

---

CAPÍTULO 26. FEMENINO VIRTUAL: APROXIMACIÓN AL  
BLOGGING DE MUJERES EN CHINA

*Sara Rovira-Esteva*

*Amelia Sáiz López<sup>1</sup>*

Grupo de Investigación Inter-Asia<sup>2</sup>  
Universitat Autònoma de Barcelona

RESUMEN

En China existen una gran variedad de *blogs*, diarios que narran las experiencias, gustos, sensaciones y opiniones de las personas que los mantienen. La mayoría corresponden a la categoría de personales pero, quizás porque éstos pertenecen mayoritariamente a mujeres, no han suscitado demasiado interés por parte de los estudiosos. El fenómeno del *blogging*, en tanto que una extensión de otras formas específicamente femeninas de narración del yo (como el género autobiográfico), constituye un medio ideal para experimentar y expresar la subjetividad de género a través de la escritura. En principio, el medio invita al anonimato y a la no *generización* de los *blogs* pero, puesto que las principales motivaciones de las mujeres para *bloggear* son la visibilización y la sociabilidad, es comprensible que recurran a diferentes estrategias de corporeización (*posts*, imágenes, música, películas, enlaces, comentarios ajenos, etc.) para dotar de contenido al yo individual y que, a la vez, utilicen recursos que apelan a identidades colectivas. La combinación de ambos se traduce en un mayor o menor éxito de determinados *blogs* frente a otros por el sentimiento de identificación que despiertan en sus lectores. Mediante un repaso de la bibliografía relevante sobre el tema y el análisis a una muestra representativa de *blogs*, en este trabajo nos proponemos sentar las bases para estudiar cómo se construyen y representan estas identidades desde una perspectiva diacrónica, analizando tanto los aspectos textuales como paratextuales. Con ello pretendemos demostrar que la blogosfera nos ofrece un nuevo espacio virtual para investigar lo que está sucediendo en la China de hoy en día.

---

<sup>1</sup> Autoría ordenada por estricto orden alfabético.

<sup>2</sup> Este trabajo se inscribe en el proyecto de investigación “Procesos interculturales de Asia oriental en la sociedad internacional de la información: ciudadanía, género y producción cultural”, financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia del Plan Nacional de I+D+I (Ref. FFI2008-05911/FISO) (2009-2011).

## 1. COMUNICACIÓN, SOCIABILIDAD E IDENTIDAD EN LA ERA DE LA INFORMACIÓN

Desde los años noventa del siglo pasado, Internet se ha convertido en una herramienta clave para el desarrollo de la nueva cultura empresarial y de la nueva economía surgida a partir del uso de las nuevas tecnologías, facilitando la expansión y consolidación –y ¿radicalización?– del capitalismo financiero, la producción y circulación tanto de información como de contenidos científicos y culturales, dando paso a nuevas formas de sociabilidad y de comunicación (Castells, 2001).

El rápido desarrollo y distribución de los programas informáticos necesarios para el funcionamiento de Internet y la expansión y comercialización de sus múltiples aplicaciones han popularizado de su uso. El crecimiento de internautas no ha parado desde la década pasada, con una especial incidencia en los países desarrollados y en China, segunda economía mundial en la actualidad.<sup>3</sup> Los motivos señalados para explicar este fenómeno han sido, principalmente, la sencillez en su manejo junto a la variedad y diversidad de sus posibilidades entre las que se incluyen trabajar, informar, investigar, ganar dinero, crear, consumir, relacionarse, jugar, etc. (Castells, 2001; Violi, 2008). Las características de la red, en tanto canal de comunicación, han revolucionado el ámbito de los *mass-media*. Ahora, cualquier medio de comunicación que pretenda ser influyente en la vida política, social y económica de su país, zona geográfica y a escala global, ha de estar en red (*on-line*) pues ésta les ofrece la universalidad con un tráfico rápido y fluido de sus contenidos. De Kerckhove (1999) distingue tres condiciones principales de Internet. La equivalente a la universalización de la información la denomina *hipertextualidad*, definida como el acceso interactivo a cualquier información de cualquier lugar permitiendo el almacenamiento y entrega de contenidos a través de las páginas webs o World Wide Web.

Internet admite y fomenta una gran variedad de funciones comunicativas: las *conectoras*, es decir, las que se establecen de uno a uno, *distribuidoras*, comunicaciones de uno a muchos, y *colectoras*, de muchos a uno. Desde el punto de vista del usuario, la multifuncionalidad del canal Internet deviene en un medio comunicativo personalizable y, a diferencia de los medios audiovisuales convencionales, fomenta la participación del internauta en la elaboración del producto que consume, por lo tanto la clásica separación del rol de emisor y del rol del receptor ha quedado obsoleta en la sociedad de la información porque el canal Internet es sobre todo interactivo, exige la participación para poder funcionar y desarrollarse. La *interactividad*, segunda

---

<sup>3</sup> Para datos específicos del uso de Internet en China consúltese la página web del China Internet Network Information Center (CNNIC), <http://www.cnnic.net.cn/en/index/index.htm>.

condición de De Kerckhove, se refiere a la relación que se establece entre la mente y la máquina, relación que perfila a un espectador activado, pero no necesariamente activo, ya que gran parte de la interactividad está predeterminada por el medio y sus diseñadores.

Las extraordinarias capacidades comunicativas y sociales de la tecnosfera para fomentar la participación de los usuarios han sido otra de las razones que han hecho de esta tecnología un instrumento imprescindible en el ámbito de la política. Una de las metáforas<sup>4</sup> de Internet es la del ágora: un lugar de encuentro para la actividad política, social y de intercambio de relaciones horizontales, por lo que presidentes de gobierno, comunidades autónomas, alcaldes y demás representantes de la ciudadanía disponen de páginas web personales para contactar con sus potenciales electores, conocer sus expectativas sobre la actividad política local, regional, nacional, así como para hacer sus campañas electorales. Pero también es una invitación para la libertad de expresión a aquellos activistas disidentes a los que no les está permitido ejercer este derecho en sus respectivos países. La “tecnología de la libertad” ha devenido uno de los discursos predominantes en el ámbito sinológico occidental sobre las posibilidades de Internet para la ciudadanía china, en concreto en lo que se refiere a su utilización por los integrantes de Falungong o disidentes chinos afincados en EE.UU. Según sus defensores, los internautas residentes en China otorgan al ciberespacio la cualidad de “resistente” pues al favorecer el tráfico de información no permitida en los canales informativos controlados por el estado, altera “los intentos [gubernamentales] de silenciar las voces” (Damm, 2007: 45).

Internet y sociedad civil (entendida como el conjunto de asociaciones, organismos y entidades no gubernamentales que o bien gestionan o bien supervisan y controlan la gestión de los gobiernos) están estrechamente relacionados. Según Castells, “Internet nació en la insólita encrucijada entre la gran ciencia, la investigación militar y la cultura libertaria” (Castells, 2001), espíritu heredado de la ideología liberal europea encarnada en la figura de John Stuart Mill, según aclaración del propio autor. En este sentido, Internet se presenta como la materialización de la utopía libertaria liberal,<sup>5</sup> al concebirse como un espacio alejado de los controles o imposiciones políticas.<sup>6</sup>

La tercera condición de la red según De Kerckhove es la *conectividad*. Apela a la interacción humana que se da en la red, equivalente a la que tiene lugar en la sociedad real, es decir, la comunidad. La conectividad genera la aparición de comunidades virtuales transformando los marcos y tipos de

---

<sup>4</sup> La otra metáfora de la red es la del zoco, un espacio comercial por excelencia. En este sentido se ha señalado que Internet no aumenta el conocimiento, sino el mercado (Bernárdez, 2005).

<sup>5</sup> No confundir con la otra tradición libertaria europea, la anarquista.

<sup>6</sup> Los intentos del gobierno chino por controlar la información que circula por Internet y regular la utilización del medio, suponen un cuestionamiento de esta concepción de la red informática.

sociabilidad tradicionales en los que la corporalidad era la condición primera. Por el contrario, la sociabilidad en la red ya no requiere ni espacios públicos ni presencia corporal, con un ordenador y acceso a Internet cada persona conectada puede hacer gala de su capacidad para relacionarse.<sup>7</sup> Las nuevas formas de interacción social hicieron saltar las alarmas sobre la capacidad de este medio para producir nuevas formas de aislamiento social producto de la ruptura de los lazos comunicativos con el entorno familiar y comunitario (Castells, 2001; García Canclini, 2004). Los estudios realizados para comprender la relación entre usuarios y sociabilidad señalaban que el comportamiento de las personas en la sociedad virtual es análogo al que muestran en la vida real, pues la primera es sólo una extensión de la segunda en todas sus dimensiones y modalidades.<sup>8</sup> Sin embargo, es indudable que las nuevas tecnologías han aportado nuevos espacios para el desarrollo y reproducción de relaciones interpersonales ya iniciadas en etapas previas. Si la modernidad provocó un cambio en la manera de vivir y construir la privacidad, la posmodernidad ha consolidado el *self* como unidad social básica a lo largo y ancho del hemisferio norte e Internet ha hecho posible que el individualismo se haya instituido en parte central y generadora de las relaciones sociales contemporáneas.

Pero esta implantación más o menos generalizada de las nuevas tecnologías y su uso han tenido consecuencias. Analistas menos optimistas que Castells sugieren que la era de la información impone la fragmentación ahondando en la complejidad en que se produce la relación del sujeto social con su entorno, proceso que nos adentra en la era *ultramoderna*, caracterizada por la aparición de nuevas formas de poder basadas en la manipulación de la información caótica que circula por la red, paralela al intercambio de capitales y conocimientos científicos. En este contexto:

El desorden parece difundirse y, con él, la manipulación: con una masa increíble de información se puede esconder la información relevante, se puede resaltar aquella irrelevante, en suma, se puede evitar que la información se traduzca en comunicación y conocimiento acerca del contexto en el que se vive (Adinolfi, 2009: 142).

---

<sup>7</sup> Facebook, Twitter y aplicaciones similares constituyen el último formato exitoso de sociabilidad internauta.

<sup>8</sup> Un caso extremo del aislamiento de los usuarios de Internet lo constituye el fenómeno *hikikomori*, adolescentes japoneses que solamente practican una sociabilidad virtual y que, en cierto sentido, componen la metáfora extrema de la tecnificación de la sociedad japonesa. Para un mayor desarrollo del techno-orientalismo y derivados, consultar Lozano Méndez (2009a y 2009b).

La fragmentación y el caos informativo producen individuos desorientados conformando a su vez la desorientación social. Para actuar sobre la primera Adinolfi (2009: 145) sugiere resaltar la conciencia social apuntando “sobre las bases del yo público para influir en el yo privado”.

El fenómeno cibernético complementa la privatización del ámbito público de la sociedad real con los nuevos espacios de publicación de lo privado, superando la barrera entre público y privado de la sociedad moderna. El caso más paradigmático lo encontramos en los *blogs*, “diarios on line privados y públicos al mismo tiempo” (Violi, 2008: 40).

## 2. BLOGS Y BLOGGING. EL CASO DE CHINA

La palabra *blog* proviene de la contracción entre web y log, o lo que es lo mismo, “huella sobre la red”. Apareció en Internet en 1997 y desde entonces su número no ha dejado de crecer (Violi, 2008; Hayton, 2009). Algunos autores consideran que un es un diario *on line* cuyas entradas se leen en un orden inverso al que se escriben y puesto al día permanentemente (Herring et L.<sup>9</sup>, 2004, citado en Lopez, 2009). Según esta definición, un *blog* que no se actualice pierde parte de su esencia constitutiva, la actividad intertextual constante es consustancial de la práctica *blogging*, sin ella ni el formato ni la práctica pueden permanecer vigentes en la blogosfera.

En la blogosfera abundan los *blogs* personales, diarios que narran las experiencias, gustos, sensaciones, etc. de las personas que consignan en ellos sus escritos. Son la gran mayoría pero que no por ello han suscitado el interés de los estudiosos de este fenómeno. El tipo de *blog* que está visibilizado y goza de mayor prestigio es el que se centra en los acontecimientos sociales, políticos y económicos a escala global. Son los que generan opinión, consiguen grandes audiencias y contribuyen al debate político internacional. *Blogs*, que en definitiva, son fuente de información, ideas e historias relatables para un gran número de periodistas, sobre todo para aquellos que ejercen de corresponsales en países donde la información no es fluida, resulta inaccesible o está censurada. En este caso, sus autores se convierten en “blogeros-puente”, “(...) personas que *bloguean* sobre lo que sucede en sus países- o en el que están viviendo- para una audiencia global” (Mackinnon, 2008: 245).<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Herring, S.C., I. Kouper, L.A. Scheidt and E.L. Wright (2004) ‘Women and Children Last: The Discursive Construction of Weblogs’, Into the Blogosphere: Rhetoric, Community and Culture of Weblogs, URL (consulted December 2006): [http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women\\_and\\_children.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women_and_children.html)

<sup>10</sup> Rafael Poch, anterior corresponsal de La Vanguardia en China, utilizó un “blog-puente” para informar sobre las revueltas del Tíbet en un momento de gran confusión informativa. Más detalles en “Detenciones masivas en Tíbet” *La Vanguardia*, 23 de marzo de 2008. La noticia resultó ser falsa y posteriormente pidió disculpas públicas por haberla dado por buena. El relato

En China existen una gran variedad de *blogs*. La mayoría, al igual que ocurre en Occidente, corresponden a la categoría de personales. En general, los más visibles, los más seguidos, son los escritos por intelectuales y empresarios pero además, es frecuente que periodistas chinos pongan en marcha sus propios *blogs* para proporcionar información o sus propios análisis, material que no pueden utilizar en los periódicos en los que trabajan. Los académicos los emplean para difundir sus investigaciones; para los profesores representan una muy eficaz herramienta para mejorar sus prestaciones docentes; las víctimas de abusos contra los derechos humanos para denunciar los delitos (los más expuestos a la censura y el castigo político); y también algunos oficiales gubernamentales para entablar relaciones más cercanas con sus conciudadanos (Mackinnon, 2008).

Los *blogs* combinan texto con imágenes y *links* a otros *blogs*, páginas web o cualquier otro medio relacionado con el contenido. Los *photoblogs* o *vlog*, son visuales; los auditivos se llaman *podcastings*. *Bloggging* es la práctica de envío y visionado de una creación que utiliza cualquiera de estos elementos o una combinación de los tres. Una práctica *interactiva y conectiva* que altera otra relación de la sociedad de consumo; por el contrario, consumir es parte central para la producción simbólica de la postmodernidad y elemento esencial de la construcción de la propia identidad. Ahora, en el ciberespacio se puede ser consumidor/productor, una identidad “híbrida” como muchas de las que surgen en interacción virtual. La variedad de *blogs*, su gran volumen y la gran actividad que generan ha llevado a afirmar que el *bloggging* “representa una nueva forma de vida” (Yu, 2007).

2005 es el año del *bloggging* en China. Las dos compañías comerciales<sup>11</sup> más importantes que operan en lengua china convocaron concursos para estimular el uso de los *blogs* entre los internautas. Es destacable, por otro lado, el éxito de producciones audiovisuales que registraron un gran número de visitas y cosecharon un éxito considerable en la red.<sup>12</sup> Sin embargo, el *bloggging* empezó en la República Popular en 2002 con la operación inicial de *blogchina.com*. Mu Zimei comenzó su diario *on line* en 2003 donde narra sus experiencias sexuales, convirtiéndose en una de las *bloggers* más visitadas de la red.

La sexualidad ha estado muy presente en la narrativa china de finales del siglo XX. Escritores y escritoras han expuesto sobre el papel distintos aspectos de la sexualidad masculina (Zhang Xianliang, Jia Pingwua, Mo Yan, por citar algunos autores de las últimas décadas) y femenina (Mian Mian, Wei Hui, Chen Rang, Li Bai, etc.) denominada “escritura del cuerpo” (Zhong,

---

de la reparación se encuentra en el artículo “El ‘vía crucis’ de una rectificación” *La Vanguardia*, 30 de marzo de 2008.

<sup>11</sup> Las patrocinadoras fueron *sina.com*, *sohu.com*, y *bokee.com*.

<sup>12</sup> Son un buen ejemplo de ello ‘A Hard Day’s Night’ y el video *on-line* titulado ‘A Bloody Case Caused by a Steamed Bun’. Más información en Yu (2007).

2006).<sup>13</sup> Si la crítica en China –integrada mayoritariamente por varones– ha valorado la sexualidad en la escritura femenina como un reclamo comercial de escaso valor literario (McDougall, 2005; Zheng, 2009) en la blogosfera se la ha atribuido cualidades políticas debido, entre otros factores, a que como forma de producción y circulación de conocimientos y contenidos, la práctica del *blogging* también representa una fuerza de resistencia o rebelión en la cultura cibermediática de la sociedad actual (Yu, 2007).

La sexualidad representa un elemento central en la identidad personal, circunscrita en el discurso de los derechos humanos, y por tanto, sociopolíticos. Explorar y conocer nuestras actitudes sobre la propia sexualidad y la ajena, nuestro comportamiento sexual y el de (los) objeto(s) de nuestro deseo, representan aspectos centrales del autoconocimiento. Algunos académicos han señalado (Honing y Hershatter, 1988; Liu, 1997) para el periodo maoísta un gran desconocimiento de la población china sobre el funcionamiento sexual tanto masculino como femenino. En esta época se fomentaba la sexualidad reproductiva de las relaciones conyugales (Evans, 1997). La nueva etapa china, incorpora a esta nación a la postmodernidad en la que el sexo (real, virtual, textual...) deviene un elemento más en las interacciones sexuales. Identidad e interacción enmarcan la sexualidad actual.

Mu Zimei ha compartido con todos sus visitantes su experiencia sexual. En tanto prácticas, *blogging* y sexo se han confundido en la escritura/lectura de los contenidos aparecidos en el diario *on-line* de la escritora. Una conjunción que ha legitimado una *blogger* femenina como activista de los derechos civiles y de las mujeres. En efecto, la red china es un espacio donde se articulan debates sobre derechos sexuales de la población y la posición del gobierno sobre los mismos. Farrer (2007) define a Mu como una “ciudadana sexual”, es decir, activista de los derechos sexuales en Internet.

El relato cibernético de las experiencias sexuales de Mu Zimei ha generado un gran debate público. Sus defensores internautas (entre los que se encuentra la socióloga Li Yinhe, valedora de los derechos de l@s homosexuales chin@s) subrayan su defensa del sexo como una cualidad inherente a la naturaleza humana. En este sentido, no se puede perseguir a ningún ser humano por su orientación ni práctica sexual. De este modo, Mu –en tanto mujer heterosexual– inspira una práctica sexual basada en el placer mutuo más allá de los sentimientos que envuelven las relaciones sentimentales de pareja. Dada la gran suspicacia del gobierno chino en relación a los temas sexuales en Internet, el *blog* de Mu Zimei ha representado para sus visitantes una forma de libertad de expresión que han defendido con entusiasmo en los *posts* que han ido conformando su *blog*. En conjunto, el *blogging* en torno a esta autora ha

---

<sup>13</sup> Para ver el trabajo y significación en el panorama cultural y social de China de estas autoras, consúltense los trabajos de Casas y Rovira-Esteve (2008), Dai Jinhua (2006 y 2007) y Sáiz López (2006).

supuesto un espacio en el que se ha redefinido la discusión en relación con la agencia sexual de las mujeres, entendida como su derecho a expresar y practicar su deseo, más allá de la ideología del amor romántico. Por todo ello, parece que Mu Zimei ha sido consciente de que su relato sexual público ha sido una táctica para la lucha social.

El caso de Mu Zimei y otras *bloggers* chinas como A Zhen, Hairong, Tiantian, Sister Furong y Hooligan Yan, (trabajadoras, integrantes de la población flotante, o urbanas de clase media) le lleva a Farrer (2007: 24) concluir que Internet permite a las mujeres marginales convertirse en agentes sexuales públicos a pesar de que también tienen que encarar los estándares morales y éticos de la elite intelectual urbana. Pero a diferencia de los *mass-media* tradicionales, donde no hay cabida para los comentarios y/o análisis heterodoxos, en la sociedad virtual cada cual tiene espacio para ejercer como sujeto de deseo, o lo que es lo mismo.

### 3. BLOGS DE MUJERES COMO NARRACIONES DEL YO: APUNTES PARA UNA INVESTIGACIÓN

La blogosfera, además de tener una dimensión política para las mujeres –como en el caso revisado anteriormente de Mu Zimei– también ofrece un medio de expresión de la identidad, un espacio para la creatividad artística y literaria más allá de las reglas y límites de la crítica.

Dentro de los estudios literarios hay bastante consenso en considerar que existen diferencias tanto de fondo como de forma entre la escritura de mujeres y de hombres. Por ejemplo, las mujeres han cultivado más un tipo de relato autobiográfico basado en experiencias personales y vitales en entornos desvinculados a la actividad pública, catalogados de informales e inofensivos (Hayton, 2009: 208), quizás porque como ya señaló Simone De Beauvoir, al exceso de corporeidad femenina de la sociedad patriarcal se le combate con la apropiación de la subjetividad (Braidotti, 2002)

Algunos autores (Violi, 2008; Lopez, 2009: 736; Attwood, 2009) ven en el fenómeno del *blogging* una extensión de otras formas femeninas de narración de la experiencia personal. En palabras de Violi (2008: 51):

(...) los blogs parece que se sitúan en una línea de continuidad con formas específicamente femeninas de narración del yo, reponiendo una escritura diarista a menudo sentida como un espacio de autonomía, lugar privilegiado de la autorepresentación, capaz de dar voz a esa componente personal de la experiencia desde siempre invisible y cancelada de la historia escrita masculina.



De hecho, una de las cosas que, según Nardi et al. (2004: 42,<sup>14</sup> citados en Lopez, 2009: 735), diferencia los *blogs* de otros tipos de escritura en Internet es que los *blogs* están fuertemente marcados por la personalidad, pasiones y puntos de vista de sus autores. Violi (2008: 43-4) asegura que no se lee un *blog* sino el *blog* de un cierto *blogger*. Y añade que:

(...) más que los contenidos expresados, cuenta la figura del anunciador, su autoridad, popularidad, reputación. Recordemos que el *blog*, a diferencia de otros ámbitos virtuales, como el chat o los MUD, es siempre el *blog* de alguien, es una forma personalizada y fuertemente centrada en la identidad del escritor, quien es a todos los efectos el verdadero autor, la verdadera autora.

En definitiva, parece que existe un consenso en ver en el *blog* un medio adecuado para la subjetividad femenina y una continuidad en este estilo ya ejecutado en el género autobiográfico. Los *blogs* se abastecen de *posts* normalmente cortos que no tienen por qué estar relacionados ni temática ni cronológicamente entre ellos. La polifonía, característica de los relatos biográficos femeninos (Ming Chen, 2002) se materializa en el *blog*, al menos teóricamente, por estar continuamente atravesado por otras voces, sea por los enlaces que lo conectan a otros sitios, sea por los comentarios que cada lector puede insertar (Violi, 2008: 42).

Por otra parte, el *blog* está en continua elaboración. Un *blog* que no consiste en una continua construcción de la identidad del *blogger*, cuyos contenidos no se actualizan a menudo y en el que no existe ninguna interacción permanente con los lectores no es un *blog*. En definitiva, “el *blog* es por definición “un hacerse” que no alcanza nunca su fase terminal, sino permanece siempre suspendido en un estado continuativo que coincide con la propia enunciación en acto” (Violi, 2008: 45). Una característica que faculta al *blog* como un *work in progress* (Kegan, 1980: 179) para la construcción y experimentación de identidades.

La conexión existente entre los *blogs* y otras formas de escritura femenina y la importancia de ambos en la construcción y proyección de la identidad de género, nos permite estudiar este fenómeno y su relación con la literatura, a través del seguimiento de *blogs* de mujeres chinas (algunas de ellas escritoras) a lo largo del tiempo para analizar cómo son y cómo evolucionan sus narraciones del yo. Lopez (2009: 736-736) lo expresa así:<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Nardi, B.A., D.J. Schiano, M. Gumbrecht y L. Swartz (2004): “Why We Blog”, *Communications of the ACM*, 47(12), 41-6.

<sup>15</sup> Las palabras de Lopez nos sirven de punto de partida para *un trabajo in progress* – de acuerdo con la naturaleza de los *blogs*- que presentamos en este artículo.

This connection between blogs and other forms of women's writing cements the necessity of examining the contributions of women to the blogosphere, as their exclusion must be noted and remedied. Also, it is important to continue to ask how this exclusion manifests itself in unexpected ways, as it is critical to assess the ways that women express themselves and make their voices heard. If the Internet provides both a forum for the broadcasting of women's voices and the community to support that voice, then we should be paying much more attention to the work that is happening on these websites

Según Lopez (2009: 738), uno de los modos más fáciles de visualizar la fragmentación de la identidad representada en los *blogs* es a través de las etiquetas asociadas a cada *post*, de cuyo análisis se pueden establecer cuáles son los temas más recurrentes en la blogosfera femenina china y si de algún modo pueden constituir un identificador de género.

También es necesario ahondar en las motivaciones de las mujeres para *bloggear* y mantener (o no) su *blog*.<sup>16</sup> Violi (2008: 51), por una parte, afirma que es “el deseo de tomar la palabra, de salir del silencio y del olvido, de mantener y transmitir una memoria”, lo que mueve a las mujeres a convertirse en *bloggers* y, por otra, “que existe una necesidad y un deseo de relaciones, una tensión que lleva a la construcción de un tejido social, de una comunidad virtual que constituyen los pocos lectores habituales”. Visibilización y sociabilidad parecen ser razones poderosas para el salto a la autoría cibernética.

En la blogosfera la interactividad humana se desarrolla desde la no presencialidad. La virtualidad propia de la red obliga a la búsqueda y materialización de nuevas formas de presentación de la identidad y con ellas de las relaciones sociales, activando diferentes estrategias de corporeización. Para Violi (Violi, 2008: 54), los *blogs* son los cuerpos de los *bloggers*, un recurso de significación para salir del anonimato y de proporcionar una cara y un cuerpo a las identidades virtuales<sup>17</sup>. Los recursos son muchos y muy variados pero el uso que de ellos hacen las *bloggers* es también muy distinto: además de los *posts*,

---

<sup>16</sup> Hemos observado que existen casos en los que una determinada escritora dispone de su *blog* pero no *bloggea*, aunque otros insertan sus mensajes en él. El *blogging* es en principio una actividad dinámica e interactiva. Habría que analizar cuáles son las razones por las que determinadas personas deciden poner en marcha su *blog* sin actualizarlo.

<sup>17</sup> El arte ciberfeminista explora la resignificación de la identidad corporal en la nueva realidad virtual: “El espacio cibernético es expresado como una criatura de perfil femenino. La Matriz es el lugar origen, el lugar de creación de la máquina. Un territorio definido como fuerza subversiva, como criatura salvaje que se multiplica y diversifica por todo el sistema, invadiéndolo todo. Y en sus trabajos hacen evidente esta feminización del no-cuerpo digital proponiendo una utilización cruda, carnal y expresiva del cuerpo” (Martinez Collado, 2002).

encontramos imágenes, música, películas, links a otros *blogs* y a otros sitios, comentarios recibidos en el propio *blog*, etc. En este sentido, excepto en el caso de personajes públicos ya conocidos por la mayoría de los internautas, la inclusión de fotos personales es un modo de salir del anonimato y de proporcionar una cara y un cuerpo a dichas identidades.

El éxito del *blog* (medido por el número de visitas, comentarios y *bloggers* que lo enlazan con el suyo) nos remite a la circulación del producto, aspecto reseñable en los estudios académicos sobre el consumo cultural. En principio el medio invita al anonimato y a la no *generización* de los *blogs*. Por consiguiente, los *bloggers* buscan diferentes estrategias para dar cuerpo al contenido, para vestirlo y presentar una determinada imagen que, en definitiva, es la imagen que nos hacemos de la identidad del *blogger*. Sin embargo todos los individuos son diferentes y buscan modos de diferenciarse de los demás, pero a la vez usan recursos que remiten a identidades más colectivas. De hecho, parece que existen mecanismos de identificación que provocan que determinadas lectoras visiten regularmente determinados *blogs* (Karlson, 2007). En este sentido, tan interesante es ver cómo se expresa la subjetividad en la escritura en tanto que expresión de la identidad individual, como los elementos que pueden situarla en un nivel superior de identidad colectiva.

A pesar de que “(...) los blogs de las mujeres siguen siendo mucho menos conocidos y citados” (Violi, 2008: 47), siempre encontramos excepciones que son dignas de mención. La directora de cine y actriz china Xu Jinglei puso en marcha su *blog* en 2006. En poco más de 100 días de funcionamiento había recibido más de 10.000.000 de visitas, lo que le valió el premio al *blog* más visitado de 2006 (figura 1) y su publicación en forma de libro.<sup>18</sup> En 2008 su *blog* había recibido ya más de 200.000.000 visitas y a fecha de hoy (a principios de 2010) había llegado a las 266.756.266.



Fig. 1

<sup>18</sup> Xu, J. (徐静蕾) (2006): *Lao Xu de boke* (老徐的博客) [El blog de Lao Xu]. Beijing, China Citic Press.

Después de revisar los trabajos realizados por las estudiosas nos encontramos con que la blogosfera se ha convertido en un espacio de creación literaria más allá de los convencionales de las industrias culturales, y fuera de los parámetros de los circuitos oficiales de la crítica. En este nuevo contexto virtual, el éxito se mide por el número de visitas, comentarios o sindicación, pudiéndose materializarse eventualmente en la publicación de un libro. Hay *bloggers* chinas que reúnen todas estas condiciones, lo cual nos plantea la necesidad de analizar su éxito también en términos de la relación construcción / identificación con una identidad de género. En este sentido, los *blogs* nos ofrecen un material de estudio privilegiado del fenómeno de la identidad femenina china en la sociedad de la información.

## BIBLIOGRAFIA

ADINOLFI, G. (2009): “Conocimiento y virtualidad en la sociedad de la ultramodernidad”, *Papers*, 91, 129-152.

ATTWOOD, F. (2009): “Intimate adventures. Sex blogs, sex ‘blooks’ and women’s sexual narration”, *European Journal of Cultural Studies*, 12(1), 5-20.

BERNÁRDEZ, A. (2005): “Humor y ciberfeminismo: ¿qué hay de original?” *Dossiers Feministas*, 8, 47-60

BRAIDOTTI, R. (2002): “Un ciberfeminismo diferente”, *Debats*, 76.

CASAS, H. Y S. ROVIRA-ESTEVA, (2008): “Claves para interpretar las obras de las “escritoras guapas” chinas: una aproximación socio-económica y lingüístico-literaria”, *Trans. Revista de traductología*, 12, 211-230.

CASTELLS, M. (2001): *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona, Plaza & Janés.

DAI J. (2006): “Clases y relaciones de género en el discurso dominante en China” en *El milagro chino visto desde el interior. Punto de vista de autores chinos*. Madrid, Editorial Popular, 169-185.

DAI J. (2007): “Coordenadas de la mujer en China.” *Anuario Asia-Pacífico*, 2006, 465-468.

DAMM, J. (2007): “The Internet and the fragmentation of Chinese society” *Critical Asian Studies*, 39(2), 273-294.

DE KERCKHOVE, D. (1999): *Inteligencias en conexión. Hacia una sociedad de la web*. Barcelona, Gedisa.

EVANS, H. (1997): *Women and Sexuality in China. Dominant Discourse of Female Sexuality and Gender Since 1949*. Cambridge, Polity Press.

FARRER, J. (2007): “China’s Women Sex Bloggers and Dialogic Sexual Politics on the Chinese Internet”, *Journal of Current Chinese Affairs*, 4, 1-36.

GARCÍA CANCLINI, N. (2004): *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la Interculturalidad*. Barcelona, Gedisa.

HAYTON, K. (2009): "New expressions of the self: autobiographical opportunities on the Internet", *Journal of Media Practice*, 10(2-3), 199-213.

HONING, E. Y G. HERSHATTER (1988): *Personal Voices. Chinese Women in the 1980's*. Stanford, Stanford University Press.

KARLSSON, L. (2007): "Desperately seeking sameness. The processes and pleasures of identification in women's diary blog reading", *Feminist Media Studies*, 7(2), 137-153.

KEGAN G. J. (1980): "On Female Identity and Writing by Women" en Abel E. (ed.): *Writing and Sexual Difference*. Brighton: The Harvester Press.

LIU D. (1997): *Sexual Behavior in Modern China*. New York, Continuum.

LOPEZ, L. K. (2009): "The radical act of 'mommy blogging': redefining motherhood through the blogosphere", *New media & society*, 11(5), 729-747.

LOZANO MÉNDEZ, A. (2009A): "Genealogía del Tecno-orientalismo", *Inter-Asia Papers*, 7. Bellaterra, Institut d'Estudis Internacionals i Interculturals, Universitat Autònoma de Barcelona.

LOZANO MÉNDEZ, A. (2009B): "Corrientes contemporáneas y diversificación del tecno-orientalismo", *Inter-Asia Papers*, 8. Bellaterra, Institut d'Estudis Internacionals i Interculturals, Universitat Autònoma de Barcelona.

MCDUGALL, B. S. (2005): "Discourse on Privacy bay Women Writers in Late Twentieth-Century China", *China Information*, 19(1), 97-119.

MACKINNON, R. (2008): "Blogs and China correspondence: lessons about global information flows", *Chinese Journal of Communication*, 1(2), 242-257.

MARTINEZ COLLADO, A. (2002): "Subjetividad y tecnología en el arte contemporáneo hecho por mujeres", *Debats*, 76.

MING CHEN, J. Z. (2002): "Women's Autobiography as counter-discourse: the Cases of Dorothy Livesay and Yu Loujin", *Critical Studies: a Journal of Critical Theory*, 18, 33-43.

SÁIZ LÓPEZ, A. (2006): "La modernidad y las mujeres chinas" en Beltrán Antolín J. (ed.): *Perspectivas chinas*. Barcelona Edicions Bellaterra, 205-223.

VIOLI, P. (2008): "Espacio público y espacio privado en la era de Internet. El caso de los blogs". *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 13, 39-59.

YU, H. (2007): "Blogging Everyday Life in Chinese Internet Culture", *Asian Studies Review*, 31, 423-433.

ZHENG D. (2009): "From Utopian to Imagined Community: Trend's of Women's Collective Action Reflected from Tanbi phenomenon". Comunicación presentada en The International Conference on Gender and Social Transformation: Global, Transnational and Local Realities and Perspectives. 17-19 de Julio, 2009. Beijing (República Popular de China).

ZHONG, X. (2006): "Who Is a Feminist? Understanding the Ambivalence towards Shanghai Baby, 'Body Writing' and Feminism in Post-Women's Liberation China", *Gender & History*, 18(3), 635-660.