disponibles están principalmente definidos por los temas a partir de los cuales se bloguea.

Asimismo, como se ha venido argumentando, la mezcla de las categorías o formas establecidas de crear un blog es un rasgo recurrente en los sitios web del país. En otras palabras, la diferencia entre blogs filtros y blogs de tipo diario se mantiene relativamente latente (Siles, 2007), aunque ambas metáforas han evolucionado en conexión con nuevas apropiaciones de la tecnología (boyd, 2005)⁸. Así, podría pensarse en el filtro y el diario como dos extremos en un continuo de matices en las formas de crear un blog o, según las palabras de una persona entrevistada, como “las dos vertientes de alimentación” que nutren los contenidos de un blog en diferente escala.

El conjunto de datos mencionados hasta este punto puede valorarse también a partir de las dinámicas y prácticas incorporadas en el contexto de la vida cotidiana de los usuarios del blog. A continuación, se analizan tres dinámicas concretas de

apropiación de esta tecnología, con el propósito de comprender con mayor profundidad la singularidad de su uso en Costa Rica: el proceso de re/producción de contenidos para el blog, la vinculación de los contenidos publicados con la construcción de identidades de sus usuarios, y los mecanismos de comunicación establecidos entre usuarios mediante sus sitios web. Así, la utilización del blog se explora desde un conjunto de prácticas concretas a partir de las cuales se amalgaman las características tecnológicas de este artefacto y los significados sociales que adquiere para sus usuarios.

Re/mediaciones: procesos de producción de contenidos en el blog

Del script a la acción (y viceversa)

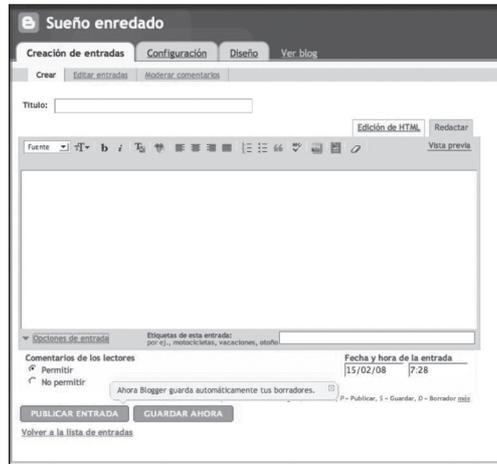
Como fue señalado anteriormente (véase el Cuadro 3), *Blogger* es visto como una herramienta atractiva para una gran cantidad de usuarios costarricenses en la medida en que provee plantillas gratuitas mediante las cuales se sistematiza el diseño y la actualización de la información en cada blog. Para diversos de sus usuarios, *Blogger* representa la infraestructura ideal para materializar la necesidad de expresión personal de forma fácil, rápida y gratuita.

El abrumador predominio de *Blogger* como plataforma de publicación de los blogs costarricenses (73.8%) tiene implicaciones significativas en la forma en que el blog es utilizado. Aunque las características infraestructurales del blog fueron negociadas hasta llegar a una definición y un uso relativamente estandarizado (Siles, 2007), las plataformas empleadas para crear y mantener blogs permiten una negociación particular de sus convenciones de uso y, por lo tanto, de la creación de contenido por medio de ellas (Blood, 2004; Graves, 2007; Schimdt, 2007). En otras palabras, aunque los contenidos de los blogs pueden ser variados (como lo son en Costa Rica), la infraestructura desde la que se elaboran estos sitios participa en la configuración de patrones de apropiación relativamente definidos⁹.

Una mirada a la plataforma de publicación de contenidos en *Blogger* se presenta como una oportunidad de profundizar en la lógica que sustenta la creación de blogs¹⁰. Una vez que el usuario ha creado una cuenta de *Blogger* o del servicio de correo electrónico *Gmail* (puesto que ambos son propiedad de la compañía *Google*), el paso siguiente es la asignación de un nombre y un dominio para el blog. Posteriormente, *Blogger* requiere la selección de una plantilla gráfica para la publicación del nuevo blog. Dichas plantillas despliegan el conjunto de convenciones sociotécnicas que definen el blog (*blogroll*, información de cada usuario, encabezado con el nombre del blog, categorías de navegación, entre otros).

Tras esta elección, el usuario tiene la posibilidad de crear contenidos para su blog, los cuales serán publicados automáticamente en el estilo gráfico de la plantilla seleccionada (véase Figura 3). En la interfaz de creación de contenidos de *Blogger*, predomina el espacio para la redacción de textos, el cual posee una forma de rectángulo (o ventana) ubicado en el centro de la pantalla y que ocupa al menos una tercera parte del espacio. Tal como lo plantea Sean Williams (2008) para el caso de *Dreamweaver*, la metáfora de la ventana en *Blogger* sugiere la presencia de un vidrio

Figura 3
INTERFAZ DE PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS EN BLOGGER



a través del cual se observa la realidad de una vida cotidiana o la estructura mental de un usuario (Manovich, 2001). Esta realidad es construida principalmente mediante el uso del texto.

En efecto, las posibilidades para alterar el estilo del texto escrito (e.g., añadir itálicas, negritas, o cambiar el tipo o tamaño del texto) e incluir otro tipo de contenidos (videos, imágenes o hipervínculos) son contempladas mediante íconos que evocan las interfaces de procesadores de texto. Mientras que catorce íconos en la barra de comandos están vinculadas al texto escrito, sólo tres están relacionados a la incorporación de otro tipo de elementos. Así, a diferencia de los blogs previos a este tipo de plataformas, *Blogger* privilegia en su interfaz la creación de entradas textuales sobre la posibilidad de incorporar otro tipo de elementos. La publicación de contenidos es clasificada en el *software* de *Blogger* en un apartado con el nombre de “redactar”. Asimismo, la práctica que define el proceso mediante el cual se despliega la información en Internet se define como “publicar”. Simultáneamente, la interfaz permite asignarle etiquetas o categorías a la entrada creada, así como autorizar o rechazar comentarios por parte de visitantes del blog, y visualizar la hora y fecha de la publicación de los contenidos.

De esta forma, *Blogger* participa en buena medida en la configuración del contenido de cada blog producido mediante sus plantillas. Ciertos usos del blog son privilegiados por las características de *Blogger* mientras que otras apropiaciones son posibilitadas por otros tipos de *software*. Por su parte, programas como *WordPress* requieren mayores conocimientos técnicos para actualizar, mantener y hospedar el blog, pero le permiten a sus usuarios una configuración del sitio web particularmente distinta a la que permiten las plantillas de otras plataformas de publicación de blogs. En términos generales, *WordPress* es utilizado por personas con más tiempo de mantener un blog dentro de la muestra de blogs consultados, y aunque la presencia de hipervínculos hacia otras fuentes de información en Internet depende más del tipo de blog creado que del *software* empleado, los blogs creados en *WordPress* tienden a mostrar una mayor variedad y flexibilidad en su diseño y configuración.

La transcodificación de la base de datos

Llama la atención que ninguno de los usuarios consultados (ya sea en entrevistas o por medio del cuestionario) utilizara la metáfora original del filtro para definir su práctica de creación de contenidos para el blog. Bloguear es definido en el imaginario de los usuarios costarricenses como la apropiación de un medio ideal para expresar libremente opiniones, comentarios y sentimientos sobre una diversidad de temas que van desde lo íntimo a lo social, de lo público a lo privado, de lo convencional a lo transgresivo. En palabras de un usuario entrevistado:

Cuando yo empecé en el blogueo no existía una blogosfera fuerte...no había forma de darse promoción... existían pocos blogs y la mayoría pecaba en la formalidad... no es que sea mala la formalidad pero para esto ya tenemos a los medios de comunicación formales... El blogueo se distingue por su libertad...

Sin embargo, el triunfo del blog como medio o *script* de expresión personal no ha significado una desaparición absoluta de las metáforas fundadoras. Por ejemplo, los medios para filtrar u organizar la información en Internet se han diversificado con la emergencia de otras aplicaciones de diversos tipos, destinadas a proveer a los usuarios otras formas de clasificar contenidos en línea y generar sus propias categorías (aplicaciones generalmente conocidas con el nombre de *folksonomies*). Un usuario pionero del blog en el país interpreta dicha evolución en los siguientes términos:

El concepto [original del blog] se fue transformando. La idea está siendo retomada en otro tipo de formatos como del.icio.us¹¹. Realmente, la idea no ha desaparecido, sino que se ha movido. En sentido estricto, esa idea no se ha perdido... (énfasis añadido).

En efecto, la búsqueda de información en línea constituye todavía una dinámica fundamental para algunos de los usuarios del blog, en función del significado y objetivo que le atribuye su creador. En el caso de los blogs (o comentarios dentro de blogs) más cercanos a la publicación de experiencias o reflexiones personales, el contenido que se expone en el blog proviene de la riqueza que ofrece la vida cotidiana. Así, se narran las vivencias o ideas más significativas de la vida de una persona. En efecto, los blogs de tipo diario tienden a representar predominantemente textos y esporádicamente imágenes, videos o hipervínculos.

Sin embargo, los blogs dedicados a comentar principalmente vivencias personales no deben interpretarse como espacios dedicados a narrar únicamente eventos con asidero en experiencias “reales” en sentido estricto, puesto que, en diversas ocasiones, las personas se inspiran en pensamientos, ideas, conversaciones y sueños que adquieren expresión por medio de un vivencia ficticia narrada en primera persona, la cual se presenta como si hubiese ocurrido con el propósito de sugerir una reflexión o una idea. El blog expresaría de forma particular la dilución de barreras entre los hechos, los pensamientos y las apreciaciones sobre experiencias propias o ajenas que se produce en el seno de la vida cotidiana. En otras palabras, la vida cotidiana sería el pretexto ideal para comentar una variedad de temas o reflexiones

que encuentran una articulación por medio de la singularidad del blog. Según una usuaria entrevistada:

...si bien no todas [las entradas en el blog] son historias cotidianas, [mi blog] se alimenta de mí, de lo que pienso y sueño. [...] Lo que hace [el blog] es condensar toda esa información y presentársela a las personas que la están leyendo de una manera que atraiga, que haga que la gente reflexione sobre un tema.

A propósito de la relación entre narrativas de la vida cotidiana y clasificación de información, en su análisis sobre el conjunto de convenciones que rigen el diseño y uso de tecnologías de la comunicación, Lev Manovich (2001) establece una distinción sugerente entre la lógica que fundamenta la base de datos (la cual se niega a la imposición de un orden determinado) y aquella de la narrativa (la cual impone una trayectoria de causa y efecto). La particularidad del blog, desde esta perspectiva, es que transforma las narrativas de la vida cotidiana en una base de datos cuyas conexiones y puntos de acceso son establecidos por medio de senderos de navegación, tales como las etiquetas (*tags*) de las entradas o el *blogroll*. El blog es apreciado por sus usuarios no sólo porque provee el medio para expresarse sobre temas diversos mediante una voz particular, sino también porque brinda la oportunidad de hacerlo mediante ciertos parámetros de clasificación (una dimensión crucial de filtrar la red).

Como se aprecia en la Figura 4, las narrativas sobre-impuestas para acceder al blog como base de datos son establecidas de forma personal mediante títulos creados

Figura 4
EL BLOG COMO BASE DE DATOS DE LA VIDA COTIDIANA

NO ESTÁ
publicado el 03.10.08 por orsolan, a las 3:43 pm | Leído: 171 veces

El fusil se guarda al aire libre hasta el domingo, en que volverá de entre los blogs.
Queda el Twitter. OFF.

Comentarios: Ninguno
Tema: diario

SABÉS QUE ES SEMANA SANTA CUANDO...
publicado el 03.10.08 por orsolan, a las 2:38 am | Leído: 452 veces

Se repite la misma historia de hace 2000 años.
Resucitan los muertos.
Los maestros suben al cielo y dejan que los bufones de boca floja prediquen.
Se acaban las buenas nuevas y los papiros caen en desgracia.
Nos apagamos todos un rato.

Comentarios: 2 comentarios
Tema: actualidad costa rica + politica + actualidad + opinión

16% DE UNIVERSITARIOS BUSCARÍAN A DIOS SI SE SIENTEN GAYS
publicado el 03.13.08 por orsolan, a las 12:26 am | Leído: 2143 veces

Una idea + una idea + una idea
16% de universitarios buscarían a Dios si se sienten gays
Para leer y leerlos
A la "gobona" Sofía la ha visto medio mundo
"Las cosas sólo pasan si alguien las hace"
Y le toquiere sellé a

Blog de Cristian Cambronero, periodista multimedia y diseñador gráfico. Desde Costa Rica.
CONTACTO | EL AUTOR Y EL FUSIL | DEMO | PUBLIC

100 IDEAS PARA MEJORAR COSTA RICA SUME SU VOTO

COMENTARIOS:
cesar ortiz anderson: Me...
wexruxfig: scarlett...
cesar ortiz anderson: ... confundido: Y se vale que...
Diego: Seál tiene en su... bello: ... cuando pued...
Julia: Que el...
Aler: Tengo 2 vaketas, las...
egpi: fino, que bueno...
Juniper: Dios ha de ser...
Ale J: Bella condón y el...
Alonso: Andrés Creo que...
Checo: Yo si iré a ver al...

VER EL FEED:
Clap Handá en Itapaloti
Del McDonald's sale una mujer gorda y sin cejas que vocifera "vuelva pa'trás mijo" viendo cómo el fruto de sus entrañas corre ya una cuadro de ciudad adelante, detrás de un balón de fútbol imaginario. El imparable, el incontrolable, el irrefrenable, el del pelo negro y la camiseta de spiderman, abre los brazos y sale volando...
IncaIt en AndasAlamedas personal fotografia web 2.0

ULTIMOS POSTS:
No está
Sabés que es Semana Santa cuando...
Supernatural
Superserious
Una idea + una idea + una idea
16% de universitarios buscarían a Dios si se sienten gays
Para leer y leerlos
A la "gobona" Sofía la ha visto medio mundo
"Las cosas sólo pasan si alguien las hace"
Y le toquiere sellé a

BUSQUEDA:
Incluya el término y presione enter.

DETOUR:
1. [blogs costa rica](#)
Fuera de las cárceles
A fuego lento

Blog "Fusil de Chispas" de Cristian Cambronero, <http://www.fusildechispas.com/>.

por cada usuario, aunque por lo general tienden a utilizarse de manera similar: para obtener más información de la persona creadora del blog (e.g., sección “el autor y el fusil”), para vincularse a blogs afines de alguna forma al usuario (sección “ver+leer”) o invitar a la lectura de otra información en línea (secciones “detour” y “100 ideas”), para visualizar los comentarios realizados sobre una entrada del blog o un conjunto de blogs (sección “comentarios”), y para clasificar cronológica o temáticamente el conjunto de entradas existentes en el blog (sección “últimos posts” y “búsqueda”). En esta óptica, hasta el diario más personal funcionaría simultáneamente como un filtro de una base de datos (ya sea de información sobre la vida cotidiana, de recursos en línea, o de pensamientos sobre diversos temas) y una ventana a la estructura mental de su creador.

Así, las palabras de Manovich sobre ciertas bases de datos adquieren un sentido particular en el caso del blog:

...los registros obtenidos de una base de datos y ordenados de una forma particular se convierten en una imagen de la vida moderna –pero, simultáneamente, en un argumento sobre esta vida, en una interpretación de lo que estas imágenes [u otros elementos], las cuales encontramos cada día, cada segundo, significan en realidad” (2001:240).

Ultimadamente, la lógica del catálogo se impone para interpretar las narrativas del usuario; aunque las entradas más recientes en el blog se despliegan en orden cronológico inverso, la vida cotidiana es organizada en una base de datos que puede accederse desde distintos criterios, registros y senderos (Manovich, 2001:319). De esta forma, el blog cumpliría el principio de la transcodificación postulado por Manovich, según el cual la ontología misma de los nuevos medios de la comunicación es proyectada a la cultura misma. En otras palabras, “nuestra forma de organizar la información al interior de una máquina es típicamente una meditación y un desarrollo de la forma en que la organizamos en el mundo. [...] [P]or otro lado, el mundo está aprendiendo cómo modelarse a sí mismo de acuerdo a [ella]” (Bowker, 2007:31).

Ampliando la perspectiva de Manovich, Geoffrey C. Bowker (2007) conceptualiza el proceso de construcción de formas de representación del mundo a partir de la transcodificación de la base de datos, en términos de un régimen de la memoria en desarrollo con implicaciones significativas en nuestra comprensión del pasado y de las historias colectivas. Mediante un conjunto de tecnologías (entre las cuales destacaría el blog), se daría paso a una era que Bowker caracteriza como aquella de la “memoria potencial”, es decir, un régimen caracterizado por la formación de un archivo dotado de mayor flexibilidad y deterritorializado de otros lugares tradicionales de la memoria. Desde esta perspectiva, el pasado que se escribe en los blogs diariamente podría tener implicaciones sugerentes en la forma en que se construye la memoria histórica de una persona y de una sociedad.

El blog como lógica de publicación distribuida

Por su parte, en el caso de las personas interesadas en comentar e interpretar temas de realidad nacional o política (uno de los temas más recurrentes en los blogs

analizados), el uso del blog es asociado a la creación de información alternativa en medio de una ecología mediática gobernada por intereses particulares que definen la agenda noticiosa de los medios de comunicación tradicionales. Una persona refleja esta opinión en un comentario publicado en su blog en enero de 2008:

Cada vez somos más quienes hemos integrado los blogs como fuente de información si no principal, al menos importante; y hemos ido dejando los medios tradicionales que sentimos se han quedado atrás en algunos sentidos. Cantidad de periódicos y revistas en el mundo lo han descubierto, y por ejemplo, ya agregan blogs y espacios para comentarios y foros en sus sitios web e invitan a sus lectores y lectoras a participar en la creación de la noticia. Yo siento que poco a poco la democratización de la información avanza. Esto es una muestra (21.01.08; énfasis añadido).

Una Internet “en poder” de los usuarios ha sido un sueño recurrente y reivindicado en la retórica popular sobre Internet, según la cual, como señala Lisa Nakamura (2008:176), “la interactividad es poder”¹². El deseo de distanciarse de medios de comunicación tradicionales es compartido por un alto número de los usuarios del blog consultados. Algunas personas optan por romper con la formalidad que consideran intrínseca a los procesos de comunicación de los medios tradicionales, mediante el uso de un lenguaje menos convencional. Otras procuran utilizar su blog para poner en evidencia los intereses y sesgos que sustentan el trabajo informativo de los medios de comunicación, o de los discursos y actores representados en ellos.

Desde este punto de vista, el blog surge desde los desencantos (en varios casos previos al desarrollo de Internet) con el proceso de construcción noticiosa del periodismo tradicional¹³. En las lacónicas palabras de una usuaria entrevistada, “el blog llena el vacío en la comunicación que dejan los medios tradicionales”. El blog es apreciado entonces por sus posibilidades para enfrentar (y agudizar) las tensiones que surgen de una forma de hacer periodismo que resulta sesgada y limitada para sus usuarios, es decir, por ser gratuito, por no tener las limitaciones de espacio para analizar ciertos temas, porque prescinde de la figura de un editor que define la agenda y los temas que pueden ser discutidos, y porque permite una discusión menos superficial que la acostumbrada en los medios tradicionales del país.

A diferencia de los medios tradicionales, que aspiran a ser el punto de llegada en la búsqueda de información centralizada, el blog simboliza el punto de partida en la construcción de un conjunto de información distribuida en diversas partes de Internet e interconectada por medio de hipervínculos, archivos y etiquetas (*tags*), entre otros. El blog es visto como una forma de aprovechar el conjunto de posibilidades asociadas al uso de Internet. La apropiación de las diversas características del blog (desde hacer un enlace a otro sitio web hasta seleccionar un conjunto de imágenes) representaría, en palabras de un bloguero, un conjunto de “decisiones editoriales”. Desde esta perspectiva, el blog constituye un medio *nativo* a la libertad de expresión y a la crítica, el cual participa de forma activa en la reconfiguración de un nuevo régimen de creación de la noticia (al que Boczkowski [2004] llama “construcción distribuida” de la información) y de una lógica de comunicación dotada de mayor flexibilidad, pluralidad y equidad.

Por su parte, la distinción entre las dinámicas de comunicación en el blog y las que son propias al medio de comunicación tradicional ha sido también legitimada por los grandes medios costarricenses. El blog representa una tecnología de comunicación hasta cierto punto ajena a los medios informativos tradicionales en Costa Rica. Aunque algunos periodistas han desarrollado blogs por iniciativa propia, los grandes medios de comunicación del país se han mantenido relativamente distanciados de esta tecnología¹⁴. Como sugiere Boczkowski (2004), la variedad de aplicaciones desarrolladas en periódicos en línea está en estrecha relación con la articulación de diversos factores contextuales: el tipo de prácticas editoriales que distingue al medio (que visualiza al periódico ya sea como vigía o como facilitador de la información), el concepto o representación que tiene el periódico de sus lectores y de sus capacidades, y la relación existente entre la sala de prensa y otros actores involucrados en el proceso de construcción de noticias. De manera similar, Neil Thurman (2008) amplía la gama de factores contingentes de los que depende la experimentación que hacen los medios tradicionales de los nuevos medios, e incluye el costo económico de implementar iniciativas digitales (y de esperar retribuciones inmediatas), el tipo de sistemas desarrollados, las implicaciones legales de la información publicada en plataformas de un medio de comunicación, el tiempo que requiere su actualización y mantenimiento, la preparación de los periodistas involucrados, y el deseo del medio por retener el control sobre el contenido editorial.

Asimismo, Thurman sostiene que aunque los medios tradicionales valoran los aportes de ciertos blogs individuales, han guardado distancia de su apropiación masiva debido “al énfasis que los blogs atribuyen a la personalidad de su escritor [...] Dicho énfasis desafía una tradición fuertemente establecida en la profesión periodística [según la cual] la mayoría del trabajo de reportaje es escrito de forma anónima” (2008:146). En el caso de los medios de comunicación en línea del país, los usuarios de Internet parecen ser visualizados como consumidores pasivos de información en un modelo centralizado de construcción de noticias. El blog, con su invitación abierta al comentario constante, a la crítica y a la libertad por naturaleza que reivindican sus usuarios, representaría un reto latente a una forma concreta de entender las dinámicas de práctica periodística.

En suma, la creación de nuevas lógicas de contenido en el blog se traduce en una búsqueda permanente de información principalmente en Internet y de situaciones inspiradas en la vida cotidiana de los usuarios del blog. Como Lev Manovich (2001:129) plantea, la selección de material existente en Internet, en lugar de su creación, es parte de la estructura y la lógica misma de los nuevos medios. La estructura modular de Internet hace que una serie de objetos independientes (e.g., imágenes, vídeos, textos) puedan ser combinados de forma relativamente más “natural” que creados. En otras palabras, en la lógica de los nuevos medios, “crear es reordenar formas existentes” (Bolter y Grusin, 1999:39).

Bolter y Grusin (1999) han definido esta dinámica de reproducción de lógicas, formas y contenidos de otros medios como *remediación*. Desde este punto de vista, el blog puede pensarse como una *remediación* no sólo de la escritura de diarios –como lo sugiere la historia lineal sobre el blog escrita en Wikipedia¹⁵–, sino también de las prácticas de la memoria humana y de la creación de formas narrativas no secuenciales

(presentes, por ejemplo, en la literatura de Borges, Joyce y Pynchon). De forma más radical, se sugiere que la clasificación de diferentes tipos de datos en línea representa una operación con fuertes afiliaciones históricas, la cual encuentra nuevas remediaciones en el corazón de la cultura digital por medio del blog y de otras tecnologías. Las prácticas de colección y clasificación de objetos materiales (presentes por ejemplo en el gabinete de curiosidades o Wunderkammer en los siglos XVI y XVII, y en el museo contemporáneo) son aplicadas a la información digital en Internet (Siles, 2007)¹⁶, haciendo de la metáfora del filtro una sugerente manera de proyectar nuevamente la lógica de los nuevos medios a la cultura en general.

Ser, decir y bloguear: el blog como (inter)medio

Las dinámicas de creación de contenidos para el blog representan una manera de explorar no sólo el papel de estas tecnologías en la vida diaria de sus usuarios, sino también las formas en que dichas dinámicas se relacionan a su manera de pensarse y percibirse como personas. Así, uno de los temas centrales en el análisis del blog representa lo que Bakardjieva y Gaden (2007), inspiradas en la obra de Michel Foucault, han llamado la “posición del sujeto” y otros, a partir de Erving Goffman (1959), la “presentación del ser”, es decir, cómo y desde qué posición se asumen las personas como usuarios de esta tecnología, particularmente en relación con los contenidos que re/producen. En palabras de uno de los entrevistados, cada blog representa “una réplica de su dueño”. La construcción de identidades puede analizarse entonces por medio de los contenidos y elementos infraestructurales de los que se apropian los usuarios del blog.

Blogueando identidades

La sección de presentación del usuario del blog es utilizada de manera general por su creador(a) para brindar datos relativamente similares. Los usuarios de plataformas como *Blogger* se presentan mediante una serie de datos estandarizados e incluidos opcionalmente: además del correo electrónico, el nombre o pseudónimo, el mes y año en que se iniciaron como usuarios de *Blogger* y el número de personas que han visto su perfil, *Blogger* permite clasificar los datos de sus usuarios en función de su información personal (sexo, sector profesional, ubicación geográfica, signo zodiacal, entre otros) y a partir de sus intereses (e.g., películas, libros, música preferida). Todas las categorías generadas para definir sus intereses se convierten en un hipervínculo que los conecta a una base de datos de otros usuarios que han utilizado las mismas categorías en la creación de sus perfiles. La lógica de la base de datos, como se expresó previamente, resulta fundamental una vez más para interpretar la identidad de quien publica contenidos en un blog.

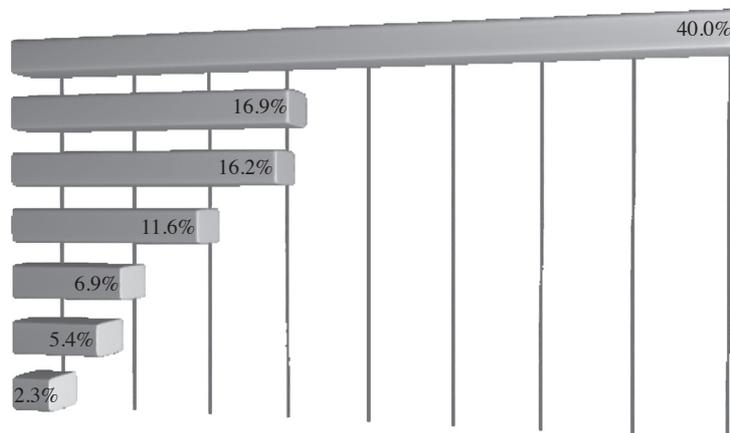
Mientras tanto, quienes utilizan otro tipo de *software* y escriben un comentario sobre sí mismos para presentarse, indican generalmente sus estudios formales y experiencias profesionales, y establecen hipervínculos a otros sitios web con información

del usuario (particularmente redes sociales como *Hi5* o *Facebook*, o sitios como *Last.fm* o *Flickr.com*) estableciendo así un enlace entre las diferentes plataformas en la Web y los perfiles creados para ellas. Las identidades de los usuarios del blog tendrían que ser exploradas en su distribución a lo largo de la Web.

Algunas personas se presentan en sus blogs, tanto de forma explícita como implícita, en calidad de autores, un término que prefieren al de editor en la medida en que reivindica su condición de creadores de diversos tipos de contenido. Así, quienes visitan sus sitios son considerados como sus “lectores”. Otros usuarios se consideran más bien “productores culturales” o “críticos sociales” y ven el blog como la plataforma de análisis de su contexto inmediato. La comparación con el trabajo periodístico también es reivindicada por algunos creadores de blogs para caracterizar su postura ante la información producida.

Llama la atención que casi la mitad (49.2%) de las personas consultadas utilizan ya sea su nombre completo (33.8%) o su primer nombre (15.4%) a la hora de crear contenidos para su sitio web. El blog se considera desde este punto de vista como una actividad de expresión personal que debe asociarse principalmente con quien define sus contenidos. Asimismo, un 46.2% de los usuarios consultados utiliza algún tipo de pseudónimo para publicar información en su blog, con una proporción similar entre mujeres y hombres (48.6% y 44.6% respectivamente), y un 2.3% lo hacen de forma anónima.

Gráfico 1
CATEGORÍAS DE NOMBRES DE LOS BLOGS



*Incluye siglas, nombres de lugar de trabajo y ocupaciones.

Fuente: Elaboración propia.

Los nombres de los blogs y los seudónimos de los usuarios son escogidos para evocar algún significado que el sitio guarda para su creador(a). En su mayoría (40%), se utilizan nombres de blogs compuestos de diversas palabras, juegos de palabras o términos transformados de forma particular. Nombres como *Artefactuosa*, *Furia de Mais*, *Fusil de Chispas*, *Mala Praxis* y *Piel de Lluvia* sirven como ejemplo de esta categoría. Este tipo de nombres resulta más difícil de clasificar por cuanto su significado para el usuario y su relación con el contenido del sitio no son necesariamente evidentes.

Es considerable el número de personas que utilizan su nombre personal, ya sea de forma completa, abreviada o modificada, para denominar a su blog (16.9%). Así, blogs como *Harol's Blog*, *Julia Ardón* y *Roberto Gallardo* representan ejemplos de esta tendencia. Un porcentaje ligeramente inferior (16.2%) vincula el nombre de su blog con alguna dimensión de la cultura e identidad nacional costarricense, ya sea mediante una expresión popular, una referencia geográfica o una mención directa al nombre del país. Algunos ejemplos de este tipo de nombres son *Cien Varas*, *Cuenticos 506*, *Filosofía Tica*, *Made in Costa Rica*, *Manda Güevo* y *Tico Vago*. La alusión a elementos o expresiones de la cultura popular representa así un referente importante para muchos usuarios, no sólo en la medida en que provee un contexto dentro del cual adquieren sentidos ciertos contenidos publicados (especialmente para quienes escriben sobre temas de actualidad o política), sino también como mecanismo para construir una "identidad nacional" compartida por diversos usuarios. En este tipo de blogs, los nombres escogidos establecen una relación (o tensión) entre la identidad de quien lo escribe (ya sea de forma anónima o no), el contenido que se desarrolla en ellos y una identidad nacional a la que se apela simbólicamente (algunos de sus creadores son costarricenses radicados en otras partes del mundo). Así, el ser costarricense se re-localiza en Internet (Fonseca, 2008) y se extiende hasta incorporar los modos en que se expresa y se participa en línea por medio de un blog.

Para varios usuarios, el pseudónimo puede convertirse en un personaje a partir del cual se desarrolla un estilo de escribir en el blog y una manera particular de interpretar la "realidad". Como se aprecia en el comentario ya citado de una usuaria: "[el blog] se alimenta de mí, de lo que pienso y sueño". Pseudónimos como "el Chamuko" o "Furia", por ejemplo, representan personajes con estilos de escritura y modos de publicación particulares que definen sus respectivos blogs de manera singular.

Según otra persona entrevistada, su nombre es irrelevante para interpretar el contenido del blog. En sus palabras, "casi todo el mundo que me lee sabe que me llamo [así] o no le interesa cómo me llamo". En cambio, el nombre de su blog recupera el título de un poema con significado particular para ella y para lo que desea expresar mediante su escritura:

[Paz] es el título de uno de mis poemas favoritos de Octavio Paz. Todavía hoy lo tengo enlazado en el sitio. También significa mariposa de obsidiana, que era el cuchillo ceremonial para los sacrificios humanos en varios grupos Aztecas. Es el nombre de una diosa medio terrible, pero que tiene que ver con cosas que mueren y se renuevan también.

El sitio narra en su mayoría vivencias cotidianas de la autora mediante un estilo literario que refleja un dedicado trabajo de redacción e introspección. Por su parte, el nombre escogido para el blog logró darle un significado tanto a su contenido como a ella: "[Paz] se ha quedado como un pseudónimo y hay gente que me dice [así...] Sé que mucha gente lee mi blog porque me lo dice en una fiesta o una reunión: 'vos sos [Paz]?'". En lugar de otorgarle solamente un nombre a su blog, esta usuaria terminó por ser bautizada y definida por él.

Por otra parte, la identificación de la persona creadora del blog trasciende la selección de un nombre. En efecto, la posibilidad de mostrar fotografías representa

una opción que algunas personas utilizan con el propósito de complementar de forma dinámica las identidades presentadas como usuarios del blog. Una usuaria conocida en la comunidad de blogueros, decidió mostrar una fotografía de su rostro por primera vez en su sitio tras varios años de haber iniciado a bloguear, al afirmar: “Así como tengo nombre, tengo cara y este año la mostraré” (22.01.08). Su decisión se fundamentó en un deseo de contrarrestar el anonimato generalizado a la hora de publicar contenidos en Internet (especialmente en el contexto de la discusión sobre el TLC).

Blogs e identidades de género

La construcción de identidades de género en los blogs, en palabras de van Doorn, van Zoonen y Wyatt (2007), descansa en buena medida en estrategias y patrones de utilización de esta tecnología vinculados al sistema binario de género. Esta investigación confirma algunas tendencias de uso del blog identificadas en otros estudios en ese sentido. Por ejemplo, el blog es utilizado como un diario de manera más recurrente en el grupo de mujeres (véase Cuadro 2), mientras que en el conjunto de hombres es más frecuente el uso del blog como mecanismo de publicación de tipo filtro (Herring et al., 2004). El interés en el blog de un alto porcentaje de los hombres consultados en la investigación (43.5%, comparado con un 10.9% en el caso de las mujeres) fue expresado en función de un deseo por compartir conocimientos, textos e ideas, es decir, como lo señalan van Doorn, van Zoonen y Wyatt (2007), en términos más formales y racionales.

Sin embargo, según argumentan estas autoras, las representaciones de género en algunos blogs son más difusas de lo que podría suponerse a primera vista. Desde este punto de vista, el acto de mantener un blog puede verse como un reto a las connotaciones masculinas de esta tecnología de comunicación: “el uso femenino del weblog puede verse como una “castración” de una tecnología históricamente masculina, redefiniendo así el género (*regendering*) del blog” (van Doorn, van Zoonen y Wyatt, 2007:47). Por ejemplo, aunque los hombres representan el 70% de la cantidad total de usuarios que participaron en la investigación, existe una diferencia sugerente en los patrones de actualización de sus sitios web, una característica que los usuarios costarricenses consideran fundamental en la calidad del blog. En efecto, las mujeres consultadas tienden a actualizar su sitio web de forma más frecuente que los hombres (véase Cuadro 3). Mientras que un 62.2% de las mujeres actualizan su blog una o más veces por semana, un 52.2% de los hombres lo hacen así. Si a ese dato semanal se suman los usuarios que actualizan el blog todos los días, las mujeres tienen un porcentaje ligeramente superior de actualización: 70.2%, ante un 68.5% de los hombres.

Asimismo, los nombres otorgados a los blogs tienden a reflejar dinámicas particularmente distintas según el género. Por ejemplo, en el caso de los hombres son más frecuentes los nombres que hacen referencia a Costa Rica de alguna forma, mientras que en el grupo de mujeres es más recurrente la creación de nombres compuestos por palabras con una mayor gama de significados. Como lo advierte Nakamura (2008:50), el papel de las mujeres en la apropiación tecnológica puede pensarse más allá del consumo pasivo o de posiciones marginales en la producción misma de los medios digitales.

Bloguear como práctica del ser

En relación con las dinámicas de producción para publicar en el sitio web, bloguear es definido por algunas de las personas entrevistadas como una práctica del pensamiento a partir de la cual se buscan constantemente ideas o temas para compartir. Esta persistente exploración de una “realidad” en busca de contenidos tendría incidencias en la forma en que las personas creadoras de blogs aprecian sus producciones y sus capacidades en general. En entrevista, una usuaria interpreta la práctica de bloguear como una estrategia para “ordenar el pensamiento”:

A mí me sirve mucho [mi blog] para ordenar ideas. Vos hacés mil cosas [...] pero no tenés realmente tiempo para el caos psicológico. No te permitís ese espacio sentimental que la gente ve como algo malo. [Según la sociedad] no podés perder el tiempo. El tiempo hay que ocuparlo ganando dinero o produciendo conocimiento. [Mi blog] es como una válvula de escape...

En otras palabras, bloguear no es sólo publicar contenidos; bloguear es desarrollar una capacidad para interpretar información, pensar la vida cotidiana y la realidad en general. La búsqueda de comentarios y enlaces para publicar el blog, así como de un lenguaje pertinente para hacerlo, tendría ciertas repercusiones en las formas en que los usuarios perciben su realidad inmediata. La actualización del blog implica una estrategia cognitiva movilizadora por sus usuarios no sólo para desarrollar contenidos en línea de forma pertinente, sino también para identificarse y pensarse a la hora de valorarse a sí mismos a partir de sus producciones para el sitio, y para comprender lo que estiman como nuevas habilidades facilitadas por el blog para interpretar una realidad.

En suma, el blog de los usuarios costarricenses representa una forma de expresión de identidades diversas y dinámicas, articulada en relación con las infraestructuras tecnológicas desde las que se producen sus sitios web. Así, el análisis del blog en Costa Rica permite considerar la necesidad de pensar la participación de los usuarios en la constitución de medios digitales –que se manifiesta desde la construcción de sus identidades hasta la re/producción de contenidos en línea (una de las supuestas características fundamentales de la nueva era de desarrollo de Internet)–, en conexión con la infraestructura que subtiende el proceso de comunicación en y por Internet, así como con las particularidades por medio de las cuales dicha infraestructura es apropiada desde un contexto y una situación particular a cada usuario.

Siguiendo una pista introducida por Livingstone (2008) en su análisis de la apropiación de redes sociales por parte de un grupo de adolescentes, a continuación se explora la construcción de identidades no sólo mediante la información que los usuarios deciden publicar acerca de sí mismos, sino también por conexión, es decir, por medio de los nexos de los usuarios del blog en una red de relaciones sociotécnicas.

Conexiones y vínculos: el blog como red

Aunque escrito principalmente de forma individual, el blog puede pensarse simultáneamente como un medio de interacción entre usuarios. Como parte de las

prácticas que caracterizan el uso de este tipo de sitios web se encuentra no sólo el desarrollar contenidos para sus blogs (desde escribir textos hasta compartir vídeos o imágenes), sino también establecer conexiones con otras personas. Bloguear es, para muchos de sus usuarios, una actividad que va más allá de escribir comentarios o someter imágenes en su propio sitio, o de pensarse a sí mismos por medio de sus escritos; es una dinámica de construcción de relaciones y significados en diversos espacios de publicación, que se articula desde las conexiones sociotécnicas establecidas mediante el blog. En otras palabras, la práctica de bloguear no puede definirse de forma completa sin el proceso de lectura y discusión de otros sitios, e interacción con otros usuarios.

Las dinámicas de comunicación del blog son vistas por algunos de sus usuarios como una conversación continua, tanto de la persona creadora del blog con sus propios lectores, así como con otros sitios web conectados de diversas formas. Desde este punto de vista, las entradas en un blog son senderos interconectados en una meta-conversación que se produce entre varios usuarios. En efecto, la mayoría de las plataformas de publicación de blogs han desarrollado diversas aplicaciones por medio de las cuales se despliegan en la interfaz del blog los más recientes comentarios o participaciones de ciertas personas seleccionadas por la editora o editor del blog, así como ventanas de diálogo asincrónico entre ellos. Como Paul Hodkinson señala (2007:632), esto ha motivado que algunos analistas prefieran el término “*software social*” para referirse a sistemas de publicación de blogs (y de otros tipos de sitios web).

Por ejemplo, la incorporación de protocolos de sindicación (RSS) ha permitido un seguimiento sistematizado de las actualizaciones en diversos blogs, pues permite leer de forma fácil los más recientes comentarios de una gran cantidad de blogs, ya sea en la computadora o en otros dispositivos con conexión a Internet (e.g., teléfono celular). Asimismo, *Twitter*¹⁷ se ha convertido en una opción utilizada para publicar comentarios cortos en un sitio web desde distintas plataformas (SMS o mensajerías instantáneas) y mantener conversaciones en pequeña escala que se publican en la página del usuario en el sitio web de *Twitter* y son recibidas por los usuarios que así lo deseen. Esta práctica ha sido bautizada por varias personas como “*micro-blogging*”.

Estos procesos de comunicación entre blogs se establecen tanto con personas a quienes se conocía previamente, como con otras a quienes se conoció filtrando la red. Como se mencionó anteriormente, un 11.5% de los usuarios consultados iniciaron su creación de blogs por recomendación de otras personas, y un 60% afirma que conoce al menos a algunas de las personas que visitan sus blogs. Asimismo, las personas entrevistadas manifestaron de forma recurrente haber sido “inspirados” por la forma en que otros usuarios del blog escriben o actualizan su sitio web.

La dinámica de lectura y discusión mutua entre usuarios del blog es considerada como una de las dimensiones esenciales de bloguear. Los usuarios del blog tienden a leer los comentarios escritos en sus sitios (aunque no necesariamente responden a todos), visitar los blogs o sitios web de quienes les han hecho acotaciones y, a su vez, realizar comentarios en una diversidad de blogs de otras personas. En términos generales, existe un reconocimiento por parte de las personas entrevistadas de la “relación de influencia mutua” (como lo expresó una de ellas) entre los lectores y los blogueros. Aunque no todos los usuarios del blog afirman escribir pensando en “sus lectores” o

esperando ser leídos, para una mayoría de las personas entrevistadas recibir visitas y comentarios en su blog es apreciado como una recompensa o gratificación. En efecto, las visitas de lectores representan un aliciente especial que los motiva a seguir publicando contenidos.

Para otro de los usuarios entrevistados, la competencia por recibir visitas representa una dinámica importante para elevar la creatividad y visibilizar sitios web “de buena calidad”. Desde ese punto de vista, como sugiere Schmidt (2007), la cantidad de comentarios e hipervínculos recibidos en un blog puede ser interpretada no sólo como un indicador de popularidad o autoridad, sino también como un mecanismo por medio del cual se difunden ideas y se aprecian patrones de centralidad y periferia en un contexto de blogs determinados.

Es interesante destacar que los usuarios del blog entrevistados manifestaron en numerosas ocasiones su interés particular por conocer, en sus palabras, “la escena local del blog” en Costa Rica, pues lo consideran una forma ideal de descubrir el “potencial” o el “talento” que hay en el país. Desde esta lógica, el blog sería la plataforma privilegiada para darle voz a una diversidad de personas con opiniones o ideas sugerentes, que de lo contrario habrían permanecido en el anonimato. Una muestra singular de este deseo por conocer los aportes de las y los usuarios del blog en el país lo constituye el blog *Arroz y Frijoles*¹⁸, donde se publican constantemente entrevistas a usuarios costarricenses del blog con el propósito de “hablar de temas comunes, preocupaciones comunes, intereses y sueños personales... Hacer una rueda, abrazarnos, escucharnos para conocernos... descubrir afinidades, tendernos la mirada y las palabras como puentes...como lazos”. Esta afirmación resume de forma precisa la apropiación del blog como forma de conectar ideas y personas por parte de varios usuarios.

Otra manera de entender las dinámicas de comunicación entre usuarios radica en los criterios que rigen la inclusión de los blogs en el *blogroll*. Los hipervínculos establecidos con otros blogs guardan especial relevancia para sus usuarios, en la medida en que constituyen una práctica por medio de la cual se establecen dinámicas de comunicación entre ellos o, en palabras de un bloguero, se convierten en “una red de legitimación de un blog” en la Web. Según una usuaria entrevistada:

Incluyo a los blogs, casi siempre en español, que me parecen de buena calidad ya sea por la escritura, por el contenido, o porque son de amigos. A casi ninguno, cuando lo añado, lo conozco personalmente.

Así, los cambios en la configuración de los hipervínculos hacia otros blogs recomendados podrían interpretarse como cambios en los intereses de quien hace la lista, variaciones en su manera de interpretar la calidad de un blog, o como resultado de la aparición de nuevos blogs cuyas maneras de creación de contenidos resultan sugerentes para el usuario. De fondo, se aprecia una práctica constante de revisión de otros blogs por parte de sus usuarios.

Los identificadores de pertenencia a comunidades o grupos de blogs, en particular en el caso de agrupaciones de blogs costarricenses como *TicoBlogs* o *TicoBlogger*, constituyen otra manera de explorar la emergencia de procesos de comunicación entre usuarios. Las personas vinculadas a comunidades o directorios de blogs costarricenses

(notablemente *TicoBlogger*) comparten en buena medida no sólo enlaces entre sus sitios, sino también una lógica o un ethos acerca del significado y valor del blog. *TicoBlogger* es sólo un ejemplo en la conformación de redes de personas interconectadas cuyas dinámicas de comunicación atraviesan y se articulan por medio de diversos blogs, y cuya suma total es catalogada en términos de una “blogosfera” costarricense. Sin embargo, no todos los usuarios aprecian la vinculación a este tipo de agrupaciones. Como lo expresan las palabras de una persona entrevistada, para otros usuarios, las comunidades o agrupaciones de blogs “perdieron el sentido cuando pasamos a ser millones [de usuarios del blog]”.

Como resultado de estos patrones de comunicación entre usuarios, los cuales se manifiestan tanto en comentarios realizados en blogs de otras personas como en réplicas de contenido o publicaciones personales sobre un mismo tema, diversas ideas podrían ganar mayor notoriedad en Internet¹⁹. Además del caso del TLC, otro ejemplo significativo de este patrón de construcción y réplica de ideas (o *memes*) que adquieren relevancia gracias a su articulación colectiva en Internet se produjo con el llamado “caso Nelka”. Los comentarios difundidos en el blog *Fusil de Chispas* en junio de 2008²⁰ sobre las irregularidades relacionadas a un premio recibido por publicistas costarricenses en Cannes, encontraron ecos de singular cuestionamiento gracias a la discusión producida en Internet al respecto (e inclusive en el medio de comunicación que publicó una información con base en esa discusión²¹) y a las contribuciones de los lectores de dicho blog. Como se puede apreciar en este ejemplo, la articulación de usuarios del blog en diferentes redes interconectadas tendría incidencias en la forma en que diversas ideas publicadas en Internet pueden ganar prominencia.

En suma, el blog es no sólo un medio de expresión personal sino simultáneamente un espacio compartido de comunicación. En este sentido, más que una blogosfera única, el uso del blog en Costa Rica se produce en redes de diferente extensión que conectan a un grupo de personas con quienes se establecen dinámicas de interacción y se comparten afinidades, opiniones y modos de publicación del blog. Así, cada blog, con sus textos, discusiones y recursos actualizados, se convierte en el punto de encuentro de una red de personas cuya huella queda presente mediante comentarios y enlaces hacia sus respectivos blogs, o inclusive mediante la observación furtiva.

A modo de conclusión

A lo largo de este texto, se ha sugerido que el blog participa en la redefinición de las lógicas de producción de conocimientos y de construcción noticiosa en Internet. Bajo esa premisa, fueron consideradas tanto las prácticas propias a una cultura emergente vinculada al blog en Costa Rica, como sus características infraestructurales al ser un sitio web singular (cfr. Livingstone, 2008), a la hora de dar cuenta de la apropiación de esta tecnología por parte de un grupo de usuarios costarricenses.

Así, tres procesos vinculados a la publicación del blog han sido explorados como espacios decisivos en el desarrollo de prácticas centrales de la cultura digital en Costa Rica: la creación de contenidos, la construcción de identidades dinámicas

y la formación de relaciones de comunicación entre usuarios del blog. Tal como lo fueron en 1945, las palabras de Vannevar Bush sobre una máquina que nunca llegó a construirse (el *memex*), resultan sugerentes para definir el papel que cumplen los usuarios del blog:

Hay una nueva profesión de [personas], que encuentran placer en la tarea de establecer rastros útiles en medio de la masa enorme del registro común. La herencia del maestro se convierte no sólo en sus adiciones al registro del mundo, sino en el andamio entero por el cual fueron erigidas para sus discípulos (Bush, 1945:246).

Conforme aumentan su popularidad en la cultura digital costarricense, los blogs han comenzado a ser considerados como medios alternativos de expresión con mayor legitimidad e incidencia a nivel nacional. Algunos blogueros costarricenses han recibido ofertas formales de publicación de sus sitios web, han padecido las consecuencias de opiniones versadas en sus blogs (desde amenazas hasta despidos), son tomados en cuenta de forma regular en monitoreos de medios en agencias de comunicación y en campañas de divulgación, reciben notas de prensa e invitaciones constantes, y han obligado a compañías costarricenses a dar declaraciones en diversas ocasiones sobre sus acciones corporativas. Otros usuarios, por el contrario, se conforman con tener un espacio de publicación en línea donde puedan compartir la intimidad y la riqueza de la vida cotidiana. Desde cualquier punto de vista, el futuro del blog en el país exige mayor atención.

Agradecimiento

Este texto fue desarrollado como parte de un proyecto de investigación apoyado por la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica, e inscrito en la Vicerrectoría de Investigación (No. A8-212-049). Quisiera agradecer a Yahaira Barquero, Sofía Guerrero, Lorenzo Mora y Gabriela Quesada, por su colaboración como asistentes de investigación a lo largo del proyecto. Mi agradecimiento también a Cristian Cambronero y Alberto González, blogueros indispensables de la escena costarricense, por sus enriquecedoras aclaraciones, y a las personas creadoras de blogs en el país que aceptaron ser entrevistadas. Mi gratitud también a Carlos Sandoval por las observaciones destinadas a mejorar la comprensión y el alcance del texto.

Notas

1. Un blog o weblog es un sitio web actualizado de forma regular, en el cual una o varias personas publican contenidos (conocidos como *posts* o entradas) sobre una diversidad temática. La información más reciente aparece siempre en la parte superior del sitio.
2. Esta estrategia ha sido ampliamente utilizada en otras investigaciones sobre blogs, como lo ponen en evidencia Li y Walejko (2008).

3. <http://www.ticoblogs.com/>
4. <http://www2.ticoblogger.com/>
5. <http://2001.bloggies.com/>
6. <http://2002.bloggies.com/>
7. En efecto, según *Alexa.com*, *Hi5* aparece como el sitio más visitado en Costa Rica entre enero y marzo de 2008 y el segundo entre abril y junio, *MySpace* aparece entre la posición doce y catorce entre enero y junio, y *Facebook* entre las posiciones catorce y dieciocho en los mismos meses. Las estadísticas de acceso a la Web generadas por este tipo de mediciones deben leerse con precaución, pues representan una forma particular (o sesgada) de registrar la consulta de sitios web basada en consideraciones técnicas específicas (e.g., solamente se considera en las estadísticas la actividad de computadoras que poseen una aplicación concreta en su *software*).
8. Véase Siles (2007), para una discusión más detallada sobre el desarrollo histórico del blog como tecnología a partir de la distinción entre filtros y diarios. En resumen, se sugiere que el blog original constituía un mecanismo de clasificación o filtraje de información en línea, mientras que el blog diario, consolidado mediante plataformas de publicación como *Blogger*, se pensó como “una herramienta de publicación en la Web, principalmente para editores personales o independientes, que elimina el tedio y el tecnicismo de añadir cosas a los sitios web [y que] apodera a los editores” (Turnbull, 2002:81).
9. Aunque, en palabras de Sonia Livingstone, las características infraestructurales del sitio web (*affordances*) “enmarcan pero no determinan” las prácticas de creación de contenidos (2008:403).
10. Citando a Lev Manovich: “en el caso de los nuevos medios, es necesario observar no sólo el producto final de los objetos sino primero las herramientas de *software*, su organización y sus configuraciones predeterminadas. Esto es particularmente importante porque en los nuevos medios la relación entre las herramientas de producción y los objetos mediáticos es de continuidad; en efecto, a menudo es difícil establecer un límite entre ambos” (2001:258).
11. <http://del.icio.us/>
12. Por otra parte, la celebración de las supuestas capacidades de Internet para traer reformas sustantivas en las dinámicas de producción cultural contemporáneas ha decaído desde la segunda mitad de la década de los 90, mientras florecen las preocupaciones sobre las restricciones impuestas a la producción de contenidos en Internet por ciertas estructuras de poder, particularmente edificadas para proteger intereses comerciales (Gillespie, 2007).
13. Esta idea ha sido comentada de manera elocuente por Tarleton Gillespie en su blog *Scrutiny* (<http://www.tarletongillespie.org/scrutiny/>).
14. A finales de mayo de 2008, surgieron los primeros esfuerzos sistematizados de creación de blogs en medios de comunicación como *Vuelta en U* (llamados *Arroba* y *35 milímetros*) y *La Nación (Derecho al Berreo)*. Medios de comunicación cuya plataforma de desarrollo es exclusivamente la Web incursionaron en la creación de blogs poco tiempo antes. Por ejemplo, *Capitales.com* lo hizo en enero de ese mismo año, y *Redcultura.com* hacia finales de 2006.
15. <http://es.wikipedia.org/wiki/Blog>

16. Véase también Bolter y Grusin (1999:35-36) para otras comparaciones entre el *Wunderkammer* y la lógica de los nuevos medios.
17. <http://twitter.com/>
18. <http://pintico.blogspot.com/>
19. Estoy agradecido con Cristian Cambronero por visibilizar esta idea con insistencia y por ejemplificarla recurrentemente mediante publicaciones en su blog.
20. Véase: <http://www.fusildechispas.com/2008/06/17/el-caso-nelka-oro-en-cannes/>
21. Véase: http://vueltaenu.co.cr/index.php?option=com_content&task=view&id=3696&PHPSESSID=26vg6rn_guegal5lkdjgmn85d70

Referencias bibliográficas

- Akrich, M. (1992). The De-Description of Technical Objects. En W. E. Bijker & J. Law (Eds.), *Shaping Technology/Building Society: Studies in Sociotechnical Change*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Bakardjieva, M. (2005). *Internet society: the Internet in everyday life*. London: Sage.
- Bakardjieva, M., & Gaden, G. (2007). Blogging as a Technology of the Self. Paper presented at the Association of Internet Researchers 8.0.
- Bardini, T. (2000). *Bootstrapping: Douglas Engelbart, Coevolution, and the Origins of Personal Computing*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Blood, R. (2004). How blogging software reshapes the online community. *Communications of the ACM*, 47(12), 53-55.
- Boczkowski, P. J. (2004). *Digitizing the news: innovation in online newspapers*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). *Remediation*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Bowker, G. C. (2007). The Past and the Internet. En J. Karaganis (Ed.), *Structures of Participation in Digital Culture* (pp. 20-36). New York: Social Science Research Council.
- boyd, d. (2005). Broken Metaphors: Blogging as Liminal Practice. Paper presented at the Media Ecology Association Conference 2005. En <http://www.danah.org/papers/MEABrokenMetaphors.pdf>

- Bruns, A., & Jacobs, J. (Eds.). (2006). *Uses of Blogs*. New York: Peter Lang.
- Bush, V. (1945). *As We May Think*. En A. Goldberg (Ed.), *History of Personal Workstations* (pp. 237-247). New York: Addison-Wesley.
- Cerezo, J. M. (Ed.). (2006). *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. España: Fundación France Telecom España.
- Fonseca, V. (2008). *Second Life y las nuevas territorialidades publicitarias*. Ponencia presentada en las IV Jornadas de Investigación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, 16 de mayo, Universidad de Costa Rica.
- Foot, K. A., & Schneider, S. M. (2006). *Web Campaigning*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Garrido, F., & Lara, T. (2008). Perfil del blogger hispano. III Encuesta a Bloggers. *Diálogos de la Comunicación*, 76(Enero-Junio), http://www.dialogosfelafacs.net/76/articulo_resultado.php?v_idcodigo=67&v_idclase=11.
- Gillespie, T. (2003). *The Stories Digital Tools Tell*. En J. Caldwell & A. Everett (Eds.), *New Media: Theories and Practices* (pp. 107-123). New York: Routledge.
- Gillespie, T. (2007). *Wired Shut: Copyright and the Shape of Digital Culture*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.
- Graves, L. (2007). *The Affordances of Blogging: A Case Study in Culture and Technological Effects*. *Journal of Communication Inquiry*, 31(4), 331-346.
- Herring, S. C., Kouper, I., Scheidt, L. A., & Wright, E. (2004). *Women and children last: The discursive construction of weblogs*. En L. Gurak, S. Antonijevic, L. A. Johnson, C. Ratliff & J. Reyman (Eds.), *Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs*. En http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women_and_children.html.
- Herring, S. C., Scheidt, L. A., Bonus, S., & Wright, E. (2005). *Weblogs as a bridging genre*. *Information, Technology & People*, 18(2), 142-171.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London: Sage.

- Hodkinson, P. (2006). Subcultural Blogging? Online Journals and Group Involvement among UK Goths. En A. Bruns & J. Jacobs (Eds.), *Uses of Blogs* (pp. 187-197). New York: Peter Lang.
- Hodkinson, P. (2007). Interactive online journals and individualization. *New Media & Society*, 9(4), 625-650.
- Kahn, R., & Kellner, D. (2008). Technopolitics, Blogs, and Emergent Media Ecologies: A Critical/Reconstructive Approach. In B. Hawk, D. M. Rieder & O. Oviedo (Eds.), *Small Tech: The Culture of Digital Tools* (pp. 22-37). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the social. An introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Lenhart, A., & Fox, S. (2006). *Bloggers: A portrait of the internet's new storytellers: Pew Internet & American Life Project*.
- Li, D., & Walejko, G. (2008). Blogs, splogs and abandoned logs: The perils of sampling bloggers, blog readers and their weblogs. *Information, Communication & Society*, 11(2), 279-296.
- Lviingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 10(3), 393-411.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Mortensen, T., & Walker, J. (2002). *Blogging Thoughts: Personal Publication as an Online Tool*. En http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching_ICTs_in_context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf
- Nakamura, L. (2008). *Digitizing Race: Visual Cultures of the Internet*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Pedersen, S., & Macafee, C. (2007). Gender differences in British blogging. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4).
- Robinson, S. (2006). The mission of the j-blog: recapturing journalistic authority online. *Journalism*, 7(1), 65-83.
- Rodríguez, N. (2008, Marzo). Un "Pintico" muy sazonado. RedCultura.com, En http://www.redcultura.com/editorial/2008_2/00articulos/julia_ardon/julia_ardon_arroz_frijoles.php

- Schaap, F. (2004). Links, Lives, Logs: Presentation in the Dutch Blogosphere. En L. Gurak, S. Antonijevic, L. A. Johnson, C. Ratliff & J. Reyman (Eds.), *Into the Blogosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs*. http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/links_lives_logs.html.
- Schmidt, J. (2007). Blogging practices: An analytical framework. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 13, en <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue14/schmidt.html>.
- Schneider, S. M., & Foot, K. A. (2004). The web as an object of study. *New Media & Society*, 6(1), 114– 122.
- Siles, I. (2007). Intimidación y sentido en la Web. Dos versiones del blog en controversia. En P. Vega (Ed.), *Encrucijadas de la comunicación: entre la modernidad y la sociedad de la información* (pp. 51-69). San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Sprague, R. (2007). Business Blogs and Commercial Speech: A New Analytical Framework for the 21st Century. *American Business Law*, 44(1), 127-159.
- Thurman, N. (2008). Forums for citizen journalists? Adoption of user generated content initiatives by online news media. *New Media & Society*, 10(1), 139-157.
- Turnbull, G. (2002). The State of the Blog. En J. Rodzvilla (Ed.), *We've Got Blog: How Weblogs Are Changing Our Culture* (pp. 78-88). Cambridge, MA: Perseus Publishing.
- van Doorn, N., van Zoonen, L., & Wyatt, S. (2007). Writing from Experience. Presentations of Gender Identity on Weblogs. *European Journal of Women's Studies*, 14(2), 143–159.
- Walker Rettberg, J. (2008). *Blogging*. Cambridge, MA: Polity Press.
- Walther, J. B., Gay, G., & Hancock, J. T. (2005). How Do Communication and Technology Researchers Study the Internet? *Journal of Communication*, 55(3), 632-657.
- Wei, C. (2004). Formation of Norms in a Blog Community. En L. Gurak, S. Antonijevic, L. A. Johnson, C. Ratliff & J. Reyman (Eds.), *Into the Blogosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs*. En http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/formation_of_norms.html.
- Williams, S. D. (2008). Dreamweaver and the Procession of Simulations: What You See Is Not Why You Get What You Get. In B. Hawk, D. M. Rieder & O. Oviedo (Eds.), *Small Tech: The Culture of Digital Tools* (pp. 57-68). Minneapolis: University of Minnesota Press.

