

I. INTRODUCCIÓN

Los blogs son espacios que se consideran rigurosos y serios.

J. SÁNCHEZ LOBATO

La esfera digital como espacio de virtualidad hiperconectado se ha integrado progresivamente en los diferentes ámbitos culturales y sociales en un proceso que, aunque está todavía en marcha, ha logrado establecer cambios paradigmáticos en los medios de expresión artística. El cambio de soporte, de formato de plasmación del objeto cultural, en conjunción con las novedades tecnológicas asociadas, induce una serie de alteraciones con respecto al paradigma previo: los cambios tecnológicos influyen en la creación de las obras artísticas.

La tecnología ha tenido su impacto a lo largo de la historia de la literatura y en el propio pensamiento en torno a los procesos de creación y escritura. Los métodos de escritura¹ y reproducción de la obra han cambiado desde el uso de la pluma y el manuscrito del copista hasta la imprenta, pero también en el ámbito privado del autor con la llegada de la estilográfica, el bolígrafo, la máquina de escribir y el

¹ No debemos omitir en ningún momento la relevancia que el uso de la escritura y su normalización en la sociedad mediante los mecanismos industriales de producción del libro ha tenido a la hora de constituir los procesos cognitivos del ser humano. Para Olson, «nuestros sistemas gráficos no sólo conservan la información; también proporcionan modelos que nos permiten ver el lenguaje, el mundo y nuestra mente de un modo nuevo» (1994: 286).

ordenador; y, con el ordenador, la llegada de los procesadores de texto visuales (capaces de mostrar una representación visual fidedigna de cómo será el folio impreso) o la conexión a internet. Ya en 1924 Sigmund Freud reaccionaba ante una renovación técnica plasmada en un producto conocido como *Wunderblock*² —traducido desde entonces en el artículo como *block maravilloso*—, y que el pensador describía de esta manera:

Es una lámina de resina o cera de color oscuro, encuadrada en un marco de papel y sobre la cual va una fina hoja transparente, sujeta en su borde superior y suelta en el inferior. Esta hoja es la parte más interesante de todo el aparato. Se compone, a su vez, de dos capas separables, salvo en los bordes transversales. La capa superior es una lámina transparente de celuloide, y la inferior, un papel encerado muy delgado y translúcido. Cuando el aparato no es empleado, la superficie interna del papel encerado permanece ligeramente adherida a la cara superior de la lámina de cera. (1924: 2809)

Lo importante no reside en la pormenorizada definición que Freud le dedica a este objeto, sino en las reflexiones que le suscita el mismo en referencia a su potencial influencia en las estructuras de pensamiento por la no permanencia de lo escrito en ese ítem (aunque quedaba siempre un trazo difuso por la imposibilidad del borrado absoluto) frente a los otros sistemas de escritura que son, para él, «dispositivos con los cuales sustituimos nuestra memoria» (2808). Estos objetos fijadores de la memoria, irremediamente, deben renovarse, porque la escritura sobre ellos es permanente: o se compran nuevos instrumentos —libretas— de escritura o se destruyen las anotaciones, pues sus espacios están ocupados permanentemente. No sucede así en esa pizarra de la que, en muchos sentidos, serán epígonos los sistemas de escritura digital. Si en la pantalla la escritura es alterable o eliminable sin *consecuencias*, a voluntad, señala Freud que con la tecnología de su pizarra «la escritura desaparece cada vez que suprimimos el contacto

² Juguete infantil que se comercializó en el mercado norteamericano con el nombre de *The Mystic Writing Pad* o *Magic Slate* (con variantes múltiples) y que en el mercado español venden compañías como Tomy o Bizak bajo las marcas *Megasketcher* o *Pizarra Mágica*, aunque con materiales diferentes a los empleados en la versión que se diseñó a principios del siglo xx.

entre el papel receptor del estímulo y la lámina de cera que guarda la impresión» (2810). La tecnología, como decíamos, desde el cincel hasta la pantalla, y desde las tablillas de arcilla hasta el archivo binario, ha influido en cómo se lee —recibe— y cómo se escribe —produce— la literatura; la penetración de los sistemas electrónicos y digitales en los paradigmas de creación personal e industrial de textos es un nuevo paso en la relación entre evolución técnica y artística.

La creación literaria no es, desde luego, una extraña en el espacio digital, sobre todo si tenemos en cuenta que la computadora es, desde hace años, la herramienta de escritura más habitual, si bien se trata de un proceso acelerado en los últimos años que se inició, en líneas generales, en las últimas décadas del siglo xx. Afirma Moreno que

Es en la década de los ochenta y noventa, cuando las relaciones entre literatura, lectura y tecnología se hacen más explosivas. Hace diez años, la prensa se planteaba la terrible pregunta de si el multimedia llegaría a asesinar el libro. Naturalmente, lo planteaban quienes procedían de la aristocracia del espíritu humanista que veían en la tecnología la destrucción absoluta del humanismo, procedente de la palabra [...].

En ese contexto, se manejaban afirmaciones desternillantes tales como asegurar que «el libro tiene los días *contados* frente a criaturas cibernéticas llamadas CD-Rom, CDI o Internet».

Para unos, el futuro estaba aquí, y nada ni nadie podrían evitarlo. Para otros, el futuro era ya pasado, pero nada sustituiría al libro tradicional. (2009: 67-68)

Probablemente no importa en qué *lado* de la frontera digital se esté: en la actualidad, imaginarnos a un autor usando una máquina de escribir y papel carbón para obtener copias de su obra nos inspira más ideas de excentricidad que de creación. Hay, sin duda, una relación que puede ser fetichista con el objeto material de escritura, la herramienta de plasmación de la palabra impresa en un soporte determinado, en la medida en que lo que se puede plasmar sobre una hoja con una Parker no es igual que lo que se obtendrá tecleando en una Underwood, imprimiendo un archivo generado en Word, o visitando con el navegador web un sitio colgado en un hospedaje en internet. Si bien es cierto que la tecnología informática actual permite imitar con notable fidelidad esos trazos de estilográfica o la tipografía de cualquier máquina de escribir.

El desarrollo de las creaciones artísticas hipermedia establece no solo un nuevo espectro literario, sino también nuevas corrientes creativas en las que los elementos multimedia se adhieren al uso directo de la palabra. Esto genera corrientes literarias paralelas que se suman a los usos tradicionales de la industria literaria, en ocasiones estableciéndose relaciones de retroalimentación entre ambas vertientes. Con todo, no podemos obviar el hecho de que el libro como objeto físico impreso —dotado de sustancia— mantiene todavía una posición dominante como *meta* última para un autor literario, aun cuando muchas obras nuevas son solo posibles en el espacio de la pantalla.

Sin embargo, el proceso de creación implica que en la actualidad se parta de un original digital que es trasvasado a la hoja impresa, a la celulosa entintada, en un proceso de adaptación y conversión desde el mundo de los *bytes*. Por otro lado, cobra cada vez más fuerza el interés de las editoriales por ofrecer las versiones digitales de los libros de sus autores más destacados, pues no deja de ser un nuevo mercado en el que elementos como el almacenamiento de *stock*, la distribución física y los intermediarios de los puntos de venta dejan de entrar en consideración en el balance fiscal. El libro digital³ muestra claros síntomas de crecimiento en los mercados internacionales, algo que han reflejado estudios como el publicado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte bajo el título *Situación actual y perspectivas del libro digital en España II. La producción española de libros digitales y su distribución y venta en la Red* (2012). Según los datos aportados en ese estudio, en España el porcentaje de lectores digitales ha crecido desde un 48,6% de consumidores habituales de libros a principios de 2010 hasta un 52,7% a finales de 2011; además, un 17,9% del total de libros editados lo fue en formato digital, un incremento del 55% con respecto

³ Un libro digital puede leerse en plataforma web, sin descargarse, mediante servicios de lectura específicos como los que ofrece Amazon para sus libros digitales de Kindle o mediante la carga del contenido del archivo de texto en el navegador de la misma manera que una página web puede guardarse en la caché de nuestro navegador de internet, pero ninguno de los dos supuestos se corresponde con el uso mayoritario que se hace de esos formatos. En situaciones en las que la compañía controla el dispositivo de lectura, la tienda y los procesos de edición —como Amazon— se puede forzar remotamente la actualización de contenidos e incluso eliminarlos. De todos modos, si el usuario no tiene conexión a internet, el dispositivo no podrá ser accesible remotamente para este tipo de tareas.

a los datos de 2010. El eje principal de la industria literaria sigue siendo el papel, pero hay un proceso de penetración del libro digital que avanza hacia lograr cifras más que significativas. Este proceso es el obvio resultado de la imparable penetración de la era tecnológica como sucesora de la era eléctrica, la de los ya tradicionales medios de masas, en la construcción de la aldea global de McLuhan (1962). Es ahí donde reside el nuevo poder: «en los códigos de información y en las imágenes de representación en torno a los cuales las sociedades organizan sus instituciones» (Castells 1998: 463), que han entrado ya en la globalidad de la red. El espacio de representación, a su vez, experimenta un *efecto barroco* que

Está deviniendo máquina que se autoproduce: interiorizando —o más bien extendiéndose hasta ocupar— toda exterioridad [...] estableciendo bucles aperiódicos que abarcan su totalidad imaginaria, sistémica. (Brea 1991: 39)

Estas informaciones, sin embargo, vienen dadas específicamente en referencia al sector del libro digital⁴ y forman parte de la traslación del paradigma tradicional de la hoja impresa a la *e-ink* o *tinta electrónica*⁵. Mediante ese formato se ofrecen obras pensadas en realidad para

⁴ También *libro electrónico*, *eBook*, *e-book*, *ecolibro*, o *ciberlibro* (*libro-e* es poco común). Es una versión electrónica o digital de un libro. El término es ambiguo, ya que se refiere tanto a una obra individual en formato digital, como a un dispositivo electrónico utilizado para leer libros en formato digital. Los *e-books* nacieron en 1971 de mano de Michael Hart, quien lidera el proyecto Gutenberg, que busca digitalizar libros y ofrecerlos gratis. Sin embargo, no fue hasta 1993 cuando Zahur Klemath Zapata registró el primer programa para lectura de libros digitales, *Digital Book v.1*, y se publicó el primero: una edición de *On Murder Considered as one of the Fine Arts*, de Thomas de Quincey. Hubo que esperar hasta 1998 para que llegaran al mercado los dos primeros dispositivos específicos de lectura de libros electrónicos, Rocket eBook y Softbook. El Rocket eBook fue comercializado por NuvoMedia hasta el año 2000, cuando la empresa fue adquirida por Gemstar que, a su vez, la fusionó con SoftBook Press. Lanzaron un nuevo lector electrónico bajo el nombre de RCA eBook Reader o RBE 1100 en 2001 que apenas introdujo variaciones ni en funciones ni en diseño. El Rocket eBook se vendió en dos versiones: una estándar con 4 MB de memoria interna y una versión Pro con 16 MB. Utilizaba su propio formato de archivos y solo tenía soporte oficial para inglés. Su pantalla era en blanco y negro sin escala de grises con una resolución de 106 puntos por pulgada, de tipo táctil y retroiluminada.

⁵ Tecnología de pantallas empleada en los lectores de libros digitales actuales sustituyendo las pantallas de cristal líquido (LCD) de los primeros modelos. No precisa

un modelo estático que, sin embargo, puede beneficiarse de opciones adicionales como permitir al lector modificar el tamaño de letra, hacer anotaciones, búsquedas en diccionarios integrados, etc., que varían en función tanto del formato de archivo empleado —ePub, mobi, etc.— como del dispositivo de lectura —por ejemplo, el popular Kindle de Amazon en sus diferentes modelos—. La conocida como tinta electrónica concierne, insistimos en ello, a textos que no se aprovechan de lo hipermedia de manera profunda o no tienen en los rasgos hipermedia uno de sus pilares fundamentales. Tanto el formato del libro digital como el PDF permiten la integración de hipervínculos, y este último, de hecho, está preparado para permitir la inserción de vídeo, audio y otros componentes multimedia. Los lectores electrónicos habituales, los de tinta electrónica, en cambio, no están tan preparados por la propia tecnología de su pantalla para la reproducción de esos contenidos o para la integración de componentes externos que sí son factibles en la web y, consecuentemente, en dispositivos orientados a la misma, ya sean ordenadores, tabletas u otros. Esto desaloja al libro electrónico de una mayor potencialidad hipermedia, al menos mientras se perpetúe su concepción actual, dado que esta se sitúa en una instancia superada por la mayor potencia y capacidad de experiencias interactivas y de conexión a la red.

retroiluminación (por lo que se puede leer sin problemas bajo luz natural), y el consumo energético se limita al momento de representar la imagen en pantalla (por lo que es muy reducido). Su escaso grosor le permite cierto grado de flexibilidad, pero esto apenas se ha usado en prototipos hasta el momento. La ventaja principal, por tanto, junto a su bajo consumo es que la sensación ocular del lector es similar a la de la lectura en papel. En septiembre de 2012 Amazon presentó el modelo Kindle Paperwhite, equipado con iluminación LED distribuida mediante una capa de nanorreflectores para permitir leer en la oscuridad sin emitir una luz tan potente como la de las pantallas retroiluminadas tradicionales y mejorar el contraste de la imagen en situación de luz solar o directa, por lo que mantiene las ventajas oculares de la tinta electrónica permitiendo la lectura también en situaciones de baja iluminación. Esto se consigue al situar la capa de iluminación en la zona superior (por encima de la de tinta electrónica y la táctil) apuntando hacia abajo y no hacia la zona exterior, de manera que la luz no se proyecta hacia los ojos, sino hacia el texto. La ventaja en cuanto a descanso ocular se deriva, en realidad, de que las pantallas tradicionales tienen un refresco de la imagen, es decir, hay un parpadeo cada vez que la imagen se regenera nuevamente en la pantalla, lo que puede suceder en un número variable de veces por segundo, considerándose —según el medio en reproducción— ideal de 30 a 60 imágenes por segundo. Una pantalla de tinta electrónica dibuja el contenido de la pantalla una vez y se mantiene, sin refresco y, en consecuencia, sin parpadeo, lo que es menos estresante para los ojos del lector.

En cualquier caso, la materialización de un número creciente de libros en formato electrónico no sería suficiente como para hablar de una penetración real en la esfera digital del ámbito literario. Los autores —noveles y no tanto— componen su espacio en internet, todavía en grados variables de interés y compromiso, con su presencia virtual en redes sociales y otros medios o soportes digitales. Es fácil prever un choque generacional, en el que autores jóvenes encuentran en la red un espacio de publicación en el que dar salida a sus creaciones (no obstante, siguen teniendo como meta final alcanzar el papel), y autores consolidados que se muestran reacios, por multitud de razones, a que sus obras se distribuyan también en formato digital y, más si cabe, a establecer relaciones con el público mediante el uso de redes sociales u otras herramientas digitales orientadas, en estos casos, a tareas publicitarias y relaciones públicas.

Eso no implica necesariamente que los autores establecidos, aquellos que ya se han labrado un nombre y una carrera, no participen de la realidad literaria que se mueve tras las pantallas de los ordenadores⁶, tanto de manera activa, como autor, como en la semipasividad del lectoautor, figura factible en la práctica solo a través de la posibilidad de interacción que ofrecen los canales comunicativos de internet y algunos formatos concretos de publicación en la misma, como el blog⁷.

⁶ En el terreno físico, en los ordenadores se ha impuesto el formato panorámico en proporciones 16:9 o 16:10 tras un periodo de transición desde el clásico 4:3, como sucedió en el sector de los televisores. En las tabletas hay diferentes proporciones y tamaños (7 pulgadas con proporción 16:10 en el caso del Google Nexus 7 y 9,7 pulgadas con proporción 4:3 en el caso del iPad, por ejemplo), al igual que en móviles. Cada pantalla tiene, además, su resolución y su densidad de píxeles por pulgada como variables adicionales. El propio Kindle se ha distribuido en varios formatos, siendo el más extendido el modelo de 6 pulgadas, pero el modelo Kindle DX ofrece pantalla de 9,7 pulgadas. Por tanto, un desarrollo de software multiplataforma debe estar preparado para adaptarse a las diferentes pantallas y esto se aplica también a los libros digitales, donde la utilización de formatos fijos frente a dinámicos o variables (*líquidos*, si queremos) dará problemas en la traslación a otros dispositivos. Aunque esto puede responder a una voluntad específica (una decisión estética y formal muy concreta), en líneas generales no prepara el libro digital para su adaptabilidad a diferentes pantallas. Pretender un diseño fijo y estático es, en buena medida, una herencia de la materialidad de la página que no siempre tiene un lugar cómodo en la mutabilidad de la pantalla que se da en el mercado actual. Pese a todo, es también legítimo perseguir el control absoluto sobre qué y cómo está viendo un lector el texto que se produce, pues puede influir en experiencias estéticas como las de la poesía visual.

⁷ El término nace como abreviatura de *weblog* en 1999, cuando Peter Merholz acuña la palabra y la coloca, con cierta intención humorística, en el lateral derecho de su

Este espacio ha evolucionado sustancialmente desde sus intenciones fundacionales hasta la actualidad, algo que señaló acertadamente García Gómez:

Lo que empezó siendo un sistema para publicar notas personales, a modo de diario personal, ha ido mutando hasta convertirse en un fenómeno con diversas caras: informativa, formativa o recreativa. (2005: 1)

Frente a la creación de un perfil de usuario en redes sociales o un blog, la publicación de una página web desde cero puede exigir, en la práctica, una tarea titánica al usuario lego en la materia. Los factores técnicos y las destrezas que deben aprenderse son incluso superiores en volumen (y complejidad, por la cantidad de variables que se derivan de la estructura de internet) a los que harían falta para publicarse un libro. Es decir, si queremos autoeditar un libro y hacerlo realmente desde cero, debemos aprender a manejar un programa de maquetación, como los costosos —aunque profesionales— InDesign o QuarkXpress (partiendo del supuesto de que hay un dominio previo del ordenador a nivel de usuario, incluyendo los conocimientos ofimáticos básicos para la creación de un documento de texto en cualquier procesador estandarizado), y una vez estuviese listo el diseño del mismo se puede decir que la única opción viable pasa por costear su traslación al papel a través de una imprenta.

En el ámbito digital, el usuario que quiera crear una página web tendrá, igualmente, que dominar la maquetación, aunque esta vez sobre la pantalla, y será siempre aconsejable conocer diferentes lenguajes informáticos y herramientas para conseguir la representación visual de lo que tiene en mente y haya plasmado en sus bocetos. Esto significa pasar por un editor web (como la solución profesional DreamWeaver), y según la complejidad del proyecto conocer, como decíamos, herramientas del tipo Flash, y lenguajes como PHP y JavaScript, así como gestión de base de datos, entre otros subsistemas. Y eso manteniéndonos en un nivel incluso básico para los estándares actuales de la web. A

weblog, *Peterme.com*, haciendo el juego de palabras «we blog», que es, a su vez, contracción de la sentencia completa «we blog because we weren't very popular in high school and we're trying to gain respect and admiration without actually having to be around people».

eso habrá que añadir los costes de un servidor para el alojamiento de los contenidos, pagar un dominio (dirección), etc. Es decir, que el paso básico — tener lista la maquetación (en este caso, sobre pantalla) — es incluso más costoso que hacerlo sobre papel.

Ante la creciente complejidad de la creación de páginas web que sean capaces de retener al visitante no solo siendo visualmente atractivas, sino también estando estructuradas adecuadamente para su correcta navegación (a lo que debe sumarse el coste asociado a su alojamiento y mantenimiento), cobran fuerza las soluciones gratuitas. Por supuesto, conseguir un hospedaje de tamaño limitado (varios *megabytes*) sin más no es una solución, pues todavía habría que solventar el proceso de aprendizaje de las herramientas necesarias para poder presentar los contenidos, y luego la producción de la web misma, y en ese sentido el blog que se ha desvelado como una solución de autopublicación y autoedición en la red de una popularidad creciente. La otra alternativa, menos flexible, pero de mayor facilidad si cabe es el registro en servicios de redes sociales que responden a parámetros de microblogueo⁸ o nanoblogueo⁹.

⁸ Frente al nanoblog, el microblog permite textos de mayor tamaño que pueden estar limitados por el sistema, pero en todo caso de mayor extensión. *Facebook* <<http://www.facebook.com/>>, por ejemplo, permitió comentarios con un límite de 500 caracteres durante mucho tiempo; restricción que no está vigente en estos momentos. Sin embargo, siguen esperándose textos no demasiado largos (algunos párrafos como máximo) como medida habitual. Otro formato de publicación no restringido por el sistema, pero sí por el uso generalizado de los usuarios, es Tumblr. Los microblogs están típicamente orientados a compartir contenido multimedia o textual, aunque de mayor extensión, pero en ningún caso se espera de ellos mensajes extensos. Como en el nanoblogueo, el microblogueo se integra también en sistemas de redes sociales, como en el ya citado caso de Facebook, y su recuadro «¿Qué estás pensando?», reservado a que el usuario ponga una pequeña sentencia, o contenido micromedia, que se mantendrá hasta que realice una nueva actualización o pase una cantidad de tiempo determinado y se considere caducado.

⁹ Variante de publicación en blog que permite al usuario enviar textos sencillos y breves (en línea con los SMS de los teléfonos móviles) o incluso pequeños contenidos multimedia (como fotografías o pequeños cortes de audio) a los que se les llama *micromedia*. Los contenidos pueden ser vistos por los usuarios, y crear un diálogo entre autor y lectores. Los mensajes pueden transmitirse al servicio desde mensajes de texto de teléfono móvil, correo electrónico, o desde el propio navegador de internet. A diferencia de lo que sucede en los blogs tradicionales, su menor tamaño y simpleza fuerzan que se utilicen habitualmente frases únicas, y en ocasiones sus actualizaciones son más frecuentes («actualizaciones de estado»), donde el usuario informa sobre qué hace en un momento concreto. En la actualidad se emplean también por empresas como

El formato weblog nace oficialmente el 1 de abril de 1997, cuando Dane Winer publica la primera entrada de contenidos de *Scripting News* (Festa 2003), como bien narró en un artículo especial para *El País* José Luis Orihuela (2007) con motivo del décimo aniversario del nacimiento de esta plataforma¹⁰. Esta celebración es, sin embargo, discutida: el propio Winer ha defendido la postura de que, estrictamente, el primer weblog es, de hecho, el primer sitio web: *What's New in '92*, en el que Tim Berners-Lee fue contando la marcha del proyecto World Wide Web. No debe omitirse tampoco (si no aceptamos esta regresión extrema) que ya en 1994 se dieron antecedentes de esta idea con páginas como *Webring.com*¹¹, donde se ofrecía la opción de crear un «diario en línea». De opciones limitadas, permitía a los usuarios contar sus experiencias vitales, con el uso completamente generalizado de un diario personal expuesto al público.

No fue hasta 1997 cuando Jorn Brager acuñó el término *weblog* (Wortham 2007) como resultado de unir los conceptos *web* y *log* (*diario* o *registro*, en castellano), aunque hay que tener en cuenta que esos primeros weblogs mantenían un sistema de actualización y ordenación manual, es decir, que era necesario redibujar y recomponer los contenidos en cada actualización (lo que se conoce como sitios web estáticos¹² en oposición a la web dinámica¹³). Curiosamente, la complejidad

método de comunicación y publicidad a través de servicios populares de microblogueo como Twitter <<https://twitter.com/>>.

¹⁰ Debemos señalar, sin embargo, que el hito es difícil de demostrar, pues surgen en fechas similares diversas iniciativas parecidas. En cualquier caso, Winer es considerado unánimemente uno de los primeros blogueros de la historia.

¹¹ Surgida a raíz de la tecnología desarrollada por Denis Howe en 1994, la página, como tal, no existe en la actualidad. En términos generales, un anillo de webs o *webring* es una colección de sitios web vinculados en una estructura de enlaces circular, con el objetivo de redirigir visitantes entre las diferentes páginas web que lo conforman y, al mismo tiempo, mejorar la presencia y posición de estas en buscadores.

¹² Un sitio web estático es uno que tiene contenido que no se espera que cambie frecuentemente y que se mantiene manualmente por alguna persona o personas que usan algún tipo de programa editor, de tipo textual o visual.

¹³ En referencia a sitios web que están contruidos sobre alguno de los múltiples lenguajes informáticos posibles (Perl, PHP, ASP...) asociados a bases de datos y que se generan directamente en el ordenador del lector, en oposición a las estáticas. La página dinámica puede cambiar en respuesta a diferentes contextos, y se dibuja en pantalla en cada ocasión, por lo que los contenidos no deben ser formateados de nuevo cada vez que se actualiza. En estos últimos casos, el navegador solicita la información, el intérprete la procesa y genera la página web, que es presentada finalmente ante el cliente.

interna de los mecanismos y lenguajes que hacen dinámica una página web implica que su uso básico sea mucho más sencillo, creando una paradoja tecnológica, al hacer mucho más difícil gestionar desde cero una web (o un weblog montado desde cero) aunque mucho más fácil utilizar cualquiera de los múltiples servicios gratuitos, *prefabricados*, que nos ofrece la red.

No es de extrañar que el blog se haya convertido en uno de los medios de comunicación, publicación y autoedición en línea, por su combinación de accesibilidad, estandarización del formato y demás características que lo han hecho estandarte del periodismo ciudadano, apto para campañas de empresas, pequeños proyectos web y, también, claro, para que escritores lo utilicen como plataforma tanto de cara a una mayor proyección literaria, como para un fin último. Desde luego, pese a su todavía corta existencia, *Technorati.com*¹⁴ incluía en sus registros para 2008¹⁵ más de 133 millones de blogs indexados, y la cifra crece día a día, según las propias estimaciones del sitio web en su estudio para ese mismo año. Las cifras arrojadas entonces en torno a la actividad cotidiana de los blogs indicaban:

- 133 millones de blogs indexados desde 2002 hasta 2008
- 7,4 millones de blogs con publicaciones en los últimos 120 días
- 1,5 millones de blogs con publicaciones en los últimos 7 días
- 900.000 blogs con publicaciones en las últimas 24 horas

¹⁴ Un buscador (como pueden serlo las webs *Google* o *Yahoo*) especializado en indexar el contenido de los blogs, incluyendo funciones de *trackback*. Es uno de los sistemas de promoción de blogs más fuertes, sobre todo en el ámbito anglosajón.

¹⁵ Recurrimos aquí a datos de 2008 debido a que en los análisis de la blogosfera publicados en años posteriores se han centrado en quién y cómo usa el blog, su vinculación con medios sociales como Twitter, la penetración corporativa en el espacio bloguero y la temática general de los weblogs registrados, más que en ofrecer datos absolutos sobre el volumen de bitácoras compiladas. En todo caso, hay que tener en consideración que, pese a la importancia de la blogosfera anglosajona, Technorati exige como requisito imprescindible que las bitácoras de su catálogo estén en inglés o que el inglés sea la lengua principal. Podemos asumir que los datos son extrapolables debido a la internacionalidad de la web y su uso por blogueros de todo el mundo, pero no pueden ser tomados como representativos con exactitud de la totalidad de la blogosfera ni tampoco de la blogosfera específica hispana, que trataremos específicamente en el capítulo 6, prestando especial atención al perfil del bloguero hispano como aspecto diferencial clave del ámbito hispánico de la comunidad digital.

En ese mismo estudio se destacaba que el blog no solo funciona como modelo de publicación en línea, sino que representa un modelo de negocio viable capaz de sostenerse gracias a la integración de publicidad, lo que puede convertirlo en una fuente de ingresos regular en la medida en que la bitácora consiga una masa crítica determinada de lectores habituales. Incluso, como señala el informe, los usuarios que optan por no tener publicidad en su blog probablemente decidan darle cabida cuando este haya crecido, salvo que el sistema de alojamiento no lo permita. De hecho, los datos del estudio *State of the Blogosphere 2011* <<http://technorati.com/social-media/article/state-of-the-blogosphere-2011-introduction/>> mostraron que solo el 14% de los blogueros¹⁶ cobran por esa actividad, con unos ingresos medios de 24.086 dólares anuales como trabajadores independientes; los que bloguean para compañías tienen un salario medio de 33.577 dólares anuales. En estos casos, el modelo de pago por servicio no está vinculado al cobro por mensaje (o *post*¹⁷), pero en los casos en los que se opta por este tipo de compensación económica la opción mayoritaria es de 25 dólares o menos por publicación; en este tipo de remuneración el volumen de ingresos mayoritario es inferior a 1.000 dólares anuales. En cuanto a ingresos por publicidad en sus diferentes formas, los blogs corporativos prescinden mayoritariamente de la misma (un 60%). En cambio, esa es la principal fuente de ingresos de los blogueros no afiliados a empresas. Este mismo tipo de bloguero tiene en su propio sueldo su mayor gasto fijo de forma mayoritaria, notablemente por encima del pago a otros trabajadores del blog, gastos técnicos, publicidad y mantenimiento del servidor.

Desde luego, la combinación de gastos limitados (escasos requisitos para el alojamiento, uso de recursos externos gratuitos para alojar imágenes y contenidos pesados, como vídeos, y, en definitiva, la posi-

¹⁶ Del inglés *blogger*. Autor de un weblog, también se emplean las formas castellanas *bloguer*, *blóguer* y *bitacorero*. La RAE introdujo el término *bloguero* en la revisión de 2013 del *DRAE* como avance a su 23ª edición: <<http://lema.rae.es/drae/?val=bloguero>>.

¹⁷ Mensaje publicado (*colgado*) en un sistema de comunicación digital, habitualmente en foros y blogs. Convive con normalidad con la traducción española *mensaje* en la mayoría de los espacios digitales en los que el español es la lengua de comunicación dominante. Como sucede con otros vocablos ingleses de uso general en internet, en español el término equivalente mantiene su connotación general, mientras que la voz inglesa se restringe.

bilidad de construirlo íntegramente sobre herramientas gratuitas) con ingresos por publicidad —incluso si estos son relativamente discretos— abre las puertas a una dedicación al blog mucho más allá del simple pasatiempo, aun cuando las opciones reales de éxito en el océano de la web no son tan optimistas como podía parecer en el momento del *boom* del blog como auge de los medios independientes e individualistas. Dicho de otra manera: la esclavitud ante el editor puede desaparecer para el escritor que haga una apuesta firme por el blog y consiga una base de lectores fiel, pero esto no implicará de manera necesaria una viabilidad como negocio en todos los casos, aun cuando hay ejemplos suficientes de éxito empresarial en este terreno. De hecho, según el anteriormente citado de Technorati, el 36% de los blogueros que deciden no insertar publicidad en su bitácora lo hacen porque, simplemente, no les interesa monetizar la web, mientras que el 38% no lo hace porque es consciente de que no tienen suficiente volumen de visitas como para conseguir rentabilidad mediante la publicidad. El 52%, simplemente, no quiere saturar el blog con anuncios.

Y no solo eso: el blog, como vocero de autores de todo tipo, desde el adolescente que cuenta sus intimidades, hasta el político que lo emplea —él o su gabinete de prensa o un grupo de especialistas en relaciones humanas o responsables de comunidades virtuales (los conocidos como *community managers*)— en busca de réditos electorales, pasando por el pensador diverso, puede, por su propia condición, constituir:

El primer paso hacia un discurso intelectual en Internet, esto es, desde Internet, sólo pueden [sic] ser los *blogs*, ya que se configuran en torno a su creador, y el espacio interactivo está fijado en torno a él. Tal vez sea exagerado pensar que la herramienta de difusión del artista, ya literario, visual o incluso sonoro, está en Internet. (Martínez Sánchez 2007)

La potencia creciente del medio, por tanto, unida a su diversificación en múltiples vertientes de índole audiovisual y vías de comunicación (voz, texto, vídeo...) parecen invitarnos a creer, sin exigirnos grandes actos de fe, que va a ir teniendo una importancia creciente. No obstante, eso implicará también, como veremos, un reto, y es que también Martínez Sánchez ya nos adelanta en ese mismo artículo que

El blog no tiene temporalidad cerrada, se está continuamente escribiendo, en un juego interactivo donde la capacidad de respuesta del interlocutor

en cierto modo amenaza las posibilidades creativas de ese espacio. Es destacable este carácter de «*continuum*» del blog en el tiempo y en su espacio concreto que es Internet, que es el lugar, para definirlo de una manera precisa y suspicaz, donde todo se actualiza constantemente: toda la información, la cultura y la doxa (espacio este último que podría atribuirse a los foros¹⁸, chats, y, en última instancia, a los blogs).

Es decir, que el autor va a tener que enfrentarse a un entorno cambiante, que está en un perpetuo estado de mutación y traslación que se constituye, después de todo, en una abstracción carente por completo de soporte físico, donde lo voluble es la constante única en la que puede confiar. Por tanto, el camino de la creación del espacio y la identidad propios será más complejo para el escritor que busque establecer una entidad creativa en el espacio virtual.

En consecuencia, el desarrollo de una voz propia dentro del campo literario puede ser una tarea dura en la que, además, deberá competir con las miríadas de blogs que nacen cada día. Explorar los géneros literarios tradicionales y su adaptación e integración en el formato weblog, así como desarrollar los géneros (o, lo que es lo mismo, investigar y fomentar las variaciones específicas de los ya existentes para adaptarlos con éxito a las peculiaridades de este espacio creativo) es una tarea todavía en evolución que nos marca el camino de la blogonovela¹⁹ y las nuevas relaciones que se establecen entre autor y lectores.

¹⁸ En estos sistemas se invita a los usuarios a discutir o compartir información relevante a la temática del sitio (la información no vinculada se denomina, según terminología anglosajona, *off-topic*) a través de discusiones característicamente informales (aunque no es raro encontrar hoy foros de temas científicos o vinculados a ámbitos donde sí se mantiene un tono formal) formando una comunidad en torno a un interés común. Es habitual que exista la figura del moderador, destinado a regular que se cumpla la normativa propia del sistema web y, también, los modales. Entre las opciones de moderación es habitual la expulsión (temporal o definitiva) de quienes utilizan los foros de manera inapropiada (por ejemplo, insultando a los demás miembros de la comunidad). Se definen como una aplicación web que da soporte a discusiones u opiniones en línea que deriva de los Bulletin Board System, sistema creado en 1978 por Ward Christensen (y puesto en marcha en febrero de 1979), que no se sustentaban en el formato web.

¹⁹ La blogonovela puede ser entendida, a un nivel básico, como la más nueva encarnación de la novela por entregas o folletinesca, debido a su carácter de publicación regular y construcción dilatada en el tiempo, dándose a conocer ante el lector durante el desarrollo del mismo proceso creativo, y no cuando la obra ya ha concluido y el autor la da por cerrada, como expone, entre otros, Ferreras (1972).