

“CONFIDENCIALES” Y BLOGS EN LA RED ESPAÑOLA: UNA APROXIMACIÓN A LAS CAUSAS DE LA CONFUSIÓN ENTRE AMBOS FENÓMENOS

María Sánchez González¹
Universidad de Málaga
m.sanchezgonzalez@gmail.com

1. Consideraciones previas: Aproximación al concepto de confidenciales y blogs

Partimos de la base de que, según autores como Salaverría (2004), Alonso y Martínez (2003), Yuste y Barceló (2004) o López García (2005), entre las distintas categorías de medios de comunicación en la Red se incluyen tanto los blogs como los medios online sin referente impreso, dentro de los cuales se hallan los denominados “confidenciales” (Salaverría, 2003; López García, 2005: 177).

Siguiendo a Orihuela (2003b), los confidenciales son un “género periodístico próximo a la crónica y normalmente de carácter político o económico” caracterizados “por el hecho de que el propio periodista asume el carácter de fuente, dando cobertura, merced a su credibilidad y prestigio, a las fuentes originales que desean permanecer ocultas y que se manifiestan mediante “confidencias”. Según su criterio, los confidenciales “toman carta de naturaleza como medio” en la Red, donde esta denominación “hace referencia mayormente a medios periodísticos sólo digitales que abordan parcelas de la realidad poco tratadas por los medios convencionales, o bien temas de dominio público con fuentes exclusivas.”.

¹ Periodista y Doctoranda de la Universidad de Málaga, España, donde ha sido becaria de investigación del portal de comunicación internacional Infoamerica.org (<http://www.infoamerica.org>), proyecto dirigido por el catedrático Bernardo Díaz Nosty.

El mismo autor (2003) define los blogs, weblogs o bitácoras como “sitios web estructurados originalmente como diarios personales, basados en enlaces, noticias y opiniones que se actualizan de modo regular, escritos con un estilo informal y subjetivo”, y se refiere a éstos, al hablar de la relación entre blogs y periodismo, como “un tipo de medio”, que “no son periodismo por ser weblogs” y que “no van a sustituir al periodismo ni a los medios tradicionales, pero les están haciendo cambiar.”

En este sentido, ante la “consolidación” o el “fin” de la blogosfera² y el uso de los blogs, entendidos como formato y herramienta, por parte de medios tradicionales³, José Manuel Noguera (2004), periodista, blogger y estudioso del fenómeno, defiende que el blog es también “una personalidad, la de su autor, y una filosofía, la de su comunidad de lectores” y distingue, de esta forma, entre blog original⁴, como medio en sí mismo, y blog como una sección más dentro de un medio.”

2. Apuntes sobre la confusión entre confidenciales y blogs de actualidad y noticias desde el punto de vista de los bloggers

2.1. La encuesta y sus destinatarios

Partiendo de la idea expresada por Orihuela (2003b) de que las diferencias entre el fenómeno de los confidenciales y el de los blogs son evidentes, “al

² Desde esta perspectiva, Varela (2005a), quien habla de “fin de la revolución”, afirma que ahora los blogs comienzan a “ser medios o a estar inmersos en ellos” y que “la conversación se ha convertido en un formato, a lo mucho, un género” .

³ Es destacable, por tanto, cómo, del mismo modo que algunas ediciones digitales de los grandes medios comenzaron a incluir secciones dedicadas a los rumores o a la información confidencial -como la columna “Confidencial” de *La Razón* o la desaparecida “Entrada secreta” de *El Mundo*- tras el auge de los denominados confidenciales, ahora empiezan a interesarse por los blogs.

⁴ Según ello, la confusión entre confidenciales y blogs que abordamos en este estudio se refiere a aquellos “originales” de la blogosfera, entendidos como formas de comunicación online al margen de los grandes medios.

menos para los bloggers”, el cuestionario⁵ se dirigió a los autores de los blogs españoles sobre temas de actualidad y noticias⁶, que, junto a los bloggers que elaboran “weblogs de investigación y docencia de periodismo y comunicación”⁷, componen el universo de estudio. Tras seleccionar la muestra de acuerdo a la posición de los blogs de estas categorías en varios directorios o buscadores de páginas de servicios de blogs y visitar cada uno de éstos para contactar con sus autores, la propuesta de participación se envió a unos 150 bloggers que se ajustaban al perfil buscado, 43 de los cuales cumplieron finalmente el cuestionario.

A continuación se analizan algunos de los motivos por los que, según los encuestados, en ocasiones o desde algunos sectores se habla de confidenciales y blogs de manera indistinta.

2.2. Resultados: causas por las que se confunden confidenciales y blogs

La inmensa mayoría de las respuestas a una de las cuestiones principales del estudio, planteada a modo de pregunta abierta, y cuyo fin era recoger diversos puntos de vista sobre la confusión de confidenciales y blogs de actualidad y noticias, aparte de los que se plantearán como posibles motivos en cuestiones siguientes, giran en torno a una serie de causas comunes que pueden agruparse del siguiente modo:

⁵ El cuestionario, de carácter exploratorio, y que formará parte de una tesis doctoral sobre los denominados “confidenciales” en línea, pretendía establecer unos criterios distintivos válidos entre éstos y los blogs que publican rumores o información confidencial.

⁶ Siguiendo la clasificación de Orihuela, entre éstos pueden incluirse los “weblogs de particulares sobre actualidad”, los “weblogs sobre medios y comunicación” y los “weblogs personales de periodistas”.

⁷ Aunque éstos no son profesionales de los medios de comunicación y no suelen incluir noticias de actualidad y, por tanto, en ellos no tendrá cabida el rumor, la opinión de sus autores, por su perfil de especialistas en comunicación y bloggers, muchos de los cuales se ocupan del análisis de la blogosfera o del Periodismo en la Red en sus páginas, resulta interesante para esta investigación.

A. Desconocimiento- ignorancia

La mayor parte de los participantes mencionan el término “desconocimiento” entre sus argumentos. Para algunos, este desconocimiento viene porque no se conocen las características concretas de ambos medios, mientras que otros hablan, de un modo más general, de falta de conocimiento de Internet. Hay quien señala que quienes los desconocen son los propios estudiosos del fenómeno, mientras que otros se refieren a los no especialistas y justifican esta confusión por los rasgos comunes de los medios digitales, como “nuevos medios” con “fronteras borrosas” o por el hecho de que hayan surgido ambos en los últimos años.

B. Interés

El segundo motivo más citado por el que se confunden confidentiales y bitácoras de actualidad y noticias es el interés, que según la mayoría de las respuestas –las cuales citan el caso de *El Semanal Digital* como un uso “interesado del término” weblog- viene por parte de algunos confidentiales. Uno de los encuestados se refiere al “interés de confundir ambos fenómenos para combatirlos conjuntamente”, haciendo alusión, de este modo, a terceros, tal vez a los grandes medios, como “culpables” de esta confusión.

C. Espacios al margen de los grandes medios

Muchos de los encuestados mencionan una “posible independencia de confidentiales y blogs frente a los grandes grupos y referentes en papel” o los definen como “un espacio de información/ opinión no oficial”.

D. No son fenómenos excluyentes

Dos de las respuestas afirman que la confusión se debe quizás al hecho de que confidenciales y blogs no sean fenómenos excluyentes, bien porque “en ocasiones muchos blogs ejercen como confidenciales” (aunque, según la respuesta, esto no los convierte necesariamente en blogs), bien porque “en España no hay confidenciales realmente (ya que “si un confidencial se convierte en un medio de comunicación masivo, no es un confidencial, es un periódico mal hecho, no contrastado”) sino weblogs camufladas en el supuesto renombre de un periodista”.

E. Rasgos concretos similares que pueden confundirlos

Aparte de su funcionamiento al margen de los grandes medios, otras de las respuestas que argumentan su confusión en torno a características parecidas en confidenciales y blogs se basan en su uso de “técnicas de soporte comunes”, en que “muchas veces están basados en un único autor” o en que “el intimismo de las bitácoras tiene de por sí aire de confidencial, aunque realmente no lo sean”.

F. No existe tal confusión

Frente a los que aportan motivos concretos como causa de la confusión entre el fenómeno de los confidenciales y de los blogs, otras respuestas, aproximadamente el mismo número que hablaba del interés como causa de confusión, afirman que ésta no existe o no opinan que se confundan.

2.3. La autodenominación de confidenciales como blogs y sus causas. El caso de *El Semanal Digital*

La no demasiada buena reputación de la que gozan los confidenciales entre periodistas⁸ o bloggers⁹, entre otros, puede ser la causa de que muchos de estos medios no se reconozcan como tales. A este respecto, el ejemplo más conocido y comentado por parte de la blogosfera y de la prensa digital ha sido el de *El Semanal Digital*, “que se presenta al lector como ‘El primer weblog de la prensa española’”, pero que “se asemeja más bien a la mayoría de diarios digitales sin referente impreso con información confidencial¹⁰, a pesar de que el propio director del medio, Antonio Martín Beaumont (Tenorio, 2003), afirme que algunos de sus confidentes proceden del mundo de los blogs, y de ahí la referencia a éstos¹¹ y de que en la web del medio se asegure que éste se basa “en la información confidencial que llega a la Red de fuentes seguras, los llamados weblogs en el argot de Internet”.

Así pues, son muchos los artículos y posts que se muestran en desacuerdo con la autodenominación de *El Semanal Digital* como weblog. Siguiendo a Tino Fernández (2003), “el sitio dirigido por Antonio Martín Beaumont es en realidad un diario online (...) que no se actualiza las 24 horas, aunque cambia su edición durante el día.”

⁸ Según Pedro J. Ramírez (2004) y otros editores, la finalidad de estos diarios es difamar, chantajear o ajustar cuentas.

⁹ Antonio Delgado (2003a), por ejemplo, se refirió a los confidenciales como “periodismo casposo en Internet”.

¹⁰ Las informaciones de la publicación, que se adhiere al Código Europeo de Deontología del Periodismo aprobado en Estrasburgo en 1993, se estructuran por áreas bajo el apartado “Confidencial”, donde se incluyen, así, contenidos sobre política, autonomías, exteriores, economía, tecnología, medios, salud, deporte, religión, e incluso crónica rosa (“Chismógrafo”). También destaca la sección “Garganta Profunda”, con una noticia diaria de extensión media, casi siempre de asuntos políticos. Se trata, según la web, de ofrecer “una información confidencial contrastada, más allá del periodismo de agencias y comunicados” (Sánchez González, María, 2004).

¹¹ No obstante, ante casos de éxito de los confidenciales, sí que se incluyen dentro de esta categoría: “En el mundo de la comunicación se habla de la influencia que comienzan a tener los confidenciales que se publican en la Red, donde *Elsemanaldigital.com* destaca con fuerza.” (ELSEMANALDIGITAL.COM, 2003).

El mismo autor añade que “algunos medios como *El Semanal Digital* tratan de capturar alguna de las novedades que el fenómeno creciente de los weblogs ha introducido en el panorama de los medios online”, una opinión que comparte, desde la blogosfera, entre otros, Antonio Delgado (2003b), quien critica el intento de Martín Beaumont de justificar su autodenominación como blog:

"El primer weblog de la prensa española" es como se autodefine el diario digital español "El semanal digital". Cuando ni son un weblog ni creo que sepan qué es. Según un editorial de su director:

Somos el primer weblog de la prensa digital española porque seguimos fieles a cultivar ese género complejo y difícil de la información exclusiva, analítica o confidencial.

La frase no es suya, ya la dijo José Manuel Nieves, de ABC, en la mesa redonda sobre periodismo digital que se celebró el pasado sábado en Toledo, en la ponencia "Weblogs y programas P2P. Información e intercambios en Libertad". Según se desprende de la crónica que "El semanal digital" hace del encuentro:

(..) hizo hincapié en el éxito de los denominados "weblogs". Es el género que nació como página personal y que ha dado pie a una nueva generación de "vortales" o portales verticales, especializados en información confidencial o de alta calidad y análisis, con gran valor añadido."

Se consideró interesante, por tanto, averiguar si la mayoría de los encuestados estaba de acuerdo con estos motivos, así como descubrir otras posibles causas por las que, según su opinión, algunos confidenciales se venden como blogs. A la vista de los resultados, y como se esperaba, existe consenso a este respecto, y la mayoría de las respuestas recogen aspectos similares como posibles causas por las que confidenciales como *El Semanal Digital* se autodenominan “weblogs”:

A. Desconocimiento o confusión de términos

En este sentido, y en consonancia con la respuesta anterior, algunos mencionan la “indefinición sobre qué es o no es un weblog” o la incomprensión de este término por parte de los confidentiales que lo utilizan.

B. Usar un término que está de moda y que les trae ventajas

Esta respuesta es aportada por la práctica totalidad de los bloggers, y a este respecto algunos explican que el término “blog” tiene “unas características que han sido muy bien acogidas” en este momento, ya que, como señala uno de los encuestados, algunos diarios –no sólo confidentiales- “están haciendo lo mismo, apuntándose a la moda de incluir blogs o pseudoblogs en sus páginas”.

Hay quien va más allá y afirma que a través de su autodenominación como blog *El Semanal Digital* puede aparecer como un “medio” más accesible, cercano y abierto a la participación ciudadana. Otros hablan, en este sentido de que así se le asocian los valores que empiezan a tomar los blogs, “libertad de expresión”, “independencia”, “rigor” o “credibilidad”, ya que en España “los confidentiales se han convertido demasiado rápido en sinónimo de rumor y manipulación sesgada”.

C. Son blogs

Entre las respuestas, una persona discrepa del resto y afirma que lo que conocemos como confidentiales en España pueden considerarse blogs, en el sentido de que “no hay confidentiales entendidos como boletines que trasladan noticias (en la época del papel a las redacciones de los periódicos y

a sectores muy minoritarios y privilegiados) reales pero no publicables por no poder ser contrastadas, sino como simple vehículo de lucimiento de periodistas de renombre.”

2.4. Respuestas de la blogosfera tras la comparativa entre los confidenciales españoles y los blogs estadounidenses

El hecho de que, como se comentó, no existan confidenciales similares a los denominados de este modo en España en países como Estados Unidos (o al menos no se los conozca con este nombre), lleva a algunos estudiosos del Periodismo en Internet y a periodistas fuera de la Red española¹² a interesarse por el tema. Así, tras el “Caso Hesperia”¹³, *Online Journalism Review* dedica un apartado a los confidenciales dentro de un artículo que recoge las tendencias de Internet en España en cuanto a los medios de comunicación, y cuya autora, Theta Pavis (2003), bajo el título “The rise of confidenciales”, señala la aparición de estos medios, a los que se refiere como “panfletos del rumor popular on line”, como un fenómeno importante en la Red española, a la vez que establece una similitud entre confidenciales y weblogs al afirmar que el mensaje de ambos es personal, por un lado, y que tienden a perder la línea entre lo real y el rumor, por otro, y asegura que, de igual modo que los blogs dañaron a los sitios de noticias en Estados Unidos, lo están haciendo los confidenciales en el caso español.

También como intento de comparar la situación en ambos países, y como origen de la confusión conceptual y semántica entre los confidenciales

¹² En un artículo (Carvajal, 2005) publicado primero en el *Internacional Herald Tribune* y luego en el *New York Times* sobre *Periodista Digital*, se menciona el tema de los confidenciales en España.

¹³ Según la sentencia del “Caso Hesperia”, *Mi Canoa*, confidencial dirigido por Fernando Jáuregui, tuvo que indemnizar en 2002 a los jugadores del Barcelona por publicar una información que supuso “una intromisión en su honor” tras no poder demostrarse su veracidad.

españoles y blogs norteamericanos¹⁴, el artículo que *Iblnews* publicó en marzo de 2003 con el título “Los confidenciales, versión española de los ‘weblogs’, ganan terreno”, en el que Frank Valdés (2003), en un tono de defensa¹⁵ hacia éstos y de crítica a los grandes medios, se refiere a los confidenciales como “el último fenómeno mediático de la Red, más allá, y con más profundidad, que los weblogs anglosajones”, el cual, según él, “sobresale por su calidad”¹⁶, tuvo bastante repercusión entre los bloggers españoles, cuya mayoría se apresuró a responder que confidenciales y weblogs no tienen nada que ver. Éste es el caso de Antonio Delgado (2003c), quien afirma que, aunque algunos confidenciales usen “las herramientas y el sistema organizativo de la información de los weblogs”, no se puede “generalizar y afirmar que todos los confidenciales son weblogs ni tampoco pensar que todos los weblogs son confidenciales”, o de Juan Varela (De Regoyos, 2004), quien, tiempo después de la publicación del artículo de *Iblnews* vuelve a referirse a la confusión entre blogs y confidenciales, afirmando que éste último es un “fenómeno muy español” y señalando que, “en algún caso” como en el suyo, donde ofrece noticias, “se podrían confundir con un confidencial”, aunque, al contrario que los confidenciales, él asegura “no buscar primicias” ni competir “por ser el primero” en darlas.

¹⁴ Esta confusión se da incluso por parte de responsables de los confidenciales españoles como Eulogio López (2004), quien, en un editorial de *Hispanidad* en el que critica la “persecución” y la “campaña de acoso y derribo” del Gobierno y los grandes editores contra los confidenciales, se refiere a éstos como “lo que los norteamericanos llaman ‘weblogs’”.

¹⁵ El principal argumento que emplea Valdés para defender a los confidenciales españoles, entre los que señala *El Confidencial Digital*, *El Semanal Digital*, *El Confidencial*, *Libertad Digital*, *Madridpress*, *Periodista Digital* y *PRNoticias*, es que sus audiencias crecen y “apenas se dan quejas por parte de los lectores”.

¹⁶ En la misma línea, un artículo (Fernández, 2003) publicado en *Noticias de la Comunicación* señala los blogs norteamericanos como posibles antecedentes de confidenciales que incluyen noticias sobre comunicación y medios como *El Confidencial Digital* y *PRNoticias*, “a imagen y semejanza de iniciativas nacidas en Estados Unidos, cerca del fenómeno blogger, como la de James Romanesko, periodista especializado en Internet de *The St. Paul Pioneer Press*, que en su *Mediagossip.com* ofrece noticias y críticas sobre los medios y quienes trabajan en ellos”.

Será el mismo Varela (2005) quien, coincidiendo con otros bloggers como Iñigo Sáez de Ugarte¹⁷, critique la *IV Jornada de Periodismo Coca-Cola* organizada por la Asociación de Periodistas Europeos en mayo de 2005, en la que, según él, se confunden ambos fenómenos:

La segunda sesión va al meollo y es para no perderse: El fenómeno de los blogs y los confidenciales. ¿Qué poder?, ¿qué responsabilidad? ¡Viva la confusión! (...). En el mismo plato, sin distingos, los blogs, amenaza para los traficantes de la información. Para unos porque se les acaba el oligopolio, para otros porque se les ve más el plumero y los trapicheos no cuelan.

A partir de ahí, Varela reivindica el fin de esta confusión (“A ver si acabamos con este revoltillo”), y diferencia confidenciales y blogs:

Miren ustedes, organizadores y paganos: confidenciales y blogs no tienen nada que ver. Es más, son completamente opuestos.

Los confidenciales viven de la opacidad, la suya propia y la de los medios tradicionales, alimentados por una vida pública, empresarial y política poco diáfana.

Los blogs son una revolución por la transparencia informativa, de los hechos, las fuentes, la información, los periodistas y la demanda del público por la claridad.

Los confidenciales son el periodismo hecho negocio y mercadean con la información.

Los blogs son la irrupción del público en el mercado de la información para liberarla, para arrebatar su propiedad a los depositarios (editores y periodistas) que han llegado a creer que era patrimonio suyo y no de los ciudadanos.

Ante este debate, las respuestas a la cuestión que recoge la opinión de los entrevistados acerca del mismo son bastante homogéneas, y 40 de los 43

¹⁷ “... ¿Acaso la asociación cree que son dos fenómenos parecidos?” (Sáenz de Ugarte, 2005).

encuestados piensan que los denominados “confidenciales” en España no se corresponden a los blogs estadounidenses¹⁸.

Entre los motivos que argumentan, un buen número de respuestas (8) apuntan que se trata de fenómenos diferentes, “que no tienen nada que ver” o que “no son lo mismo”, independientemente de su ubicación, y señalan que los correspondientes a los blogs estadounidenses en España son los blogs españoles. Una de las respuestas hace alusión al hecho de que se trata de dos fenómenos recientes en la red y llega incluso a afirmar que lo único que tienen en común es haber nacido en la misma época.

Muchos (11) explican esta distinción, entre otras razones, basándose en la diferente naturaleza del emisor, ya que, según éstas, los weblogs son medios de expresión personales, sin intereses económicos, llevados por una o varias personas, mientras que los confidenciales tienen una infraestructura distinta y funcionan como “periódicos en miniatura”. Hay quien llega a asegurar que “detrás de los confidenciales están grupos de presión y tienen con frecuencia intención económica”, y otras respuestas incluso hablan de los confidenciales como “islas dentro de la red que no se hacen eco de lo que dicen los demás ni corrigen sus fallos”, frente a la “red interconectada que llamamos blogosfera”, caracterizada, según apunta otra de las respuestas en una línea similar, por un espíritu “de enlazado directo de fuentes y transparencia”, que “no tiene nada que ver con el secretismo de fuentes privilegiadas y no reveladas que manejan los confidenciales”. En este sentido, además, un buen número de los participantes considera a los confidenciales como una evolución del periodismo escrito, unidireccional, y más parecidos, por tanto, a un periódico

¹⁸ Sólo una de las 2 personas que contestó sí afirma que existe gran similitud entre ellos, mientras otra no respondió.

tradicional, frente al carácter personal, de diálogo e interconectados de los blogs.

Algunos, sin embargo, no consideran confidenciales y weblogs como fenómenos excluyentes, pero apuntan, al igual que los anteriores, que no se pueden comparar porque, mientras un blog es un formato, un confidencial toma su nombre de su contenido y es, por tanto, un tipo de contenido. Así, siguiendo esta argumentación, uno de los encuestados define confidencial como “un tipo de publicación periodística que puede darse o no en un weblog” pero sostiene, haciendo referencia a los rasgos técnicos y formales de éstos, que “ninguno de los confidenciales españoles más o menos conocidos es un weblog” al no utilizar las características de éstos para publicarse. Al contrario, otras respuestas opinan que, aunque los confidenciales españoles no se correspondan “exactamente” con los blogs de Estados Unidos –debido a que “un blog es algo más amplio”-, muchos “se ajustan al modelo de blog estadounidense de éxito”¹⁹.

Frente a esta visión de los weblogs como formato y los confidenciales como un tipo de contenidos, parte de los encuestados parece referirse a ambos como medios en Internet. Así, para algunos las diferencias entre éstos estriban en sus características formales y en su formato²⁰, mientras que para otros la distinción consiste en que las bitácoras son mucho más variadas en cuanto a temática y contenidos, y “no tratan necesariamente información confidencial” o lo hacen, debido a la diferencia en cuanto a la tipología y a la finalidad del emisor que apuntábamos anteriormente, por razones de “satisfacción personal”, “terapia”, “relaciones personales” u otros motivos. Al contrario, otra persona asegura que la diferencia entre confidenciales y

¹⁹ En este sentido, otro de los bloggers apunta que, en el caso estadounidense, “la mayoría de los confidenciales son cronológicos, y por tanto son weblogs”

²⁰ Algunas de las respuestas hacen alusión a una estructura visual diferente, y al hecho de que los confidenciales se asemejen más a los portales o las webs de periódicos.

bitácoras estriba en que “los confidenciales son medios que hacen información que en muchos casos se basa en rumores, mientras que los weblogs son medios personales (...) que normalmente no hacen información”.

Por otro lado, frente a los que hablan de confidenciales y blogs como medios con distintos formatos, otros están de acuerdo con los anteriores en el sentido de que los blogs son mucho “más variados” que los confidenciales, pero afirman que tienen un formato común, ya que comparten “página con entradas fechadas, que aparecen en orden inverso a su publicación, de la más reciente a las más antiguas y que, normalmente, pero no siempre, admiten comentarios de los lectores”²¹.

Así pues, a pesar de que los bloggers coinciden en que los denominados confidenciales en España no corresponden a los weblogs estadounidenses, los argumentos difieren.

A la búsqueda de una clasificación válida para algunos medios online: el caso del *Drudge Report*

En la misma línea de la respuesta anterior, y para profundizar en el tema relacionado con los denominados confidenciales como “versión española” de los blogs, se seleccionó el ejemplo de un conocido medio en el que puede materializarse esta posible correspondencia o confusión entre confidenciales españoles y weblogs estadounidenses, el *Drudge Report*.

Si examinamos las respuestas de los bloggers, en éstas parece primar el criterio de los contenidos, y la mayoría (24 personas) lo considera un “confidencial”, frente a sólo 2 que opinan que es un weblog. Sin embargo, hay

²¹ Esta respuesta difiere de los que afirmaban que la participación del lector y el diálogo entre escritor y lectores eran rasgos diferenciadores de las bitácoras frente a los confidenciales.

un alto porcentaje de personas que contestan que pertenece a “otra categoría”, opción que marcó la persona que opina que dicho medio es “confidencial por sus contenidos” y weblog porque “tiene características de este formato”. Es significativo, además, que 7 de los encuestados no respondieran a esta pregunta.

Entre los que afirman que *Drudge Report* es un confidencial, las argumentaciones²² son diversas. Así, aunque la mayoría alude a su contenido (“Revela información que no circula en los mass media “oficiales”; “publicó una información que los medios grandes no podían o no se atrevían a publicar”; “porque recibió información confidencial que publicó en su página web”), mientras una de las respuestas se basa en los rasgos formales y en las posibilidades de interacción y asegura que “no tiene suficiente interactividad para considerarse un weblog”, es interesante observar cómo otra de las argumentaciones es contraria a la que daba uno de los que clasificó a *Drudge Report* como un weblog²³, y se basa en el hecho de que el autor de esta página sea periodista: “Los weblogs suelen reflejar más bien el mundo de intereses del autor. Ésa es más bien periodística”.

²² Hay que aclarar que la mayoría de los encuestados se limita a marcar una opción sin argumentarla.

²³ Para esta persona, *Drudge Report* es un confidencial por su carácter personal: “Aunque en algunas cuestiones puede acercarse a un confidencial, es más personal. Responde a los intereses del autor”. Junto a ello, otra apuntaba otro aspecto interesante, el hecho de que este medio recoge información confidencial de elaboración propia “sólo de tarde en tarde”.

2.5. Los grandes medios frente a los confidenciales y blogs como fuentes de información. Causas por las que son criticados

Cabría preguntarse si en el hecho de que se confundan confidenciales y bitácoras no influye, por tanto, el tratamiento que ambos han tenido por parte del gobierno²⁴, o si son los grandes medios los que no los distinguen entre sí.

2.5.1. ¿Están restando los confidenciales y blogs influencia a los medios tradicionales?

Esta confusión y las críticas por parte de los grandes medios hacia confidenciales y bitácoras vienen, para algunos, porque ambos estén comenzando a ser poderosos e influyentes. Así lo expresa Javier Cuchí (2004), y en ello sí parecen estar de acuerdo bloggers y editores de confidenciales:

A mí no deja de sorprenderme lo deprisa que se ponen de acuerdo los medios comerciales de todo el arco ideológico y empresarial, cómo desde “El País” de don Juan Luis hasta la “Libertad Digital” de don Federico se vapulea al independiente con rara unanimidad. Para ser nuestras bitácoras y nuestros confidenciales tan poco influyentes y tan amarillos, hay que ver lo que estamos molestando a los que hasta ahora tenían la exclusiva de la información y hacían de ella mangas y capirotos.

Lo cierto es que en países como Estados Unidos casos recientes como el conocido como “Rathergate” dan muestra de la creciente influencia de las bitácoras creadas por los profesionales de la información -los denominados “j-

²⁴ También en la *Jornada de Periodismo Digital* de la APE, Montilla (LD – EFE, 2005) habló conjuntamente de ambos y aseguró que algunos medios digitales “no cumplen con algunas de las normas fundamentales que rigen la profesión del periodismo”, tales como la “solvencia” y la “credibilidad”, de las que “algunos de estos confidenciales o bitácoras están muy lejos de conseguir”.

blogs"- de su poder y de su papel como "vigilantes de los medios"²⁵. Junto a ello, y mientras los bloggers reclaman el derecho a la protección de la identidad de sus fuentes, surge también el debate acerca del posible mal uso de las fuentes y de la rumorología en la blogosfera, como se comentó, "tan fácil de crear como difícil de frenar en sus máximos efectos: aquellos que logran destruir la reputación de un tipo o, directamente, cercenar su carrera profesional" (Luis María, 2005).

Según las respuestas a una de las cuestiones, referida tanto a confidenciales como a blogs en términos de influencia y de posible arrebato de dicha influencia a los grandes medios por parte de ambos, un aspecto que, como vimos, señalaban algunos como causa por la que son criticados por los grandes editores, 31 de las 43 personas encuestadas manifiestan que tanto blogs como confidenciales están quitando influencia a los grandes medios, mientras que 10 consideran lo contrario.

En este sentido, Ramonet (2005) concibe los medios en línea como "rivales" de los medios tradicionales, los cuales están "enfrentados a una doble crisis": pérdida importante de audiencia y pérdida de credibilidad, y, haciendo referencia al caso del *Drudge Report*, asegura que "no saben resistir a la influencia de dos parámetros cuya fuerza explosiva se puede medir en el asunto Clinton-Lewinsky: el mimetismo mediático²⁶ y la hiperemoción²⁷". El mismo autor se refiere al tono de los blogs como diario íntimo y asegura que "mezclan sin complejo información y opinión, hechos verificados y rumores, análisis documentados e impresiones fantásticas".

²⁵ Según Tíscar Lara (2005), "una de las funciones más desarrolladas por algunos weblogs con respecto al periodismo es la de actuar como observatorio de los propios medios de comunicación, lo que se viene denominando como watchblogs".

²⁶ Esto implica, para Ramonet (1998), que se precipitan para cubrir un asunto, lo que da lugar a la intoxicación informativa.

²⁷ Según Ramonet (1998), por influencia de la televisión, donde la emoción verdadera parece implicar que se trate de una información verdadera.

2.5.2. Rasgos caracterizadores de los confidenciales presentes en los blogs de actualidad y noticias

Resulta relevante que esta “mezcla de información y opinión”, rasgo que define a los confidenciales, caracterizados por una “fuerte e interesada carga opinativa, mezclada a menudo, y no siempre distinguiendo una de otra, con géneros informativos o interpretativos” (Díaz Noci, 2004: 54-61), debido a su “línea editorial política e ideológica determinada”²⁸, sea el rasgo marcado por más bloggers (39, la práctica totalidad) en la pregunta cuya finalidad era reunir la opinión de los encuestados sobre la presencia de algunos de los rasgos de los confidenciales en los blogs a los que se refiere este estudio, partiendo de que ambos son formas no convencionales de comunicación en la Red al margen de las grandes empresas periodísticas²⁹.

Entre el resto de rasgos propuestos como opciones, para cuya selección se tuvieron en cuenta los que aparecen en algunas de las aproximaciones al concepto de “confidenciales” citadas anteriormente y en el análisis de estas publicaciones que llevó a cabo la autora del mismo (Sánchez González, 2004), la “Publicación de rumores” fue marcada por 20 de los 43 encuestados. De nuevo, hay que tener en cuenta la indefinición de términos y la no exclusión de ambos fenómenos, y cómo, de este modo, una bitácora puede contener información confidencial o rumores, e incluso conocerse en algunos casos, siguiendo las respuestas que aportaron los bloggers en la pregunta 1, que hacía referencia al caso del *Drudge Report*, como un confidencial, haciendo alusión, por tanto, al contenido y no al formato.

²⁸ Este aspecto también se incluyó entre las opciones y fue señalado por 27 de los encuestados.

²⁹ Aunque es lógico que, excepto en los casos de los blogs que se dediquen a la publicación de rumores o se basen en la información confidencial -que podrían considerarse en este caso confidenciales con formato de blog- la presencia de estos rasgos será menor que en el caso de los confidenciales, de los que constituye su esencia, también puede darse el caso, como se señaló, de blogs de actualidad y noticias que hagan uso de ellos en determinadas ocasiones.

El segundo rasgo más votado, la “cobertura de informaciones poco atendidas por los medios convencionales” (32 personas), hace alusión a la posible función de estos medios como fuentes de información alternativas. Al otro extremo, otros de los rasgos que quizás sean más distintivos de los confidenciales, la “publicación de exclusivas” y la “publicación de primicias”, aparecen como opciones señaladas por pocos, por 3 y 5 personas respectivamente, de lo que se deduce que tal vez los blogs se hagan eco de rumores aparecidos en la Red, bien en los confidenciales, bien en páginas similares de leyendas urbanas o bulos, y que actúen más bien, por tanto, como intermediarios o transmisores de éstos, pero que no ofrezcan tan frecuentemente información de primera mano en forma de exclusiva o primicia.

Así, aunque, teniendo en cuenta uno de los comentarios expresados en el espacio facilitado para la inclusión de otras respuestas, ante el enorme número de blogs existentes en castellano pueden darse casi todas estas características, otra persona, que coincide con ello, opina que el más extendido en éstas es la mezcla de información y opinión y matiza que “puede que los weblogs en algún momento puedan publicar primicias, exclusivas y hacerse eco de rumores, usar el *off the record* (guillem martinez.com)... pero lo que les caracteriza no es eso”. Por tanto, la presencia de rumores, rasgo principal de los confidenciales, es un elemento que, aunque también se halla en algunas bitácoras, no es, en general, lo que las define.

2.5.3. Rasgos propios de los blogs de actualidad y noticias presentes en los confidentiales

En este sentido, otra pregunta del cuestionario planteaba una serie de características comunes a la mayoría de los blogs -tanto las relativas a la estructura de éstos como formato y herramienta, como, derivadas de las primeras, las referentes al perfil de los usuarios y al estilo de escritura-, con la finalidad de que los encuestados opinasen si éstas se hallan presentes en los denominados confidentiales, lo que implicaría la influencia de los blogs sobre éstos y lo que contribuiría a la confusión de ambas formas comunicativas online por parte de algunos sectores.

De las opciones facilitadas, en las que se dejaba espacio para señalar otros posibles rasgos en común, es relevante el número de personas que señalaron el “carácter personal de las publicaciones” (11) y la “jerarquía cronológica” (17), teniendo en cuenta que muchos de los bloggers habían manifestado en respuestas anteriores que confidentiales y bitácoras no son excluyentes, por lo que parece que se ha respondido así pensando en confidentiales con formato de blog o blogs con contenidos confidentiales. Lo mismo podría suceder con el “lenguaje sencillo y directo” (15).

En el espacio abierto de respuesta encontramos características que hacen alusión a posibles puntos débiles en común, tales como la “dudosa credibilidad” o la “tendencia a publicar rumores sin confirmar”³⁰, mientras que otros de los rasgos señalados por un número considerable de encuestados, como son la “mayor participación de los usuarios” (11), el carácter “abierto y global” (10) y un “lector curioso, compulsivo e impaciente” (5), aunque se dan

³⁰ Sin embargo, no conviene hablar de estos rasgos en general en el caso de los blogs, al contrario de lo que ocurre en cuanto a los confidentiales, donde sí se trata de rumores, y respecto a cuya credibilidad girará la tesis de la autora de este estudio.

sobre todo en medios como las bitácoras, con sus lógicas excepciones, tal vez estén presentes en la mayoría de los medios online, no sólo en los confidenciales.

Lo más significativo es que la opción marcada por más bloggers haya sido el “estilo irónico y crítico” (24 personas lo señalaron), seguida, como segunda opción más marcada (22 respuestas), por la “recogida de información complementaria y alternativa”, que hace referencia, por tanto, a su posible papel como fuentes de información complementaria y alternativa.

2.5.4. Funciones comunes de confidenciales y blogs de actualidad en cuanto a fuentes informativas

En relación, por tanto, a las preguntas anteriores, otra cuestión se encargó de recopilar la opinión de los encuestados respecto a las posibles funciones comunes entre los blogs de actualidad y noticias y los confidenciales como fuentes de información frente a los medios de comunicación de masas, como canalizadores y sindicadores de información, amplificadores de la noticia, fuentes alternativas de información o fuentes complementarias de información. Las dos opciones más marcadas fueron precisamente estas últimas, con 33 y 31 respuestas respectivamente, mientras que las funciones de “amplificadores de la noticia” y de “canalizadores y sindicadores de información” fueron señaladas por 23 y por 21 personas respectivamente³¹.

³¹ En relación con ello, ante otras de las cuestiones planteadas en el cuestionario, la mayoría (29) opina que el éxito de los confidenciales se basa, de forma similar a los blogs de actualidad y noticias, en la capacidad de sus autores o gestores para encontrar y hacer visible información sobre un determinado tema que interesa a unos usuarios en concreto.

2.5.5. Causas por las que los grandes editores critican los blogs

También en lo referente al posible papel tanto de confidentiales como de blogs de actualidad y noticias como fuentes alternativas a los grandes medios, se preguntó a los bloggers su opinión acerca de las razones por las que son criticados por éstos, con el fin de poder comparar estas aportaciones con las recientes alegaciones de los confidentiales y establecer, así, una posible línea común entre ambos como formas de comunicación al margen de los medios tradicionales. Las causas argumentadas, que pueden resumirse a la perfección en la frase de uno de los participantes, “miedo, ignorancia y desconocimiento”, giran alrededor de estos aspectos:

A. Miedo

Es el principal argumento de la mayoría de los encuestados. Algunos lo explican en detalle:

Claramente al miedo a perder su posición de oligopolio de la información, y su situación de ventaja en la administración de la información. Los medios tradicionales están acostumbrados a que nadie les critique ni les mire con lupa. Se meten unos con otros por cuestiones ideológicas, pero no por cuestiones ‘profesionales’. Pero en los blogs (algunos, claro, los poquitos que se dedican a eso) hay gente dispuesta a mirar con lupa lo que hacen los medios. Y unas pocas personas bien conectadas pueden sacar los colores a los medios muchas veces. Ha pasado ya varias veces en USA (Dan Rather es el caso más famoso, pero también pasó con el periodista de *CNN* que dijo lo de que los soldados americanos disparaban a sabiendas contra periodistas). En España no ha pasado todavía ninguna “gorda”. Pero irán llegando. Y los medios que vivían tan ricamente se están poniendo nerviosos

Las respuestas incluyen, por tanto, aspectos como el temor de los grandes grupos a perder el dominio de la información y de la opinión frente a las bitácoras (las de periodistas principalmente), que, como medios personales, “desencajan en el modelo de negocio de los grandes medios”, escapan de su control y que actúan como vigilantes y críticos de los medios (“la mayor potencialidad de los weblogs no es la crítica política, que ya existe en la prensa, sino la crítica a la misma prensa”, señala otro de los participantes), que según algunos les hacen la competencia y pueden quitarles lectores (“sobre todo los más jóvenes”) y según otros les restan credibilidad e influencia a los grandes medios:

A que los grupos de intereses mediáticos no pueden controlar ese sector de la comunicación que goza de mayor credibilidad que los medios convencionales, que pierden influencia en lo que Jiménez de Parga llamaba en cátedra “la organización del consentimiento”.

Incluso algunos van más allá y hablan de “posible pérdida de poder de manipulación en un futuro”, ya que un individuo que consulte más medios estará mejor informado y tendrá un mayor espíritu crítico. Otro blogger se refiere, en este sentido, a la pluralidad y a la libertad de expresión posibilitadas por los blogs:

A que ya no sólo se escucha lo que ellos quieren decir, ahora cualquiera puede crear un weblog y decir lo que piensa y debatir sobre temas de actualidad sin tener que seguir la línea editorial marcada por nadie. Les molesta no poder controlar de la misma forma que antes la información.

En la misma línea, otro blogger opina que los intereses³² comerciales, empresariales, económicos, ideológicos y políticos de los medios hacen que haya “temas sin tratar” en éstos, mientras que “los weblogs no suelen

³² Es relevante cómo otra de las respuestas afirma que “en casos de conflicto”, “los grandes medios de este país están todavía demasiado supeditados a las informaciones de los gabinetes de prensa de los organismos oficiales y los bloggers no”.

responder a estos intereses, especialmente a los tres primeros, por lo que se mueven con mucha más libertad para tratar esos temas, que en cualquier caso suelen tratar con criterios no periodísticos”.

B. Falta de profesionalidad

Siguiendo con la opinión citada anteriormente, los blogs, en general, no siguen criterios periodísticos, y esta falta de profesionalidad y “autocontrol” –según otra de las respuestas-, motivada por el hecho de que la mayoría de autores sean “aficionados” –otra de las respuestas- y no profesionales, produce la crítica de los grandes medios, que además, los contemplan como “medios profesionales elaborados según criterios tradicionales” –otra de las respuestas- y “les hacen la competencia”.

C. Desconocimiento- incompreensión

De lo anterior se desprende otra de las causas por las que los bloggers dicen ser criticados por los responsables de los grandes medios, la falta de conocimiento de estos nuevos medios. Esta argumentación, que aparece como la segunda más mencionada tras la que se refiere al “miedo” de los grandes editores, tiene, sin embargo, relación con dicho temor, según alguna de las respuestas:

De repente, el receptor de información se ha convertido en emisor. Los grandes medios no saben aún cómo reaccionar a eso.

En resumen, de las causas apuntadas, parece que la señalada por un mayor número de personas, el “miedo”³³ de los medios tradicionales frente al

³³ Desde la perspectiva de blogs y confidenciales como “medios alternativos”, creadores y sobre todo, difusores de opinión, es interesante el comentario publicado en el blog “En Voz alta”, que se refiere a

fenómeno de los blogs, coincide con las justificaciones que aportaron los responsables de los confidenciales³⁴ ante la crítica de grandes editores como Cebrián.

Así, como fuentes informativas, los blogs, fenómeno de reciente aparición³⁵ como los confidenciales, “hacen circular una información no incluida por los grandes medios”, lo cual “por sí solo ya es bueno”, en un tiempo donde “hace falta más información”, según Tom Wolfe (Calvo, 2005), quien advierte, sin embargo, la posibilidad de que éstos, abusando o haciendo un mal uso de sus posibilidades de participación y de creación de contenidos, alberguen, como los confidenciales, “bulos, falsedades y rumores no confirmados que circulan libremente por Internet”. Se hace necesaria, por tanto, como proponen Alonso y Martínez Rodríguez (2004), “una distinción clara de los contenidos”, de modo que se separen informaciones y rumores dentro de unos “nuevos medios alternativos” que posibilitan la “creación de contenidos”, la “participación” y la “generación de conocimiento”.

ellos como “amenaza fantasma” para los medios tradicionales, ya que ganan audiencia, sacan a la luz casos que habrían permanecido ocultos y pueden haberles hecho, de este modo, perder credibilidad. “La amenaza fantasma”. En Voz Alta, s.d. <http://envozalta.bitacorras.com/archives/000269.html> (12/07/2005).

³⁴ José Luis Orihuela (2004b) se refirió a que la “campaña de algunos medios contra los confidenciales” se debía, según él, al “temor” de los grandes medios a perder lectores, influencia y publicidad, y que, por lo mismo “no tardarían en enfrentarse a las bitácoras”.

³⁵ Su reciente aparición puede ser otra causa, como apuntaban algunas respuestas, de las referencias a ambos de forma conjunta e indistinta, por parte, incluso desde el ámbito académico, donde la confusión se dio especialmente en los primeros años de aparición de estos fenómenos. Así, el profesor y experto en periodismo digital José Ignacio Armentia (2002), en un artículo sobre los medios online, se refería a los blogs citando al confidencial *Mi Canoa* como ejemplo de éstos en España.

Bibliografía

- ALONSO RUIZ, Jaime y MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, Lourdes (2004). "Enjuiciar Internet: oportunidades y perjuicios de las TIC en el Periodismo". GT-89. *Periodismo en Internet: ¿nuevos medios o viejos paradigmas?*. Grupos de Trabajo II Congreso Online OCS. En Cibernsiedad.net, 2004. <http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom_publica2.php?grup=89&id=257&idioma=es> (21/03/2005).
- ARMENTIA VIZUETE, José Ignacio (2002). "La prensa en Madrid", en *El diario digital. Características formales de la prensa digital española*. Curso de Doctorado "Tendencias en el Periodismo Digital", 2001-2002, Universidad del País Vasco. <<http://www.ehu.es/jiarmentia/doctorado/doctorado2002/tema11.htm>> (11/06/2004).
- BILBAO, Horacio e IRIGOYEN, Pedro (2003). "El sueño de Internet es que cualquiera puede ser la CNN, pero eso es mentira". Entrevista a Ignacio Escolar. *Diario Clarín*, 11 de noviembre de 2003. <<http://www.clarin.com/diario/2003/11/11/t-656899.htm>> (08/05/2005).
- BLOOD, Rebecca (2003). "Weblogs and journalism in an Age of Participatory Media". *Rebecca's Pocket*. Septiembre de 2003. <http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs_journalism.html> (18/11/2004).
- CALVO, José Manuel (2005). "El escritor vuelve a la universidad". Entrevista publicada en El País, 23 de marzo de 2005. En MÁRQUEZ, Serena. "¿El rumor será el rey?". *Café de Babel*, 4 de abril de 2005. <<http://www.cafebabel.com/es/dossierprintversion.asp?id=159>> (25/06/2005).
- CAMBRONERO, Antonio (2004). "Entrevista a Afrael". *Weblog Magazine*, núm. 0, abril de 2004, p 20. <<http://www.blogpocket.com/wm/>> (10/07/2005).
- CARVAJAL, Doreen (2005). "Gadflies blog their way into the spotlight". *IHT online*, 21 de febrero de 2005. <<http://www.iht.com/articles/2005/02/20/business/per21.html>> (12/03/2005).
- CARAVANTES, Antonio "Rumores, rumores, rumores". Caravantes.com, 17 de marzo de 2004. <<http://www.caravantes.com/04/rumores.htm>> (10/05/2004).
- CORTÁZAR RODRÍGUEZ, Francisco Javier (2004). "Rumores y leyendas urbanas en Internet". *Observatorio para la CiberSociedad, s.d.* <<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=194>> (03/06/2005).
- CORTÉS, Ángel (2003). "Medios impresos online y Medios digitales... ¿Son lo mismo?". *Noticias Dot*, 13 de octubre de 2003. <<http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2003/1003/1210/noticias121003/noticias121003-4.htm>> (04/06/2005).
- CUCHÍ, Javier (2004). "El poder de las bitácoras". *Asociación de Internautas*, 12 de octubre de 2004. <<http://www.internautas.org/index.php?op=1&id=1961>> (11/06/2005).
- DELGADO, Antonio (2003a). "De weblogs, modas y periodismo casposo digital". *Caspa Tv*, 18 de febrero de 2003. <http://www.caspa.tv/archivos/2003_02.html> (24/11/2003).
- DELGADO, Antonio (2003b). "El primer weblog de la prensa española". *Caspa Tv*, 2 de marzo de 2003. <http://www.caspa.tv/archivos/2003_03_02.html> (05/06/2005).
- DELGADO, Antonio (2003c). "Confidenciales como weblogs". *Caspa TV*, 16 de marzo de 2003. <<http://www.caspa.tv/archivos/000318.html>> (05/06/2005).

- DELGADO, Antonio (2003d). "La cara de algunos confidenciales". *Caspa Tv*, 3 de diciembre de 2003. <http://www.caspa.tv/archivos/cat_prensa_digital.html> (23/09/2004).
- DELGADO, Antonio (2003e). "El País y El Mundo denuncian a Periodista Digital". *Caspa TV*, 29 de septiembre de 2003. <http://www.caspa.tv/archivos/2003_09_29.html> (04/06/2005).
- DE REGOYOS, Elena (2004a). "Los digitales responden las afirmaciones de Cebrían de que los confidenciales "chantajean" a empresas y políticos y "distribuyen rumores". *Periodista Digital*, 24 de septiembre de 2004. En *Jovepress*, 24 de septiembre de 2004. <<http://www.gruporial.com/jovepress/noticiasview.asp?link=noticias&key=651>> (14/10/2004).
- DE REGOYOS, Elena (2004b). "En España hay una falta terrible de transparencia informativa". Entrevista a Juan Varela. *Periodista Digital*, 24 de diciembre de 2004. <<http://www.periodistadigital.com/secciones/periodismo/object.php?o=39900>> (02/01/2005).
- DE UGARTE, David (2005). "La importancia de llamarse blog", *Deugarte.com*, 27 de junio de 2005. <http://www.deugarte.com/la-importancia-de-llamarse-blog> (04/07/05)
- DÍAZ NOCI, Javier (2004). "Ciberperiodismo, profesión y academia. Medios Digitales españoles en Internet". *Telos*, número 59, abril- mayo 2004. Madrid: Fundación Telefónica, 2004, pp 54-61.
- ELSEMANALDIGITAL.COM (2003). "Los confidenciales en la Red ganan terreno". *El Semanal Digital*, 19 de marzo de 2003. <http://www.elsemanaldigital.com/weblog_articulos.asp?idarticulo=1636> (19/03/2003).
- ESPADA, Arcadi (2005). Comentario publicado en Arcadi Espasa, 15 de febrero de 2005 <<http://www.arcadi.espasa.com/000447.php>> (12/07/05).
- FERNÁNDEZ, Tino (2003). "La credibilidad y el modelo de negocio, asignaturas pendientes de los confidenciales, diarios 'online' y 'weblogs' en Internet". *Noticias de la Comunicación*, núm. 224. Abril de 2003.
- FROISSART, Pascal. (2002). "Rumeurs sur Internet". *Les cahiers de médiologie*, núm.13, primer trimestre de 2002, París: Gallimart. En Pascal Froissart Online, <<http://pascalfroissart.online.fr/0-pdf/froi-02a.pdf>> (08/06/2005).
- GONZÁLEZ TORGA, José Manuel (1994). *Fenomenología de los confidenciales como modalidad del Periodismo*. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Periodismo II. Tesis Inéditas. (Leída el 21-06-1994).
- GRIJELMO, Álex (2005). "La ética en la jungla periodística". *Cuadernos de Periodistas*, enero de 2005. <http://www.apmadrid.es/Publicaciones/Libros/Relacion/Cuadernos/Numero_2/04.Grijelmo.pdf> (05/02/2005).
- KAPFERER, Jean- Noël. (1989) *Rumores. El medio de difusión más antiguo del mundo*. Barcelona: Plaza & Janés Editores, 1ª edición, p 27.
- LARA, Tíscar. "Weblogs y periodismo participativo". *Universidad Complutense de Madrid*. <<http://www.pucrs.br/famecos/iamcr/textos/lara.pdf>> (12/06/2005).
- LD (EFE) (2005). "Montilla arremete contra los confidenciales y bitácoras de "dudosa legalidad" y escasa "utilidad". *Libertad Digital*, 18 de mayo de 2005. <http://www.libertaddigital.com/noticias/noticia_1276251726.html> (18/05/2005).

- LÓPEZ, Eulogio (2004). "La persecución contra los confidentiales de Internet". *Tribuna de Opinión*, Eulogio López, director de Hispanidad. *Hispanidad*, 26 de noviembre de 2004. En *PrNoticias*, 25 de noviembre de 2004. <http://www.prnoticias.com/prn/hojas/noticias/detallenoticia.jsp?noticia=1995&repositorio=0&pagina=1&idapr=1_esp_1>. (10/12/2004).
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2003). "Los géneros interpretativos: el reportaje y la crónica". En DÍAZ NOCI, Javier y SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón (coords.). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel Comunicación, pp 449-495.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2005). *Modelos de comunicación en Internet*. Tirant Lo Blanch, Valencia, 2005.
- LUIS MARIA (2005) "Los blogs o el poder de la prensa paralela". *Baquia*, s.d. En Opinión de Periodistas, 13 de febrero de 2005. <<http://opiniondeperiodistas.blogspot.com/2005/02/los-blogs-o-el-poder-de-la-prensa.html>> (03/07/2005)
- MARTÍNEZ, Lourdes y ALONSO, Jaime (2003). "Medios interactivos: caracterización y contenidos" en DÍAZ NOCI, Javier y SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón (coords.). *Manual de Redacción Ciberperiodística*, Barcelona: Ariel Comunicación.
- MESO, Koldo (2004). "Los confidentiales, nuevos medios auxiliares del periodista: el caso vasco" (Artículo inédito proporcionado por el autor).
- NOGUERA, José Manuel (2004). "¿Por qué los medios quieren (necesitan) tener bitácoras?". *Bitácoras.org*, 28 de septiembre de 2004. <http://www.bitacoras.org/bit.php?id=87_0_1_0_C> (03/07/2005)
- ORIHUELA, José Luis (2003a). "¿Qué son las bitácoras y por qué deberían importarnos?". *Infonomia.com*, 20 de enero de 2003. En *Universidad de Navarra*. <<http://www.unav.es/noticias/opinion/op200103.html>> (12/04/2005).
- ORIHUELA, José Luis (2003b). "Confidentiales". E-Cuaderno, 8 de octubre de 2003. <<http://www.ecuaderno.com/archives/000039.php>>. (03/01/2004).
- ORIHUELA, José Luis (2004a) "Weblogs: el medio y el mensaje", *Nuestro Tiempo*, núm. 601-602, julio-agosto 2004, pp. 48-53.
- ORIHUELA, José Luis (2004b). "Qué son los confidentiales y por qué la prensa arremete contra ellos". E-Cuaderno, 28 de septiembre de 2004. <<http://www.ecuaderno.com/archives/000414.php>> (02/10/2004).
- PAVIS, Theta (2003). "Tough Road for Spanish Online News". *Online Journalism Review*, 5 de mayo de 2003. <http://test.ojr.org/ojr/world_reports/1051886252.php> (21/05/2005).
- PARKER, Pamela (2005). "Study Bolsters Blog-Related PR Practices". *ClickZ News*, 21 de junio de 2005. <<http://www.clickz.com/news/article.php/3514176>> (04/07/05).
- RAMÍREZ, Pedro J. (2004). "¿Quién financia la basura en Internet?". Editorial, *El Mundo*, 27 de septiembre de 2004. En IBLNews, 27 de septiembre de 2004. <<http://iblnews.com/news/print.php3?id=116343>> (29/09/2004).
- RAMONET, Ignacio (2005). "Medios de comunicación en crisis". *Le Monde Diplomatique*, enero de 2005. <http://www.lemondediplomatique.cl/article.php3?id_article=146> (12/05/2005).
- RUFFINI, Patrick (2005). "Drudge vs. Blogs". *Patrickruffini.com*, 17 de abril de 2005. <http://www.patrickruffini.com/archives/2005/04/drudge_vs_blogs.php> (30/06/2005).
- RODRÍGUEZ, GUILLERMO (2005a). "¿Pero qué narices es un blog?". *Libertad Digital*, 10 de mayo de 2005. <http://www.libertaddigital.com/opiniones/opi_desa_24861.html> (12/05/2005).

- RODRÍGUEZ, Guillermo (2005b). "Ni bloggers ni amordazados". *Libertad Digital*, s.d. <http://www.libertaddigital.com/php3/opi_desa.php3?cpn=23750> (11/07/2005).
- SAEZ DE UGARTE, Iñigo (2005). "La ignorancia es atrevida". *Guerra Eterna*, 12 de mayo de 2005. <http://www.guerraeterna.com/archives/2005/05/la_ignorancia_e.html> (18/05/2005).
- SALAVERRÍA, Ramón (2003). "Confidenciales en Internet". *Caspa Tv*, 6 de abril de 2003. Actualizado el 7 de abril de 2003. <http://www.caspa.tv/archivos/2003_04_06.html> (05/11/2003).
- SÁNCHEZ GONZÁLEZ, María (2004). "Confidenciales en la Red. Análisis del fenómeno en España". *Infoamerica.org*, octubre-noviembre de 2004. <http://www.infoamerica.org/confidenciales/confidenciales00.htm> (30/06/2005).
- SILVA RODRÍGUEZ, Roberto Nicolás (1999). "Internet: competitividad y ética". *Sala de Prensa*, julio 1999. <<http://www.saladeprensa.org/art57.htm>> (03/07/2005).
- TENORIO, Laura (2004). "La mayoría de las fuentes que usamos nos llegan de nuestros confidentes". Entrevista a José María Martín Beaumont. *La Razón Digital*, Economía, 20 de abril de 2004. <http://www.larazon.es/horoscopo/noticias/noti_eco09.htm> (21/04/2004).
- TOLEDO, Eduardo. "Blogs y Periodismo". *Eduardo Toledo.com*, s.d. <<http://eduardotoledo.com/periodismo1.html>> (24/06/05).
- VALDÉS, Frank (2004). "Los *confidenciales*, versión española de los 'weblogs', ganan terreno". *IBLNews*, 16 de marzo de 2003. <<http://iblnews.com/news/noticia.php3?id=69650>> (23/05/2004).
- VARELA, Juan (2003). "Carta de protesta a El Confidencial Digital". *Periodistas 21*, 30 de noviembre de 2003. <http://periodistas21.blogspot.com/2003_11_01_periodistas21_archive.html#107021639201541500> (13/07/2005).
- VARELA, Juan (2005a). "El fin de la blogosfera". *Periodistas21*, 28 de abril de 2005 <<http://periodistas21.blogspot.com/2005/04/el-fin-de-la-blogosfera.html>> (03/07/05)
- VARELA, Juan (2005b). "Blogs en los medios tradicionales". *Periodistas21*, 8 de abril de 2005. <<http://periodistas21.blogspot.com/2005/04/blogs-en-los-medios-tradicionales.html>> (03/07/05)
- VARELA, Juan (2005c). "Crecen los blogs y sus lectores". *Periodistas 21*, 15 de febrero de 2005. <<http://periodistas21.blogspot.com/2005/02/crecen-los-blogs-y-sus-lectores.html>> (12/07/2005).
- VARELA, Juan (2005d). "Blogs y confidenciales (¡ya vale!)". *Periodistas 21*, 16 de mayo de 2005. <<http://periodistas21.blogspot.com/2005/05/blogs-y-confidenciales-ya-vale.html>> (18/05/2005).
- WOLTON, Dominique (2001) "Internet: ¿una oportunidad para el planeta?". *Los Andes Online, Puntonet*, 7 de agosto de 2001. <http://www.losandes.com.ar/2001/0807/suplementos/dobleclick/nota35390_1.htm> (09/07/2005)
- YUSTE, Bárbara y BARCELÓ, José Luis (2004). "Weblogs y diarios digitales: hacia una diferenciación de objetivos y contenidos". *V Congreso Nacional de Periodismo Digital. Comunicaciones*, 9 de enero de 2004. <<http://quinto.congresoperiodismo.com/actualidad/noticia.asp?idNoticia=19>> (21/03/2005).

