

## COORDENADAS PARA UNA CARTOGRAFÍA DE LAS BITÁCORAS ELECTRÓNICAS: OCHO RASGOS DE LOS *WEBLOGS* ESCRITOS COMO DIARIOS ÍNTIMOS

**Rosanna Mestre Pérez**  
Universitat de València  
rosanna.mestre@uv.es

Paradójicamente, el *weblog* devuelve la literatura a los tiempos en que sólo había una copia de cada libro, pero la biblioteca que lo guarda no es un monasterio perdido en lo alto de la colina ni la colección privada de algún mandamás. Ese único libro que produce una sola persona está a la vista de todos.

Marta Peirano

Le travail de comptage est le support actif de l'écriture de soi ; il soutient et marque une identité. Malgré la fuite des jours, leur passage au néant, c'est toujours le même individu que les compte. En les marquant, non seulement il les fixe et leur assigne une durée, mais encore il se fixe lui-même, s'identifie à celui qui, se mettant hors de la fuite du temps, en règle en quelque sorte le cours.

Anne Cauquelin

Una de las particularidades más notables de la Red es que ha transformado radicalmente los procesos de producción, reproducción y distribución de información, minimizando la cantidad de medios técnicos y económicos que son necesarios para difundir contenidos digitales a través de la gran malla de redes. La simplificación de dichos procesos ha actuado como catalizador de la circulación de todo tipo de contenidos y archivos (texto escrito, imágenes, audio, vídeo...), cuyo volumen se ha incrementado enormemente en los últimos años. Ahora que el intercambio de archivos sonoros y de imagen es cada vez mayor, y que los contenidos hipermedia parecen ganar terreno a los estrictamente hipertextuales, podría parecer que son malos tiempos para la escritura en la Red. Sin embargo, nada más lejos de la realidad. El texto escrito es el primer gran beneficiado de la popularización del denominado

*El ecosistema digital: modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*

ISBN 84-370-6302-7

*software* social. La reducción de costes y tiempo derivada de la sencillez de las herramientas de edición de textos en Internet facilita mucho las cosas a quienes experimentan algún tipo de satisfacción jugando con el orden de las palabras. Los *weblogs*<sup>1</sup> son una de esas sencillas y versátiles herramientas cuya especificidad radica en combinar de forma nueva utilidades ya conocidas: manifiestan con fuerza la huella de su autor a través del contenido y de los enlaces que incluyen, como se da en las páginas personales; su uso es extremadamente sencillo y el diseño no es una prioridad, como ocurre con los sitios *wiki*; están abiertos a la participación y, por tanto, promueven fácilmente el sentimiento de comunidad, como los foros y las listas de correo; permiten acceder a entradas anteriores mediante enlaces directos o herramientas de búsqueda, como puede hacerse en las revistas electrónicas y las bases de datos, etc. En muy poco tiempo los *weblogs* han obtenido un notable éxito entre los internautas, si bien se ha alcanzado más en términos de bitácoras hospedadas que de visitas de lectores. El gran número de sitios aparecidos quizá sólo sea equiparable al volumen de ejercicios metadiscursivos que la autoconciencia del proceso de escritura ha generado entre la comunidad de la blogosfera.

Aunque generalmente se acepta que los usos y funciones de los *weblogs* son diversos, ya que con ellos pueden escribirse tanto artículos de opinión como diarios personales *on line*, comunicación corporativa, formación a través de *e-learning*, ficción literaria..., la blogosfera ha centrado la mayor parte de su atención crítica en los *weblogs* de contenido informativo. Éstos constituyen un tipo de producción en la Red que es interdependiente del ecosistema mediático, pues aunque se sitúa en los márgenes del discurso periodístico,

---

<sup>1</sup> La mayor parte son de carácter básicamente textual, aunque muchos motores permiten que imágenes fotográficas o archivos de audio acompañen al texto escrito, mediante procedimientos bastante sencillos. Por otra parte, también son fácilmente accesibles los *fotoblogs*, *audioblogs* y *videoblogs* (en los que el protagonismo recae sobre archivos de imagen, audio y vídeo, respectivamente), con los que se completa la senda que conduce hacia las versiones completamente multimedia de la herramienta.

mantiene con él una estrecha relación de retroalimentación. Temáticamente apegados a la actualidad noticiosa pero libres de los compromisos periodísticos, estos *blogs* se construyen como páginas personales muy dinámicas desde las que periodistas y no periodistas opinan sobre la realidad que los envuelve, sin perder de vista la producción mediática de la que se nutren y que ellos mismos contribuyen a alimentar.

Bajo la larga sombra de las bitácoras de carácter periodístico se ha desarrollado el estudio crítico de los otros tipos de *weblogs*, como los que se caracterizan por presentar un relato íntimo. Estos últimos consisten en una especie de diario personal donde se cuentan detalles de la rutina cotidiana y cuyo principal atractivo radica en permitir al lector seguir –y participar en- la historia de vida de alguien que voluntariamente accede a narrar fragmentos de (su) vida y hacerlos públicos para disfrute de los interesados. Son *blogs* que no han atraído tanta atención teórico-crítica como aquellos que gravitan en la órbita de la escritura periodística, pero sin duda constituyen un subgrupo con una notable producción y unas particularidades comunicativas que no deberían ser ignoradas o desatendidas. Las razones del desinterés teórico que, en muchos casos, han suscitado puede deberse, quizá, al hecho de que no están revestidos por la pátina de seriedad y utilidad que suele envolver a otros contenidos como los informativos, porque se ubican más del lado del entretenimiento o la creatividad que del lado de la información de actualidad... Podría argumentarse incluso que merecen ser ninguneados porque no contienen méritos relevantes dignos de mención o de estudio, pues muchos carecen de la calidad literaria deseable para atraer la atención de la crítica especializada. En realidad, como ocurre con los *blogs* periodísticos, los muchos sitios prescindibles conviven con los pocos realmente brillantes: todos los *blogs* en general se benefician de la sencillez y disponibilidad de esta herramienta de publicación, lo que la hace accesible para cualquiera que

disponga de un ordenador y una conexión a Internet. Y éste es posiblemente el principal talón de Aquiles de cualquier régimen de abundancia: una gran disponibilidad suele comportar un volumen también importante de material poco interesante, repetitivo, escasamente estimulante... Sin embargo, son muchos los lectores que encuentran atractivos el tono informal, marcadamente subjetivo, a veces irreverente y a veces trascendente, de ciertos *blogs* escritos con habilidad, incluso también de aquellos que exhiben una prosa poco elaborada o tosca. Hay gente que experimenta satisfacción curioseando las experiencias vividas, o fantaseadas como vividas, de quienes escriben estos diálogos con ellos mismos. Otros son fieles a esos pequeños tesoros que han tenido la suerte de hallar porque, digan lo que digan, el cómo lo dicen merece la pena. Y, sobre todo, es evidente que mucha gente se siente motivada a crear su propia bitácora. Todo es legítimo para quien disfruta escribiéndolas y/o leyéndolas. Lo que tal vez resulta más difícil de justificar es la desatención teórica que entre los especialistas de la comunicación ha suscitado un fenómeno al que, cuanto menos, hay que reconocer un volumen de producción y de lectores bastante llamativo. Ignorar estas fórmulas comunicativas en la Red sería, a nuestro juicio, como renunciar a estudiar los programas de más audiencia en televisión porque no se ajustan a los deseables parámetros de calidad.

En este trabajo nos centraremos exclusivamente en los *blogs* que se presentan como diarios personales (reales o ficticios), concretamente aquellos en los que se manifiestan en primera persona impresiones sobre diferentes aspectos de la vida cotidiana, siguiendo una cronología fechada, de modo análogo a como lo hacen los diarios reconocidos por cierta tradición literaria (excluiremos, por razones operativas, la vasta producción sobre la intimidad

de carácter más reflexivo y atemporal<sup>2</sup>). Desde este punto de vista, el rasgo que distinguiría a los diarios de “los demás *blogs*” sería fundamentalmente de carácter temático. Y, si bien es cierto que los asuntos tratados y el tono empleado son una de las principales marcas, su especificidad va más allá del tipo de contenido publicado y matiza otros órdenes de la arquitectura del *blog* que serán abordados en las siguientes páginas. El objetivo de este trabajo es hacer una aproximación a los *weblogs* escritos como diarios íntimos a través de ciertas coordenadas en las que se puede rastrear su especificidad y mediante las cuales contribuir a una cartografía más completa de la blogosfera. Nos serviremos del análisis comparativo para identificar mejor el funcionamiento de dichas características. Con el fin de contextualizar el subgénero objeto de estudio, perfilaremos primero el concepto genérico de *weblog*, su origen y evolución en el breve periodo en que se ha desarrollado su existencia.

## 1. Definición, origen y tipologías

Un *weblog* es un lugar de Internet creado y mantenido por un programa o motor que permite publicar de manera extremadamente sencilla artículos (entradas o *posts*) que quedan clasificados con un criterio cronológico inverso, de manera que el texto más reciente figura el primero en la lista y bajo él se suceden los anteriores. Suele incluir un *blogroll* o lista de enlaces a otros *weblogs* que el autor recomienda, un archivo de entradas previas y la posibilidad de que los lectores añadan sus propios comentarios a las entradas

---

<sup>2</sup> La escritura del yo para el yo ha sido analizada desde distintos parámetros. Hay quienes prefieren el término genérico de diario para la crónica cotidiana de una experiencia personal escrita desde el presente, tanto si incluyen referencias temporales como atemporales, si predomina la introspección reflexiva o el tono afectivo. Hay, en cambio, quienes establecen una taxonomía que distingue los dietarios, en los que predomina la reflexión intelectual sin marca temporal, de los diarios íntimos, aquellos que se presentan fechados, enraizados en la vida cotidiana y con predominio de lo afectivo (Tortosa, 1992). Este último grupo es el que más interesa a los objetivos de estas páginas.

principales. El manejo de la aplicación es tan sencillo que se encuentra al alcance de cualquiera mínimamente familiarizado con Internet y con acceso al equipo necesario. La sencillez de la usabilidad permite la actualización frecuente de contenidos, lo que favorece una particular forma de microescritura. El *weblog* forma parte de las herramientas generalmente de uso gratuito englobadas bajo la expresión *software social*, o “conjunto de herramientas de comunicación que facilitan la interacción y colaboración por medio de convenciones sociales” (Wikipedia, 2005), junto con sitios *wiki*, correo electrónico, IRC, grupos de noticias, etc. Dado el carácter hipertextual de su estructura, los lectores pueden realizar recorridos de lectura en varios órdenes: cronológicamente, temáticamente, siguiendo los enlaces entre entradas o buscando por palabras clave.

Los *weblogs* comparten en general una difusa vocación diarística que la propia palabra en lengua inglesa recoge (*web*: acrónimo de la ‘*World Wide Web*’ y *log*: ‘diario’) para dar cuenta de este particular tipo de escritura seriada y acumulativa en la Red. Las raíces del término *weblog* se encuentran en el *log-book*, el documento en el que el capitán de un barco anotaba las incidencias de una travesía, equivalente a la expresión cuaderno de bitácora, en castellano (Millán, 2003). Los *weblogs*, *blogs* o bitácoras en la Red son textos generalmente breves que expresan las opiniones y comentarios del autor sobre algún tema de actualidad, experiencias privadas, asuntos profesionales o de interés personal... Algunos se centran más en recoger ya sean noticias, referencias o enlaces a otras páginas web destacables, ya sean anécdotas de la vida cotidiana, mientras que otros enfatizan los comentarios personales del autor sobre esas noticias, páginas o anécdotas. Dada la pluralidad de contenidos y funciones, puede afirmarse que las similitudes de los *weblogs* son de carácter básicamente estructural, derivadas del tipo de aplicación que se utiliza y su particular modo de organizar los contenidos.

La popularización del término *weblog* suele atribuirse a uno de sus pioneros, Jorn Barger, quien lo acuñara en diciembre de 1997, aunque los primeros prototipos aparecieron algunos años antes<sup>3</sup>. A Peter Merholz se le reconoce el mérito de haber operado una aféresis sobre el neologismo en abril o mayo de 1999: después de anunciar que él pronunciaría *weblog* como *wee- blog*, su propuesta acabaría quedándose en la forma abreviada *blog* (Merholz, 2002; Riley, 2005). Los inicios activos de estos sitios parecen remontarse a 1998, cuando Jesse James Garrett, editor de Infosit, comenzó a recopilar una lista con las webs que tenían una filosofía similar a su proyecto. Unas semanas más tarde envió una lista a Cameron Barrett, de Camworld, quien la publicó en su web. Pronto le llegaron direcciones URL de gente que quería sumarse a la lista; a finales de año disponía de 23 enlaces en su “page of only weblogs”. También en 1999 Brigitte Eaton creó el primer portal de *weblogs*, Eatonweb Portal, en el que incluía todas las páginas con entradas ordenadas por fechas. En mayo, Scott Rosenberg escribió en Salon.com uno de los primeros artículos periodísticos sobre el crecimiento de los *blogs* periodísticos. En agosto de ese mismo año Pyra Labs lanzó Blogger, el primer servicio gratuito para crear bitácoras; al poco tiempo surgieron otros, como Pitas y Groksoup. A lo largo del siguiente año aparecieron más herramientas y el número de sitios creció de forma sorprendente. La tendencia ha continuado durante los años siguientes, tanto en lo relativo a sitios hospedados como a la aparición de herramientas (algunas gratuitas, otras de pago) permanentemente mejoradas (Wikipedia, 2005; Riley, 2005). Los años 2003 y 2004 han sido especialmente relevantes para el desarrollo de las bitácoras relacionadas con asuntos políticos en los que el gobierno de los Estados Unidos se ha visto

---

<sup>3</sup> La página de Dave Winer, *What's New*, apareció en 1992; la lista de enlaces comentados de Tim Berners-Lee y la de Marc Andersen en 1993; *Justin's Links* y *Links from the Underground* de Justin Hall, en 1994; la conferencia de G. Raikundalia y M. Rees en 1995; o el sitio de William Gibson en 1996 (Barger, 1999; Context, 2002; Riley, 2005; Winer, 2001).

implicado, por cuestiones tanto de carácter nacional (elecciones presidenciales) como de trascendencia internacional (invasión de Irak).

El perfil de los primeros *blogs* no coincide exactamente con lo que hoy se entiende por tales sitios. Los sitios pioneros fueron creados por expertos en código HTML muy familiarizados con la Red, que durante la jornada laboral pasaban muchas horas navegando y, por tanto, visitando numerosas páginas web. Sus *blogs* se caracterizaban por presentar y comentar una selección de enlaces a otras páginas de Internet sobre algún tema en el que estaban especializados (similares a las secciones *Whats's new* o *What's cool* de las páginas personales). Así lo señala el propio Jorn Barger (1999: 1) al definirlos en 1999: “A weblog (sometimes called a blog or a newspage or a filter) is a webpage where a weblogger (sometimes called a blogger, or a pre-surfer) 'logs' all the other webpages she finds interesting”.

La evolución posterior de estos sitios es recogida por Rebecca Blood, quien distingue dos grandes tipos. El primero estaría formado por los *blogs* que mantienen el perfil inicial de aquellos sitios pioneros que sólo podían ser creados por quienes ya conocían el código HTML y sabían crear páginas web, los “link-driven sites” o “filter style blog”: “each was a mixture in unique proportions of links, commentary, and personal thoughts and essays” (Blood, 2000: 2). Su principal atractivo radicaba en proporcionar bien una selección (o filtrado) de enlaces extraídos de los rincones menos conocidos de la Red o bien artículos sobre noticias de actualidad que merecían la atención del autor del *blog* -un autor a quien, por otra parte, sus lectores reconocían cierto prestigio o autoridad intelectual en la materia que era objeto de su escritura-. Frente a ellos, existiría una especie de evolución del perfil inicial, favorecida por la difusión de herramientas de publicación cada vez más sencillas. Se trata de los “short-form journal” o “blog-style weblog” (Blood, 2000, 3, 5), los

*blogs* que se actualizan varias veces al día y recogen los pensamientos del autor sobre algo que le llamó la atención de camino al trabajo, notas sobre el fin de semana, breves reflexiones sobre esto o aquello, además de enlaces a otros sitios de la Red desde los que a su vez se hace referencia a otros, creando un sistema de retroalimentación y un sentimiento de comunidad entre ellos. Mientras que los primeros centrarían su atención más bien en temas sociales, políticos o profesionales (“outside world”), con los segundos el autor priorizaría compartir su propio mundo interior (“his world”) con quienquiera que le lea.

Junto al criterio cronológico que predomina en la clasificación de R. Blood, suele usarse el criterio temático. Cindy Curling (2001) diferencia cuatro tipos de *sabores* entre la variedad de *weblogs* que pueblan la Red en la actualidad: las listas de recursos de la Red recogidas por especialistas (como VASDN, *Virtual Acquisition Shel and News Desk*, de Gary Price o *Knickknack Drawer* de Tara Calishain), los sitios con sugerencias muy sucintas sobre temas variados (tipo *Doc Searls Weblog*), los *blogs* periodísticos de carácter más personal, que permiten *oír* la voz del autor (como el de la periodista digital J. D. Lasica) y, finalmente, los diarios personales. Los dos primeros modelos serían los más interesantes desde una perspectiva de especialización temática, pues recogen información de carácter más funcional, mientras que los dos últimos, más subjetivos, otorgarían más valor a la habilidad creativa del autor, a su capacidad reflexiva, analítica o introspectiva...

Otros autores (Winther y Balslev, 2004, 6) establecen dos grandes categorías también desde el punto del contenido: por una parte, los consagrados a un tema bien definido (ya traten sobre cuestiones técnicas, políticas, o versen sobre un pasatiempo, un proyecto, un acontecimiento...) que pueda suscitar comentarios y debates; y por otra parte, *los demás*, una categoría

inespecífica referida a lo que podría denominarse *diario personal público* en el que el tema suele ser las impresiones sobre la vida cotidiana, narradas en primera persona, con textos sobre pequeños y grandes acontecimientos, detalles del día a día, artículos o libros que el autor ha leído, etc.

Los tres ejemplos citados recogen, sin pretensión de exhaustividad, una pluralidad de criterios y categorías que no debe sorprender cuando de lo que se trata es de dar cuenta de un fenómeno notablemente voluminoso y en mutación constante. Todos son válidos desde cierto punto de vista y reflejan la dificultad de establecer una taxonomía que recoja una producción textual tan ingente<sup>4</sup>. En cualquier caso, lo relevante desde el punto de vista de este trabajo es que existen argumentos para identificar, en el formato comunicativo de los *weblogs* escritos, un corpus concreto, los que se publican como diarios íntimos, en los que se da una manifestación específica de las características habituales del género electrónico surgido con la generalización de la aplicación.

## **2. Características de los *weblogs*: los diarios personales**

### **2.1. Intervención de los lectores**

Existen algunos autores, como la norteamericana Meg Hourihan, que conciben la escritura en los *weblogs* como una forma de expresión unidireccional de sus pensamientos mediante la que hacer públicos sus textos para que otros dispongan de ellos, sin esperar respuesta por su parte, sencillamente porque a quien escribe no le interesa demasiado entablar un

---

<sup>4</sup> A mediados de 2005 se habla de unos tres millones de sitios, de los cuales el 3'1%, cerca de 100.000, estarían escritos en español (Villa, 2004).

diálogo con sus lectores<sup>5</sup>. El de Hourihan (2005) es uno de esos *blogs* que no dispone de enlaces desde los que incorporar comentarios *on line* a sus textos, y también los hay que disponen de un sistema de comentarios cerrado que requiere la autorización del responsable del sitio. Pero buena parte de los que sienten la necesidad o la satisfacción de escribir en la Red están abiertos a la interacción con sus lectores que, en el caso de los *weblogs*, es siempre de carácter opcional. A diferencia de lo que ocurre con la comunicación directa sincrónica o personalizada en la Red (el *chat* o el correo electrónico) o fuera de la Red (diálogo presencial, conversación telefónica), la participación en los *blogs*, de naturaleza asíncrona y pública (o no personalizada), puede resultar de gran relevancia cuando se produce, pero es comunicativamente contingente, en el sentido de que no existe presión dialógica que obligue al intercambio de respuestas entre lectores y *bloggers*. Se favorece así un tipo de participación más libre, en tanto que no obligada, que Thomas Erickson (1996: 2) recoge bajo la expresión de *no mutualidad del conocimiento* e identifica como característica diferenciadora del hipertexto social, frente a formas más directas de comunicación: "(...) on the Web I can find out about what people are doing and writing without becoming obligated to them. (...) In short, the ability to find out what someone else is doing, without mutual knowledge of what's happening, is a boon to both parties".

Aun así, son muchos los que optan por instaurar un contrato comunicativo en el sentido pleno del término, una relación comunicativa abierta a la intervención de cualquiera que desee tomar parte en la circulación bidireccional de ideas sirviéndose de las opciones hipertextuales de edición. Esto rompe con la frontera que tradicionalmente separa las categorías de autor y de lector de los medios escritos convencionales, para transformarlos en *escrilectores* (Bou, 1997) o *wreaders* (Landow, 1994) potenciales.

---

<sup>5</sup> En este sentido se manifestó explícitamente la conocida *blogger* norteamericana en cuando participó en una de las sesiones de "Una tarde a la *Blogosfera*" (10-10-03) de ArtFutura 2003, en Barcelona.

Acostumbrados como estamos a las formas de comunicación jerárquica y unidireccional características de los media, la presencia de fórmulas comunicativas participativas (horizontales o quasihorizontales) en los formatos que gestionan grupos más o menos numerosos de receptores (y potencialmente masivos) suele disfrutar de muy buena acogida. En este sentido, los *blogs* se aproximan a los altos niveles de participación e intercambio de información que caracterizan a los foros y las listas de correo. Sin embargo, la circulación de información que permiten no se produce de manera totalmente horizontal. No todos los intervinientes se encuentran en una posición de iguales simétricos, con el mismo poder de intervención sobre la dinámica comunicativa. Tampoco se pierde la noción de autoría por los recovecos de los múltiples enlaces, como ocurre en otros tipos de articulaciones hipertextuales... Por definición, la arquitectura de las herramientas *blog* establece una clara jerarquía en la que se prioriza el texto del autor sobre los de sus lectores. Los *weblogs pertenecen* a su autor (o autores), que es quien marca, digámoslo así, la línea editorial de lo publicado. En este sentido, las bitácoras tienen mucho de página personal porque a pesar de que la participación de otros es posible, ésta se produce siempre de acuerdo con las fórmulas predeterminadas por el motor; unas fórmulas que relegan a una posición secundaria todo lo que no sean las entradas del autor dispuestas de forma cronológica inversa, incluyendo sus eventuales respuestas cuando éstas se publican también mediante el formato de comentarios.

Con todo, uno de los principales atractivos de este tipo de sitios es probablemente la posibilidad de exponer en el ámbito de lo público también las respuestas de los lectores, pues ello aporta un valor comunicativo añadido, especialmente relevante en el caso de los diarios en Red. La particular forma de participación de los lectores en los *weblogs*, permitiendo que sus

comentarios puedan influir en el contenido o las referencias sucesivas del diario (mediante alusiones indirectas o directas), refuerza su ilusión de poder sobre el desarrollo del relato<sup>6</sup>. Aunque los lectores de los diarios siempre han podido opinar sobre sus lecturas cuando éstas les han llegado publicadas en formato de libro impreso (con comentarios que suelen quedar en el ámbito de lo privado, aunque también pueden influir en la venta de ejemplares, llegar como cartas a la editorial, etc.) o cuando esas lecturas les llegan manuscritas directamente a través del autor, nunca antes sus opiniones habían llegado de forma tan directa y rápida al autor y a la esfera pública, simultáneamente. En realidad, nunca antes el autor había podido alimentarse, de manera tan inmediata y generosa, de comentarios paralelos a cada fragmento de microescritura publicada; nunca antes el autor de diarios había podido recibir información cualitativa tan abierta y libre (aunque no necesariamente representativa, en términos globales) sobre la percepción de sus textos en los receptores. Por ello, la presencia de esos comentarios es una valiosa aportación a la interacción autor-lector de los diarios personales, que puede ser enriquecedora para ambas partes.

El hecho de que en ocasiones la intervención de los lectores se oriente a explorar los límites de lo tolerable (provocando, insultando, ofendiendo deliberadamente al autor y a su producción), no deja de ser algo anecdótico y más bien propio de las etapas noveles de participación de los internautas en la blogosfera. Aun así, la *gracia* de algunos *weblogs* más informales se encuentra en una particular interpretación de la libertad de expresión consistente en intercambiar comentarios insultantes u ofensivos con el protagonista del diario, siguiendo a menudo el tono impuesto por éste. Casos

---

<sup>6</sup> Una participación que ya es conocida por los internautas a través de los medios de comunicación de masas tradicionales. Las audiencias mediáticas están familiarizadas, algunas incluso bien entrenadas, en los correlatos televisivos, radiofónicos o periodísticos (bien a través del envío de cartas, mensajes SMS, mensajes electrónicos o faxes, bien mediante llamadas telefónicas para intervenir en votaciones, participar en debates, aportar opiniones, criticar asuntos de interés general, etc.).

extremos como el blog *Insúltame, hijo de puta*<sup>7</sup> (Variedades, 2004) son la excepción que confirma la regla.

## 2.2. Tensión privado-público

Los diarios íntimos tradicionalmente escritos en un cuaderno desarrollan, por definición, un tipo de escritura sobre el yo no destinada a priori a ojos que no sean los de su autor. Bajo la protección de los límites físicos del cuaderno, las palabras del diario se encuentran a resguardo de las miradas ajenas, como en un metafórico jardín secreto cuyo espacio reservado sólo puede ser transitado por el jardinero y, quizá, por alguna visita ocasional, siempre con autorización previa. Como diría Anne Cauquelin (2003 : 12), “c’est au dispositif du jardin lui-même qu’il est intéressant de référer le journal intime. Clôturé, l’espace du jardin se constitue de cette clôture à l’intérieur de laquelle il est chez lui. Pas de véritable jardin sans cette haie vive, ce mur de pierres, cette palissade. Non qu’il soit défendu comme une forteresse, il est mis seulement à l’abri des regards d’autrui”.

Dar a conocer la escritura de textos de temática más personal a un número imprevisible –pero potencialmente masivo- de lectores implica una particular manera de *hacer presente lo íntimo en lo colectivo* que sortea la tradicional distinción entre lo privado y lo público. Es una forma de publicación que lanza a la arena pública el discurso espontáneo y sincero sobre lo íntimo, en teoría sólo apto para su autor, aparentando que no existe la trasgresión. Pero como ésta sí se da, el resultado es una escritura que siempre tiene muy presente tanto la preservación del yo narrador como el público potencial que habrá de leerla. “A weblog is always both for oneself and for one’s readers. If it were

---

<sup>7</sup> Que cuenta con 2958 visualizaciones de la página desde junio de 2004, según el contador Nedstat.

only for oneself, a private diary would be more useful. If it were only for readers, and not a tool for oneself, a more polished and finished form of publication would probably be more appropriate” (Mortensen & Walker, 2002: 256). En realidad, la dinámica de bordear las fronteras de lo privado y lo público sólo es novedosa en Internet, pero resulta ya muy familiar tanto para los lectores de libros como para las audiencias mediáticas. Estas últimas están habituadas a que los medios de comunicación, presentándose como *ventana abierta al mundo*, hayan sabido introducir las cuestiones de orden público en el ámbito de lo doméstico, al tiempo que sacaban a la luz pública asuntos hasta entonces mantenidos en el terreno de lo privado, incluso los considerados tabú en muchas culturas (principalmente los relacionados con el *eros* y el *thanatos*). Dicha dinámica se encuentra muy presente, por ejemplo, en la lógica de los formatos no informativos de realidad televisiva, marcada como está por una atracción casi enfermiza por lo privado y lo íntimo, semejante a la de ciertas publicaciones periódicas cargadas de fotografías de tonos rosados o amarillentos. Se trata de un juego que a menudo acaba diluyendo la frontera de lo tolerable, de tanto ensanchar sus límites, y que supone la transgresión (muy productiva en términos económicos en la actualidad) de un importante tabú en nuestra sociedad: public(it)ar la vida íntima. De modo similar, los diarios de la Red transgreden el reglamento de privacidad que caracteriza por definición a los diarios, pues los exhibe en foros públicos, los *socializa* y desbarata uno de sus principales rasgos constitutivos: reservar la intimidad al terreno de lo privado. Siguen, en este sentido, la más prestigiosa estela de las versiones literarias de los diarios (los editados en formato de libro por autores de cierto renombre), en la medida que son textos concebidos para ser *publicados* (en el doble sentido de hacerlos públicos y editarlos en papel) y, por tanto, para ser leídos, juzgados y disfrutados también por ojos ajenos a los del autor. Aquí radicaría seguramente el rasgo que marca la diferencia más relevante entre los diarios íntimos escritos en

papel y los electrónicos: los *weblogs* nacen con una inequívoca voluntad de existir en el dominio público (a veces tildada de exhibicionista) y no tienen alternativa de privacidad (en tanto que se escriben con una aplicación en que la publicación es una opción predeterminada), mientras que los escritos en papel pueden aspirar o no a ser publicados, aunque la gran mayoría (los de autores sin prestigio) nunca lo conseguirá bajo el régimen de escasez que impone la industria cultural analógica.

¿Cómo explicar esa atracción por el realismo de lo microdiscursivo intimista...? Históricamente, puede afirmarse que el realismo del relato sobre lo íntimo siempre ha suscitado curiosidad e interés, tanto en la expresión oral más espontánea (habitualmente identificado como cotilleo sobre la vida propia o ajena), como en la tradición literaria más canónica (género literario). Lo más novedoso no sería tanto su existencia cuanto su transposición a otros formatos comunicativos (audiovisual e hipertextual) y la notable acogida que han encontrado las nuevas versiones. Tras esa aceptación se halla, según Gérard Imbert (2003: 20-21), lo que podría denominarse un *deseo de presente*, que se traduce “en un interés por lo cercano y una fascinación por lo íntimo que reflejan un deseo de acercarse al presente cotidiano, a ese tiempo vivencial –sin mediación- donde parecen desvanecerse los obstáculos, los filtros, las mediaciones entre el sujeto y el objeto, entre el espectador y la realidad representada, entre el enunciado y la enunciación”. Pero seguramente también juegan algún papel los tiempos de sobreinformación que nos envuelven. Pareciera como si, ante la saturación de mensajes que cada día aturde a los ciudadanos cada vez más convertidos en audiencia y consumidores, éstos intentaran protegerse distanciándose de los asuntos públicos y de la realidad difícilmente digerible que impone la actualidad político-social construida a diario por los formatos y géneros *serios* de la industria de la comunicación. La pérdida de credibilidad y de interés que

suscita la realidad *dura* o *seria* (por otra parte, cada vez más espectacularizada) convive con el resurgir del interés por otros tipos de actualidad: la actualidad rosa (de cotilleos), negra (sucesos dramáticos) o amarilla (tratamiento sensacionalista). Es decir, esa versión de lo real que algunos han calificado de *nuevo naturalismo* (Leyva, 2002) y que se ha popularizado a través de ciertos formatos televisivos recientes (*talk shows*, *reality shows*, cámaras ocultas<sup>8</sup>...). Son aquellos que se nutren de los microdiscursos fragmentados del ciudadano anónimo que el medio ha sabido convertir en protagonista y cuyos relatos autobiográficos explotan, exprimiendo hasta la última gota el individualismo y la emotividad de la *información* por ellos generada. El efecto realidad acaba convirtiéndose, de este modo, en el gran aliciente de la narrativa íntima. Todo ello gracias, en parte, a la aceptación y buena acogida que este tipo de relatos encuentra entre el público, porque sin duda el éxito de recepción actúa como factor estimulador de una producción que, en otras circunstancias, quedaría relegada tras la empalizada del pudor.

A pesar de que los relatos autobiográficos televisivos y los hipertextuales comparten ingredientes, existen algunas diferencias importantes en las recetas usadas para cocinarlos. Además de las obvias, derivadas de la diferencia de lenguajes, hay otras, como el distinto grado de control que sobre su producto tienen los *bloggers*, en tanto que escritores, y los individuos que comercian con su intimidad en la telerrealidad. Mientras que aquéllos pueden intervenir sobre casi todos los aspectos del contenido y la organización de su *blog* (salvo en lo relativo al contenido de la participación de los lectores), los participantes en los *shows* televisivos apenas pueden operar sobre una pequeña parte de la puesta en escena (aquella que atañe a su propia forma

---

<sup>8</sup> Los programas resultantes como *Gran Hermano*, *El bus*, *La isla...* y sus secuelas son familiares a muchos espectadores, igual que películas como *El Show de Truman* o *Oliver*; otros como *Jack Ass* son menos conocidos fuera de su territorio de emisión (EEUU), aunque llegan más lejos en la autenticidad de su grotesca violencia.

de mostrarse ante las cámaras) de unos formatos articulados con una estructura compleja y férreamente determinada por las productoras, por la edición de los vídeos emitidos, por los conductores del programa, los guiones establecidos, etc. Son los responsables del programa, y no sus participantes, quienes controlan la espectacularización del contenido que llega a los espectadores. Otra diferencia sustantiva se deriva de la mercantilización de las cifras de recepción. En los contenidos de pseudorrealidad difundidos a través de los medios de comunicación de masas, hay un factor clave que determina la supervivencia del producto: la rentabilidad económica que se deriva del consumo productivo (Echevarría) de los receptores. Los programas se mantienen en antena si cuentan con unos índices adecuados de audiencia, pues son estos índices los que determinan los ingresos económicos de la cadena por venta de publicidad. Mientras los ingresos sean razonables, el producto resulta rentable y, por tanto, su emisión está legitimada (en términos económicos, que son los que rigen los criterios de programación). La publicación digital de la intimidad, en cambio, se rige por un sistema de producción distinto, ajeno hasta el momento a los efectos colaterales derivados de la inserción de publicidad, de modo que la rentabilidad de las visitas y comentarios de los lectores no determina esencialmente el mantenimiento de un *blog*. El valor de las visitas se orienta principalmente hacia la gestión de la reputación, como se indica en otro apartado<sup>9</sup>. Sin embargo, algunos *bloggers* ya han empezado a escuchar cantos de sirena y son bastantes los sitios que incluyen publicidad externa (diferente a la *publicidad* de los sitios recomendados). Navegando por la Red, y al margen de lo expresado en los sitios de orientación de carácter corporativo, pueden oírse algunas voces que advierten sobre los riesgos que ello puede implicar, sobre todo en términos de condicionamiento de la libertad de expresión del autor y de eventual pérdida de los lectores molestos por los anuncios; otras

---

<sup>9</sup> Apartado 2.6 Gestión de la reputación.

voces se manifiestan indiferentes, al menos mientras los insertos publicitarios no obstaculicen la lectura de los sitios; y también puede encontrarse algún análisis más detallado como el de Juanjo Navarro (2005) quien, después de relativizar mucho la eficacia de este tipo de publicidad, sugiere algunas recomendaciones sobre dónde incluir o no enlaces a cambio de una remuneración económica.

### 2.3. Estatuto de la verdad

La proximidad de los diarios *on line* con los diarios literarios en papel permite abordar un aspecto crucial del género autobiográfico: el estatuto de la verdad en el relato cotidiano. Seguramente no es aventurado afirmar que muchos lectores se acercan a estos textos atraídos por la dosis de autenticidad existente en ellos, es decir, seducidos por lo que el diario tiene de verdad íntima de algún yo. Quizá algunos incluso se planteen la cuestión de la verdad de estos textos en términos referenciales, por muy difícil que resulte argumentar tal concepto de verdad en cualquier producto discursivo. Pero sólo desde esa postura pueden entenderse reflexiones como la que sugiere Paola Cecconi (2002: 2): “Si bien hay muchos que creen en estas historias desconocidas y se declaran enganchados con los diarios íntimos de otros cibernautas, también están los que dudan de la veracidad de estos sitios, preguntándose si detrás no hay en realidad verdaderos bromistas”.

En realidad, interrogarse sobre la autenticidad de los diarios en red es tanto como preguntarse si los concursantes de *Gran Hermano* se comportan ante las cámaras como lo harían realmente en sus casas, o si Marcel Proust estaba comiéndose realmente una magdalena cuando se le ocurrieron las reflexiones de *À la recherche du temps perdu*. Es, en pocas palabras,

confundir sinceridad con veracidad. La solución a tales dudas no es una respuesta del tipo sí o no, pues nada es verdadero o falso cuando estamos tratando con representaciones de cotidianidad, efectos de verdad, construcciones mediáticas o mediadas de la realidad... Tanto en el trabajo de escritura como en la puesta en escena televisiva, lo que está funcionando es una especie de *poética autobiográfica*, unos mecanismos discursivos que generan un efecto de realidad autobiográfica más o menos intenso, más o menos verosímil, más o menos tolerable... Como afirma Jordi García (2004: 227), refiriéndose a los diarios literarios, “la verdad del texto no la avala ni la respalda la declaración de propósitos autobiográficos del autor sino su competencia para hacer eficaz un efecto de verdad autobiográfica”, porque “el compromiso de decir la verdad no es literario, es moral y la moral de la literatura está despiadadamente a favor de la eficacia retórica y expresiva de los autores, y muy desentendida del instinto de honestidad que le impulsó a escribir”. La escritura del yo (lingüística, audiovisual, hipertextual o hipermedia) no es sino un cruce entre discurso y biografía, por lo que “la verdad literaria (...) obliga a contraer un segundo compromiso que consiste en obviar un modo de verdad para crear otra que tiene un código distinto y nace con el orden de las palabras” (García, 2004: 229). Y ante ello, los receptores responden aceptando entrar en la lógica del simulacro donde prima lo verosímil mediante un *hacer como si fuera verdad*, de modo que el receptor admite que aquello *no es la realidad* pero se le parece tanto que resulta creíble y puede sustituirla. Este *como si* está en la base del contrato comunicativo sobre el que descansan los relatos íntimos publicados en papel o en *weblogs*, y de cualquier efecto realidad, en general. Es lo que Enric Bou denomina sinceridad *manipulada*, frente a la *auténtica* de los diarios escritos no publicados: “Tres elementos son fundamentales: el narrador escribe en primera persona, acerca de sí mismo; escribe sobre la realidad diaria, con un dominio claro del presente en que se produce la escritura, sin acceso al futuro;

produce un informe escrito que, evidentemente, decide publicar. Este paso es fundamental, puesto que la publicación afecta de manera precisa a la condición íntima y privada del diario. Del lector único, de la sinceridad “auténtica”, pasamos a la sinceridad “manipulada”, de cara a un público. Nunca sabremos cuánto de ese diario ha sido suprimido, reescrito” (Tortosa, 1992: 590-591).

Con todo, lo importante aquí no es determinar si los *weblogs* de relatos autobiográficos son verdad o no en términos referenciales, sino constatar hasta qué punto la intensa carga de efecto realidad inherente a ellos juega un papel determinante a la hora de provocar la curiosidad de sus receptores y atraer no sólo su atención, sino también su fidelidad. Desde esta perspectiva, lo más interesante de sitios como *Crónicas hoteleras* (2005), *Diario de una guionista embarazada* (La guionista, 2004) o *Claudia-p* (2003) es seguramente que permiten seguir la vida de alguien desconocido, una narración que se presenta con los rasgos propios de la rutina y la cotidianidad, pero sin distar demasiado de lo común, de la historia que podría llegar a vivir cualquier cibernauta. Dicho de otro modo, tienen la habilidad discursiva de poner en práctica el juego que consiste en construir personajes -mediante el lenguaje- y presentarlos como personas.

Que existan *blogs* que parezcan parodiar tales experimentos de escritura no hace sino confirmar el éxito de aquéllos. Es el caso del popular sitio *The dullest blog in the world*, que contiene entradas tan breves y *realistas* como “My knee had a slight itch. I reached out my hand and scratched the knee in question. The itch was relieved and I was able to continue with my activities” o “There was an object occupying a space on my table. Using my hand I picked up the item from its place. Having considered my options for a moment I placed the object on a different area of the table” (Dull, 2004). Ambas entradas

rondan los doscientos comentarios. El escritor Quim Monzó (2004) recomienda el sitio como un ejemplo de elegancia e ironía, pues “es no sólo una burla del exhibicionismo intimista de muchos *blogs* sino también de todos esos dietarios que tantos escritores pomposos escriben como si su vida cotidiana y sus aforismos sobre el huevo duro tuviesen el más mínimo interés para alguien que no sean ellos mismos”. Aunque bien podría ser que ejercicios de cotidianidad minimalista como el citado, o tantos otros presentes en los relatos íntimos, con su simpleza y banalidad, recojan mejor los minigestos que pueblan la monotonía de la vida ordinaria mediante cierto tipo de *no obras* que la crisis del Arte (con mayúscula) contemporáneo ha engendrado en distintos órdenes expresivos. Como recuerda Anne Cauquelin (2003 : 88), “le petite, le futile, le rien, l’accumulation de parcelles, de fragments d’inutilité sont des motifs récurrents pour les agencements plastiques, les installations contemporaines. L’ordinaire de la vie en est un ressort constant, avec la banalité et le *sans qualités*, inscrit par Musil au rang des valeurs contemporaines; autant de “non qualités” que l’on trouve dans les images webcams”.

#### **2.4. Placer de la escritura**

“Le carnetier néophyte type, selon moi, est un être plutôt bon enfant. Mû par un profond désir d’écrire, de s’exprimer, les nouveaux outils carnetiers le séduisent, le font succomber. Tout gentiment, il lance un billet doux, un billet tendre. Puis il aiguise son clavier et s’y laisse prendre” (Tam, 2002: 1). Posiblemente, una de las motivaciones principales para mantener un *weblog* activo es la satisfacción que produce el trabajo de escritura a su autor. Servirse de esta práctica como forma de expresión de personal puede proporcionar una gran gratificación a cualquiera que esté mínimamente

familiarizado con los recursos lingüísticos de una lengua natural, incluso quienes carecen de vocación literaria, como subraya Philippe Lejeune<sup>10</sup>. El placer de crear sentido con el lenguaje no necesita de la Red ni lo descubre ella, pero Internet ofrece una herramienta muy accesible para quienes desean ejercitarse con el lenguaje verbal y trascender al dominio de lo público. Al mismo tiempo, mantener activo un *blog* (y seguir la evolución de varios de ellos como lector) exige un enorme esfuerzo de tiempo y energía, sobre todo para quienes no centran su actividad profesional en la Red. Una dedicación tan intensa, por mucho que sea intermitente, quizá sólo pueda explicarse por el fuerte poder de atracción que la escritura y lectura hipertextuales suscitan entre los internautas *lletraferits*. Es significativo, en este sentido, que en la blogosfera habitualmente se barajen cifras de escritura sensiblemente superiores a las de lectura<sup>11</sup>, lo que sugiere que estas herramientas suscitan una pasión superior por la creación que por la lectura. Lo que posiblemente se deba a que permiten cubrir una laguna, la publicación textual sin requisito de prestigio o rentabilidad –económica- para el autor; una necesidad que es más acuciante en estos momentos desde el punto de vista de la producción que desde la recepción.

Al mismo tiempo, mantener una bitácora, sea cual sea la temática que aborde, constituye una efectiva práctica de taller de escritura en la que el autor puede usar la composición seriada de las entradas para dialogar con su propia producción, como lo hacen aquellos escritores que “have referred to writing as enabling them to argue with what they have written” (Chandler & Roberts-

---

<sup>10</sup> El especialista en diarios literarios Philippe Lejeune sostiene que el nuevo auge que esta práctica literaria ha experimentado, incluso entre los más jóvenes, es sobre todo fruto del severo proceso de escolarización de las sociedades occidentales: “ésta es la forma más asequible de acceso a la escritura que tiene cualquier persona con un mínimo de inquietudes –no necesariamente literarias-, e incluso en proceso de aprendizaje y superación para quienes son escritores ‘profesionales’” (Tortosa, 1992: 584).

<sup>10</sup> La autora distingue el diario íntimo del dietario porque en este último predomina la reflexión intelectual, es intemporal y se refiere a circunstancias más bien de trama meditativa.

<sup>11</sup> Según la I Encuesta a bloggers y lectores de weblogs elaborada por Tintachina en 2004, de un total de 1662 weblogs, 1125 corresponden a escritores y sólo 537 a lectores (Ferrerres, 2004).

Young, 1998: 10), mientras *escucha* los eventuales comentarios y sugerencias de los lectores. Es difícil determinar en qué medida estos sitios han resucitado una práctica considerada moribunda por algunos, hasta qué punto puede afirmarse que “la perdida costumbre de escribir diarios personales o escribir cartas, ha sido rescatada del baúl de los recuerdos gracias al *blogging*. Por fin, después de mucho tiempo, las personas vuelven a escribir; ya no con papel y lápiz, en pequeñas libretas o agendas, sino en bitácoras electrónicas públicas” (Benedetti y Robles, 2004: 6). Lo cierto es que la publicación en la Red está alcanzando un volumen más que llamativo, y ello a pesar de que exige a los escritores adaptarse a los matices que imponen las herramientas, lo que puede no resultar igual de fácil para todos. Incluso quienes ya están familiarizados con la escritura en weblogs son sensibles a los pequeños cambios que existen entre las diversas herramientas disponibles en el mercado. Como han señalado Mortensen y Walker a partir de sus propias experiencias (2002: 256), “writing and the way we express thoughts change when you use different tools. Though different blogging tools produce web pages that appear the same at first sight, using a new tool can have many unexpected effects”. Seguramente llegará un momento en que el boom de la escritura subjetiva e informal de estos sitios se desinfle y solamente sobrevivan un número más limitado (y accesible): los que sigan siendo actualizados con la frecuencia necesaria para mantenerlos dinámicos y atractivos, pues un *blog* que no se actualiza es un *blog* muerto. En definitiva, lo previsible es que pervivan activas tan sólo aquellas páginas que pertenezcan a individuos seducidos por la magia del lenguaje escrito, disciplinados en la constancia y que se sientan cómodos con las peculiaridades del formato.

## 2.5. Régimen temporal de la información: lo nuevo-reciente

Los *weblogs* presentan un formato muy característico que los distingue de otros sitios web (páginas personales, foros, *wikis*, etc.) con los que comparte algunos rasgos y funciones. Son rasgos notablemente relevantes en la medida que predeterminan el camino por el que puede realizarse la publicación de contenidos. De modo que, aunque la estructura de un *blog* es bastante sencilla, ello no significa que sea neutra o irrelevante, pues impone (como cualquier otra herramienta) un orden de prioridades que condiciona la naturaleza del formato comunicativo. En el *blog* predomina la disposición cronológica sobre otras posibles, al tiempo que se privilegia el contenido más reciente sobre los anteriores, lo cual otorga mayor relevancia al último contenido publicado y relega a posiciones secundarias artículos eventualmente publicados unas horas o unos minutos antes (aunque permanezcan archivados y, por tanto, recuperables). Esto es así a diferencia de lo que ocurre en otros formatos, como las páginas personales, donde las revisiones y actualizaciones son menos frecuentes (por resultar más costosas), y en las que los contenidos sustituidos son descartados y, en general, quedan fuera del alcance del usuario.

La primacía de la temporalidad reciente en estos sitios conecta con la tendencia, muy presente en el actual ecosistema de *serialisme massmediatique* (Guatari), tendente a favorecer lo más reciente, la inmediatez, lo último... y que encuentra en la simultaneidad de las emisiones en directo (a través de la radio, la televisión o Internet) su expresión más preciada, pues en él existe coincidencia entre el tiempo del acontecer, el de la enunciación y el de la recepción. Desde los parámetros que determinan el régimen de lo temporal en la cultura de la velocidad (Virilio) o de la cultura express (Lipovetsky) que nos envuelve (Gavalda, 1998), la cercanía en el

tiempo se presenta como una mejor forma de aproximación a la realidad, en la medida que se prescinde o se reduce, aparentemente, la mediación discursiva. Ello hace que se llegue a hablar de mayores dosis de verdad en los contenidos frecuentemente actualizados, porque las modificaciones reiteradas darían mejor cuenta de una realidad permanente cambiante, como lo es por ejemplo la identidad de los propios escritores: “The speed and frequency at which weblogs are updated allows for a more ‘truthful’ presentation of self” (Jung, 2003: 5). Sin embargo, la inmediatez no es una propiedad intrínsecamente positiva (ni negativa). Afirma John M. Grohol (2002: 3) que la rapidez en la dinámica de producción le hace pensar en ciertas formas de trabajo artístico que describe como “real art, real fast. Blogs are a lot like that too –stream of consciousness thoughts, pounded out as quickly as one has them. (...) Instead of the medium becoming slave to content, bloggers are often slaves to their medium. Blogs require constant feeding, nurturing, and attention, far more than ordinary Web pages”. Sin duda, el esfuerzo de la actualización frecuente puede jugar en contra de la calidad del resultado y ello puede detectarse en más de un *blog* (textos desestructurados, repeticiones, incoherencias, descontextualización... en dosis más elevadas de lo que sería deseable). Pero al mismo tiempo también es muy valioso el tono de espontaneidad y *autenticidad* que se deriva de la – aparente- no mediación de la inmediatez que caracteriza a este tipo de escritura, haciendo, como diría Edward Jung (2003: 4), que “entries can be seen as being single snapshots of the weblogger at a particular moment in time”. Es como si al acortar la distancia existente entre el tiempo de los hechos narrados, el tiempo de su narración y el tiempo de su lectura se pudiera tener un acceso menos mediatizado, menos distorsionado y, por tanto, más transparente y veraz, a la experiencia vivida por el yo narrador (aunque en realidad, al único tipo de *experiencia* al que puede tener acceso el lector es la construcción de la experiencia vivida que toma cuerpo a través del

acto de narración). De ahí la fuerza de metáforas como la de *foto instantánea* de la cita de Jung, que ponen el énfasis en el efecto de instantaneidad al tiempo que aprovechan la presunta transparencia enunciativa del iconismo fotográfico, a pesar de que tanto las técnicas de fotografiado como las de revelado *instantáneo* (y por supuesto las de escritura verbal) sean resultado de un proceso de codificación técnica y culturalmente *mediado*.

En todo caso, lo significativo de la tensión reciente-no reciente y nuevo-no nuevo de las entradas de un *weblog* es el atractivo que suscita el *efecto de frescura* de lo nuevo-reciente en la comunicación en la Red. La brevedad, un cierto aire de inacabado, la apertura temática, la adecuación del lenguaje a la audiencia prevista... son rasgos que suscitan un eficaz efecto de frescura (con independencia de que el texto sea o no realmente tan espontáneo, impresionista o poco elaborado como parece). Este efecto juega especialmente a favor de los sitios que se presentan enraizados en la vida cotidiana y con predominio de lo afectivo, pues refuerza los rasgos de espontaneidad, atomización seriada y brevedad que genéricamente envuelve este tipo de redacción. La descripción de diario propuesta por Virgilio Tortosa (1992: 588-589), refiriéndose a los impresos en papel, sería también válida para la narración de lo personal en los *weblogs*: como el periódico, tiene su origen “en el día a día (de una marcada temporalidad) con que es fechada la escritura; en ambos, el acontecimiento debe ser registrado sin distancia alguna que permita cualquier reelaboración del recuerdo o construcción de hechos a posteriori. Por tanto, esa escritura del día a día será, sin objeción alguna, fragmentaria, sin una concepción de obra propiamente dicha con límites establecidos ni sentimiento alguno de acabamiento, con lo cual su funcionamiento lo acerca más al ejercicio literario o banco de pruebas de la cotidianeidad que al rigor de la obra literaria”.

Otra vertiente del efecto frescura es la función que puede cumplir este tipo de discurso marcadamente subjetivo cuando se libera de algunas de las convenciones (rigor, ponderación, respeto...) que rigen la escritura dirigida al consumo público, entendido como audiencia numerosa y desconocida. A diferencia de los textos que suelen publicarse en los medios impresos y, por tanto, presentándose como alternativa -no excluyente- a ellos, los *blogs* contienen frecuentemente cierto grado de desinhibición semejante a la que puede detectarse en las conversaciones informales de carácter oral entre grupos reducidos y ligados por vínculos de amistad o complicidad. Y eso también suele dotarlos de mayor atractivo ante los ojos de los lectores, ya que contribuye a hacer más sólido el ejercicio de sinceridad que el yo narrador practica consigo mismo en este tipo de discursos. Es decir, favorece la verosimilitud de los textos que no necesitan poner fronteras socializadoras a un discurso que nace con vocación de ser (parecer) el habla del yo para el yo. Y los *weblogs* no son una excepción porque, como afirma Jung (2003: 5), si “all bloggers spent a lot of time creating perfectly judge commentary on a link or news item attempting to be politically correct and careful not to offend anyone then *weblogs* will not be so appealing for the authors or the readers”.

## **2.6. Gestión de la reputación**

La construcción de la propia identidad es un rasgo fundamental de la vida cotidiana de todos los individuos que se manifiesta en diversos aspectos (cuidado del aspecto físico, actitudes, gustos, estilo de vida...). La web constituye un nuevo medio para la autopresentación y, dentro de ella, los *weblogs* son un género más, de características similares a las *home pages*: aunque su objetivo primario no sea la presentación de un retrato personal, directa o indirectamente contribuyen a construirlo. Si de las páginas

personales se ha dicho que pueden “be updated as often as we ‘update’ our internal conceptions of ourselves” (Chandler & Roberts-Young, 1998: 9), de las bitácoras puede afirmarse lo mismo pero aún con mayor intensidad, pues permiten una actualización más frecuente de los textos y, por tanto, más vinculada a los eventuales cambios del yo narrador y sus potencialmente diversos *yoes virtuales*.

Saberse leído es saberse de alguna forma (re)conocido y, en el entorno de la *blogocosa*, “one reflection of the social importante of personal portrayal can be found in the kinds of debate it occasions” (Erickson, 1996: 2). Son muchos los *bloggers* que se sirven de sus *posts* como instrumento para construirse una identidad en la Red. Ello convierte a los *weblogs* en un (otro) eficaz medio de *gestión de la reputación*<sup>12</sup>, como puede hacerse a través de otros mecanismos de la industria de la comunicación (edición de libros, producción musical, prensa escrita, televisión...). Es otra forma de sentir que uno cuenta a los ojos de los otros mediante una suerte de *economía del ego*. La incertidumbre sobre la propia existencia puede encontrar respuesta en el reconocimiento de los otros, porque si los otros me ven, yo no puedo no existir. Existir socialmente pasa, pues, por ser percibido, como reza la máxima del filósofo británico George Berkeley: *Esse est percipi* (Cauquelin, 2003: 73). Y para *existir* en la blogosfera dotándose de una reputación, el autor de un *blog* debe encontrar un equilibrio entre la necesidad que todo individuo tiene de diferenciar su individualidad y la de sentirse vinculado a alguna colectividad (Desavoye, 2003). La estrategia actúa, así, en una doble dirección: satisfacer la necesidad de autoafirmación en el seno de la sociedad (a través de su *blog* una persona puede mostrar en qué se diferencia y se desmarca de los otros) y la necesidad de pertenencia al grupo (compartir intereses con otros *bloggers* y saberse uno de ellos es un eficaz instrumento de socialización).

---

<sup>12</sup> David Walker (2004: 1) toma la expresión de Jacob Nielsen, quien originariamente la atribuye a los “systems that let users advise other users on site content”, como los motores de búsqueda.

En la mayoría de los casos, la respuesta a la pregunta “¿quién soy yo?” se gestiona en los diarios electrónicos mediante los procedimientos convencionales (y, por tanto, poco llamativos), como el mantenimiento de la coherencia discursiva del sitio, la personalización del diseño (por muy sencillo que aquél pueda ser), la renuncia al anonimato<sup>13</sup> (a pesar de las grandes facilidades que el medio ofrece para lo invisibilidad) y, sobre todo, mediante la publicación de material atractivo (incluyendo opiniones muy personales, enlaces a sitios poco conocidos, ser de los primeros en publicar enlaces significativos sobre una materia...) que pueda resultar interesante para los lectores y les motive a enriquecer la sección de comentarios, ya sea en términos cuantitativos o cualitativos.

Sobre la cuestión del anonimato, resulta llamativo constatar que la mayoría de los *bloggers* que se mueven en el terreno de los comentarios sobre hechos de actualidad no privados, muchos de ellos periodistas profesionales o autores conocidos en su ámbito profesional, suelen optar por identificar claramente la autoría de sus *blogs* (usando su nombre y apellidos), como lo hace, por ejemplo, el periodista y escritor (que niega ser escritor) Arcadi Espada (2005). Los escritores que narran fragmentos de vida, por el contrario, están más escindidos a la hora de mantener una tendencia dominante respecto a la visibilidad de su autoría. Hay sitios que contienen nombre y foto del autor, como *Kirai, un geek en Japón*, el *blog* de Héctor García Puigcerver<sup>14</sup> (2005), donde se incluyen además otros datos que el autor juzga de interés, como el currículum profesional. Mientras que en otros se opta por el anonimato total, como *Belle de Jour, diary of a London call girl* (Anonymous, 2005), el diario,

---

<sup>13</sup> Una renuncia que a veces es permanente, entre aquellos que escriben dejando siempre al descubierto su identidad nominal, y otras veces es intermitente, cuando el autor busca un efecto de anonimato parcial o fácilmente *nominable* consistente en alternar el uso del nombre propio con el de un *nick* al que, por otra parte, se le pueden adscribir nombre y apellidos a través de una simple operación de búsqueda automática.

<sup>14</sup> Galardonado con el premio a la mejor bitácora personal por Bitácoras.com (2004) el año pasado.

real o ficticio, de una joven prostituta<sup>15</sup>. El uso de una u otra opción podría estar relacionado, quizá, por las dosis de ficción que habitan en unos y otros diarios: mayor tendencia al anonimato cuanto mayor grado de ficción contiene<sup>16</sup>. Lo notable es que ambas tendencias coexisten en proporciones no muy dispares, al menos en apariencia, como dos estrategias posibles de gestión de la identidad entre los cultivadores del subgénero. Hay una que aspira a que la identidad construida en la blogosfera trascienda fuera de ese entorno y, eventualmente, repercuta positivamente en la gestión de su identidad profesional (escritor de ficción, periodista, crítico, político, profesor, etc.). La otra estrategia persigue todo lo contrario: mantener las cosas de la *blogocosa* en el ámbito de la *blogocosa*, sin pretender mayor rentabilidad para el tirón de popularidad que bajo un pseudónimo pueda alcanzarse<sup>17</sup>.

En algunas ocasiones, sin embargo, el afán de crearse un nombre induce a algunos *bloggers* a seguir el camino más corto, sobre todo mediante intervenciones curiosas en la zona de los comentarios de los lectores. Llama la atención que haya autores tan preocupados por construir su *territorio blog* que recurren a dejarse ver en los sitios que visitan mediante una especie de *blogspam* sutil. Es el caso de aquellos que incluyen en otras bitácoras electrónicas comentarios que no entran en el juego de dejar constancia escrita de sus impresiones, sino que se sirven de ellos -con comentarios que en realidad no comentan nada- para publicitar su propio *blog* (el del *comentarista*) en el de otros a través del enlace pertinente (el mensaje sería algo así como “tengo algo que decir sobre esto, pero no voy a incluirlo en (este) tu *blog*; si

---

<sup>15</sup> También premiado como mejor weblog del año por *The Guardian* (2003) hace dos años y publicado recientemente en papel como *Belle De Jour: Intimate Adventures of a London Call Girl* (2005) también anónimamente.

<sup>16</sup> Comprobar esta hipótesis requeriría otro tipo de análisis, sin duda pertinente, pero que excede los objetivos de este trabajo.

<sup>17</sup> Una popularidad compartida, en todo caso, de forma silenciosa con la red más estrecha de amistades.

quieres leerlo, visita el mío”)<sup>18</sup>. En ocasiones se quiere aprovechar tanto el reclamo que supone alcanzar un número abultado de comentarios que se recurre al uso de estadísticas falsas, haciendo que las visitas a distintos lugares de la página sobredimensionen engañosamente el número final de lectores (aunque esto pueda molestar a algunos de ellos cuando lo descubren). Hernán Casciari, autor de la *blognovela Weblog de una mujer gorda*, que ha hecho uso de esta estrategia<sup>19</sup>, justifica así su utilización: “¿Por qué? En mi caso, el rumor de éxito ha generado éxito. Recomiendo el sistema. Eso sí: es bueno tener a mano un segundo contador (de entradas únicas) para saber realmente quiénes llegan” (Marcel, 2004: 2). Pareciera que, en ocasiones, el afán de notoriedad atrae a los autores hacia lo que Dolores Tam (2002: 3) denomina *fuego del cibernarcisismo*: “plusiers y sont sensibles et savent l’éviter. D’autres n’y voient que du feu et s’y laissent consumer”.

## 2.7. Fragmentación y serialidad

Los interfaces de los *blogs* presentan las entradas en una posición privilegiada, en una columna que ocupa la zona central de la página web, de modo que la más reciente se sitúa en la parte superior y las anteriores se suceden debajo de ella. Esta circunstancia, sumada a la temporalidad casi simultánea del acto de edición y el de publicación, facilita que el editor sea más prolijo en el número de *posts* que escribe y da a conocer. Al mismo tiempo, permite que lector no tenga que demorarse mucho en su acceso a la

---

<sup>18</sup> En su columna de *O’Reilly Network*, de Meg Hourihan (2002), que sí acepta comentarios, la entrada de 13/06/02, “What We’re Doing When We Blog”, incluye uno de estos curiosos comentarios de lector que en lugar de reflexionar en *blogs* ajenos, aunque sea brevemente, intentan atraer visitas de los lectores del otro *blogger* hacia el suyo propio. El comentario, firmado por DocJohn, dice lo siguiente: “A response to this essay and more musings from a psychologist who researches and studies behaviour is at the Psychology of Weblogs, <http://psychcentral.com/blogs/>”.

<sup>19</sup> Al descubrirlo, algunos lectores manifiestan opiniones contrarias (Marcel, 2004).

página, lo que a su vez fomenta las visitas reiteradas e incluso muy frecuentes. De modo que la arquitectura de los *weblogs* promueve la publicación intermitente de entradas, presentadas en secciones sucesivas generalmente no muy extensas, sobre asuntos que son objeto de la atención del autor.

Tal particularidad de los diarios electrónicos contiene un rasgo constitutivo importante y familiar a los lectores, pues está presente en diversos formatos narrativos: la fragmentación. Uno de los principales atractivos de la fragmentación encadenada es su serialidad, entendida como la creación de unas expectativas de continuidad mediante fórmulas con gran poder de atracción y de adicción sobre lectores/receptores, que repercute positivamente sobre la fidelidad de la audiencia. La fragmentación es, por ejemplo, un rasgo distintivo del discurso televisivo, donde viene dada por las obligadas pausas publicitarias que seccionan en distintas piezas cualquier forma de continuidad, pero que también se encuentra presente en la estructura de muchos de sus formatos como los informativos, los videoclips o las teleseries. Es también un rasgo fundamental de diversas tradiciones narrativas, tanto las de naturaleza audiovisual (ya sean los seriales radiofónicos, ya sean las teleseries o los culebrones televisivos) como las de carácter literario en las que se inspiran las anteriores (desde relatos como *Las mil y una noches* a las populares novelas por entregas, pasando por las novelas epistolares y los diarios personales). Su solvencia ha sido sobradamente probada en todas ellas. En el caso particular de los *blogs* sobre asuntos personales, no hay duda de que la fragmentación seriada y acumulativa constituye una de las estrategias más eficaces de fidelización de lectores a sus pequeños trozos de cotidianidad narrada, pues suscitan la curiosidad sobre el desarrollo de conflictos, respuestas a dudas planteadas por el narrador (que los propios lectores a veces intentan aportar en sus comentarios)... Se trata, en definitiva, de crear

expectativas provocando un deseo de saber más sobre ese algo que, en las pequeñas dosis anteriores, ha agradado al lector, con el fin de que éste vuelva a visitar la página, buscando más de eso que ya sabe que le gusta. Unas visitas que, entre otras cosas, servirán al autor para interpretar el éxito de su trabajo de gestión del sitio, desde el punto de vista de la recepción.

## 2.8. Enlaces y comunidad

“Show me what your links are, and I’ll tell you what type of person you are” (Miller, 1995: 4) es una máxima referida genéricamente a los vínculos hipertextuales que puede aplicarse también al caso concreto de las bitácoras. Los enlaces, tanto los que remiten a otros sitios como los que desde otras webs apuntan al *blog* de referencia, son un componente muy importante en la constitución discursiva del *weblog*. En un grado aún mayor que en las páginas personales, la riqueza textual del *blog* viene dada tanto por las ideas y el estilo expresados por el autor, como por la cualidad, cantidad y frecuencia de actualización de los enlaces que contiene (u omite). De alguna forma, el *blogger* se expresa también con los enlaces, pues a través de ellos deja entrever sus preferencias y prioridades, sus manías u obsesiones, su parcialidad o imparcialidad respecto a ciertos asuntos...

Asimismo, los *blogs* desde los que se incluyen enlaces a otro *blog* son una interesante fuente de información sobre el tipo de *bloggers* que valoran el *weblog* de referencia, dentro de qué tipo de comunidad o comunidades se inscribe (voluntaria o involuntariamente), la imagen que esos otros sitios crean o potencian, etc. Surgen, así, círculos de conocimiento colaborativo e interconectado que fomentan los vínculos interpersonales e intensifican el sentimiento de comunidad cuya producción está siempre expuesta a la

revisión por iguales. Son éstos, los lectores, quienes actúan como jueces directos sobre el interés de los *weblogs* que leen, de modo que se evitan los intermediarios clásicos de la industria editorial en papel (editores, librereros, críticos...) y los parámetros económicos a los que aquéllos están ineludiblemente sometidos. “Even when it is highly self-referencial (...), the bloggosphere is a global meritocratic community, with its own hierarchies, rankings and codes, performing a multilateral transnational conversation, generating a sort of peer reviewed content, widely and speedly disseminated and thus becoming one of the most important knowledge factory nowadays” (Orihuela, 2003: 7).

La red de enlaces entre *blogs* funciona, igualmente, como termómetro de la propia comunidad, ya que aporta indicios sobre *qué se cuece* en la Red en esos momentos: qué *blogs* atraen más atención según la opinión de quienes ya han navegado por esos lugares y deciden compartir sus comentarios, y no sólo según las estadísticas de frecuencia de visitas (por otra parte, fácilmente accesibles en distintos sitios web<sup>20</sup>). Esto es particularmente relevante en lo tocante a las direcciones cuya relevancia sólo es reconocida en el entorno de la blogosfera (pues carecen de repercusión mediática exterior) y que, por tanto, sólo disponen del *boca a boca* hipertextual para darse a conocer, como ocurre con la mayoría de los sitios en general, y con los diarios personales en particular. Los enlaces de los otros sitios al *blog* de referencia son un instrumento clave para darlo a conocer, haciéndolo *existir* en el gran magma de la *blogosfera*, y promocionarlo, fomentando que sea leído por otros internautas. Cuando un lector encuentra un *weblog* que le satisface, el *blogroll* que éste contiene, en la medida en que está recomendado por el propio autor, es una fuente de información filtrada por unos intereses que el lector podría compartir, por lo que se convierte en un buen punto de partida desde el que

---

<sup>20</sup> Puede encontrarse abundante información en sitios como *Technorati* (2005), *Grancomo* (2005) y *Estadisticasgratis.com* (2005), entre otros.

seguir la búsqueda de otros sitios que también podrían ser de su agrado. La promiscuidad hipertextual de los *bloggers* resulta altamente positiva no sólo para ellos, sino también para sus lectores y para la comunidad en general. Como afirma R. Blood (2003: 2) al recomendar los enlaces a otros *blogs* en su decálogo para una bitácora mejor: “Tus lectores pueden agradecer que les presentes aquellas bitácoras que más disfrutas leyendo. La Web es un medio democrático y los *bloggers* amplifican las voces de cada uno cuando se enlazan entre sí. Si enlazas generosamente a otras bitácoras, extiendes las bases de la red de información y contactos sociales que estamos creando juntos en la Web”.

### 3. Conclusiones

Todas las bitácoras presentan ciertos rasgos característicos derivados del uso de la herramienta: presentación en orden cronológico inverso, fragmentación, inclusión de comentarios de los lectores, enlaces a otros sitios web, etc. Los diarios (íntimos o personales) publicados como *weblogs* constituyen un subgénero dentro de la gran producción desarrollada desde mediados de los años noventa, cuando las herramientas empezaron a generalizarse en la Red.

El rasgo distintivo de los *blogs* publicados como escritura de la rutina diaria radica en el terreno del contenido, ya que se presentan como narraciones de fragmentos de vida cotidiana (real o ficticia) en forma de diario personal. Pero esta particularidad, inicialmente de orden temático, tiene repercusiones sobre otros aspectos del *blog* que se manifiesta en ciertos matices de su arquitectura. Desde nuestro punto de vista pueden identificarse al menos ocho elementos constitutivos que presentan un cariz específico en los diarios íntimos escritos en y para la Red: participación de los lectores, tensión entre lo

privado y lo público, juego discursivo entre veracidad y verosimilitud, placer de la escritura, disposición cronológica inversa, gestión de la identidad, fragmentación seriada y redes de información mediante enlaces hipertextuales. Son instrumentos de la comunicación hipertextual ya conocidos en otros formatos comunicativos, dentro y fuera de la Red, cuya principal novedad radica en su particular organización combinatoria, la interrelación especial que se establece entre ellos y las funciones que específicamente cumplen en los diarios electrónicos.

Como las páginas personales, los *weblogs* constituyen una forma de expresión y gestión pública de la (una) identidad; como los diarios literarios, presentan una escritura del yo intermitente, de aspecto inacabado y de carácter intimista; como los foros y las listas de correo, están abiertos a la participación de otros internautas y fomentan la circulación de información a través de enlaces a otros *blogs* recomendados por el autor; como los sitios *wiki*, su funcionamiento es extraordinariamente sencillo y el diseño no es una prioridad; como en los formatos más familiares de la telerrealidad, se trasgrede la frontera convencional entre lo público y lo privado, explotando el gran atractivo de los microdiscursos intimistas; como en cualquier otra narrativa serial, se aprovecha el gran poder de atracción de lectores que proporciona la fragmentación encadenada.

A diferencia de las páginas personales, las bitácoras que tratan sobre la vida cotidiana presentan una actualización frecuente y su contenido se centra en un tipo muy concreto de narración; a diferencia de los diarios privados de los autores no reconocidos, nacen con vocación inequívoca de darse a conocer en la esfera pública; a diferencia de las publicaciones impresas de los autores conocidos, no necesitan el apoyo de la industria editorial para darse a conocer en la arena pública; a diferencia de lo que se publica en papel, los autores de

los *blogs* pueden disponer de aportaciones rápidas y directas de sus lectores; a diferencia de la mayor parte de los dietarios que llegan a la imprenta, la escritura del *blog* es (o aparenta ser) muy espontánea, sincera y poco elaborada; a diferencia de los foros y listas de correo, la comunicación es jerárquica (es el autor del *weblog* y no otros participantes quienes determinan el tipo de contenido publicado; la información nodal procede del autor del sitio); a diferencia de los sitios *wiki*, el contenido no puede ser editado por otros internautas; a diferencia de otros formatos de telerrealidad, el autor del *weblog* cuenta con un alto control sobre el proceso de producción de la información, que recae casi exclusivamente sobre él; a diferencia de otras bitácoras, como las de carácter político, corporativo o periodístico, lo relevante no es la veracidad de la información, sino su verosimilitud, su efecto (simulacro) de verdad; a diferencia de lo que ocurre con otros tipos de *blogs*, el sentimiento de comunidad que suscita el intercambio de información existe, pero no juega un papel tan relevante...

El mapa completo de la blogosfera está aún por cartografiar o, más bien, en permanente proceso de elaboración, pues el territorio que pretende representar, además de ser muy vasto, está vivo y en constante evolución. Para manejarse en el plano conceptual de este espacio hipertextual es necesario hacer uso de coordenadas diversas y complejas que permitan dar cuenta de los sitios más notables y poblados, pero también de los pequeños rincones menos visitados. Todos ellos coexisten en esa gran malla de interconexiones que es Internet, aunque la atención mayoritaria de los análisis especializados suela desviarse prioritariamente hacia los *weblogs* que gravitan en la órbita de la información periodística y política. En las grandes rutas de la alta cultura, los diarios íntimos electrónicos son un destino algo menos turístico, pero no cabe duda de que lo que puede descubrirse en ellos es un material también muy valioso en términos comunicativos. De su

cambiante organicidad se han ocupado las líneas anteriores, redactadas con un sesgo deliberadamente diferenciado al de otros estudios, con la esperanza de contribuir a contornear con mayor precisión los imprecisos límites del territorio *blog*.

## Bibliografía

- ANONIMOUS (2005): *Belle de Jour. Diary of a London call girl*, en <http://belledejour-uk.blogspot.com/>.
- BARGER, J. (1999): "Weblog resources FAQ", <http://www.robotwisdom.com/weblogs/index.html>.
- BENEDETTI, F. F. y ROBLES, E. B. (2004): "Introducción", *Blogs: Escribir en la Red*, <http://www.ffbg.net/blogscap1.pdf>.
- BITÁCORAS.COM (2004): "Terceros premios anuales. Las mejores bitácoras de 2004", en <http://www.bitacoras.com/premios/>.
- BLOOD, R. (2000): "Weblogs: a history and perspective", *Rebecca's pocket*, [http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html).
- BLOOD, R. (2003): "Diez consejos para una bitácora mejor", *Rebecca's pocket*, en [http://www.rebecablood.net/essays/ten\\_tips\\_espanol.html](http://www.rebecablood.net/essays/ten_tips_espanol.html).
- BOU, G. (1997): *El guión multimedia*. Madrid: Anaya.
- CAUQUELIN, A. (2003): *L'exposition de soi*. Paris : Eshel.
- CECCONI, P. (2002): "Querido diario", 3 puntos, en <http://www.3puntos.com/seccion.php3?numero=246&seccion=cibercultura&anc=1>.
- CLAUDIA-P (2003): *Claudia-P*, en <http://www.claudia-p.com/>.
- CONTEXT (2002): "El weblog, un nuevo flujo de información", *Context*, en [http://www.straddle3.net/context/02/020515\\_weblog.es.html](http://www.straddle3.net/context/02/020515_weblog.es.html).
- CRÓNICAS HOTELERAS (2005): *Crónicas hoteleras*, en <http://cronicashoteleras.antville.org/>.
- CURLING, C. (2001): "A Closer Look at Weblogs", *Columns. Notes from the Technology Trenches*, en <http://www.llrx.com/columns/notes46.htm>.
- CHANDLER, D. & ROBERTS-YOUNG, D. (1998): "The Construction of Identity in the Personal Homepages of Adolescents", en <http://www.aber.ac.uk/meida/Documents/short/strasbourg.html>.
- DESAVOYE, B. (2003): "Les blogs répondent à des besoins d'ordre psychologique", *Les Blogs*, en [http://www.lesblogs.com/article.php3?id\\_article=45](http://www.lesblogs.com/article.php3?id_article=45).
- DULL (2004): "Scratching my knee" and "Moving an item from one place to another", *The dullest blog in the world*, en <http://www.wibsite.com/wiblog/dull/>.
- ERICKSON, T. (1996): "The World Wide Web as Social Hypertext", en [http://www.pliant.org/personal/Tom\\_Erickson/SocialHypertext.html](http://www.pliant.org/personal/Tom_Erickson/SocialHypertext.html).
- ESPADA, A. (2005): *Blog de Arcadi Espada*, en <http://www.arcadi.espasa.com/>.
- ESTADISTICASGRATIS.COM (2005): *Estadisticasgratis.com*, en [http://www.estadisticasgratis.com/stats-blogs\\_en\\_catala-49459.htm](http://www.estadisticasgratis.com/stats-blogs_en_catala-49459.htm).

- FERRERES, G. (2004): "Todos los datos de la Encuesta publicados", *Tintachina*, en [http://tintachina.com/archivo/cat\\_i\\_encuesta\\_webloggers.php](http://tintachina.com/archivo/cat_i_encuesta_webloggers.php).
- GARCÍA, J. (2004): "La voz literaria y la materia del dietarista", *Signa* nº 9, 223-233.
- GARCÍA PUIGCERVER, H. (2005): *Kirai, un geek en Japón*, en <http://kirai.bitacorras.com/>.
- GAVALDÀ, J. (1998): "Las fronteras de la 'cultura clip' y el régimen temporal de la telecomunicación", *Estudios de Lengua y Cultura Amerindias II*. Valencia: Universidad de Valencia, 352-369.
- GRANCOMO (2005): "Artículos", *Grancomo*, en [http://www.grancomo.com/e/weblogs\\_usos\\_y\\_estadisticas.php](http://www.grancomo.com/e/weblogs_usos_y_estadisticas.php).
- GROHOL, J. M. (2002): "Psychology of Weblogs: Everything Old is New Again", *Dr. John Grohol's Psych Central*, en [http://psychcentral.com/blogs/blog\\_new.htm](http://psychcentral.com/blogs/blog_new.htm).
- HOURIHAN, M. (2002): "What We're Doing When We Blog", *Megnut*, en <http://www.oreilynet.com/pub/al/javascript/2002/06/13/megnut.html>.
- HOURIHAN, M. (2005): *Megnut*, en <http://www.megnut.com/>.
- IMBERT, G. (2003): *El zoo visual*. Barcelona: Gedisa.
- JUNG, E. (2003): "Weblogs: A New Phenomenon?", [http://onoffonoff.org/imma/ct/Weblogs-CT\\_EdwardJung.pdf](http://onoffonoff.org/imma/ct/Weblogs-CT_EdwardJung.pdf).
- LA GUIONISTA (2004): *Diario de una guionista embarazada*, en <http://quionistaembarazada.blogspot.com/>.
- LANDOW, G. (1994): *Cyberspace, Hypertext and Critical Theory*, en <http://www.cyberartsweb.org/cpace/cpace/cspaceov.html>.
- LEYVA, J. M. (2002): "B.B.: una hipocresía atendida", en <http://amsterdam.nettime.org/Lists-Archives/nettime-lat-0207/msg00018.html>.
- MARCEL (2002): *Blog*, en <http://www.zonalibre.org/blog/marcel/archives/062819.html>.
- MERHOLZ, P. (2002): "Play with your words", *Peterme.com*, en <http://www.peterme.com/archives/00000205.html>.
- MILLÁN, J. A. (2003): "Blog", *Vocabulario de ordenadores e internet*, en [http://jamillan.com/v\\_blog.htm](http://jamillan.com/v_blog.htm).
- MILLER, H. (1995): "The Presentation of Self in Electronic Life: Goffman on the Internet", *CyberPsychology at Nottingham Trent University*, en <http://ess.ntu.ac.uk/miller/cyberpsych/goffman.htm>.
- MONZÓ, Q. (2004): "Intimidación y exhibicionismo", *Magazine*, 25/01/04.
- MORTENSEN, T. & WALKER, J. (2002): "Blogging thoughts: personal publication as an online research tool", MORRISON, A. (ed.), *Researching ICTs in Context*, Intermedia Report, Oslo, [http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching ICTs in context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf](http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching%20ICTs%20in%20context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf), pgs. 249-279.
- NAVARRO, J. (2005): "Las 3 Reglas de la Publicidad en los Weblogs", *Más que código*, en <http://www.juanjonavarro.com/masquecodigo/archivos/2005/05/25/las-3-reglas-de-la-publicidad-en-los-weblogs/>.
- ORIHUELA, J. L. (2003): "Blogging and the eCommunication Paradigms: 10 principles of the new media scenario", <http://mccd.udc.es/orihuela/blogtalk>.
- RILEY, D. (2005): "A short history of blogging", *The Blog Herald* <http://www.blogherald.com/2005/03/06/a-short-history-of-blogging/>.
- TAM, D. (2002): "Un mot pour le dire", *Les coups de langue de la grande rousse*, en <http://radio.weblogs.com/0105068/2002/11/03.html>.
- TECHNORATI (2005): *Technorati*, en <http://www.technorati.com/>.

- THE GUARDIAN (2003): "The Best of British *blogging*" en <http://www.guardian.co.uk/online/weblogs/story/0,,1108883,00.html>.
- TORTOSA, V. (1992): "La literatura pública como una forma de intervención pública: el diario", *Signa* nº 9, 581-619.
- VARIEDADES (2004): *Insúltame hijo de puta*, en <http://insultame.blogspot.com/2004/09/arcadi-da-pena.html>.
- VILLA, L. (2004): "Weblogs: usos y estadísticas", en [http://www.grancomo.com/e/weblogs\\_usos\\_y\\_estadisticas.php](http://www.grancomo.com/e/weblogs_usos_y_estadisticas.php).
- WALKER, D. (2004): "Of Google, Amazon and Weblogs: reputation management evolves", [http://www.shorewalker.com/section1/reputation\\_manager.html](http://www.shorewalker.com/section1/reputation_manager.html).
- WALKER, J. (2003): "Final version of *weblog* definition", *jill/txt* (Jill Walker's *blog*), en [http://huminf.uib.no/~jill/archives/blog\\_theorising/final\\_version\\_of\\_weblog\\_definition.html](http://huminf.uib.no/~jill/archives/blog_theorising/final_version_of_weblog_definition.html).
- WIKIPEDIA (2005): "Weblog", en <http://en.wikipedia.org/wiki/Weblog>.
- WIKIPEDIA (2005): "Wiki", en [http://es.wikipedia.es/wiki/Software\\_social](http://es.wikipedia.es/wiki/Software_social).
- WINER, D. (2001): The History of Weblogs, *Weblogs.com News*, <http://newhome.weblogs.com/historyOfWeblogs>.
- WINTHER, J. y BALSLEV, J. (2004): "Weblogs", *PC Cuadernos técnicos*, nº 19.

