



Universitat  
Oberta  
de Catalunya

**Máster en Sociedad de la Información y el Conocimiento**

**Trabajo Final de Máster**  
Itinerario Comunicaci n Digital

---

# La identidad anónima en los nuevos medios

Estudio de los casos de Gerardo Tecé y Barbijaputa

---

Autora

**Marta Cambroner Garbajosa**

Director

**Jordi Alberich Pascual**

Fecha de entrega

**Junio de 2018**

Tipo

**Investigación**

## **Resumen**

En esta investigación se analiza la incorporación de un signo propio de la cultura cibernética, como es la identidad anónima, a los circuitos de nuevos medios de comunicación consolidados en el panorama mediático de España tras un proceso de convergencia cultural. La escritura pública desde el anonimato, sin ser nueva, ha vivido una revitalización con la expansión de Internet. Las redes sociales son hoy lugar de convivencia, pero también territorio en disputa, entre una cultura positivista y mercantil que promueve la identificación de cada persona con su identidad civil y una cultura cibernética, heredada de las ciberutopías, más tolerante con las posibilidades performativas de la identidad virtual. Los objetivos de este trabajo son comprender la función social del anonimato en la expresión pública y en la defensa de las libertades, conocer las características de las identidades anónimas y entender el papel de los nuevos medios en este asunto.

Para ello, se analizan las relaciones conceptuales y prácticas entre los conceptos de anonimato, privacidad, seudonimia y heteronimia, se ofrecen antecedentes del anonimato en la tradición periodística y literaria y se propone una reflexión acerca de la función autor en las identidades virtuales. La metodología consiste en el estudio de dos casos singulares, el de los *tuiteros* y columnistas Barbijaputa y Gerardo Tecé. Entre otros hallazgos, se comprueba la importancia de desplegar o diferenciar dos dimensiones en cada uno de los siguientes ejes: anonimato informático – anonimato discursivo; sujeto-actor – sujeto-locutor; efectos del anonimato hacia el que se anonimiza – efectos del anonimato hacia los otros.

**Palabras clave:** anonimato, nuevos medios, convergencia cultural, ciberutopías, identidad virtual, privacidad.

## **Abstract**

This investigation analyzes the incorporation of a cyberculture sign, such as the anonymous identity, to the circuits of new media consolidated in the Spanish media landscape after a cultural convergence process. The anonymous public writing is not new but has been revitalized with the Internet expansion. Social media is today a place for coexistence, but also a disputed territory, of a positivist and mercantilist culture that promotes the identification of each person with his civil identity as well as a cybernetic culture, inherited from cyberutopias, more tolerant with the performative possibilities of virtual identity. The goals of this project are to understand the social function of anonymity in the public expression and in the defense of liberties, to know the characteristics of the anonymous identities and to appreciate the role of the new media in this matter.

In order to do so, this work analyzes the conceptual and practical relations between the concepts of anonymity, privacy, pseudonymity and heteronymity, it offers background information on the anonymity in the journalistic and literary tradition and it suggests a reflection about the author function in virtual identities. The methodology consists in the study of two singular cases, those of the twitterers and columnists Barbijaputa and Gerardo Tecé. Apart from other findings, the study shows the importance of displaying two different dimensions for each of the following core ideas: informatic anonymity – discursive anonymity; actor-subject – speaker-subject; anonymity effects on the one who is anonymized – anonymity effects on the rest.

**Keywords:** anonymity, new media, cultural convergence, cyberutopias, virtual identity, privacy.

## Índice

<b>I. Introducción.</b>	<b>5</b>
<b>II. Objetivos y metodología.</b>	<b>9</b>
II.a. Objetivos y preguntas de investigación.	9
II.a.1. Objetivos generales.	9
II.a.2. Objetivos específicos.	9
II.a.3. Preguntas de investigación.	9
II.b. Metodología.	10
II.b.1. Consultas bibliográficas.	10
II.b.2. Trabajo de campo.	10
<b>III. Sobre identidad y anonimato en los nuevos medios.</b>	<b>12</b>
III.a. El anonimato en la literatura y el periodismo.	12
III.b. El anonimato en el ciberespacio.	16
III.b.1. “Anonimato informático”. La privacidad en la era de la información.	18
III.b.2. “Anonimato discursivo”. Creación de un lugar desde el que habla “otro yo”.	22
III.b.2.1. De la individualidad de la carne a la multiplicidad en las identidades virtuales.	24
III.b.2.2. La dimensión colectiva del anonimato: del “yo” al “nosotros”.	27
<b>IV. Estudios de caso.</b>	<b>31</b>
IV.a. Marco y presentación breve del interés de los casos seleccionados.	31
IV.b. Barbijaputa.	31
IV.b.1. El uso del seudónimo y la protección de la privacidad.	31
IV.b.2. El papel de la comunidad.	34
IV.b.3. Libertad y límites de la práctica discursiva.	37
IV.b.4. El papel de los medios.	39
IV.c. Gerardo Tecé.	40
IV.c.1. El uso del seudónimo y la protección de la privacidad.	40
IV.c.2. El papel de la comunidad.	43
IV.c.3. Libertad y límites de la práctica discursiva.	45
IV.c.4. El papel de los medios.	48
<b>V. Discusión y conclusiones.</b>	<b>50</b>
<b>VI. Bibliografía y webgrafía.</b>	<b>60</b>

## I. Introducción

La expansión de Internet de las últimas décadas ha traído consigo la materialización de importantes transformaciones en la estructura de los medios de comunicación. La industria periodística tradicional, habituada a un funcionamiento y modelo de negocio específico y consolidado para cada medio y soporte, es una de las que, junto a la editorial, la musical o la cinematográfica, entre otras, se ha visto obligada a incorporarse a la nueva dinámica impulsada desde los espacios de la comunicación digital. Jenkins denomina este fenómeno como “convergencia cultural” (Jenkins, 2006). Veamos una parte de este proceso en España con un breve recorrido histórico de los últimos años, el cual nos servirá para enmarcar la presente investigación.

El País anunció la fusión de su redacción tradicional y la dedicada a Internet en enero de 2009<sup>1</sup> y ABC, la primera cabecera española que aunó ambos espacios de producción, estrenaba su redacción unificada en marzo de 2010<sup>2</sup>. Resulta significativo que esto sucediera tan solo nueve años después del gran desplome de las *puntocom* de 2001, acontecimiento considerado por algunos autores, como Margarita Padilla, como un punto de inflexión entre la Internet de la conceptualización de las ciberutopías y los derechos digitales de los años 80 y 90 y la que hoy conocemos, cuyo momento de arranque se sitúa en 2004, año en que comienza a proliferar el modelo de empresa radicada en Silicon Valley y dedicada a la extracción de datos, como Facebook o Google<sup>3</sup>.

En ese breve intervalo, en el que lo viejo no acababa de desaparecer y lo nuevo no se sabía cómo sería, se crearon proyectos *open source* que hoy en día están consolidados a nivel global, como Wikipedia, en 2001. Pero, además, los públicos empezaron a aprender a utilizar los nuevos canales telemáticos para compartir información, generar opinión y también para encontrarse. Uno de los hechos más reseñables en España de aquella incipiente capacidad de la ciudadanía para autoorganizarse en red mediante estas nuevas herramientas fue el fenómeno del “Pásalo” (VV. AA., 2004): un mensaje SMS se hizo viral y logró autoconvocar a un par de centenares de personas

---

1 El País (2009). «El País fusiona las redacciones del diario y de Internet» [artículo en línea]. El País. [Fecha de consulta: 8 de junio de 2018] <[https://elpais.com/diario/2009/01/21/sociedad/1232492408\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2009/01/21/sociedad/1232492408_850215.html)>

2 ABC es. (2010, marzo). «La nueva redacción única de ABC (finalizada)» [archivo de video]. Youtube. [Fecha de consulta: 8 de junio de 2018]. <<https://www.youtube.com/watch?v=2idz8v0S0Gc>>

3 Padilla, Margarita (2014, abril 9). «Conferencia “¿Quién pinta mi avatar” en Seminario X0y1» [archivo de video]. Youtube. [Fecha de consulta: 8 de junio de 2018] <<https://www.youtube.com/watch?v=4KaVGqMhAVo>>

ante la sede del Partido Popular tras la indignación acumulada primero por la decisión del Gobierno de José María Aznar de hacer entrar a España en la Guerra de Irak en 2003 y, definitivamente, por la impresión generalizada de que la televisión pública estaba siendo manipulada tras los atentados del 11 de marzo de 2004 en Madrid.

Como decíamos, también en 2004, Facebook y Google empezaron a ofrecer sus servicios web a la población mundial. El primero, se dio a conocer como una red social que permitía mantener el contacto con familiares, amigos y personas del entorno profesional, mientras que el segundo ganó enseguida popularidad al ofrecer un servicio de correo electrónico prácticamente sin límite de almacenamiento y un buscador de páginas web con un estilo sencillo y minimalista, más usable que el de otros competidores como Yahoo o Altavista. Twitter, al que volveremos más adelante, vio la luz en 2006 y empezó a ganar adeptos en España uno o dos años después.

Aquel *Pásalo* quedaría en modesto antecedente del movimiento 15M. El 15 de mayo de 2011 se inició lo que se reconoce internacionalmente como un caso paradigmático de activismo político que utiliza estratégica y tácitamente la tecnología e Internet para la organización, comunicación y movilización colectivas (Linares, 2017). Para entonces, las principales cabeceras periodísticas ya tenían una importante presencia digital y unas redacciones adaptadas al ritmo de la cobertura a la que obligaba el nuevo medio Internet. Sin embargo, la ciudadanía tenía a su alcance herramientas colaborativas desde las que crear de forma colectiva, anónima y transnacional (Martínez; Alberich, 2013) su propio relato.

Twitter y Facebook, medios desarrollados con claros fines comerciales (Fuchs, 2014), ofrecían a los ciudadanos canales idóneos para la retransmisión de contenidos hipermedia (fotografías, videos, carteles, textos informativos) en tiempo real, lo que, unido al descrédito ciudadano hacia el tradicional poder mediático, llevó a muchos activistas a utilizar perfiles personales y colectivos en las plataformas de *social media* como medios propios, con el objetivo de contrarrestar los tradicionales *gatekeepers*<sup>4</sup> (Fernández-Planells; Figueras-Maz; Pàmols, 2014) durante las movilizaciones. Como resultado, emergió un nuevo escenario de producción participativa en el que convivían las cabeceras tradicionales y las redes de comunicación ciudadana informal. Por un lado, activistas autoorganizados tejían redes con aquellos ciudadanos que decidían seguir la actualidad del movimiento a través de sus protagonistas o de fuentes que de algún modo informaban desde

---

4 Término utilizado para referirse a la función editorial y selectiva que tienen los medios de comunicación a la hora de decidir qué contenidos se incluyen en los productos que se hacen llegar a las audiencias.

dentro del 15M. Por otro lado, los periodistas encontraron en la *tuitesfera*<sup>5</sup> una puerta de entrada al universo narrativo del movimiento.

Ese mismo año, 2011, fue calificado por Salaverría (2012) como de “extrema turbulencia para los medios”. Según datos de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD)<sup>6</sup>, los diarios nacionales de información general -El país, El mundo, ABC, Público, La razón y La Gaceta- perdieron un 10% de difusión con respecto al año anterior; según el Estudio General de Medios (EGM)<sup>7</sup>, el 42,4% de la población -16,7 millones de personas- utilizaba Internet a diario en España, lo que convertía a este medio en el tercero en audiencia, después de la televisión (88,5%) y la radio (58,5%). Este declive de la difusión fue acompañado de una drástica reducción de la inversión publicitaria, lo que desencadenó numerosos recortes de plantillas e incluso cierres (Salaverría; Martínez-Costa; Breiner, 2018) y obligó a las empresas periodísticas a la búsqueda de nuevos modelos de negocio.

En la actualidad, estamos ante un mercado de medios digitales en España expansivo, diversificado y con un notable grado de consolidación (Salaverría; Martínez-Costa; Breiner, 2018). Cabeceras tradicionales y nuevos medios nativos digitales han explorado tanto los modelos de sostenibilidad financiera como la generación de contenidos adaptados a las posibilidades narrativas del hipertexto y al comportamiento de las audiencias en la Red (teniendo en cuenta que en 2018, Internet es el segundo medio en difusión en España, con un 75,7% de alcance, según datos del EGM<sup>8</sup>).

Dos de los medios que han nacido en este intervalo son eldiario.es (septiembre de 2012) y Ctxt (enero de 2015). Aunque de dimensiones dispares, ambos comparten modelo de negocio<sup>9</sup>, basado en una apuesta por la independencia editorial y prácticas renovadas de relación con el público. Sería sin duda de interés explorar qué estrategias generales han adoptado estos medios en su interacción a través del *social media* y otros espacios *online*, tanto para el reencuentro con los públicos como

---

5 Palabra creada por la combinación de “tuit”, como comúnmente se denomina a los mensajes publicados en Twitter, y “esfera”, término utilizado en la expresión “esfera mediática”, equivalente a “espacio mediático”.

6 Salaverría, Ramón (2012). «Informe de situación. Extrema turbulencia en los medios en 2011». Anuario ThinkEPI (n.º 6, págs. 161-165).

7 *Ibíd.*

8 Salaverría, Ramón, Martínez-Costa, María P.; Breiner, James (2018). «Mapa de los cybermedios de España en 2018: análisis cuantitativo». Revista Latina de Comunicación Social (n.º 73, págs. 1034-1053).

9 Publicidad, suscripciones, donaciones y venta de revistas en papel se intentan combinar para evitar que la publicidad tenga un peso desproporcionado. eldiario.es (2012). «Qué es eldiario.es» [artículo en línea]. eldiario.es. [Fecha de consulta: 10 de junio de 2018] <[https://www.eldiario.es/que\\_es/](https://www.eldiario.es/que_es/)> y Redacción (2017). «Quiénes somos / Cuentas 2017» [artículo en línea]. Ctxt. [Fecha de consulta: 10 de junio de 2018] <<http://ctxt.es/es/20150115/redaccion/36/>>.

para la sostenibilidad financiera de la empresa periodística. Sin embargo, analizar este aspecto requeriría de una investigación en profundidad que excede el objeto de este trabajo final de máster.

Lo que sí podemos hacer es poner el foco sobre una de estas prácticas concretas, como es la incorporación a las redacciones de la firma de personajes populares en Twitter, probablemente con un doble objetivo: experimentar con otras narrativas y formas de interacción con los públicos, así como atraer visitas desde dichas cuentas desde el entorno del *social media* hasta la web del periódico. *eldiario.es* empezó a contar con la colaboración de Barbijaputa en enero de 2013; Ctxt, por su parte, incorporó a Gerardo Tecé al equipo en 2014, poco antes del lanzamiento oficial y público del medio en sociedad.

Barbijaputa y Gerardo Tecé son dos figuras públicas que han forjado su popularidad en la *tuitesfera* mediante el uso del seudónimo. La Red está plagada de este tipo de personajes, pero no hay tantos que hayan sido llamados por un medio de comunicación para colaborar como columnistas (por no decir que estos dos casos se pueden considerar singulares en este aspecto, hasta donde hemos podido conocer). El reconocimiento por parte de medios de comunicación en expansión hacia estos personajes, contruidos más cerca de la identidad *cyborg*<sup>10</sup> que propulsaban las ciberutopías que del modelo de identificación de Facebook<sup>11</sup>, nos obliga a reflexionar en torno a dos ideas: primeramente, acerca de un posible desplazamiento de la función autor; y, en segundo lugar, sobre la aceptación de un signo propio de la cultura cibernética (o revitalizado con ella), como es el anonimato, en el nuevo panorama mediático.

---

10 Veremos en la sección III un desarrollo acerca de la cuestión.

11 Facebook. «¿Qué nombres se permiten en Facebook?» [artículo en línea]. Facebook. [Fecha de consulta: 10 de junio de 2018] <<https://www.facebook.com/help/112146705538576>>



## **II. Objetivos y metodología**

### **II.a. Objetivos y preguntas de investigación.**

- 1.- Comprender la función social del anonimato en la expresión pública en redes sociales.
- 2.- Conocer las características propias de las comunidades tejidas en torno a identidades anónimas.
- 3.- Ponderar el papel de los nuevos medios en la legitimación del anonimato en la comunicación pública.

### **II.a.2. Objetivos específicos.**

- 1.- Aclarar conceptualmente qué entendemos por anonimato y sus relaciones con otros conceptos como el de seudonimia o el de privacidad.
- 2.- Localizar antecedentes en el uso de estrategias anonimizantes en la tradición periodística y literaria.
- 3.- Obtener información acerca de los procesos de ideación, construcción y reproducción que llevan a un autor a crear una identidad anónima.
- 4.- Observar, en los casos estudiados, un posible desplazamiento en la función autor.
- 5.- Comprobar si hay particularidades en las identidades anónimas que están "cobijadas" en una cabecera periodística.

### **II.a.3. Preguntas de investigación.**

- 1.- ¿Qué motivos subyacen a la decisión de utilizar estrategias anonimizantes para exponer las ideas en las redes sociales?
- 2.- ¿La diferencia entre anonimato, seudónimo y heterónimo puede ser útil para entender las prácticas anonimizantes de los usuarios en la Red?
- 3.- ¿Qué nivel de identificación tienen los autores de los casos estudiados con el "personaje" que han creado y desarrollado? ¿Lo consideran un pseudónimo de sí mismos o un autor "independiente"?

4.- ¿Qué características tienen las comunidades generadas en torno a identidades anónimas que anclan su función emisora en un medio de comunicación?

5.- ¿Proteger la cultura del anonimato en la Red contribuye a preservar los valores democráticos y la creatividad discursiva?

## II.b. Metodología.

Para dar respuesta a las preguntas de la investigación, orientadas a la consecución de los objetivos antes citados, propongo la realización de las siguientes tareas: consultas bibliográficas y trabajo de campo.

### II.b.1. Consultas bibliográficas.

Para realizar el marco teórico de esta investigación, localizado esencialmente en el apartado III, se han consultado decenas de recursos, entre los que se encuentran libros, artículos de revistas científicas, artículos de medios de comunicación, tesis doctorales o información de servicio de plataformas online.

El conjunto de las fuentes empleadas puede consultarse en la Bibliografía y webgrafía situada en el apartado VI, al final de este documento, en el formato indicado en la Guía lingüística de la UOC.

### II.b.2. Trabajo de campo.

La recogida de datos se divide, a su vez, en dos partes:

**A)** Por un lado, consiste en el acercamiento y la lectura de la producción que han llevado a cabo los dos "personajes" estudiados tanto en los perfiles en redes sociales como en los correspondientes medios para los que escriben: eldiario.es y Ctxt:

- <https://twitter.com/Barbijaputa> <https://www.eldiario.es/autores/barbijaputa/>
- <https://twitter.com/gerardotc> <https://ctxt.es/user/profile/gtece>

**B)** Por otro lado, consiste en la realización de una entrevista en profundidad a cada uno de los autores que escriben tras los respectivos "personajes". Tanto durante las entrevistas como en la interacción previa necesaria para concertarlas, el anonimato de las personas entrevistadas ha sido respetado. Las entrevistas han sido realizadas por medios telemáticos. En el caso de Barbijaputa, se

realizó por Hangout, servicio de Google, con sonido y sin imagen; en el caso de Gerardo Tecé, la entrevista se hizo por teléfono con el servicio de manos libres activado.

El enfoque y los pasos que se han seguido son los siguientes:

1. Acercamiento a los *tuits* y columnas publicados en Twitter y en nuevos medios por parte de los sujetos de estudio, así como a las interacciones públicas que mantienen con otros usuarios.
2. Elaboración de un cuestionario a partir de los objetivos y las preguntas de investigación (apartado II), algunas cuestiones desarrolladas en el marco teórico (apartado III) y una primera observación superficial de las prácticas de los sujetos de estudio en la Red.
3. Solicitud de entrevistas (en marzo), envío del cuestionario a los sujetos de estudio (a mitad de mayo) y realización de las mismas (en la tercera semana de mayo).
4. Transcripción de las entrevistas de forma literal.
5. Redacción de los resultados de los casos de estudio (apartado IV) y producción de un relato coherente con las preguntas de investigación.
6. Envío de los resultados, por correo electrónico, de su respectivo caso a cada uno de los sujetos de estudio (segunda semana de junio) e invitación a participar en la revisión y consenso del relato.

Este último punto responde a la voluntad expresa que se ha tenido de producir un conocimiento situado en el que los entrevistados pudieran actuar como sujetos activos no solo de sus prácticas sino de lo que éstas pueden significar a nivel teórico. Los significados y sentimientos que asocian los sujetos de estudio a sus prácticas anonimizantes son parte del conocimiento que hemos pretendido extraer en el trabajo de campo, por lo que se ha valorado como de total interés que pudieran ser partícipes del relato producido tras las entrevistas. Sin embargo, esta fase ha quedado en un intento, pues los sujetos no han realizado aportaciones sustanciales al relato, bien por falta de interés o bien por falta de tiempo disponible.

### **III. Sobre identidad y anonimato en los nuevos medios**

#### **III.a. El anonimato en la literatura y el periodismo**

El uso de fórmulas anonimizantes ha estado presente en toda la historia de la literatura. En un primer impulso, podemos vernos llamados a pensar que su principal función ha sido la de garantizar la libertad de expresión. Sin embargo, es conveniente tener en cuenta que las fórmulas anonimizantes existían ya como forma aceptable de participar en la comunicación pública antes de que surgiera el concepto de la libre expresión<sup>12</sup>. Foucault señala<sup>13</sup> que hubo un tiempo en que esos textos que hoy llamamos “literarios”, como son las narraciones, los cuentos, las epopeyas, las tragedias y las comedias, eran recibidos, puestos en circulación y valorados sin que se planteara la cuestión de su autor. Su anonimato no planteaba dificultades; su antigüedad era una garantía suficiente. Tampoco el de los discursos científicos de los siglos XVII y XVIII, cuya validez no dependía del individuo que los produjo sino su pertenencia a un conjunto sistémico. Los discursos literarios, en cambio, en esa misma época, ya solo podían recibirse dotados de la función autor. No soportamos el anonimato literario; solo lo aceptamos en calidad de enigma (Foucault, 2010). Y, sin embargo, ya entonces esta función autor podía estar escindida de la vida privada de los escritores, gracias al uso de un nombre distinto para firmar su actividad literaria. Solo por poner un ejemplo, encontramos en la tradición hispánica al conocido dramaturgo Tirso de Molina (1579-1648), quien fuera de las letras era conocido como Gabriel Téllez.

Pese a no haber tenido ocasión de indagar en las motivaciones que llevaban a autores del Siglo de Oro español al uso de pseudónimos<sup>14</sup>, sí hemos podido tener acceso<sup>15</sup> a las reflexiones del filósofo danés Kierkegaard (1813-1855) y del poeta francés Paul Valéry (1871-1945) acerca de “la necesidad de diversificar la autoría en seudonimia” como “un recurso más para intensificar el pensamiento” (Torres, 2002). Para Kierkegaard, la seudonimia era una fórmula que le permitía “extender sus propios yos en abanico, cada uno de ellos cristalizado en un yo autónomo consciente

12 Que se relaciona con el nacimiento de Estados Unidos como nación, a finales del siglo XVIII.

13 Foucault, Michel (2010) [1969]. «¿Qué es un autor?» En N. Araujo (Ed.), *Textos de teorías y crítica literarias (del formalismo a los estudios postcoloniales)* (pp. 227-241). México DF, México: Universidad Autónoma Metropolitana. [Conferencia de Michel Foucault del 22 de febrero de 1969 en la Sociedad Francesa de Filosofía]

14 Asunto que sería de interés y que merecería un amplio estudio a parte de éste.

15 Torres, Elsa (2002). «Hipogrfos y heterónimos. Notas en torno a filosofía y literatura». *Acta Poética* (n.º 23, págs. 83-97).

e independiente” (Torres, 2002). En 1846 anotó en su diario: “Hasta ahora he estado al servicio de mis seudónimos para ayudarles a convertirse en escritores”. Valéry llegaría más lejos en sus consideraciones, al crear con su pluma personajes que le permitían “verse a sí mismo desde fuera”; una suerte de “monstruo, un ‘hipogrifo’” (Torres, 2002).

Pero quizá el experimento más notable de la literatura en la producción de personajes ficticios que se desdoblán del yo y que operan sobre la realidad de una manera autónoma sea el de los heterónimos del portugués Fernando Pessoa (1888-1935). Alberto Caeiro, Álvaro de Campos, Bernardo Soares y Ricardo Reis, entre otros, nacieron como idea en el cuerpo de Pessoa pero llegaron a desarrollar una personalidad con identidad propia que revolucionó los circuitos intelectuales del Portugal de principios del siglo XX. La revista *presença* de Coimbra publicó en junio de 1937 un fragmento de una carta de Fernando Pessoa a Adolfo Casais Monteiro, escrita el 13 de enero de 1935<sup>16</sup>, a través del cual podemos saber cómo concebía sus heterónimos:

*El origen mental de mis heterónimos reside en mi tendencia orgánica y constante a la despersonalización y a la simulación. [...] He puesto en Caeiro todo mi poder de despersonalización dramática, he puesto en Ricardo Reis toda mi disciplina mental, vestida de la música a ella adecuada, he puesto en Álvaro de Campos toda la emoción que no me concedo a mí ni a la vida. ¿Cómo escribo en nombre de estos tres? De Caeiro, por pura e inesperada inspiración, sin saber o siquiera calcular que iría a escribir. De Ricardo Reis, después de una deliberación abstracta que súbitamente se concreta en una sola. De Campos, cuando siento un súbito impulso de escribir y no sé qué (Pessoa, 1935).*

También en el periodismo de la Gran Bretaña del siglo XIX encontramos que el empleo del anonimato estaba extendido y que su uso y defensa pública se explicaba por la función social que ocupaba en el entramado de valores sobre los que se levantaba la sociedad de la época. Lo explicaremos con detalle a continuación. El intenso debate público que tuvo lugar en la época victoriana entre defensores y detractores del anonimato en los inicios de la segunda mitad del siglo XIX ha dejado como legado una extensa documentación que diversos investigadores han analizado, como Dallas Liddle. Nos apoyaremos en adelante en uno de sus artículos<sup>17</sup>, extenso y succulento, para profundizar en el tema.

16 Ara, Ana; Fernandes. João (2018). Pessoa. Todo arte es una forma de literatura [Exposición]. Madrid, Museo Reina Sofía.

17 Liddle, Dallas (1997). «Salesmen, sportsmen, mentors: anonymity and mid-Victorian theories of journalism». *Victorian Studies*, 41(1), 31-68.

El periódico *The Times* hizo pública su posición el 28 de octubre de 1861: para él, no había duda de que el anonimato era la única forma efectiva de escribir públicamente (en oposición a una escritura personal, que respondería a intereses privados). Lo que en su opinión se ponía en cuestión al sugerir su eliminación era si se debía permitir a la escritura pública ser poderosa o no. Dos años antes, el veterano periodista Eneas Sweetland Dallas dibujó como una distopía un mundo en el que los periodistas fueran obligados a firmar los artículos: “la soledad será imposible y el hogar la sombra de un sueño”, dijo. Tampoco auguraba un buen futuro para la vida pública si se prescindía del anonimato: “las charlas públicas se hincharán de orgullo, brillarán con guirnaldas y nos darán nauseas con su grandilocuencia infinitamente más que ahora”.

Los argumentos de Dallas servían a una élite educada que tenía vocación de mentora, que se proclamaba responsable de instruir a las clases sociales no ilustradas y que valoraba la privacidad porque gracias a ella (garantizada por la escritura pública en condiciones de anonimato) sus miembros podían tomar partido en las discusiones públicas acerca de asuntos de interés nacional sin comprometer sus posiciones tradicionales en sus respectivas profesiones. No lo enfocaban en términos de poder expresarse libremente, sino que defendían su derecho a tener influencia en los asuntos públicos sin comprometer su posición en la esfera profesional. Además, entendían que el ejercicio de la escritura anónima tenía algo de servicio público al alejar a los escritores de la tentación individualista de hacer crecer el ego con la firma personal.

Frente a Dallas, los principales defensores del empleo de la firma personal en las publicaciones periodísticas eran Thomas Hugues, Jolm Morley y George Henry Lewes. Algunos de sus argumentos comunes contra el anonimato eran que tendía a uniformar el estilo de la escritura o que quienes escribían, al no exponer su firma junto a las ideas que se publicaban, podían rebajar su responsabilidad y, en consecuencia, la calidad de los escritos. Sin embargo, entre los detractores del anonimato había dos grupos y cada uno de ellos sostenía sus argumentos sobre diferentes valores.

Por un lado, Hugues y Morley representaban a aquellos que reclamaban “juego limpio”. A partir de la investigación de Liddle, se define a este grupo como “élite cristiana que reclama la responsabilidad personal, la honestidad y la limpieza”. Para ellos, los periodistas no eran “una élite moralmente elevada sino una colección de colegiales débiles e influenciables”, por lo que había que poner en marcha mecanismos de disciplina para “fortalecer su carácter y su hombría”. Reconocían que el anonimato “conlleva poder” pero consideraban que quienes lo utilizaban tomaban una

“ventaja injusta en la competición de ideas”. Morley llegó a utilizar la siguiente imagen mental, que resume el espíritu de estas posiciones: “los detractores del anonimato queremos que el maestro abandone su sillón, que baje al nivel ordinario de los mortales y que enseñe y pelee en un terreno justo”.

Por otro lado, Lewes aparecía como defensor de la tesis del *laissez faire* capitalista. Para él y otros, las publicaciones periódicas, lejos de tener una función filantrópica, eran mercancías como cualquier otra que se podían comprar y vender. Los argumentos liberales iban de la mano de una forma de entender el rol del escritor desde su psicología individual. No era la responsabilidad, sino el mercado, el que debía empujar al individuo a esforzarse por producir la mejor mercancía posible. Desde este punto de vista, el uso del anonimato debía descartarse no tanto por una cuestión moral sino por una meramente práctica: el anonimato dificulta el poder sacar partido individual a una carrera personal como escritor o periodista. Precisamente, los periódicos empezaban entonces a contratar a escritores estrella por lo que representaban sus firmas y el valor de mercado que podían ofrecer a sus cabeceras.

Una declinación de este punto de vista liberal la exponía J. Boyd Kinneer, quien señalaba que “los lectores debían ser los ‘jueces’ que evaluaran los argumentos y ponderaran diferentes interpretaciones de las cuestiones públicas”, mientras que acusaba a los escritores anónimos de “usurpar” este lugar de toma de decisiones a la audiencia.

En definitiva, bajo las posiciones a favor o en contra del uso del anonimato en la escritura pública subyacía una pugna de las élites nacionales por tomar el control de la influencia sobre los lectores y, en consecuencia, sobre el futuro de la sociedad inglesa.

En este epífrase nos hemos aproximado a uno de los episodios de disputa entre el uso del anonimato y el uso de la firma civil mejor documentados. No será el único de la historia y sería problemático trasladarlo a nuestros tiempos y a nuestro país sin introducir nuevos elementos de manera cuidadosa en el análisis. Sin embargo, he considerado que, a grandes rasgos, el caso de estudio del anonimato en la Gran Bretaña victoriana ofrece suficientes explicaciones sobre posiciones que pueden ser adoptadas tanto a favor como en contra del anonimato periodístico y que sirven como inspiración para comprender las prácticas anonimizantes que han surgido en nuestros días.

### III.b. El anonimato en el ciberespacio

El anonimato ha sido posible por las condiciones vitales de la Modernidad, concretamente desde la convivencia en los centros urbanos (Alberich; Sedeño, 2018), como un requisito de la ciudadanía ejercida en los espacios públicos. Cuando este espacio es Internet, da respuesta a una necesidad de construcción de identidad colectiva frente al poder (Delgado, 2003).

Con el nacimiento y expansión del ciberespacio, el uso de fórmulas anonimizantes en la comunicación pública se populariza. Desde sus orígenes y hasta el inicio del siglo XXI, lo habitual era que los usuarios se presentaran y participaran en chats, foros e incluso en blogs con un *nick*<sup>18</sup> y no con el nombre que aparece en su documento de identificación personal. La presencia de la ética *hacker* en el desarrollo de los cimientos técnicos y culturales de Internet es fundamental para explicar esta nueva revalorización de la comunicación en condiciones de privacidad. En la última década, sin embargo, hemos visto que los juegos performativos con *nicks* y *avatares* conviven cada vez más con otra tendencia al alza promovida, entre otros, por Facebook<sup>19</sup>: presentarse en la Red con un nombre y apellidos reales y completos.

Para que esta preferencia avance entre los usuarios no ha sido necesario prohibir el anonimato. Solo en algunos países, como China, está expresamente prohibido publicar mensajes online sin aportar nombre y apellidos completos<sup>20</sup>. En España, el Partido Popular registró una iniciativa en diciembre de 2017 en el Congreso de los Diputados para prohibir el anonimato; juristas expertos en libertad de expresión creen que no prosperará<sup>21</sup>. No ha sido necesario prohibir legalmente el anonimato, como decíamos, para aminorar el terreno que tenía consolidado en la cultura electrónica, sino que han funcionado otros mecanismos de control del discurso que han llevado a algunos usuarios a preferir las ventajas que proporciona hablar desde un lugar personal a las que da el hacerlo desde un lugar de anonimato. Estos mecanismos de control del discurso tienen que ver con lo que Smiers recoge en el libro Un mundo sin Copyright a cuento de la interpretación que Tomilson hace de Foucault: el

18 Abreviatura de “*nickname*”, término inglés para decir “apodo”.

19 Desde 2011, Facebook recoge en las normas de uso la necesidad de que sus usuarios utilicen como nombre de perfil el mismo que utilizan en su vida diaria.

20 Shu, Catherine (2017). «China doubles down on real name registration laws forbidding anonymous online posts» [artículo en línea]. *Techcrunch*. [Fecha de consulta: 25 de abril de 2018] <<https://techcrunch.com/2017/08/27/china-doubles-down-on-real-name-registration-laws-forbidding-anonymous-online-posts>>

21 Ponce, Rodrigo; Riveiro, Aitor (2017). «Los expertos avisan de que la campaña del PP contra el anonimato en redes es una amenaza sin recorrido» [artículo en línea]. *eldiario.es*. [Fecha de consulta: 26 de abril de 2018] <[https://www.eldiario.es/politica/Redes-sociales-PP-anonimato-prohibir\\_0\\_713928801.html](https://www.eldiario.es/politica/Redes-sociales-PP-anonimato-prohibir_0_713928801.html)>



discurso, por sí mismo, prolifera hasta el infinito y, si bien es posible prohibirlo, también existen “procedimientos que regulan los discursos desde dentro, sin prohibirlos pero manteniéndolos bajo control”. (Smiers, 2006).

Umberto Eco explicaba en 2014, en su columna periódica en el diario colombiano *El Espectador*<sup>22</sup>, que la preocupación que existe en nuestra sociedad hiperconectada por ser visto por otros hace que la amenaza de la pérdida de visibilidad sea mayor que la de la pérdida de privacidad. Y esto ocurre pese a que consideramos sagrada nuestra privacidad porque, en la forma de vida moderna que llevamos, “someterse a ese tipo de exposición es la única manera de sentirse realmente vivo y conectado” (Eco, 2014).

Los cambios que introdujeron plataformas digitales como Google+ o Facebook en 2011 en su política de privacidad, que requerían a los usuarios proveer nombres e información real ante la amenaza de suspenderles la cuenta, motivaron a la Electronic Frontier Foundation a exponer la conveniencia de que la nueva Internet que se forjaba con los gigantes económicos digitales respetara el uso de seudónimos<sup>23</sup>. La mayor parte de los argumentos incidían en las condiciones de seguridad que puede conferir el uso del seudónimo a hablantes cuya libertad de expresión pueda estar amenazada.

Sin embargo, nos parece importante intentar que el presente análisis sirva no solo para entender lo que las estrategias anonimizantes son capaces de ofrecernos en el mundo inmediatamente asible (proteger la libertad de expresión de las minorías, por ejemplo) sino también para comprender su capacidad creadora de otros mundos posibles que no caben materialmente en el nuestro pero que son necesarios para pensarlo. Antes de seguir con el análisis de esto último, que llamaré “anonimato discursivo”, me parece necesario aclarar su diferencia con el “anonimato informático”, aquel que refiere a la privacidad en las comunicaciones mediadas por ordenador, debido a la confusión o falta de precisión que parece existir en el conocimiento popular acerca de esta cuestión<sup>24</sup>.

---

22 Eco, Umberto (2014). «Dando a cambio nuestra privacidad» [artículo en línea]. *El Espectador*. [Fecha de consulta: 2 de mayo de 2018] <<https://www.elespectador.com/opinion/dando-cambio-nuestra-privacidad-columna-505414>>

23 York, Jillian C. (2011). «A case for Pseudonyms» [artículo en línea]. *Electronic Frontier Foundation*. [Fecha de consulta: 2 de mayo de 2018] <<https://www.eff.org/deeplinks/2011/07/case-pseudonyms>>

24 En la subcomisión del estudio de las redes sociales del Congreso de los Diputados, dedicada a atajar el problema del acoso cibernético contra menores de edad, intervinieron empresas, asociaciones de padres y expertos en tecnología y en derecho en la sociedad de la información, sin un consenso sobre qué significa el término “anonimato”. Unos pedían que se prohibiera navegar sin mostrar la IP; otros, que el uso de un nombre “falso” en la Red. Al margen de si las medidas son o no eficaces (responder esto no es nuestro

### III.b.1. “Anonimato informático”. La privacidad en la era de la información

Privacidad y anonimato no son lo mismo, pero son conceptos estrechamente relacionados, sobre todo si hablamos del ámbito de la comunicación online. Según el Oxford Dictionary<sup>25</sup>, “privacidad” refiere al “estado en que uno no es observado ni molestado por otras personas” y, como segunda acepción, “libre de la atención pública”. La Real Academia Española recoge cinco definiciones para “anónimo”, de las que nos interesan, por ahora, dos: “no lleva el nombre de su autor”, para referirse a obras o a contenidos, y “de nombre desconocido o que se oculta”, para referirse a autores o hablantes.

Un sistema que garantizara la privacidad total sería aquel en el que no se almacenara ni el contenido ni las características de las comunicaciones y las transacciones, ni tampoco la información personal de los usuarios que las llevan a cabo. Uno de los fundadores de la Electronic Frontier Foundation<sup>26</sup>, John Gilmore, describía en su manifiesto Privacidad, tecnología y sociedad abierta, de 1991, cómo deseaba que fuera la sociedad del futuro, basada en el respeto a la privacidad. Así lo recoge Himanen en La ética del hacker y el espíritu de la era de la información (2001):

*¿Qué sucedería si pudiéramos construir una sociedad en la que la información nunca pudiera ser recopilada, en la cual se pudiera alquilar una cinta de vídeo sin dejar una tarjeta de crédito ni el número de cuenta bancaria, en la que se pudiera demostrar que se tiene licencia para conducir sin dar siquiera el nombre, en la que se pudieran enviar y recibir mensajes sin revelar la situación física, al igual que una oficina de correos electrónica? Una sociedad así es la que quiero construir.*

Para los *ciberpunks*, entre ellos Gilmore, las nuevas tecnologías podían estar al servicio de una mejora de la privacidad en las sociedades, que si querían ser más libres debían de algún modo institucionalizar estos sistemas anónimos. Así lo expresaban en el Manifiesto Ciberpunk, de 1993, recogido en la obra citada de Himanen (2001):

*Debemos defender nuestra privacidad si queremos llegar a tener alguna. Tenemos que unirnos y crear sistemas que permitan las transacciones anónimas. La gente ha defendido*

---

cometido), refieren a dos dimensiones del anonimato diferentes que conviene aclarar antes de continuar.

25 Al ser el término “privacidad” un anglicismo y ante la excesivamente breve definición que aporta la RAE, parece oportuno consultar el Oxford Dictionary.

26 Fundada por algunos de los *hackers* que formaron parte del nacimiento de Internet en los años 60. Son los también conocidos como *ciberutopistas*.

*su derecho a la privacidad durante siglos mediante susurros, penumbras, sobres, puertas cerradas, apretones de manos y mensajeros secretos. Las tecnologías del pasado no permiten una gran privacidad; en cambio, las tecnologías electrónicas sí.*

La privacidad digital total se daría, por tanto, en un sistema en que las transacciones electrónicas fueran completamente anónimas. Es decir, si no se almacenara ningún tipo de registro ni sobre el contenido de dichas transacciones ni sobre las condiciones que las hacen posibles o en las que se producen dichas transacciones (que podrían ser la IP, la fecha, la hora, el usuario de origen, el usuario de destino, etc). Himanen explica que existen suficientes tecnologías de alta encriptación que “no comportan la transmisión de información personal alguna, mientras comercios y empresas pueden seguir comprando con tarjeta. Solo era cuestión de decidirlo así” (2001).

Esta privacidad a un nivel informático puede tener implicaciones en el nivel social. Siguiendo con Himanen, en *La ética hacker y el espíritu de la era de la información* se ofrecen varios ejemplos recientes en los que se han utilizado herramientas anonimizantes en el nivel informático con el propósito de garantizar una vía segura para la libre expresión. El finlandés Johan Helsingius creó el primer servidor funcional anónimo, conocido como “*remailer*”, que permitía enviar correo electrónico o mensajes a grupos de noticias sin revelar la identidad. Helsingius describía así su utilidad: “siempre se dan casos de miembros de una minoría a los que les gustaría poder debatir temas importantes para ellos sin tener que revelar quiénes son”. En otro contexto, añadía: “Estos *remailers* han hecho posible debatir en Internet asuntos muy delicados, como la violencia doméstica, el acoso escolar o los derechos humanos, de forma confidencial y con plena garantía de respeto a su anonimato”.

Decíamos antes que el anonimato no está prohibido en España, ni en su aspecto informático ni en el discursivo. Sin embargo, la ausencia de una privacidad electrónica total<sup>27</sup> compromete necesariamente el anonimato informático. La norma que rige actualmente la protección de datos en Europa (Reglamento General de Protección de Datos, vigente desde el 25 de mayo de 2018) promueve la *seudonimización*, una técnica de registro de datos que, sin incluir los datos

---

27 En El derecho del anonimato en Internet (Orza, 2011) se explica que, pese a las recomendaciones de organismos internacionales, directivas europeas, leyes nacionales y sentencias judiciales que reconocen el derecho a la privacidad de las comunicaciones, tanto del contenido como del contexto y sus actores, “no existe Internet sin que empresas -privadas, en su gran mayoría- instalen y mantengan las redes físicas imprescindibles para las interconexiones, así como los ordenadores donde se puede alojar la información”. Asimismo, la ley obliga a los proveedores de Internet a conservar los datos durante doce meses, aunque puntualiza que solamente pueden ser cedidos a las Fuerzas de Seguridad previo mandato judicial.

denominativos de un sujeto afectado –es decir aquéllos que lo pueden identificar de manera directa-, sí que potencialmente permite, a través de la asociación con información adicional, determinar quién es el individuo que está detrás de los datos *seudonimizados*<sup>28</sup>. No es este el espacio adecuado realizar una valoración sobre la idoneidad práctica, moral o jurídica de esta norma, algo que no pretendemos. La señalamos porque sí nos sirve para tener una referencia del alcance de la normativa sobre privacidad en Europa, considerada la más avanzada del planeta en este momento.

Todos estos procesos son transparentes para los usuarios de medios electrónicos. Es decir, cuando navegamos por Internet o realizamos una transacción con tarjeta de crédito, el registro de datos que opera entre bambalinas no es evidente en nuestra experiencia de usuario. Podemos inclinarnos a pensar que vivimos en Europa y que aquí contamos con una legislación que protege de forma suficientemente amplia, al menos en relación a otras partes del mundo, la privacidad de las telecomunicaciones. Pero, ¿qué ocurre cuando los datos son registrados por empresas que se rigen por la legislación estadounidense? El periódico *The Guardian* publicó el 19 de abril de 2018<sup>29</sup> que Facebook había desplazado a 1,5 billones de usuarios de fuera de Europa hacia los dominios de la legislación sobre privacidad estadounidense, para evitar la aplicación de la norma europea tal y como le obligaba el hecho de tener a estos usuarios radicados en sus oficinas de Irlanda.

En la búsqueda de un marco para entender este suceso, nos veremos tentados a preguntarnos si realmente 1,5 billones de usuarios han comprendido lo que estaban aceptando. Sin embargo, resulta más oportuno tratar de reconocer qué relaciones de poder operan tras estos hechos. Para ello, baste recordar lo que Manuel Castells concluye en el primer capítulo de *Comunicación y Poder*<sup>30</sup>:

*El terreno en el que operan las relaciones de poder ha cambiado de dos formas principales: se ha construido primordialmente alrededor de la articulación entre lo global y lo local y está organizado principalmente en redes, no en unidades individuales. Puesto que las redes son múltiples, las relaciones de poder son específicas de cada red. Pero hay una forma fundamental de ejercer el poder, que es común a todas las redes: la exclusión de la red.*

---

28 Zorraquino, Assumpta (2016). «Reglamento Europeo de Protección de Datos. La Seudonimización» [artículo en línea]. *Periscopio fiscal y legal*. [Fecha de consulta: 26 de abril de 2018]  
<<https://periscopiofiscalylegal.pwc.es/reglamento-europeo-de-proteccion-de-datos-la-seudonimizacion>>

29 Hern, Alez (2018). «Facebook moves 1.5bn users out of reach of new European privacy law» [artículo en línea]. *The Guardian*. [Fecha de consulta: 26 de abril de 2018]  
<<https://www.theguardian.com/technology/2018/apr/19/facebook-moves-15bn-users-out-of-reach-of-new-european-privacy-law>>

30 Castells, Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.

Dicho de otro modo y en el contexto que nos ocupa: la amenaza que supone quedarnos fuera de nuestras redes personales (entre las que pueden encontrarse tanto familiares y amigos de la red local como contactos y referencias profesionales o lúdicas ubicadas en cualquier parte del mundo) ejerce un poder superior al que ejerce el perder derechos de privacidad.

Edward Snowden reveló en 2013 que el Gobierno de los Estados Unidos estaba accediendo por “puertas traseras” a los datos de usuarios almacenados por Google, Facebook, Apple y otros gigantes tecnológicos<sup>31</sup>. El pasado mes de abril, Facebook admitió el secuestro de datos de hasta 87 millones de usuarios por parte de Cambridge Analytics a través de una aplicación externa<sup>32</sup>. Los usuarios españoles de redes sociales radicadas en California se cuentan por millones<sup>33</sup>. Sería interesante indagar en los condicionantes psicológicos y sociales que explicaran la ausencia de preocupación aparente entre los usuarios ante estas transformaciones. Pero, dado que con esa pregunta abriríamos una línea de investigación en sí misma, de momento en lo que nos atañe recogemos, para cerrar este apartado, las reflexiones de Javier de Rivera (2017)<sup>34</sup>, acerca de la “hipernormalidad, la sumisión total de la conciencia a un poder abstracto” en la que viven las poblaciones en relación a “la fiebre de archivar y registrar por parte de las instituciones digitales”. “Esta actitud”, continúa, “llega al extremo de agradecer las facilidades comerciales que nos indican qué consumir, qué pensar y qué hacer”. Culturamente se está desarrollando una especie de “indefensión aprendida” con respecto al poder tecnológico que nos lleva a aceptar su dominio con naturalidad”, explica.

---

31 Gidda, Mirren (2013). «Edward Snowden and the NSA files – timeline» [artículo en línea]. *The Guardian*. [Fecha de consulta: 26 de abril de 2018] <<https://www.theguardian.com/world/2013/jun/23/edward-snowden-nsa-files-timeline>>

32 Constone, Josh; Hatmaker, Taylor (2018). «Facebook admits Cambridge Analytica hijacked data on up to 87M users» [artículo en línea]. *Techcrunch*. [Fecha de consulta: 22 de abril de 2018] <<https://techcrunch.com/2018/04/04/cambridge-analytica-87-million/>>

33 Moreno, Manuel (2017). «Instagram ya tiene 12 millones de usuarios en España» [artículo en línea]. *Trece Bits*. [Fecha de consulta: 26 de abril de 2018] <<https://www.trecebits.com/2017/05/30/instagram-ya-12-millones-usuarios-espana/>>

34 De Rivera, Javier (2018). «Privacidad y nuevo orden mundial». *Ajoblanco* (n.º 2, págs. 12-17).

## II.b.2. “Anonimato discursivo”. Creación de un lugar desde el que habla “otro yo”

El lugar que ocupan los hablantes es uno de los elementos fundamentales a tener en cuenta en el estudio de los discursos y los comportamientos sociales. Los usuarios de la Red, cuando se visualizan ante otros, eligen entre varios grados de identificación en una línea que va desde lo totalmente anónimo a lo totalmente identificado (Donath, 1999)<sup>35</sup>. El anonimato total incluiría, como hemos visto, la ocultación de la identidad personal pero también de la identidad informática: la IP. La identificación total supondría, por ejemplo, construir un avatar que reflejara el nombre real de la persona, una fotografía donde se pudiera ver perfectamente quién es, una biografía con datos personales e, incluso, los datos de su IP. En algún punto medio de ese eje, entre el anonimato total y la identificación total, encontramos el seudónimo. El *nickname* sería, en la práctica, un seudónimo. La RAE define seudónimo como el autor “que oculta con un nombre falso el suyo verdadero”. La tercera acepción habla de “nombre utilizado por un artista en sus actividades, en vez del suyo propio”.

En el contexto de una investigación sobre el comportamiento de los usuarios en la red Usenet, Donath señala que el “carácter anónimo (incluido el de los seudónimos) es muy controvertido en el mundo online”. Por un lado, se considera necesario para asegurar la libertad de expresión y la igualdad de oportunidades en el debate de las ideas. Para ilustrarlo recoge esta cita de 1994, sin especificar su autoría: “[el anonimato] permite que se creen reputaciones basadas en el valor de las ideas y no en el trabajo, el dinero, la edad o el estatus”. Por otro lado, en el otro extremo, está quien considera que puede facilitar la comisión de delitos. Donath expone el argumento del Juez norteamericano Scalia: “el puro propósito del anonimato es el de facilitar el hacer el mal mediante la eliminación de responsabilidad”. Entre medias, encontramos cotidianamente en las redes sociales a usuarios identificados que se incomodan cuando interactúan con otros que anonimizan por completo o en parte su identidad. Una noción de anonimato en la RAE, en la tercera acepción, connota negativamente el término en este sentido: “carta o papel sin firma en que, por lo común, se dice algo ofensivo o desagradable”.

Llegados a este punto, conviene observar los resultados de las investigaciones publicadas por Watt, Lea y Spears (2005)<sup>36</sup> sobre comunicación social mediada por ordenador. La conclusión a la que

---

35 Donath, Judith S. (1999). «Identidad y engaño en la comunidad virtual». En M. Smith y P. Kollock (Eds.), *Comunidades en el ciberespacio* (págs. 51-88). Barcelona: Editorial UOC.

36 Watt, Susan; Lea, Martin; Spears, Russell (2005). «¿Cómo de social es la comunicación a través de internet? Una reevaluación de los efectos del ancho de banda y del anonimato». En S. Woolgar (Ed.), *¿Sociedad virtual? Tecnología, 'cibérbole' y realidad* (págs. 79-95). Barcelona, España: Editorial UOC.

llegan estos investigadores es que el “anonimato visual”, al “despersonalizar las percepciones de uno mismo y de los demás”, genera un “aumento de la identificación grupal”, lo que significa que la interacción en la Red desde el anonimato “podría hacer que la gente se comportara de una forma más normativa y regulada socialmente” (Watt; Lea; Spears, 2005). Sí es cierto que se encontraron diferencias cuando la interacción se daba en condiciones de anonimato de uno mismo con respecto a los demás o de los demás en relación con uno mismo, pero no es menos cierto que estos resultados nos están diciendo que el miedo de algunos usuarios a la interacción con anónimos puede basarse en prejuicios y no en una experiencia real de interacción con usuarios anónimos.

Por otro lado, Schubert (2015) analiza desde la pragmática si el uso de fuentes anónimas en la construcción de noticias pone en riesgo el “principio de cooperación”<sup>37</sup> entre los medios y sus audiencias. Según este principio, existe un acuerdo tácito entre los hablantes según el cual los interlocutores, entre otras cosas, dicen la verdad y evitan la oscuridad en su expresión (Reyes; Baena; Urios, 2005). Una de las conclusiones de Schubert es valiosas para nuestro estudio. Por un lado, el hecho de no ofrecer el nombre de un testimonio incorporado en una noticia no implica que no se construya un contexto sobre el hablante; es más, siguiendo un criterio informativo, es más importante conocer “la función situacional” (por ejemplo, si se trata de un testigo de guerra) que sus datos personales. Visto así, se cumpliría además con dos máximas más del principio de cooperación: que la contribución no sea más informativa de lo requerido y que sea relevante, que la información dada venga al caso.

También Donath hace referencia al contexto, que nos sirve para entender mejor las diferencias entre anonimato y seudónimo en la práctica comunicativa online. “Un seudónimo, a pesar de que no pueda ser rastreable hasta una persona en el mundo real<sup>38</sup>, puede tener, en cambio, una reputación bien establecida en el dominio virtual: un mensaje con seudónimo puede venir por este motivo acompañado de una gran cantidad de información contextual sobre el remitente. En el otro extremo, un mensaje anónimo viene desprovisto de información”. De esto se deduce que no todas las prácticas anonimizantes producen una ocultación total del hablante. Y también algo interesante: que no toda la actividad de las prácticas anonimizantes se centra en el ocultarse, sino que también producen algo nuevo en la situación comunicativa, a través de un nuevo identificador o seudónimo.

---

37 Principio de cooperación, definido por el filósofo de lenguaje Paul Grice, en 1975.

38 Entendemos que por parte de un usuario estándar, no de un experto informático.

De este nuevo identificador, esta máscara o seudónimo que surge, nos interesan al menos dos aspectos, que desarrollaremos en adelante. Por un lado, su capacidad para crear un nuevo yo virtual, un autor cyborg deslocalizado del cuerpo carnal. Por otro lado, la dimensión colectiva que abre a través de estas experiencias de desindividuación o despersonalización que se producen cuando se interactúa desde un sitio distinto a un yo identificado como persona del mundo real.

### III.b.2.1. De la individualidad de la carne a la multiplicidad en las identidades virtuales

En la Declaración de Independencia del Ciberespacio (Barlow, 1996) encontramos una invitación a “declarar nuestros ‘yo’ virtuales inmunes a vuestra soberanía” [la de los “Gobiernos del Mundo Industrial”]. Esta utopía cibernética proponía una forma de ser y estar en la Red que trascendía la identidad individual y sujeta a la soberanía de los Estados-nación para fundar una nueva forma de sentir y expresarse formada por “yos virtuales” que serían, que ya eran, “parte de un todo único, la conversación global de bits”.

*Estamos creando un mundo en el que todos pueden entrar, sin privilegios o prejuicios debidos a la raza, el poder económico, la fuerza militar, o el lugar de nacimiento. Estamos creando un mundo donde cualquiera, en cualquier sitio, puede expresar sus creencias, sin importar lo singulares que sean, sin miedo a ser coaccionado al silencio o al conformismo. [...] Nuestras identidades no tienen cuerpo, así que, a diferencia de vosotros, no podemos obtener orden por coacción física (Barlow, 1996).*

Padilla (2014) interpreta este enunciado como la declaración de la posibilidad de liberación al habitar un lugar como el ciberespacio, donde los cuerpos no están y no cargan con todo lo que se les supone. Para esta autora, las ciberutopías “relacionan claramente el cuerpo, las identidades y el poder. La posibilidad de zafarse del poder la ven vinculada de la posibilidad de deshacerse del cuerpo, ya que es el cuerpo el portador de esas identidades sobre las cuales el poder se ejerce”.

Unos años antes, Donna Haraway imaginaba en Manifiesto para cyborgs<sup>39</sup> cómo podría ser un mundo de cuerpos *cyborg*, compuestos por unidades orgánicas y tecnológicas, capaces de habitar identidades parciales y múltiples al mismo tiempo:

---

39 Publicado originalmente en 1985 y revisado en 1991. La edición que hemos utilizado es de 2014.



*Un mundo así [un mundo de cyborgs] podría tratar de realidades sociales y corporales vividas en las que la gente no tiene miedo de su parentesco con animales y máquinas ni de identidades permanentemente parciales ni de puntos de vista contradictorios. La lucha política consiste en ver desde las dos perspectivas a la vez, ya que cada una de ellas revela al mismo tiempo tanto las dominaciones como las posibilidades inimaginables desde otro lugar estratégico. La visión única produce peores ilusiones que la doble o que monstruos de muchas cabezas. Las unidades cyborgánicas son monstruosas e ilegítimas. En nuestras presentes circunstancias políticas, difícilmente podríamos esperar mitos más poderosos de resistencia y de reacoplamiento.*

Evoquemos a partir de estas palabras por un momento el significado que daba a sus heterónimos Pessoa, a sus seudónimos Kierkegaard y a sus hipogrifos Valéry. Pessoa decía: “el origen mental de mis heterónimos reside en mi tendencia orgánica y constante a la despersonalización y a la simulación”. A Kierkegaard, sus seudónimos le permitían “extender sus propios yos en abanico, cada uno de ellos cristalizado en un yo autónomo consciente e independiente”. Valéry creaba personajes que le permitían “verse a sí mismo desde fuera”; una suerte de “monstruo, un ‘hipogrifo’”.

¿Podemos entender el *cyborg* de Haraway como una versión mejorada y democratizada de aquellas figuras que han emanado a lo largo de la historia de la literatura del cuerpo de estos (y otros) autores para superar su individualidad hasta el punto de operar con autonomía en la sociedad? Esa “despersonalización y simulación” de Pessoa, esos “yos autónomos conscientes e independientes” de Kierkegaard y esa conciencia desdoblada que le permitía verse desde fuera a Valéry bien podrían corresponderse con “las unidades cyborgánicas monstruosas e ilegítimas” que “en nuestras presentes circunstancias políticas” se traslucen como “poderosos mitos de resistencia y acoplamiento” que describe Haraway. Además, de concordar con este razonamiento, debemos tener en cuenta que la posibilidad de este desdoblamiento creativo no está hoy restringida a artistas y literatos, sino que se encuentra “democratizada”. en el sentido de que está al alcance de cualquier persona, en un sistema en el que las tecnologías de la información hacen posible la autocomunicación de masas (Castells, 2009).

Si alguna disciplina ha trabajado esta experiencia de descorporeización de los sujetos vinculada con el ciberespacio ha sido el Net Art<sup>40</sup>. La sociedad de la información ha introducido una interfaz entre los cuerpos que sustituye o modifica los aspectos sensoriales, creando un no cuerpo digital cuya apariencia problematiza la existencia del cuerpo carnal (Aguilar, 2011). La forma que tiene este no cuerpo carnal, pero sí cibernético, de hacerse reconocible en el ciberespacio para el resto de sujetos es el avatar, que presenta una evolución con respecto al *nick* del primer Internet, puesto que a la elección de un nombre se añade la elección de imágenes, colores y otros elementos de diseño que contribuyen a crear un imaginario en torno a dicho personaje. Este avatar trasciende las dimensiones tradicionales del cuerpo carnal, ya que “posee el don de la ubicuidad: aparecer simultáneamente en diversos lugares actuando de maneras independientes” (Aguilar, 2011). Remedios Zafra define el avatar como un límite del cuerpo, un “apéndice del cuarto propio conectado que suple la necesidad de inventar un nuevo cuerpo (aplazado), pero donde el deseo consigue sobrevivir”. “El avatar propio es una heterotopía para nuestro cuerpo, [...] es decir una imagen virtual como lugar de reflexión del aquí” (Zafra, 2010).

Podemos decir, entonces, que el avatar tiene la capacidad de ser un nuevo cuerpo cibernético surgido de una mutación *cyborg* que emerge para dar cabida a otros yos que no son posibles aquí y ahora en el cuerpo carnal, pero que sí pueden llegar a existir y desarrollarse más allá o en otro lugar distinto al de éste. El uso de seudónimos, heterónimos y hipogrifos surge de una necesidad de anclar la función de locución en un lugar diferente de la propia persona y hacer así hueco a estos yos virtuales para que puedan tomar cuerpo, sea como autor literario o como personaje de la Red tomando el píxel como materia. Es un lugar real, en la medida de que sus efectos son reales; simplemente, se sirven de la virtualización para existir.

Con el surgimiento de Internet, la interfaz electrónica se ha convertido en un lugar idóneo para esta virtualización: un nuevo campo abierto para la experimentación de las posibilidades de ser “yo” y, en consecuencia, de las capacidades de enunciar y expresarse ante el mundo de una manera múltiple. Un lugar para poder ser dos cuerpos a la vez: el que crea y el que sobrevive, el que está intermitentemente con otros y el que vuelve a casa (Garcés, 2009).

---

40 Esta práctica artística, que surge a principios de los años 90, es definida por Remedios Zafra “no como el arte que se piensa para Internet”, sino como “arte pensador del medio”. Dicho de otra manera, “es una práctica artística que reflexiona de distintas maneras y en distintas formas y representaciones sobre la red Internet” (Zafra, 2014)

### III.b.2.2. La dimensión colectiva del anonimato: del yo al nosotros

Una vez que tenemos la imagen mental de un avatar separado de un cuerpo carnal, cabe preguntarse: ¿qué impide pensar que podrían existir avatares sostenidos por más de una persona? Es técnicamente posible que dos usuarios o más gestionen una cuenta de redes sociales y, de hecho, es una práctica bastante común en organizaciones sociales y empresas. Lo que nos interesa en el presente análisis es, sin embargo, la dimensión colectiva que se construye hacia afuera del anonimato; es decir, las relaciones e interacciones de los sujetos que mantienen una identidad basada en la anonimización o despersonalización. Y lo hacemos con un ánimo similar al que se refería Foucault en *¿Qué es un autor?*, donde invitaba a estudiar los discursos “ya no solo en su valor expresivo o en sus transformaciones formales”, sino también sus “modos de circulación, de valoración, de atribución, de apropiación de los discursos” que, continúa, “varían con cada cultura y se modifican en el interior de cada una de ellas”. En definitiva, para Foucault, conocer “la manera como se articulan [los discursos] sobre relaciones sociales se descifra de manera más directa en el juego de la función autor”.

Conviene señalar que esta redefinición de la función autor resulta de interés central en la actualidad para autores que investigan las nuevas formas de creación colectiva surgidas en los últimos años en el ámbito de la cultura gracias a la introducción de nuevas tecnologías digitales en el proceso de producción y la multiplicación de las posibilidades de participación de los públicos. Estas transformaciones también se deben a la decisión de los productores de aprovechar los cambios para contar con los públicos no únicamente ante el producto final, sino durante el proceso productivo, bien sea como micromecenas (crowdfunding) o como testadores de versiones previas a la definitiva (crowdsourcing) (Martínez; Alberich, 2013).

Roland Barthes ya despojaba al escritor de su carácter individual en 1968 en su texto *La muerte del autor*. Para él, el que escribe nunca ha sido el autor del texto, sino que éste es más bien un mediador o un recitador. La “persona autor” sería, para él, un personaje moderno nacido del positivismo como ideología:

*Es el lenguaje, y no el autor, el que habla; escribir consiste en alcanzar, a través de una previa impersonalidad -no confundir con la objetividad castradora del novelista realista-*

*ese punto en el cual solo el lenguaje actúa, “performa”, y no “yo”: toda la poética de Mallarmé<sup>41</sup> consiste en suprimir al autor en beneficio de la escritura (Barthes, 1968).*

Esta limitación del modelo autor-persona se hace más gruesa conforme nos acercamos a nuestros días, en los que recientemente hemos vivido la emergencia de una cultura de la convergencia (Jenkins, 2006). La producción cultural contemporánea (incluida la discursiva y periodística, por no perder de vista el tema que aquí nos ocupa) “depende enormemente de la participación activa de los consumidores” (Jenkins, 2006), que a la vez son productores y consumidores mediáticos. La noción de convergencia mediática tiene que ver con la forma que tenemos de relacionarnos con los objetos mediáticos. “Cada uno de nosotros construye su propia mitología personal a partir de fragmentos de información extraídos del flujo mediático y transformados en recursos mediante los cuales conferimos sentido a nuestra vida cotidiana” (Jenkins, 2006). Este proceso se da en el contexto de una nueva ola de desarrollo de Internet, que cada vez ofrece un ancho de banda más amplio y que incentiva cada vez más la interacción mediante mensajes contruidos con imágenes remezcladas.

Esta nueva forma de relacionarnos con la producción cultural podría no serlo tanto en realidad. La tercera acepción de “anónimo” que recoge la RAE refiere precisamente a ese carácter “indiferenciado, que no destaca de la generalidad” de la “gente anónima”. Así es como la cultura popular ha transferido sus enseñanzas, en forma de cuentos y epopeyas, durante siglos: mediante un sistema de no-autoría, o anonimato, en el que quienes contaban las historias se parecían más al mediador o recitador que reclama Barthes que al autor-persona que el positivismo pretende restringir en un único individuo. Los principios del positivismo siguen vigentes en nuestros días y están presentes en el proceso de convergencia mediática que relatábamos anteriormente: baste realizar una sencilla búsqueda en un navegador con términos como “yo marca” y se verán aparecer entradas en blogs que llevan títulos del tipo “Cómo crear una marca personal de éxito paso a paso”.

En este contexto, las capacidades disruptivas del anonimato que expone Marina Garcés<sup>42</sup> cobran pleno sentido: “la fuerza del anonimato rompe códigos: de visibilidad, de representación, de identidad, de legitimidad, de acceso al mundo”. Garcés, cuya obra se conduce en buena parte hacia la búsqueda de “un mundo común” que permita a los sujetos abandonar el aislamiento contemporáneo, señala que “poner el ‘yo’ en plural” es “abrir cada existencia a su propio

---

41 Stéphane Mallarmé es el pseudónimo de Étienne Mallarmé, poeta simbolista francés (1842-1898).

42 Garcés, Marina (2009). «Un mundo entre nosotros» [artículo en línea]. *Espai en blanc*. (n.º 5-6). [Fecha de consulta: 6 de febrero de 2018] <[http://espaienblanc.net/?page\\_id=759](http://espaienblanc.net/?page_id=759)>

anonimato”. “Porque estamos abiertos al mundo, es decir implicados en él, siempre hay algo en nosotros que no es del todo nuestro, que no cabe en nuestro yo”, continúa. Garcés entiende que el anonimato no es disolución, sino coimplicación de los unos con los otros, y que esta coimplicación no es otra cosa que un “nosotros”. Así, considera que “aprender el anonimato no es por tanto desaparecer sino ‘despertar en los vínculos’, dicho de otra manera, conquistar la libertad en el entrelazamiento”. En consecuencia:

*Aprender el anonimato es aprender esta opacidad que no cabe en lo representable, aprender la riqueza de lo que no está acabado y sólo puede ser continuado por otros de los que no sabemos nada. Abrir esa posibilidad tiene algo que ver con la vieja idea de emancipación como tarea colectiva. Una emancipación para la que la idea de libertad no remite al individuo sino a la posibilidad de hacer mundo colectivamente y de manera autónoma (Garcés, 2009).*

No en vano, Barthes señalaba el epitafio definitivo del autor-persona al considerar que “es en la lectura donde se recoge toda la multiplicidad del texto. La unidad del texto no está en su origen, sino en su destino [el lector], pero ese destino ya no puede seguir siendo personal: el lector es un hombre sin historia, sin biografía, sin psicología”.

Santiago López Petit<sup>43</sup> atribuye una capacidad creadora colectiva al anonimato aún mayor o más concreta: la de irrumpir como un “espaciamento”, un “presencializarse ocultándose”, que revela un “querer vivir” opuesto al que propone la “fuerza de la impulsión” condensada en la expresión “yo soy mi propia marca”. Sin embargo, en esta irrupción, el anonimato no se define en esa oposición, sino que “se autopone”. Emerge, surge y crea realidad. O, mejor dicho, “aunque no posee horizonte, es capaz de disolver la realidad”. “Cuando debido a la movilización global [de capitales] estamos condenados a ser un yo-marca, petrificarse significa la muerte (social), y acelerar el cambio no supone más que profundizar en la propia mercantilización”. Cuando la impotencia nihilista del “no se puede hacer nada” se da la vuelta aparece el “todo está por hacer” (López Petit, 2009). Ese es el momento en el que el anonimato se abre un espacio y existe, sin requerir de una mediación (como es la identidad) que la interprete, dejando el hueco abierto a la apropiación de cualquiera.

---

43 López Petit, Santiago (2009). «Los espacios para el anonimato: una apuesta por el querer vivir» [artículo en línea]. *Espai en blanc*, (n.º 5-6). [Fecha de consulta: 6 de febrero de 2018] <[http://espaienblanc.net/?page\\_id=749](http://espaienblanc.net/?page_id=749)>

Este lugar o “espaciamento” conquistado en el que “todo está por hacer” recuerda a la teoría del Bloom de Tiquun y al emplazamiento que realizan al sujeto contemporáneo hacia una disolución de la subjetividad: “denominan Bloom a los nuevos sujetos anónimos, a singularidades cualquiera, vacías, dispuestas a todo, que pueden difundirse por todos lados pero permanecen inasibles, sin identidad pero reidentificables en cada momento” (Alberich; Sedeño, 2018). El problema que se plantean es: “¿Cómo transformar el Bloom? ¿Cómo operará el Bloom el salto más allá de sí mismo?” (Alberich; Sedeño, 2018). Eso es siempre una incógnita, pero esperamos que en la medida de lo posible este estudio nos permita aprender a descifrar a este Bloom dejándole ser, sin necesidad de quitarle la máscara, si es que decide usarla.

## **IV. Estudios de caso**

### **IV.a. Marco y presentación breve del interés de los casos seleccionados**

En la Introducción (apartado I) hemos visto, brevemente, que los casos de estudio elegidos presentan una singularidad que nos va a permitir explorar dos aspectos: por un lado, las prácticas anonimizantes de los usuarios en la Red, con el uso de seudónimos y avatares; por otro, la incursión de un signo de la cultura cibernética, como es el anonimato, en el nuevo panorama mediático.

En adelante, denominaremos sujeto-locutor al avatar, al seudónimo, y sujeto-actor a la persona que lo crea. Es decir, Barbijaputa y Gerardo Tecé son sujeto-locutor, mientras que Barbi y Gerardo son sujeto-actor.

### **IV.b. Barbijaputa**

La conversación con la persona creadora de Barbijaputa ha tenido lugar por Skype y se ha realizado sin desvelar la identidad civil que hay tras el seudónimo. En adelante, nos referiremos al sujeto-actor como “Barbi” y al sujeto-locutor como “Barbijaputa”.

#### **IV.b.1. El uso del seudónimo y la protección de la privacidad**

Barbi creó el seudónimo Barbijaputa para verter libremente sus opiniones en su blog personal Zona de desahogo y combustiones espontáneas (hoy reconvertido a Barbijaputa.com). En ese momento, trabajaba como azafata en una empresa de aviación, un sector “bastante rancio, reaccionario”; el seudónimo le servía para expresarse ante otros sin poner en riesgo su espacio laboral. En junio de 2009, abrió una cuenta en Twitter con el nombre Barbijaputa, que arrancó con unos 500 seguidores que procedían del citado blog<sup>44</sup>.

*¿Te acuerdas de cómo era antes Twitter? Era maravilloso, todos anónimos. Con los años la gente va madurando y se lo toma más en serio poniendo su nombre. Antes era muy guay, eran todo chistes, no había casi políticos, era como un patio de un colegio y gente comentando las noticias sin ningún tipo de filtro. [...] Leía muchos blogs en aquella época y*

---

44 En la actualidad, tiene más de 302.000 seguidores en Twitter.

*no veía a casi nadie con su nombre: desde Mi Mesa Cojea hasta Kurioso. Nadie usaba su nombre. Era como demasiado rancio. Lo que pensábamos todos era “vamos a buscarnos un nombre muy guay”. Nunca pensé ni hice una lectura profunda sobre el anonimato en ese momento. [...] Desde el principio de Internet el anonimato se consolidó. Creo que cualquier persona que está en Internet tiene un seudónimo para algo, para algún foro. Internet muchas veces es sinónimo de seudónimo, avatar, y me parece creativo, necesario y tal y como está la cosa ahora me parece muchas veces vital que intentemos proteger nuestra intimidad y nuestra vida de la fauna que hay, como el hecho de que pongan a policías a hacer búsquedas para encontrar chistes sobre Carrero Blanco. Cada vez me parece más importante que la gente use seudónimos, la verdad.*

Al ser preguntada sobre cómo fue el proceso de elección y construcción del avatar, Barbi reconoce que “no es que le diera demasiadas vueltas”, aunque con el tiempo ha podido reflexionar sobre cómo se dio esta composición, una reapropiación de un icono pop como es la muñeca Barbie de Mattel:

*Me gusta lo cínico que es ver a una tipa sesenta años sin cambiar la expresión, sonriendo, resbalándole todo. Pero hay que demonizar un poco ese halo angelical que tiene la imagen de Barbie para la mujer. Así que le coloqué los cuernos, le puse el tridente, como diciendo "aquí angelical ya poco". [...] Quería esconderme detrás de esa imagen de "me da igual lo que vayas a decir, no voy a perder la sonrisa esta eterna de piedra”.*

Si en un primer momento el uso del seudónimo le sirvió para proteger su privacidad en el entorno laboral sin renunciar a la libre expresión de sus opiniones en la Red, en adelante el principal motivo fue protegerse de las “amenazas y el odio que ves en mucha gente”. En todo caso, reconoce que ha seguido con el nombre por algo como “una inercia”, ya que “la gente me conocía por ese nombre, no por mío real”. Dice que no descarta salir del anonimato en algún momento: “No quiero tener 80 años y ser Barbijaputa”, pero por ahora se siente cómoda con la división entre la vida pública del avatar Barbijaputa y la vida privada de quien escribe detrás de él. De hecho, destaca como una de las grandes ventajas de su anonimato el poder mantener separadas la vida profesional y la personal: “Agradezco muchísimo andar por la calle y que nadie sepa quién eres”. Y continúa:

*Nunca he tenido la necesidad de perder mi privacidad y mi vida por darle el gusto a los que nunca estarán de acuerdo conmigo, que son los que me exigen que dé mi nombre y que*



*enseñe mi cara, que da para pensar. Es como “quieres partírmela, directamente”. [...] Cuando he dicho alguna vez en Twitter que algún día saldré el anonimato me dicen “¡No! Tú estás loca”. Y la verdad es que me alegra, tampoco ellos lo necesitan. Realmente, ¿para qué?*

Actualmente, colabora con artículos de opinión en varios medios (lo veremos más desarrollado en el epígrafe 4), en todos ellos con el seudónimo de Barbijaputa. Su nombre y apellidos civiles no aparecen en Internet. “Me parece una vulneración de la privacidad que tu nombre esté ahí, no me parece nada sano. Siempre he intentado que mi nombre no vaya por ahí sin saber quién lo está leyendo. Siempre he sido muy cuidadosa con eso”, dice.

Quienes sí le han pedido que haga pública su identidad civil han sido usuarios que discrepan en cuanto a la ideología en la que se fundan las ideas que defiende Barbijaputa:

*¿Por qué no contestan a los artículos con argumentos? Al final es una falacia ad hominem<sup>45</sup>: “como tienes una foto de Barbie, lo que dices no vale”. ¿Qué debate es ese? Tú tienes la foto de tu perrete y qué te voy a decir yo. No por eso digo que no valen tus argumentos, pero ponme alguno. [...] Tengo tan claro que hay que rebatir los argumentos y no nombrar estas cosas... Te descalificas a ti misma, te sacas del debate cuando haces una falacia ad hominem.*

La curiosidad (incluso morbo) que produce el querer saber quién se esconde tras un fenómeno de éxito no previsto en los manuales de marketing digital ni en las escuelas de comunicación, como es el de Barbijaputa, llegó hasta una periodista de El Español, Lorena G. Maldonado, quien acudió a una charla en la que participaba Barbi con la intención de, por fin, ponerle cara. Cuál fue su sorpresa al comprobar que la tuitera no asistiría al evento, sino que entraría por conexión telemática sin mostrar su rostro. En su artículo de Maldonado decía:

*Todos los ponentes, excepto la célebre tuitera, ocuparon sus sillones con dignidad, mostrando su cara, firmando con los ojos su discurso e implicándose sin mojigaterías, con nombres y apellidos, en la causa de la visibilización de la mujer. [...] Los asistentes esperaban con cierto morbo la aparición estelar de Barbijaputa, preocupada siempre en salvaguardar su anonimato. ¿Se pondría una media en la cara; un pasamontañas?*

---

45 Según Wikipedia, un argumento *ad hominem* consiste en dar por sentada la falsedad de una afirmación tomando como argumento quién es el emisor de ésta.

*¿Aparecería en una pantalla, como Rajoy, pero con la cara pixelada, como un menor? -Qué difícil a veces encarar lo que significa ser adulto y hacerte responsable de tu identidad y tu discurso-. ¿Habría sentada de espaldas al público para ser irreconocible, como un testigo protegido? ¿Se expresaría por videoconferencia desde algún país al que haya pedido asilo político, como Snowden? O quizás surgiese entre los telones del teatro escoltada por tres policías del Gobierno italiano, como Roberto Saviano. La realidad siempre es más decepcionante: Barbijaputa volvió a no correr ningún riesgo y, de repente, avanzado ya el debate, su voz surgió de los altavoces como la de Dios dando un speech celeste, arreglando las movidas terrenales con tres recursos hinchados y superficiales, pero, eso sí, sin bajar al barro a mancharse, sin enfrentarse al problema.*

El paralelismo argumental entre Maldonado y los defensores del “juego limpio” de la Gran Bretaña del siglo XIX es evidente. De este artículo, a Barbi le molestó que la periodista escribiera en el titular que había dado la charla “con la cara tapada” y que el medio clasificara un artículo valorativo acerca de su decisión de mantenerse en el anonimato en una sección de información (Cultura) y no en una de opinión. Barbi considera que esta demanda de mostrar el rostro es una preferencia que quienes mantienen posiciones ideológicas opuestas utilizan como arma para atacarla.

*¿Convencer a alguien de mis argumentos por poner mi nombre? Me parece improbable, para empezar. Y, segundo, me parecería absurdo, porque los argumentos van a seguir siendo los mismos. Sería un cambio de opinión muy superficial.*

#### **IV.b.2. El papel de la comunidad**

La acumulación de un volumen destacado de seguidores desde los primeros pasos de Barbijaputa en la Red fue fundamental en su éxito posterior. Los 500 seguidores con los que empezó en Twitter, procedentes del blog que ya mantenía, considera que le “dieron fuelle, en comparación con la mayoría de cuentas en ese momento, que eran bastante anónimas”. Durante el movimiento 15M, en mayo de 2011, se dio la gran ampliación de seguidores:

*Empezó a seguirme muchísima gente, porque sabes que los medios no decían mucho sobre el 15M. Los que estábamos en la plaza empezamos a ser seguidos mucho por mucha gente del resto de España que quería informarse de qué pasaba allí porque los medios no lo*

*hacían. Ahí sí que noté un subidón grande de seguidores, muy de pronto, nada paulatino. Me di cuenta de que tenía muchas interacciones y empezaba a tener menos privacidad.*

En la construcción de popularidad en torno a cuentas durante el 15M pesó más el hecho de que relataban lo que los medios no incluían en sus informaciones que el hecho de hacerlo desde cuentas anónimas o con nombres y apellidos civiles.

*Muchos de los que estaban en la plaza del 15M y en Twitter con su nombre y apellidos a día de hoy también tienen muchísimos seguidores pero porque también estuvieron en ese contexto. Subieron 25.000 seguidores en pocas semanas, porque al final en Sol caben los que caben y la gente que estuvo haciendo periodismo ciudadano tuvo una afluencia de seguidores importante.*

Estas reflexiones se enmarcan ante la pregunta de “¿crees que si publicaras las ideas de Barbijaputa con el mismo tono pero con un nombre y apellidos civiles tendrían el mismo efecto sobre los lectores”. La referencia al contexto concreto en el que se construye su popularidad es fundamental en su respuesta:

*Cuando en Twitter ya hay 200.000 cuentas diciendo cosas muy interesantes y de repente vienes tú con un discurso que ya tienen muchísimas más cuentas, eres una más. Pero entonces en Twitter no éramos tantos y luego que estuviéramos en el 15M éramos menos aún. No lo sé, es difícil de adivinar.*

Saber cómo es la comunidad que alberga, circunda y aúpa a Barbijaputa en la mediasfera<sup>46</sup> resulta complicado, sobre todo porque la propia Barbi no la ha analizado como tal ni la monitoriza de forma sistemática. Ahora bien, sí podemos saber lo que piensa de la relación que tiene con sus seguidoras, que considera es “muy guay”. También asegura que siente que existe “complicidad” con ellas, así como también entre ellas:

*Las veo a menudo en las menciones. Ya me imagino a cada una. Hay muchas que son asiduas a hablarme y como que ya les voy formando su propia personalidad a cada una. A pesar de que son muchas, se te van quedando. En el programa de radio tenemos espacios*

---

46 A su cuenta de Twitter, se suman otras cuentas en Facebook e Instagram y un blog (<http://barbijaputa.com>), así como sus contribuciones en medios de comunicación online.

*para que las oyentes envíen audios y yo les voy contestando dudas. Ellas recomiendan libros, series, pelis y tienen la sección Aquelarre, donde una hace una pregunta que otras oyentes contestan la semana siguiente. Ahora no solamente las conozco por el avatar, por su forma de contestar (ésta es más bruta, ésta más graciosa, otra más irónica) sino que además les estoy poniendo voz. Al final, las quieres un poco. ¿Lazos entre ellas? Yo creo que sí. No son conversaciones aisladas las que tengo con ellas. Como muchas se siguen entre ellas y hace falta que sigas a dos personas para ver que están hablando, veo que cuando se inicia una conversación, aparece otra con su punto de vista y se forma como un hilo con muchas voces. Eso crea comunidad, claro.*

Y, ¿cómo ven a Barbijaputa sus seguidoras? Lo cierto es que para saberlo deberíamos poder hablar con ellas, pero, por ahora, veamos qué imagen tiene Barbi de la percepción que tienen de ella sus seguidoras:

*Muchas me leen con reticencia o a ver si están de acuerdo conmigo o no. Algunas ponen "no siempre estoy de acuerdo con ella, pero en este artículo la verdad es que la clava". O también hay del tipo "Barbi como siempre lo clava". O "es la primera vez que la leo y lo clava". Comparten artículos de maneras muy diferentes. Cada una tendrá su visión de mí, porque al final no son mis amigas, no me conocen en mi día a día, no saben cómo funciona, ni cómo soy en la intimidad o cómo soy con un café delante. O qué pasa en mi vida, mis problemas. Digamos que ellas conocen solamente una pequeña parte de mí sobre la que formarse una idea. Depende de cada una que ese cuadro final sea de una forma u otra.*

Es de interés señalar que lo primero que contestó ante las pregunta “¿qué tipo de relación tiene con sus seguidores?, ¿qué tienen en común?, ¿los consideraría una comunidad?” fue una explicación sobre los usuarios de los que recibe amenazas o insultos. “Si quería seguir disfrutando de Twitter, tenía que quitármelos de en medio”, arguyó.

*Yo al principio en Twitter no bloqueaba a nadie pero, de dos años a esta parte, la cuenta ha ganado muchas interacciones y muchos seguidores. Empecé a bloquear y se me ha quedado un Twitter supersaneado, de gente que me habla, que me lleva la contraria, que me pregunta y que duda sobre lo que digo. Me he quedado a gusto quitando trolls. En cuanto aparece uno lo bloqueo y pa'lante. Desde que tengo esa técnica estoy más a gusto, porque era un poco irrespirable.*

Como parte de la comunidad feminista, también ha encontrado aliadas que la han defendido de algunos ataques que ha recibido sea por sus ideas o por el hecho de defenderlas desde el anonimato. Una de esas ocasiones fue, precisamente, a raíz del artículo que mencionamos anteriormente, en el que una redactora de El Español se mostró decepcionada por no poder ver el rostro de Barbi durante una jornada sobre la visibilización de la mujer.

*Durante la charla pasaron cosas muy graves. Había una compañera, una feminista negra, y fue vergonzoso cómo la trataron dentro de la mesa feminista, cómo se le quitaba el micrófono para que dejara de hablar, dejara de quejarse. La periodista, que estaba en el público, en lugar de hacer una crónica de la mesa de debate, la hizo sobre el hecho de que yo no iba a aparecer. Un montón de tipos de derechas la aplaudieron. Pero, después, un montón de feministas escucharon la charla y atacaron a la redactora por no haber dicho nada sobre lo que había pasado con Afroféminas.*

Y, pese a los ataques que recibe de los trolls, no olvida que algunas veces ha logrado hacer cambiar de opinión a quien en un primer momento no estaba de acuerdo con sus ideas:

*Mucha gente me ha escrito para decirme que ha cambiado su forma de ver las cosas. ¿Cómo lo he conseguido? Pues con lo lógico: los argumentos y los artículos. Algunos que me llamaban loca hace unos años me escriben y me dicen, muchas veces en público, que hay cosas que no se pueden discutir y se han desmachirulado. ¿Qué más puedo pedir yo?*

#### **IV.b.3. Libertad y límites de la práctica discursiva**

Barbi reconoce que los ataques que ha recibido (y que recibe, aunque ahora ha bloqueado para que no lleguen a su pantalla) le han afectado emocionalmente, aunque cada vez menos:

*Sí que me importa, sí que me hacen daño, aunque también es verdad que con el paso del tiempo te la pela completamente. Pero al principio, cuando eres nueva en Internet, cualquier cosita que te digan te puede afectar. Y ya no, la verdad, ya me da igual.*

Estos ataques no han motivado nada parecido a un cambio de actitud o de enfoque en los contenidos. Lo único que le ha hecho pensarse dos veces si ofrecer su opinión tal cual han sido los encausamientos judiciales que se han iniciado contra creadores culturales varios, por sus enunciados, en los últimos años:

*Ahora mismo, muchas veces me autocensuro. Ves las noticias de titiriteros, de tuiteros, de raperos que meten en la cárcel por opinar y, con la relevancia que yo tengo, digo "es que me encuentran en cero coma con una búsqueda rápida". Me tengo que censurar con un seudónimo, porque realmente no soy tan anónima: la Fiscalía sabe dónde trabajo. Con darle una citación a El Diario ya me tienen. Soy anónima pero no soy tan anónima.*

Al ser preguntada sobre si alguna vez algún usuario, al margen de aquéllos que le atacan por ideología (y que denomina *trolls*), había cuestionado la credibilidad de sus enunciados por el hecho de firmarlos con un seudónimo, también lo tiene claro: “No me he encontrado con nadie que haya dicho "cuánta verdad, qué pena que no pueda apoyarlo porque lleva un avatar que no es ella"”. Y cuando le han amenazado con denunciarle ha sido por la expresión de sus opiniones, nunca por no mostrar su identidad civil.

Barbi nos habla de otro firmante anónimo que colabora con eldiario.es, Teniente Kaffee, un jurista que utiliza este seudónimo para, igual que ella en sus inicios, evitar cruces con la esfera laboral. Este avatar, que se autodenomina en su biografía en dicho medio online como “personaje de ficción”, publica artículos de opinión sobre cuestiones de actualidad atravesados por alguna explicación de carácter legal. También tiene cuenta en Twitter, pero con muchos menos seguidores que Barbijaputa<sup>47</sup>. Entre eso y que “digamos que trata temas menos espinosos”, según Barbi, no recibe presiones acerca de escribir desde el anonimato. “Como yo hablo de feminismo, que tiene más reacciones negativas, tiene más riesgo hablar con tu cara y tu nombre”, reflexiona.

¿Quiere decir esto que hablar desde un seudónimo da más libertad a la hora de expresarse? No necesariamente. Parece que lo que está en juego no es tanto la libertad de expresión, sino más bien la capacidad de alcanzar un alto impacto mediático y social con aquello que se expresa sin necesidad de renunciar para ello a la privacidad de la vida personal e íntima:

*Con mi nombre real podría decir lo que me diera absolutamente la gana, porque es un nombre completamente anónimo, no soy nadie, no me conocen nada más que mis amigos y mi familia. Se puede liar muy gorda por una cosa que dice Barbijaputa y que dijera eso mismo con una cuenta con mi nombre y apellidos y que no pasara absolutamente nada.*

---

47 2.745 seguidores en Twitter, frente a los 302.000 de Barbijaputa.

Explica Barbi que para ella su avatar, siendo una composición externa a su propia identidad carnal, no está realmente dissociada de sí misma. Ante la pregunta de si siente que su seudónimo podría llegar a considerarse como algo parecido a un heterónimo, con vida propia en la Red, responde convencida:

*Sí, conozco los heterónimos de Pessoa. De hecho, es mi poeta favorito de la vida. Pero lo de él era diferente: él enmarcaba diferentes facetas de su vida y de su personalidad en distintos personajes, que tenían peleas entre ellos. Exponía una cosa y con su heterónimo se contestaba una réplica. A mí no me da mi genialidad para tanto. Yo soy yo. Lo único que tengo es que en vez de poner mi nombre pongo un seudónimo, pero no siento que esté interpretando. En mi casa soy igual. De hecho, hay gente que me ha pillado: "es que dices las mismas cosas". No hay mucha interpretación, sería muy cansado. No hay ni un puntito de exageración. Yo soy sin más.*

Barbi no considera a Barbijaputa un personaje de ficción, tampoco una periodista. Sí se considera una columnista, pues mantiene colaboraciones periódicas con varios medios. No se identifica, en cambio, con la descripción propuesta durante la entrevista de "tuitera ascendida a columnista". "No lo sé. ¿Lo ves como un ascenso? En Twitter lo que hago es microopinión. Los artículos me dan más espacio para explicar más cosas, pero eso ya lo hacía en mi blog".

#### **IV.b.4. El papel de los medios**

Los medios de comunicación no son considerados por Barbi fundamentales como vehículo para su libre expresión pública. Como hemos visto, Barbi tenía un blog y, después, una cuenta en Twitter, desde la que ha acumulado capacidad de influir en la construcción de la opinión pública. Sin embargo, empezar a colaborar con los medios de comunicación le ha permitido vivir de escribir:

*En el aspecto positivo, me dedico a escribir. He sacado varios libros, escribo en varios medios y hago un podcast en la radio. Esa es la parte buena, que puedo hacer lo que me gusta, que es escribir.*

Entrar a colaborar en medios de comunicación también le ha servido para ampliar el alcance de sus enunciados. El periodista Ignacio Escolar le ofreció escribir en una sección de un medio de

periodismo digital que daba sus primeros pasos, eldiario.es. Barbi aceptó y a partir de ese momento, la presencia de Barbijaputa en la esfera pública se transformó:

*Cuando paso a eldiario.es, lo que cambia es que lo que antes no le importaba más que a mis seguidores y a algún facha enemigo por ideología, empezaba a importarle a medios de derechas como Periodista Digital, Libertad Digital, La Gaceta, Intereconomía, porque yo era la columnista estrellita de Ignacio Escolar. Soy independiente, porque soy freelance, pero digamos que mi marca se ha asociado bastante a eldiario.es y a Ignacio Escolar, y aprovechan cualquier cosa aprovechan para atacarle a él.*

Su columna en este medio (empezó escribiendo de forma semanal; ahora escribe dos veces por semana) le abrió las puertas a nuevos públicos, lo que también llamó la atención de otros medios. Ahora colabora en Pikara Magazine, La Marea y Critic; y escribe para organizaciones como Amnistía Internacional o Intermon Oxfam. Siempre con el mismo seudónimo de Barbijaputa.

#### **IV.c. Gerardo Tecé**

La entrevista a Gerardo se realizó por teléfono. No se ha considerado necesario realizarla por Skype o por otro medio telemático que pueda mostrar su rostro. La persona que escribe tras el avatar de Gerardo Tecé se llama Gerardo de la Torre Cortés. Nos referiremos al sujeto-actor como “Gerardo” y al sujeto-locutor como “Gerardo Tecé”.

##### **IV.c.1. El uso del seudónimo y la protección de la privacidad**

Gerardo abrió su cuenta de Twitter en febrero de 2009. El *nickname* lo creó mediante la combinación de su nombre completo y las iniciales de sus dos apellidos. La elección de la foto de perfil (Kevin Malone, de la serie The Office) fue determinante en la confección de lo que después acabaría siendo el personaje que genera opinión Gerardo Tecé.

*Es un personaje un poco gris pero simpático, que es contable en la oficina de la serie. Está sentado al fondo, habla muy poco y cuando habla dice alguna chorrada que te descoloca; es algo surrealista. Creo que sí representa la manera en que yo comunico en Twitter. Lo elegí inconscientemente, porque lleva el rollo que yo llevaba en la forma de expresarme en el personaje. Se adapta bien en la cara y el gesto. No se me ocurriría ponerme una foto del*



*Ché Guevara para dar estos mensajes. Me parece más divertido hacerlo con una serie americana y comunica mejor.*

Aficionado a la comunicación y el periodismo, abrió su cuenta en un primer momento para leer a otros. “Me gustaba ver a periodistas nuevos como Fernando Berlín o Nacho Escolar en sus blogs, fuera de sus periódicos”. Algo después llegó “ese momento 15M de descontento general” y la forma de comunicar de Gerardo en las redes conectó con lo que los usuarios buscaban. Cuando la cuenta empezó a crecer bautizó a su avatar como Gerardo Tecé, creando un apellido ficticio de las iniciales de sus dos apellidos reales:

*Me sonaba mejor y creía que era más reconocible. [...] El personaje creció muchísimo porque casaba bien el tono, la foto y el nombre, con un apellido no conocido. Una combinación que no fue buscada pero funcionó.*

Este deseo de Gerardo por dotarse de una firma reconocible por los lectores encontraba su límite en otro deseo: el de mantener la privacidad.

*Perfectamente podría haber firmado con mi nombre, pero como en las redes sociales uno se siente cómodo por un lado pero por otro nunca sabes quién hay al otro lado, supongo que, desde un punto de vista conservador, inconscientemente me sentía más cómodo sin usar mi nombre real. Al hablar de política y mantener conversaciones complicadas, de alguna forma me protegí haciéndolo así. No fue meditado pero supongo que en el trasfondo está eso. Separarme a mí de este personaje de alguna manera.*

Justo cuando empezó a ganar seguidores, Gerardo empezó a trabajar en medios de comunicación, precisamente con la firma y estilo de Gerardo Tecé, que hoy en día considera como su “marca”, su “sello de trabajo”. En ese momento, tuvo que tomar la decisión de si seguir en el anonimato o si empezar a desvelar cuestiones de su identidad pública como su rostro o su nombre real y completo. Optó por un punto intermedio.

*Por un lado, no quería mostrar mucho mi identidad real y mi cara, pero por otro lado esconderme de tal forma me parecía un poco exagerado. Cuando me han hecho entrevistas pongo la foto, pero mi personaje sigue teniendo su foto. El anonimato puro no coincidió con*

*el éxito de la cuenta. Para el 99% de la gente, que no conoce mi cara, sí sigue siendo así ahora mismo.*

Esta decisión tuvo como consecuencia la pérdida de privacidad ante quienes Gerardo sí quería seguir manteniéndola: familiares y conocidos cercanos.

*Si hubiera podido elegir esconderlo de algún ámbito habría sido el de la gente cercana y familiares que no ves nunca, para poder decírselo como y cuando quisiera. Que quien te conoce se haga otra imagen de ti, eso sí me puede incomodar. Para la gente que no me conoce, no me incomoda y me da un poco igual. [...] Yo ahí genero una opinión o digo ciertas cosas que no necesariamente es el completo de lo que yo soy ni es justo lo que yo soy. Es un miniyo. Ser juzgado por esas opiniones es lo que más me ha podido incomodar. No me ha pasado nunca nada, ha sido más que nada rayada mental mía. [...] No he tenido un celo especial de protección a mi intimidad, ni tampoco la he querido mostrar.*

En su caso, no existieron interferencias entre las opiniones que vertía Gerardo Tecé en las redes y la esfera laboral de Gerardo, puesto que trabajaba como profesor en una academia propia. Cuando empezó a ser más conocido y tener más influencia, le llamaron de medios de comunicación para colaborar y, desde hace ya unos años, vive de lo que escribe como Gerardo Tecé. Ahora que se ha profesionalizado, valora tener la identidad “compartimentada”.

*Me siento cómodo con Gerardo Tecé: en este lado está mi vida y en este lado mi proyección pública. Quizá si me insultaran con mi nombre y dos apellidos me daría más por aludido, pero lo tengo desvinculado: esto le pasa a un personaje creado. Quizá es una trampa que me hago a mí mismo, el tenerlo desvinculado, así no me da dolor de cabeza. [...] Me daría pánico escribir delante de tanta gente o que me leyera tanta gente. En ese sentido, es un seudónimo.*

En este proceso, Gerardo ha ido mostrando su rostro, no solo en entrevistas que le han hecho en medios de comunicación, sino también en la firma de sus propios artículos en los medios online con los que colabora. Dice que el tono con el que se expresa en las redes sociales es totalmente diferente que el que utiliza en los artículos de opinión que escribe para Ctxt o La Marea. “No tendría ningún sentido escribir ciertas cosas con la foto de Kevin Malone. Lo he solucionado poniendo mi foto”, explica.

En redes sociales, está seguro de que sí han cuestionado su credibilidad por hablar con la foto de Kevin Malone. Su defensa en este punto la tiene clara:

*En el ámbito de las redes sociales creo que es legítimo hacerlo así. Si vamos en el autobús y empiezo a hablar contigo no te digo, antes de nada, “oye, Marta, este es mi DNI”. Todos somos anónimos en el autobús y en la calle. Nuestras relaciones sociales suelen ser anónimas, pero no con las redes sociales, sino de antes. Cuando ya tienes confianza dices “te invito a mi casa y ves mi interior, estos son mi nombre y mis apellidos”. No es más ni menos una opinión por tener un avatar o una foto de un delfín.*

Además, valora el no haber desvelado por completo su identidad en las redes sociales por “protección propia”. “Una cosa fue aquel momento [el del 15M] y otra éste, el ambiente está muy crispado y polarizado”, dice. Le da seguridad no exponer más su identidad. “De momento me siento cómodo y bien en esta situación. Me han parado siete veces en estos años y siempre ha sido gente encantadora”, asegura.

#### **IV.c.2. El papel de la comunidad**

El empuje del volumen de seguidores<sup>48</sup> que ganó en su momento Gerardo Tecé en las redes sociales fue fundamental para que Ctxt le fichara. Gerardo sigue la pista y mantiene relación con algunos de sus principales seguidores, “de una forma absolutamente horizontal, nada del otro rollo”, matiza. Parece no sentirse del todo cómodo al ser preguntado por si cree que existe una comunidad en torno a su personaje en redes y qué cree que la caracteriza. Prefiere hablar de “afinidades que existen entre personas” que de “tener fans”:

*Quiero partir de la base de que no soy idiota. Si algún día alguien me ve diciendo “vosotros, mis fans”, me tiro por la ventana y cierro la cuenta. Sí hay una comunidad de gente que es bastante fiel, pero no los considero mis fans ni propiedad mía. Hay como un público que son entre 100 y 300 personas que me ayudan mucho a generar conversación, que mueven mis contenidos con todo el cariño y la buena intención. A este tipo de gente que está muy presente la sigo en Twitter y tenemos muchas conversaciones, he conocido a muchos en persona y les agradezco que muevan el contenido mío. [...] Cuando te sigues la pista a alguien que luego crece, hay una relación de cariño y colegueo.*

---

48 Actualmente, tiene en torno a 483.000 seguidores.

Gerardo no lee todas las interacciones que le llegan a Gerardo Tecé, por lo que dice que se basa sobre todo en “intuiciones” para poder explicar algo más acerca de su comunidad. ¿Qué cree Gerardo que significa su avatar para sus seguidores?

*“Pones palabras a lo que pienso”. Eso es lo que más me han dicho. Quizá es la habilidad que puedo tener. En un espacio corto intento condensar un mensaje que tenga gracia, hable de actualidad, tenga un grito, ironía y sea un hachazo, un “bum”. Creo que se me da bien y creo que es lo que me han podido decir más veces.*

También ha detectado que algunos usuarios utilizan su “personaje marca” como argumento de autoridad en discusiones online:

*Puede que también haya tenido éxito por haber sido utilizado como herramienta. Cuando A y B discuten sobre algo, con dos posiciones enfrentadas, veo que alguno utiliza un mensaje mío de Twitter, en el que digo algo de forma directa, que se entiende de manera clara. Lo retuitean como militancia, para echárselo a alguien con quien están discutiendo. [...] Me cogen como punta de lanza porque se me da bien condensar el núcleo del sentido y darle una vueltecita.*

Otro de los rasgos de la comunidad que circunda a Gerardo Tecé es que las interacciones que provocan los tuits son diferentes a las de los artículos de opinión en medios online.

*Intuyo que es así, poniéndome en la piel del otro, y un poco por las interacciones. Hay un tipo de comentarios para los tuits y otros para los artículos, que suelen ser más pausados. Yo tengo la ideología que tengo, intento ser honesto (mi prioridad en la vida y mi forma de verla no es separable de mí), intento meterle toda la honestidad que puedo a lo que escribo. Y en ese sentido sí ves que con los artículos las críticas son distintas que en redes.*

Al preguntarle por si algún seguidor le ha pedido o sugerido destapar por completo su identidad civil, responde que no, pero que no le extrañaría que pasara algún día: “hay un ambiente de cacería extraña”. Esto le lleva a evocar lo que ocurrió con el tuitero Pastrana, conocido por intervenir e interactuar en Twitter con tono ácido e intención polemista con políticos y usuarios de izquierdas.

Algunos usuarios de esta red social hicieron una campaña contra él, desvelando su identidad<sup>49</sup>.

Gerardo dice tener con él “una buena relación, en contra de lo que pueda parecer”.

*En el Twitter de los DM<sup>50</sup>, más de una vez hemos discutido. Me echa a los leones públicamente. Yo le respondo por privado: “no me hagas esto, peleemos en argumentos pero estás manipulando en una cosa que no es así”. Tenemos una relación cordial dentro de las distancias. Cuando a él le pasó eso<sup>51</sup>, teníamos hablado que le haría una entrevista de los dos hablando del tema del anonimato. Al final se echó atrás para no hacer más ruido. [...] Estamos expuestos y es parte del juego, pero me gustaría que el juego fuera más limpio. Quería hablar con Pastrana de eso, hacer algo de autocrítica. Me gustaría hacerlo algún día.*

También Gerardo reclama “juego limpio”, pero no lo relaciona con el hecho de utilizar seudónimos en Internet sino con la ética en las prácticas de los usuarios, sean éstos anónimos o no.

#### IV.c.3. Libertad y límites de la práctica discursiva

Decíamos antes que Gerardo cree que su diferenciación expresiva está en el “girito” que introduce en sus tuits.

*A la hora de poner un tuit, intento que aporte algo, no tiene sentido decir lo mismo que los demás. Cuando veo que ha pasado algo, digo “vaya tela, venga, lo pongo”. Intento que tenga esa parte afilada, que consiga crear no desasosiego (Saramago decía “se escribe para crear desasosiego”) pero sí sacarle la solapa a algo y moverlo un poco.*

El uso de una máscara le ayuda a desinhibirse en esta práctica de “sacar la solapa y mover un poco” los temas de actualidad. “Al hablar de política y mantener conversaciones complicadas, de alguna forma me protegí haciéndolo así. No fue meditado pero supongo que en el trasfondo está eso.

---

49 Cuatro (2018). «Twitter 'desenmascara' al polémico tuitero @JosPastr» [artículo en línea]. *Cuatro*. [Fecha de consulta: 18 de junio de 2018] <[https://www.cuatro.com/noticias/viral/Twitter-desenmascara-polemico-tuitero-JosPastr-Pastrana\\_0\\_2505826054.html](https://www.cuatro.com/noticias/viral/Twitter-desenmascara-polemico-tuitero-JosPastr-Pastrana_0_2505826054.html)>

50 DM significa “Direct Message”. Se trata de mensajes directos que intercambian dos o más usuarios sin que sean visibles para el resto (siempre y cuando los dos interlocutores mantengan el principio de no revelarlos, pues mediante una captura de pantalla el hacerlos públicos está a unos pocos clicks, práctica habitual en las redes sociales).

51 El ataque que sufrió en redes sociales, basado en la revelación involuntaria de su identidad civil.

Separarme a mí de este personaje de alguna manera”. Lo que en última instancia diferencia a Gerardo Tecé de Gerardo es la forma que adquiere el mensaje en la red Twitter; el tono y el estilo de Tecé se desdobra de Gerardo:

*Yo diferenciaría un poco entre mis opiniones y la forma de expresarlas. Cuando hablo en mi vida privada, no tengo ese toque irónico, de doble sentido. Pero creo que sí le viene bien al personaje, aunque en el fondo sea yo. [...] Casi todo fue casual [la elección de atributos del personaje], pero mirándolo con perspectiva y ahora que me preguntas, creo que se adapta bien no a mí, sino al mensaje.*

Gerardo tiene la posibilidad de expresarse a través del “otro yo” que ha construido en la Red (no del todo identificable con su yo carnal, pero tampoco del todo desvinculado). De no contar con ese “otro yo”, dice que quizá no escribiría:

*De normal hablo con mis amigos y mi familia de una manera. Cuando hablo para medio millón de personas, me expreso de otra manera, para que llegue, es como me sale en ese ámbito. En ese sentido, sí es otro yo, en el sentido de que no soy yo el que está hablando, sino una especie de proyección mía que habla a un montón de gente. De hecho, por ejemplo, cuando me invitan a dar charlas en público, no voy, no porque no se conozca mi identidad, sino porque me daría pánico ponerme delante de 200 personas a hablar; no es lo mío. En el ámbito de las redes sociales, sí. Me desvinculo a mí mismo de ese personaje. [...] Si estuviera más vinculado con mi yo de carne y hueso, pues quizá no escribiría.*

Gerardo tiene claro que Gerardo Tecé es un seudónimo. ¿Y un heterónimo, en el sentido de personaje autónomo e influyente en la comunicación pública? Depende de lo que definamos como tal. “En el sentido de que es una parte de mí que hace esa función de hablar en las redes sociales, con público que te lee, que interactúa, que lo tengo separado en mi vida” acordamos durante la entrevista que podría ajustarse a una parte de la definición de heterónimo (en un intento por ir algo más allá de la idea de seudónimo, que solo refiere a la firma), pero si buscamos más heterónimos de Gerardo con los que se relacionaría Gerardo Tecé no los encontraríamos; él es el único desdoble.

¿Y una parodia de sí mismo? “Sí, y lo hago cada vez que puedo”, responde. “Cuando bromeo con cualquier cosa que me ha pasado y tiene gracia, puede ser un poco parodia de mí mismo”, explica.

Y, a colación, reconoce que encuentra límites a utilizar la cuenta de Gerardo Tecé como cuenta personal de Gerardo:

*Igual que intento comentar la actualidad con ironía, también lo uso alguna vez como una cuenta personal. Las menos veces y, de hecho, lo echo de menos. Esa cuenta empezó como una cuenta personal, en un momento de Twitter en el que molaba mucho. En aquella época estábamos todos más desconectados y cuando te conectabas a Twitter, que era distinta a todas las demás redes porque tenía un lenguaje de broma, se producían interacciones muy guays. Pero el impacto que tienes a partir de cierto número de seguidores te impide un poco hacerlo. No se me ocurriría el día de la madre poner una foto de mi madre, y si tuviera una cuenta pequeña quizá sí. Tendría unas relaciones más entre iguales, como en el principio. En este sentido, yo no puedo usarla como cuenta personal.*

Por su popularidad en la red social Twitter y su adscripción a ideas y medios de comunicación progresistas (principalmente, Ctxt), Gerardo Tecé ha ido ganando interacciones en los últimos años. Muchos usuarios que se dirigen a él lo hacen con una motivación ideológica, con el objetivo de atacar a la persona que hay detrás. Haber mantenido su identidad semiescondida le da tranquilidad:

*El ambiente está muy crispado y polarizado. [...] Como mucha gente de la que me escribe últimamente es para mal, por lo que digo y lo que proyecto, que es muy diferente a mi persona, no ideológicamente pero sí en el tono y en la forma, puede parecer que soy más beligerante de lo que soy en realidad. Por esta proyección y el volumen de gente que me conoce, no lo cambiaría ahora [la visibilidad de su identidad civil].*

Éste es uno de los motivos por los que Gerardo se sigue sintiendo cómodo con la compartimentación entre su vida privada y la proyección pública de Gerardo Tecé. De poco sirve la incitación de algunos compañeros del sector a que transite definitivamente hacia una identidad civil para ganar credibilidad.

*Lo hablaba con Magda Bandera, la directora de La Marea, que me decía “pon tu nombre, empieza a firmar ya como un periodista, no como un tuitero, que eso hace que no te tomen en serio”. Eso yo no lo tenía claro y como soy un poco inmovilista no me he movido. Como en mi cabeza está claro que lo tengo compartimentado, de momento no lo voy a cambiar.*

Sin embargo, no siente que sea menos creíble por firmar los artículos como Gerardo Tecé. “En Ctxt me permiten firmar como Gerardo Tecé porque es mi firma, es como quien firma con el segundo apellido y no con el primero”. Al fin y al cabo, Gerardo debe mucho a la imagen que ha generado su personaje Tecé.

*Ni de coña habría funcionado igual con foto y nombre real. El personaje siempre funciona muy bien en redes.*

En las columnas de opinión que publica en medios como Ctxt, La Marea, 20 Minutos o El Jueves, pese a que mantiene la firma de Tecé, ha ido desarrollando otro estilo diferente al que usa en Twitter.

*Es totalmente distinto, salvo que en mi cuenta se junta todo porque la utilizo para promocionar los artículos, para que tengan visibilidad. Son dos mundos distintos, la forma de escribir es distinta. La ironía da para tres líneas, no da para un texto largo; es insoportable un texto escrito en ese tono. A mí lo que me gusta realmente es colaborar en medios y escribir mi columna. El tuit es más agresivo, pero no es ni lo que me da de comer ni lo que me gusta. [...] La cuenta en Twitter me acompaña, es una herramienta y la disfruto mucho, pero no es el centro de mi día a día.*

#### **IV.c.4. El papel de los medios**

Gerardo Tecé empezó a colaborar con el periódico La Marea a partir de su éxito en Twitter y también realizó alguna colaboración con eldiario.es. “Me empezaron a surgir oportunidades de trabajo que yo no esperaba, yo no entré ahí para eso”, dice. A estas oportunidades le siguieron otras y hoy en día vive de estas colaboraciones. Fue determinante para su salto a los medios la llamada de Miguel Mora, director de Ctxt, medio con el que se siente muy comprometido desde sus inicios:

*Ctxt es un medio fundado por periodistas que salieron despedidos de El País, El Mundo y otros de periódicos europeos, como Le Monde o La Repubblica. Miguel Mora fue el que sacó las fiestas de Berlusconi con las menores. Se vieron en un momento en el que el buen periodismo no era una virtud sino un problema. Se vieron en una situación en la que decían “o empezamos a hacer buen periodismo o nos vamos” y al final se fueron a la calle, sin querer ellos. En ese momento, salió la idea de montar este proyecto. Le faltaba la pata*



*digital, de gente joven que estuviera en redes. Ctxt es un periódico muy serio que tiene que adaptar esa seriedad a las redes sociales. Me llamaron, me hicieron una entrevista, estuve un tiempo de prueba y, cuando sacamos el número 1, ya estaba dentro del proyecto, hace tres años y pico. Es una mezcla de gente con mucha experiencia con gente joven y para mí es como mi casa.*

Muestra su preferencia por el “sector de la prensa libre, que no depende tanto de anunciantes como de suscriptores”, aunque también escribe en otros medios, como Atresmedia, 20 Minutos o El Jueves, siempre con la firma de Gerardo Tecé:

*Como soy un personaje al que se le ve venir, a mí no me van a llamar para ser políticamente correcto o hacer una crónica al uso. Tengo que dar algo más. [...] Incluso cuando escribo en medios más grandes, como Atresmedia o 20 Minutos, entiendo que me llaman para eso. [...] Me dan manga ancha para comentar lo que quiera desde el humor.*

A Gerardo le gustaba desde hacía años la comunicación, a la que se había dedicado de forma amateur publicando fanzines o revistas digitales. Lo que hace ahora no sabe bien cómo calificarlo:

*Tenemos un oficio que no tiene nombre. Lo mismo que me pasa a mí, que he acabado trabajando de lo que más me gustaba, le ha pasado a otros. Tenemos un tirón en redes sociales y los medios, por su situación, por su necesidad de estar en las redes sociales, tiran de nosotros. Nos ha pasado a unos cuantos. [...] Cuando a mí me llaman para trabajar en algún medio, es porque llevo unas visitas a ese medio, un público a ese medio. ¿Me considero periodista? Por un lado me da reparo, pero me dedico al oficio. ¿Y columnista? Pues sí, hago columnas de opinión. Que la forma sea más o menos ortodoxa de llegar al sitio -en mi caso ha sido un poco rara- es otra cosa, pero lo cierto es que me dedico a eso.*

Su oficio no tiene un nombre determinado, pero lo cierto es que el sector periodístico le reconoce como parte de él. En 2016, recibió el Premio Blasillo con el que el Congreso de Periodismo Digital de Huesca premia el ingenio en Internet.

*Intento no darle mucho bombo a esas cosas. El momento de subir y saludar lo paso mal. Me gusta más tomar una cerveza con mis amigos y decir “pues me han dado un premio”.*

## **V. Discusión y conclusiones**

*1.- Las estrategias anonimizantes son parte de la cultura online y sirven a los usuarios para proteger su privacidad.*

Para responder a la primera pregunta de investigación (¿Qué motivos subyacen a la decisión de utilizar estrategias anonimizantes para exponer las ideas en las redes sociales?), empezaremos por diferenciar dos contextos que han influido en las decisiones de nuestros sujetos-actores y que coinciden, por un lado, con dos momentos diferentes de la evolución del proceso de convergencia mediática en España y, por otro, con dos situaciones diferentes: una en la que los sujetos locutores eran un usuario más de la Red y otra en la que son singularmente populares e incluso colaboran con dos medios de comunicación.

En 2009, año en el que Barbi y Gerardo crean sus avatares, la cultura del medio social Twitter mantiene algunos rasgos de la Internet soñada por los ciberutopistas de los años 90, como es el de utilizar un identificador o *nickname* diferente al nombre real para garantizar la igualdad de oportunidades en la interacción online. En ese momento, ambos eran anónimos, en el sentido de no destacar de la generalidad del resto de usuarios. Si bien Barbijaputa empezó en esta red social con 500 seguidores que procedían de su anterior blog, se puede decir que estaba indiferenciada entre un amalgama de usuarios con baja popularidad en general.

La decisión de crear una presencia en Twitter anónima (en el sentido discursivo), a través de la elección de un seudónimo y una imagen no personal que completaba la significación del avatar, se enmarca en un contexto en el que ésta era una práctica habitual. Barbi señala en su entrevista a usuarios que despuntaron al poco tiempo, como Kurioso o Mimesacojea, que hace unos años tampoco ofrecían apenas datos acerca de su identidad personal<sup>52</sup>.

En el caso de Barbi, el uso del seudónimo tiene un marcado carácter de defensa de la privacidad, pues le servía, en un primer momento, para verter libremente sus opiniones en la Red sin poner en riesgo su espacio laboral. En el caso de Gerardo, encontramos que, más que un seudónimo, lo que hizo fue mantener su nombre real (Gerardo), al que añadió un apellido creado a partir de la fusión fonética de las dos iniciales de sus apellidos (Tecé). No obstante, el efecto ha sido similar el de un

---

52 En la Webgrafía (apartado VI) se pueden consultar dos recursos online en los que se refleja esta evolución.

seudónimo, ya que muchos de los usuarios que le siguen no saben que Gerardo es su nombre real. En su caso, esta protección le sirvió para sentirse más cómodo a la hora de mantener conversaciones sobre temas políticos en las redes sociales.

El panorama mediático de 2018 es muy distinto al de 2009. Por un lado, la población española ha incorporado Internet como uno de los principales medios por el que informarse. Por otro lado, han surgido nuevos medios informativos que pelean por sacar adelante empresas periodísticas basadas en nuevos modelos de negocio que combinan los ingresos por publicidad y las aportaciones periódicas de una base amplia de socios, como es el caso de eldiario.es y Ctxt, los principales medios en los que colaboran Barbijaputa y Gerardo Tecé, respectivamente. Todo medio de comunicación que se precie tiene presencia digital y, muy probablemente, también en las redes sociales, que siguen siendo espacios de interacción y participación de los usuarios, tanto entre ellos como con las marcas de las cabeceras mediáticas.

En este contexto, el sujeto-actor Barbi continúa manteniendo su anonimato ante el gran público del sujeto-locutor Barbijaputa. Al principio, porque Barbijaputa era el nombre con el que una cantidad cada vez más amplia de usuarios la conocía en la Red. Después, desde que entra a colaborar en eldiario.es, se refuerza la motivación basada en la privacidad y la seguridad, debido a los ataques y amenazas que recibe de adversarios en el debate político de las redes sociales, quienes recriminan tanto su decisión de permanecer en el anonimato como sus posturas ideológicas. Todo, según Barbi, con el propósito final de desacreditar al director del medio, Ignacio Escolar.

Por su parte, el sujeto-actor Gerardo ha realizado modificaciones en la visibilidad de su identidad personal según se iba transformando su situación. Cuando firma sus columnas de opinión en Ctxt, lo hace manteniendo la firma de Gerardo Tecé pero mostrando su rostro. En cambio, en las redes sociales sigue manteniendo tanto el nombre como la foto de los inicios. Esto lo hace así ahora mismo porque su forma de comunicar es diferente en las columnas de opinión y en las redes sociales. Además, hace referencia a un “ambiente crispado” en las redes sociales, lo que le reafirma en su decisión de no exponerse más de lo que ha decidido hacerlo por ahora.

Ambos dicen sentirse cómodos con el actual estado de visibilidad o invisibilidad de su sujeto-actor. A Gerardo le sirve la construcción de este continuo identitario entre el popular avatar y la tímida persona real que lo ejecuta. Barbi destaca las ventajas de haber decidido mantenerse en el anonimato discursivo total, lo que permite al sujeto-actor llevar una vida tranquila. Son dos

fórmulas que funcionan, entre otras que seguro existen, para “ser dos cuerpos a la vez: el que crea y el que sobrevive, el que está intermitentemente con otros y el que vuelve a casa (Garcés, 2009)”.

*2.- El estudio de las prácticas de anonimato, seudonimia y heteronimia en la Red exige diferenciar los niveles de anonimato informático y discursivo.*

En cuanto a la segunda pregunta de investigación (¿La diferencia entre anonimato, seudónimo y heterónimo puede ser útil para entender las prácticas anonimizantes de los usuarios en la Red?), concluimos que sí nos ha resultado útil explorar la diferencia de significado entre estos términos. Confrontar estos conceptos, esto es definirlos no solamente por aquello que tienen en común sino por los matices que los diferencian, nos ha permitido desplegar dos dimensiones abstractas que operan en la producción identitaria de los usuarios de la Red y, a partir de ahí, entender con más profundidad el valor creativo que tienen estas prácticas a un nivel discursivo.

Por un lado, tenemos una dimensión que podríamos denominar interna, que va desde el sujeto-actor hasta el sujeto-locutor. El sujeto-locutor, que opera en el nivel del avatar, del seudónimo, tiene la fuerza de proteger la identidad, de anonimizar al sujeto-actor, al atraer la atención sobre sí mismo. Por otro lado, tenemos una dimensión que podríamos denominar externa, que va desde el sujeto-locutor hacia los otros usuarios, hacia los públicos, hacia el mundo exterior. El sujeto-locutor es reconocido por sus seguidores como el emisor de los mensajes que circulan firmados con su nombre. Su palabra produce efectos de realidad y tiene valor de verdad sobre los públicos. La necesidad de desvelar la identidad del sujeto-actor que ejecuta la voluntad del sujeto-locutor queda restringida al ámbito de los adversarios políticos<sup>53</sup>.

La práctica anonimizante se da, por tanto, hacia el sujeto-actor. La seudonimia y la heteronimia, en cambio, operan principalmente en el nivel del sujeto-locutor, en esa máscara que hacia dentro protege la privacidad del sujeto-actor y que hacia afuera tiene la capacidad de intervenir en la comunicación pública incluso con potencias que van más allá de las que pueden generarse desde una firma personal.

---

53 Los detractores del anonimato en el siglo XIX lo eran también, o en el fondo, de la función filantrópica y educadora del periodismo de la época. Sería de gran interés poder indagar si el rechazo al anonimato en el siglo XXI tiene correlación con el estar en acuerdo o desacuerdo con lo afirmado desde un seudónimo.

Dentro de este nivel, seudonimia y heteronimia presentan importantes diferencias semánticas entre sí. El seudónimo refiere al cambio de nombre, mientras que el heterónimo va mucho más allá y refiere al universo propio que se puede llegar a generar al sumarle a un seudónimo atributos personales, como la capacidad de pensar y de interaccionar con otros desde un lugar distinto al del sujeto-actor. En los casos que hemos estudiado, no hemos encontrado heterónimos en un sentido estricto (ni Barbijaputa ni Gerardo Tecé son equiparables a Alberto Caeiro, por ejemplo), pero introducir esta noción nos ha permitido imaginar un cruce entre la experiencia de despersonalización, de conciencia desdoblada de varios yoes, de Pessoa, Kierkegaard y Valéry, y la descripción del *cyborg* de Haraway como “unidad monstruosa e ilegítima” o la definición del avatar de Zafra como “una heterotopía para nuestro cuerpo, una imagen virtual como lugar de reflexión del aquí”.

Este enfoque en el marco teórico, trasladado posteriormente a las preguntas de las entrevistas, nos ha permitido encontrar en el relato de Gerardo una experiencia de despersonalización con respecto a su sujeto-locutor, con el que produce una narrativa diferente a la de su yo de carne y hueso, hasta el punto de afirmar: “si estuviera más vinculado, pues quizá no escribiría”.

Pese a no habernos planteado en los objetivos y las preguntas de investigación la diferencia entre anonimato y privacidad, hemos detectado durante el desarrollo del marco teórico la necesidad de confrontar ambos conceptos, lo que nos ha llevado a diferenciar entre dos niveles del anonimato, el informático y el discursivo. Una distinción esencial para comprender el alcance real de las prácticas de anonimato, seudonimia y heteronimia.

### *3. Coexisten distintos niveles de identificación entre los sujetos-autores y su respectivo sujeto-locutor, en correspondencia con la elección de distintas estrategias de protección ante adversarios.*

En cuanto a la tercera pregunta de investigación (¿Qué nivel de identificación tienen los autores de los casos estudiados con el "personaje" que han creado y desarrollado? ¿Lo consideran un pseudónimo de sí mismos o un autor "independiente"?) parece que ninguno de los sujetos-actor a los que hemos entrevistado considera a su sujeto-locutor respectivo como un autor autónomo de sí mismo. Ahora bien, así como Barbi afirma que “no hay ni un puntito de exageración”, que su seudónimo le sirve para “ser ella, sin más”, en Gerardo sí encontramos cierta conciencia de haber creado “otro yo” que ocupa el lugar de un sujeto-locutor que actúa más allá del sujeto-actor.

Sin embargo, la composición identitaria que ha elegido Tecé, no premeditada por ninguna estrategia particular sino construida sobre la marcha de los acontecimientos, permite a su sujeto-actor hacerse visible cuando y en el grado que desea. Visto así, la imagen que proyecta desde su perfil de Twitter no parece casual. En la foto del avatar se mantiene la imagen del inicio, de Kevin Malone, personaje de la serie de ficción *The Office* (porque funciona mejor para el personaje de Twitter, según su creador), pero si optamos por hacer click en su perfil completo, veremos que en la cabecera se ha colocado como un miembro más de la serie *La Tribu de los Brady*, una señal que indica que la cuenta es humorística. Desde su biografía en Twitter, se puede acceder a su perfil en LinkedIn, donde ya se puede apreciar una imagen con su rostro y su carrera profesional; o, mejor dicho, un extracto que corresponde a la experiencia como columnista de Gerardo Tecé, el sujeto-locutor. Además de conocer mejor sus ideas leyéndole en medios donde colabora habitualmente, como Ctxt, algunos lectores de Gerardo Tecé han tenido ocasión de conocer a Gerardo. Vemos, pues, varios pliegues bajo los que el sujeto-actor se va haciendo visible ante el usuario o lector que tiene curiosidad por conocer quién hay tras el sujeto-locutor.

Esta forma diferente de relacionarse con su personaje, con su sujeto-locutor, implica dos maneras diferentes de enfrentarse a las críticas de los adversarios. Barbi hizo durante la entrevista hincapié en que su decisión de bloquear a aquellos usuarios *trolls* le ha permitido seguir disfrutando de Twitter. Gerardo, por su parte, alude a la desvinculación con respecto del personaje que ha creado: “quizá es una trampa que me hago a mí mismo, así no me da dolor de cabeza”. La evidencia de que coexisten distintos niveles de identificación entre los sujetos-autores y su respectivo sujeto-locutor, nos invita a expresar la siguiente pregunta. ¿Existe correlación entre el grado de identificación entre sujeto-actor y sujeto-locutor y la elección de distintas estrategias de protección ante los adversarios?

*4. La forma de interacción entre usuarios está más influenciada por la cultura particular de cada espacio virtual que por el hecho de que haya en ellos prácticas anonimizantes.*

Para responder con plena exactitud a la cuarta pregunta de investigación (¿Qué características tienen las comunidades generadas en torno a identidades anónimas que anclan su función emisora en un medio de comunicación?), deberíamos confrontar estos resultados con los de otra investigación en la que se analizaran las comunidades generadas en torno a identidades anónimas

que no anclan su función emisora en un medio de comunicación<sup>54</sup> y las comunidades que se generan en torno a identidades no anonimizantes.

Sí estamos en disposición de obtener algunos resultados. Para empezar, es significativo el hecho de que resulte pertinente preguntarse por las características de este tipo de comunidades. Empecemos por diseccionar el concepto: tenemos por un lado el elemento ‘comunidad’, por otro ‘en torno a una identidad’ y, por último, la especificidad ‘anónima’ de dicha identidad.

Llama la atención es que, en este nuevo escenario convergente, el concepto de comunidad virtual ya no responde (o no lo hace solamente) a espacios online distribuidos donde entran en contacto usuarios movidos por un mismo interés en torno a un tema. Esta idea de la comunidad, presente en el enfoque de multitud de estudios de etnografía virtual de principios del siglo XXI<sup>55</sup>, ha sido desplazada por una idea de la comunidad construida en torno a un emisor, un sujeto-locutor que es el centro que da sentido a la existencia de la comunidad. Dicho de otra manera: se detecta una evolución en la construcción de comunidades virtuales desde una estructura de muchos a muchos, característica de la cultura primigenia de Internet, a una estructura mixta o hibridada con la propia del broadcasting, donde los muchos miran a una misma fuente emisora. Sin embargo, esta estructura mixta presenta una diferencia sustancial con el modelo ‘de uno a muchos’ del broadcasting clásico (Orihuela, 2002): los públicos, hoy en día, lejos de ser usuarios pasivos que reciben los productos mediáticos empaquetados por el medio de comunicación, forman parte del proceso de producción de sentido, de popularidad e incluso de contenidos de las identidades ubicadas en ese centro sobre el que se componen sus comunidades.

En los casos de estudio que hemos visto, el papel de los seguidores de Barbijaputa y Gerardo Tecé ha sido fundamental para insuflar popularidad a las respectivas cuentas en redes sociales. Ninguno de los dos se dedicaba profesionalmente a la comunicación ni buscaba dedicarse a ello, pero los usuarios eligieron seguirles masivamente y nuevos medios como eldiario.es y Ctxt decidieron apostar por incluir en sus redacciones algo que funcionaba ante las nuevas audiencias.

---

54 Algunos ejemplos son La vecina rubia o Vegetta777.

55 Por citar solo un par de ellos: Feenberg, Andrew; Bakardjieva, Maria (2004). «Virtual community: no ‘killer implication’». *New media & society* (n.º 6, vol. 1, págs. 26-32). Bateman, Robyn; Lyon, Larry (2002). «Are virtual communities true communities? Examining the environment and elements of community». *City & community* (n.º 1, vol. 4, págs. 373-390).

En el caso de Barbi, su crecimiento más acusado coincidió con el 15M, movimiento social y político surgido en mayo del año 2011 durante el cual muchos ciudadanos prefirieron informarse directamente de fuentes que formaban parte del acontecimiento que a través de las mediaciones ofrecidas por las empresas periodísticas. En este sentido, Barbi señaló durante la entrevista que otros *tuiteros* que informaban sobre el movimiento mostrando sus nombres y apellidos en sus cuentas también experimentaron un acusado y repentino incremento de los seguidores en aquella situación. A falta de una comparativa más precisa (e inabarcable desde el presente trabajo) acerca de los factores que impulsaron a quienes relataron el 15M desde sus cuentas de Twitter, no podemos en estas conclusiones demostrar que el hecho de conformar una identidad anónima constituya un hecho diferencial en las formas de agregación de los miembros de una comunidad.

A Gerardo Tecé, la popularidad le llegó un par de años después y su auge se tradujo enseguida en una llamada por parte del director de Ctxt, Miguel Mora. En las respuestas de Gerardo acerca de la comunidad que sustenta a Gerardo Tecé, enfatiza la importancia que tiene para él hablar de “afinidades entre personas” en lugar de hablar de “fans”, lo que no es óbice para que se preocupe por trabajar la marca de su personaje, como se deduce del hecho de que seleccione la adecuación del enfoque y el estilo en el lenguaje cuando escribe para Twitter y cuando lo hace para una columna de opinión. Resulta de interés su apreciación acerca de las diferencias que presentan las interacciones de usuarios que participan en Twitter y las que lo hacen dejando sus comentarios en Ctxt u otros medios de comunicación en los que colabora, donde las aportaciones son más pausadas, menos encendidas que en las redes sociales. Volviendo al marco de convergencia mediática, médula dorsal de todas estas reflexiones, esta observación apunta a que el comportamiento social de los usuarios en Internet es variable y se adapta a la cultura y normas de comportamiento que se establecen en cada espacio de la Red.

En cuanto a la parte de la pregunta que hace referencia al hecho de que estos sujetos-locutores anclan la función emisora en la cabecera periodística con la que más se les asocia (eldiario.es en el caso de Barbijaputa y Ctxt en el de Gerardo Tecé), más que ofrecerles protección parece que ha contribuido a exponerles aún más ante la opinión pública y en especial ante los ataques de los adversarios políticos.

En ambos casos, el motivo principal por el que sus seguidores les leen, según lo que perciben en la pestaña de menciones de su cuenta de Twitter, es la identificación con las opiniones que expresan.



“La verdad es que lo clava” o “pones mis pensamientos en palabras” son algunos de los comentarios que más reciben de sus seguidores. Es más, resulta significativo que no hayan recibido cuestionamientos de sus lectores sobre el hecho de mantener su identidad oculta, en el caso de Barbi, o escondida, en el de Gerardo. Sí los han recibido, en cambio, de sus adversarios; el encontronazo, recogido en el relato de la entrevista, de Barbi con la periodista de El Español es una muestra de ello. Además, escribir en los medios de comunicación con un sujeto-locutor distinto al de una firma personal no ha supuesto un impedimento, sino todo lo contrario (de hecho, su sujeto-locutor aporta un claro valor añadido), para percibir remuneración por elaborar sus columnas.

*5. El anonimato discursivo contribuye a que las personas expresen sus opiniones libremente y de manera más creativa, pero no ofrece protección total al sujeto-actor como sí lo haría el anonimato informático.*

En cuanto a la última pregunta de investigación (¿Proteger la cultura del anonimato en la Red contribuye a preservar los valores democráticos y la creatividad discursiva?), consideramos que la respuesta es afirmativa, aunque con algunos límites, al menos en lo que respecta a los casos de estudio que hemos reflejado en este trabajo.

En el caso de Barbi, servirse de un seudónimo le ha permitido expresar de una manera directa sus pensamientos, sin aplicar filtros y sin que las reacciones que generan sus afirmaciones en la esfera pública perturben su vida privada personal. Gerardo, por su parte, afirma directamente que, de no existir su “otro yo” desdoblado de su yo carnal quizá nunca hubiera dado el paso a la escritura pública. En este sentido, parece claro que la posibilidad de dotarse de un sujeto-locutor que protege la intimidad del sujeto-actor anima a algunas personas a exponer sus ideas y opiniones en público, lo que redundaría en la igualdad de oportunidades y supone un refuerzo de los valores democráticos.

En cuanto a la creatividad discursiva, también hemos visto durante las entrevistas que la posibilidad de componer una identidad nueva en torno a los avatares supone un ejercicio en sí mismo de creatividad discursiva. Barbi añadió cuernos y un tridente al angelical rostro del icono pop Barbie para hacer notar que en su cuenta “ya de angelical no iba a haber nada”, mientras Gerardo escogió la imagen del personaje de ficción Kevin Malone, en la que aparece con un gesto surrealista, como carta de presentación de la forma en que iba a expresarse: sobre temas de actualidad pero siempre aportando “un girito”; es decir, una vuelta en el significado, a través del uso de la ironía o de exprimir alguna contradicción.

Ahora bien, esta libertad expresiva también tiene límites. El límite más problemático del anonimato es, sin duda, el de sus usos ilícitos y criminales. Las operadoras de Internet tienen la obligación de guardar durante dos años los datos sobre las conexiones de los usuarios precisamente para que puedan ser accedidos en caso de investigación por delito. Se trata de un límite del “anonimato informático” (que normalmente va acompañado de un “anonimato discursivo”, pero no de intenciones creativas sino inmorales) que debe existir para garantizar otros derechos que protegen a todos los ciudadanos y, en especial, a colectivos especialmente vulnerables, como menores de edad.

Hay otros límites que son comunes a cualquier tipo de identidad que se expresa en la Red. Barbi señalaba en la entrevista que en ocasiones se autocensura antes de publicar alguna de sus opiniones en Twitter o en sus columnas, a raíz de las denuncias de la Fiscalía y las sentencias penales contra “titiriteros, tuiteros y raperos” por opiniones expresadas en sus enunciados. En el caso de que alguna instancia requiriera a Barbi o Gerardo responder ante la justicia por algo de lo que dicen, su “anonimato discursivo” no tendría ningún efecto protector si no fuera acompañado por un ejercicio de “anonimato informático” que les permitiera ocultar su IP y otros parámetros de sus comunicaciones.

Pero, además, existe otro tipo de límites, propios de su pertenencia a un modelo ‘de muchos a uno’ que ha cristalizado con el paso que han dado a colaborar con medios de comunicación: si alguna instancia les requiriera ni siquiera necesitaría encontrar su IP, pues resultaría suficiente enviar una citación al medio en el que colaboran. Del mismo modo, si adversarios políticos decidieran perseguir al sujeto-actor que hay tras las opiniones vertidas por el sujeto-locutor, podrían lograr detectar su identidad con la ayuda de conocimientos avanzados de redes informáticas. Solamente un mecanismo similar al *remailer* que mencionábamos en el apartado III.b.1. dotaría de protección completa al sujeto-actor en un hipotético caso de conflicto.

En contextos en los que los derechos, e incluso la integridad, de las personas que expresan opiniones o facilitan determinadas informaciones por Internet se ven amenazados, el “anonimato discursivo” no protege si no va acompañado de un “anonimato informático”. Es más, una falsa sensación de protección puede animar al sujeto-locutor a una exposición que ponga en peligro su seguridad.

El sentido de estas especulaciones reside en la necesidad de atender el anonimato en toda su extensión conceptual. En definitiva, Barbijaputa y Gerardo Tecé, al igual que otros usuarios que

construyen una identidad deliberadamente diferente a su yo carnal para expresarse en las redes sociales, son anónimos en un sentido externo, hacia otros usuarios, hacia los públicos, lo que confiere un campo de experimentación discursiva en cuanto al quién habla (un sujeto-locutor en algo o en mucho diferente al sujeto-actor), hacia quién habla o con quién interactúa (una comunidad de usuarios que depositan en el sujeto-locutor una confianza, pese a no saber nada del sujeto-actor que le precede), con qué tipo de mensaje (el tono y el estilo que utiliza el sujeto-locutor Gerardo Tecé es más arriesgado que el que utiliza su sujeto-actor Gerardo en su vida privada), en qué canales (vemos el paso de ser un usuario más que opina en las redes sociales a formar parte de las plantillas de colaboradores en medios de comunicación), sobre qué temas (feminismo y actualidad política, temas de interés para la sociedad pero que pueden generar confrontación, en el caso de nuestros entrevistados), con qué códigos (la *tuitesfera* da más acceso a performar “otro yo” que la escritura de columnas para medios de comunicación, al menos en los casos estudiados), etc.

Ahora bien, si pensamos en un anonimato en sentido interno, el poder protector del sujeto-locutor, en tanto en cuanto máscara del sujeto-actor, tiene efectos limitados: sí permite mantener una división clara entre la vida pública y privada, pero no exime de la exposición legal del sujeto-actor en relación a lo que expresa públicamente.

## VI. Bibliografía y webgrafía

### Bibliografía

- Aguilar, María T. (2011). «No cuerpos, lugares de anonimato: el cuerpo en el net.art». *TESI* (n.º 12, vol. 2, págs. 184-202).
- Alberich, Jordi; Roig, Antoni (2009). «Creación colectiva audiovisual y cultura colaborativa on-line. Proyectos y estrategias». *Revista Icono 14* (n.º 15, págs. 85-97).
- Alberich, Jordi; Sedeño, Ana (2018). «Videoactivismo on-line y problematización del concepto de autoría. La sinautoría y lo anónimo en los colectivos Cine sin Autor y Malaguistán». *Signa, Revista de la Asociación Española de Semiótica*. España: Revistas Científicas de la UNED. ISSN 1695-5951 [En prensa]
- Ara, Ana; Fernandes, João (2018). Pessoa. Todo arte es una forma de literatura [Exposición]. Madrid, Museo Reina Sofía.
- Auge, Marc (1992). *Los no lugares. Espacios de anonimato*. Barcelona: Gedisa.
- Barthes, Roland (2010) [1968]. «La muerte del autor». En N. Araujo (Ed.), *Textos de teorías y crítica literarias (del formalismo a los estudios postcoloniales)* (pp. 221-224). México DF, México: Universidad Autónoma Metropolitana. [Originariamente publicado en Manteia, en 1968]
- Bateman, Robyn; Lyon, Larry (2002). «Are virtual communities tru communities? Examining the environment and elements of community». *City & community* (n.º 1, vol. 4, págs. 373-390).
- Castells, Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Congreso de los Diputados (2015). «Informe de la subcomisión de estudio sobre las redes sociales». *Boletín Oficial de las Cortes Generales* (n.º 635).
- Delgado, Manuel (2003). Anonimato y ciudadanía. Derecho a la indiferencia en contextos urbanos. En *Inmigración y cultura*. Barcelona: Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona.
- De Rivera, Javier (2018). «Privacidad y nuevo orden mundial». *Ajoblanco* (n.º 2, págs. 12-17).
- Donath, Judith S. (1999). «Identidad y engaño en la comunidad virtual». En M. Smith y P. Kollock (Eds.), *Comunidades en el ciberespacio* (págs. 51-88). Barcelona: Editorial UOC.
- DuVal, Anna (1999). «Los problemas de la resolución de conflictos en las comunidades virtuales». En Smith, M. y Kollock, P. (Eds.), *Comunidades en el ciberespacio* (págs. 185-223). Barcelona: Editorial UOC.
- Feenberg, Andrew; Bakardjieva, Maria (2004). «Virtual community: no 'killer implication'». *New media & society* (n.º 6, vol. 1, págs. 26-32).
- Fernandez-Planells, Ariadna; Figueras-Maz, Mónica; Pàmols, C. F. (2014). «Communication among young people in the #spanishrevolution: Uses of online–offline tools to obtain information about the # acampadabcn». *New media & society* (n.º 16, págs. 1287-1308).

- Foucault, Michel (2010) [1969]. «¿Qué es un autor?» En N. Araujo (Ed.), *Textos de teorías y crítica literarias (del formalismo a los estudios postcoloniales)* (pp. 227-241). México DF, México: Universidad Autónoma Metropolitana. [Conferencia de Michel Foucault del 22 de febrero de 1969 en la Sociedad Francesa de Filosofía]
- Fuchs, Christian (2014). «Social media and the public sphere». *TripleC (Cognition, Communication, Co-Operation): Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society* (n.º 12, vol. 1, págs. 57–101).
- Haraway, Donna (1991). *Manifiesto para cyborgs*. Marta de Plata / Barcelona: Puente Aéreo Ediciones. [Edición original: Haraway, Donna J.: "Manifiesto para ciborgs: ciencia, tecnología y feminismo socialista a finales del siglo XX", en *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*, Madrid: Cátedra, 1991]
- Himanen, Pekka (2001). *La ética del hacker y el espíritu de la información*. Barcelona: Destino.
- Jenkins, Henry (2006). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Liddle, Dallas (1997). «Salesmen, sportsmen, mentors: anonymity and mid-Victorian theories of journalism». *Victorian Studies*, 41(1), 31-68.
- Linares, Joan (2017). *El 15M y los medios españoles. Análisis de redes temáticas en Twitter* (tesis). Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.
- Martínez, Francisco D.; Alberich, Jordi (2013). «Plataformas y proyectos de crowdsourcing y crowdfunding cinematográfico en España (2008-2011)». *Historia y Comunicación Social* (n.º 18, págs. 85-95).
- Orihuela, José L. (2002). «Internet: nuevos paradigmas de la comunicación». *Chasqui. Revista latinoamericana de comunicación* (n.º 77, págs. 10-13).
- Orza, Ramón M. (2011). «El derecho al anonimato en Internet». *Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación)* (págs. 1-11). ISSN 0213-084X.
- Reyes, Graciela; Baena, Elisa; Urios, Eduardo (2005). *Ejercicios de pragmática (I)*. Madrid: Arco Libros.
- Rogal, Laura (2013). «Anonymity in Social Media». *Phoenix Law Review* (n.º 7, págs. 61-77).
- Salaverría, Ramón (2012). «Informe de situación. Extrema turbulencia en los medios en 2011». *Anuario ThinkEPI* (n.º 6, págs. 161-165).
- Salaverría, Ramón; Martínez-Costa, María P.; Breiner, James (2018). «Mapa de los cibermedios de España en 2018: análisis cuantitativo». *Revista Latina de Comunicación Social* (n.º 73, págs. 1034-1053).
- Schubert, Christian (2015). «Unidentified speakers in news discourse: A pragmatic approach to anonymity». *Journal of Pragmatics* (n.º 89, págs. 1-13).
- Smiers, Joost (2006). *Un mundo sin Copyright. Artes y medios en la globalización*. Barcelona: Gedisa.
- Tiqqun. (2005). *Teoría del Bloom*. Melusina.

Torres, Elsa (2002). «Hipogrifos y heterónimos. Notas en torno a filosofía y literatura». *Acta Poética* (n.º 23, págs. 83-97).

VV. AA. (2004). *¡Pásalo! Relatos y análisis sobre el 11M y los días que le siguieron*. Madrid: Traficantes de sueños.

Watt, Susan; Lea, Martin; Spears, Rusell (2005). «¿Cómo de social es la comunicación a través e internet? Una reevaluación de los efectos del ancho de banda y del anonimato». En S. Woolgar (Ed.), *¿Sociedad virtual? Tecnología, 'cibérbole' y realidad* (págs. 79-95). Barcelona, España: Editorial UOC.

Zafra, Remedios (2010). *Un cuarto propio conectado. (Ciber)espacio y (auto)gestión del yo*. Madrid: Fórcola.

## Webgrafía

ABC es. (2010, marzo). «La nueva redacción única de ABC (finalizada)» [archivo de video]. *Youtube*. [Fecha de consulta: 8 de junio de 2018]. <<https://www.youtube.com/watch?v=2idz8v0S0Gc>>

Anónimo. (2011). «Are real names required for real socializing?» [entrada de blog]. *Avc*. [Fecha de consulta: 2 de mayo de 2018]. <<https://avc.com/2011/08/are-real-names-required-for-real-socializing/>>

Anónimo. «Argumento ad hominem» [entrada de wiki] *Wikipedia*. [Fecha de consulta: 18 de junio de 2018] <[https://es.wikipedia.org/wiki/Argumento\\_ad\\_hominem](https://es.wikipedia.org/wiki/Argumento_ad_hominem)>

Anónimo. «Kevin Malone» [entrada de wiki]. *Wikipedia*. [Fecha de consulta: 18 de junio de 2018] <[https://en.wikipedia.org/wiki/Kevin\\_Malone](https://en.wikipedia.org/wiki/Kevin_Malone)>

Anónimo. «Stéphane Mallarmé» [entrada de wiki]. *Wikipedia*. [Fecha de consulta: 1 de mayo de 2018] <[https://en.wikipedia.org/wiki/St%C3%A9phane\\_Mallarm%C3%A9](https://en.wikipedia.org/wiki/St%C3%A9phane_Mallarm%C3%A9)>

Barbijaputa. (2012-2018). «Artículos» [sección página web] *eldiario.es*. [Fecha de consulta: 18 de junio de 2018] <<https://www.eldiario.es/autores/barbijaputa>>

Barbijaputa. (2010-2018). «Barbijaputa» [página web]. *Barbijaputa*. [Fecha de consulta: 18 de junio de 2018] <<https://www.barbijaputa.com>>

Barbijaputa. (2009-2018). «Barbijaputa [@barbijaputa]» [perfil de red social]. *Twitter*. [Fecha de consulta: 18 de junio de 2018] <<https://twitter.com/Barbijaputa>>

Barlow, John P. (1996). «Declaración de independencia del ciberespacio» [artículo en línea]. *Wikisource*. [Fecha de consulta: 16 de marzo de 2018] <[https://es.wikisource.org/wiki/Declaración\\_de\\_independencia\\_del\\_ciberespacio](https://es.wikisource.org/wiki/Declaración_de_independencia_del_ciberespacio)>

Barrejón, Sergio (2011). «Discutiendo en Twitter con Mimesacojea» [entrada de blog]. *Bloquionistas*. [Fecha de consulta: 14 de junio de 2018] <<https://bloquionistas.wordpress.com/2011/03/03/discutiendo-en-twitter-con-mimesacojea/>>

Cadena Ser. (2016). «Gerardo Tecé, Premio Blasillo» [artículo en línea] *Cadena Ser*. [Fecha de consulta: 18 de junio de 2018] <[http://cadenaser.com/emisora/2016/03/02/radio\\_huesca/1456950735\\_567672.html](http://cadenaser.com/emisora/2016/03/02/radio_huesca/1456950735_567672.html)>

- Constine, Josh; Hatmaker, Taylor (2018). «Facebook admits Cambridge Analytica hijacked data on up to 87M users» [artículo en línea]. *Techcrunch*. [Fecha de consulta: 22 de abril de 2018] <<https://techcrunch.com/2018/04/04/cambridge-analytica-87-million/>>
- Ctxt. (2017, diciembre 15). «Hola! En este hilo os contamos algunos datos de las cuentas de CTXT este año. Primera noticia: los ingresos casi se han duplicado respecto a 2016, y a 1 de diciembre las cuentas están equilibradas» [actualización en red social]. *Twitter*. [Fecha de consulta: 10 de junio de 2018]. <[https://twitter.com/ctxt\\_es/status/941716306746859521](https://twitter.com/ctxt_es/status/941716306746859521)>
- Cuatro (2018). «Twitter 'desenmascara' al polémico tuitero @JosPastr» [artículo en línea]. *Cuatro*. [Fecha de consulta: 18 de junio de 2018] <[https://www.cuatro.com/noticias/viral/Twitter-desenmascara-polemico-tuitero-JosPastr-Pastrana\\_0\\_2505826054.html](https://www.cuatro.com/noticias/viral/Twitter-desenmascara-polemico-tuitero-JosPastr-Pastrana_0_2505826054.html)>
- Daniel Kaffee (2012-2018). «Daniel Kaffee [@tenientekaffee]» [cuenta de Twitter]. *Twitter*. [Fecha de consulta: 18 de junio de 2018] <<https://twitter.com/TenienteKaffee>>
- Eco, Umberto (2014). «Dando a cambio nuestra privacidad» [artículo en línea]. *El Espectador*. [Fecha de consulta: 2 de mayo de 2018] <<https://www.elespectador.com/opinion/dando-cambio-nuestra-privacidad-columna-505414>>
- English Oxford Dictionary [diccionario en línea]. [Fecha de consulta: 20 de junio de 2018] <<https://en.oxforddictionaries.com/>>
- Escolar, Ignacio (2018). «Periodismo sin hipotecas: las cuentas de eldiario.es en 2017» [artículo en línea]. *eldiario.es*. [Fecha de consulta: 10 de junio de 2018] <[https://www.eldiario.es/escolar/Periodismo-hipotecas-cuentas-eldiarioes\\_6\\_769633056.html](https://www.eldiario.es/escolar/Periodismo-hipotecas-cuentas-eldiarioes_6_769633056.html)>
- eldiario.es (2012). «Qué es eldiario.es» [artículo en línea]. *eldiario.es*. [Fecha de consulta: 10 de junio de 2018] <[https://www.eldiario.es/que\\_es/](https://www.eldiario.es/que_es/)>
- El País (2009). «El País fusiona las redacciones del diario y de Internet» [artículo en línea]. *El País*. [Fecha de consulta: 8 de junio de 2018] <[https://elpais.com/diario/2009/01/21/sociedad/1232492408\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2009/01/21/sociedad/1232492408_850215.html)>
- Facebook. «¿Qué nombres se permiten en Facebook?» [artículo en línea]. *Facebook*. [Fecha de consulta: 10 de junio de 2018] <<https://www.facebook.com/help/112146705538576>>
- Ferguson, Kirby (2016, mayo 16). «Everything is a remix» [archivo de video]. *Youtube*. [Fecha de consulta: 16 de marzo de 2018] <<https://www.youtube.com/watch?v=nJPERZDfyWc>>
- Garcés, Marina (2009). «Un mundo entre nosotros» [artículo en línea]. *Espai en blanc*. (n.º 5-6). [Fecha de consulta: 6 de febrero de 2018] <[http://espaienblanc.net/?page\\_id=759](http://espaienblanc.net/?page_id=759)>
- Gaylor, Brett (2008). «RiP! A Remix Manifesto» [archivo de video]. *Youtube*. [Fecha de consulta: 16 de marzo de 2018] <[https://www.youtube.com/watch?v=quO\\_Dzm4rnk](https://www.youtube.com/watch?v=quO_Dzm4rnk)>
- Gerardo Tecé. (2009-2018). «Gerardo Tecé [@gerardotc]» [perfil de red social]. *Twitter*. [Fecha de consulta: 8 de junio de 2018] <<https://twitter.com/gerardotc>>
- Gerardo Tecé. (2015-2018). «Artículos publicados» [sección página web]. *Ctxt*. [Fecha de consulta: 8 de junio de 2018] <<https://ctxt.es/user/profile/gtece>>

- Gidda, Mirren (2013). «Edward Snowden and the NSA files – timeline» [artículo en línea]. *The Guardian*. [Fecha de consulta: 26 de abril de 2018]  
<<https://www.theguardian.com/world/2013/jun/23/edward-snowden-nsa-files-timeline>>
- Hern, Alez (2018). «Facebook moves 1.5bn users out of reach of new European privacy law» [artículo en línea]. *The Guardian*. [Fecha de consulta: 26 de abril de 2018]  
<<https://www.theguardian.com/technology/2018/apr/19/facebook-moves-15bn-users-out-of-reach-of-new-european-privacy-law>>
- Jiménez, Pepo (2008-2018). «Pepo Jiménez [@kurioso]» [perfil de red social]. *Twitter*. [Fecha de consulta: 18 de junio de 2018] <<https://twitter.com/kurioso>>
- La vecina rubia (2012-2018) «La vecina rubia [@lavecinarubia]» [perfil de red social]. *Twitter*. [Fecha de consulta: 16 de junio de 2018] <<https://twitter.com/lavecinarubia>>
- López Petit, Santiago (2009). «Los espacios para el anonimato: una apuesta por el querer vivir» [artículo en línea]. *Espai en blanc*, (n.º 5-6). [Fecha de consulta: 6 de febrero de 2018]  
<[http://espaenblanc.net/?page\\_id=749](http://espaenblanc.net/?page_id=749)>
- Maldonado, Lorena G. (2017). «Barbijaputa da una charla sobre la visibilización de la mujer (con la cara tapada)» [artículo en línea]. *El Español*. [Fecha de consulta: 18 de junio de 2018]  
<[https://www.elespanol.com/cultura/20171220/barbijaputa-da-charla-visibilizacion-mujer-cara-tapada/270973159\\_0.html](https://www.elespanol.com/cultura/20171220/barbijaputa-da-charla-visibilizacion-mujer-cara-tapada/270973159_0.html)>
- Moreno, Manuel (2017). «Instagram ya tiene 12 millones de usuarios en España» [artículo en línea]. *Trece Bits*. [Fecha de consulta: 26 de abril de 2018]  
<<https://www.trecebits.com/2017/05/30/instagram-ya-12-millones-usuarios-espana/>>
- Padilla, Margarita (2014, abril 9). «Conferencia “¿Quién pinta mi avatar” en Seminario X0y1» [archivo de video]. *Youtube*. [Fecha de consulta: 8 de junio de 2018]  
<<https://www.youtube.com/watch?v=4KaVGqMhAVo>>
- Pastrana (2012-2018). «Pastrana [@JosPastr]» [perfil de red social]. *Twitter*. [Fecha de consulta: 18 de junio de 2018] <<https://twitter.com/JosPastr>>
- Pérez, José A. (2009-2018). «Jose A. Pérez Ledo [@mimesacojea]» [perfil de red social]. *Twitter*. [Fecha de consulta: 18 de junio de 2018] <<https://twitter.com/mimesacojea>>
- Ponce, Rodrigo; Riveiro, Aitor (2017). «Los expertos avisan de que la campaña del PP contra el anonimato en redes es una amenaza sin recorrido» [artículo en línea]. *eldiario.es*. [Fecha de consulta: 26 de abril de 2018] <[https://www.eldiario.es/politica/Redes-sociales-PP-anonimato-prohibir\\_0\\_713928801.html](https://www.eldiario.es/politica/Redes-sociales-PP-anonimato-prohibir_0_713928801.html)>
- Real Academia Española [diccionario en línea]. [Fecha de consulta: 20 de junio de 2018]  
<<http://www.rae.es/>>
- Redacción (2017). «Quiénes somos / Cuentas 2017» [artículo en línea]. *Ctxt*. [Fecha de consulta: 10 de junio de 2018] <<http://ctxt.es/es/20150115/redaccion/36/>>
- Rodríguez, Manuel (2015). «21 consejos cortos para escribir una buena biografía de Twitter» [entrada de blog]. *Desenredando la Red*. [Fecha de consulta: 14 de junio de 2018]  
<<https://desenredandolared.com/2015/02/16/21-consejos-cortos-para-escribir-una-buena-biografia-de-twitter/>>



Shu, Catherine (2017). «China doubles down on real name registration laws forbidding anonymous online posts» [artículo en línea]. *Techcrunch*. [Fecha de consulta: 25 de abril de 2018] <<https://techcrunch.com/2017/08/27/china-doubles-down-on-real-name-registration-laws-forbidding-anonymous-online-posts>>

Teniente Kaffee. (2012-2018). «Artículos» [sección página web] *eldiario.es*. [Fecha de consulta: 18 de junio de 2018] <[https://www.eldiario.es/autores/teniente\\_kaffee/](https://www.eldiario.es/autores/teniente_kaffee/)>

Vegetta777 (2011-2018). «Vegetta777 [@vegetta777]» [perfil de red social]. *Twitter*. [Fecha de consulta: 16 de junio de 2018] <<https://twitter.com/vegetta777>>

York, Jillian C. (2011). «A case for Pseudonyms» [artículo en línea]. *Electronic Frontier Foundation*. [Fecha de consulta: 2 de mayo de 2018] <<https://www.eff.org/deeplinks/2011/07/case-pseudonyms>>

Zafra, Remedios (2014, marzo 6). «Net Art | Remedios Zafra» [archivo de video]. *RTVE*. [Fecha de consulta: 1 de mayo de 2018] <<http://laaventuradeaprender.educalab.es/-/net-art-remedios-zafra>>

Zorraquino, Assumpta (2016). «Reglamento Europeo de Protección de Datos. La Seudonimización» [artículo en línea]. *Periscopio fiscal y legal*. [Fecha de consulta: 26 de abril de 2018] <<https://periscopiofiscalylegal.pwc.es/reglamento-europeo-de-proteccion-de-datos-la-seudonimizacion>>