

# ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS .....	9
<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>11</b>
1.1. El blog en la más nueva tradición crítica .....	33
<b>2. LA CULTURA DE/EN LA RED .....</b>	<b>41</b>
2.1. Consumo cultural en el espacio de la red .....	52
<b>3. LA BLOGOSFERA .....</b>	<b>85</b>
3.1. El blog: análisis y estructura del espacio de publicación .....	87
3.1.1. Autopublicación .....	92
3.2. Un formato definido visualmente .....	94
3.3. Microblogueo y nanoblogueo: redes sociales heredadas de la bitácora .....	107
3.3.1. El crecimiento de Facebook .....	110
3.3.2. Myspace, Tumblr y el microblog .....	113
3.3.3. Twitter .....	114
3.4. Hacia el <i>homo blogger</i> .....	117
3.5. La blogosfera .....	128
3.6. El blog como negocio .....	137
3.7. El fenómeno blog .....	145
3.7.1. La muerte del blog .....	149
<b>4. LITERATURA Y SIMBIOSIS. EL BLOG COMO MARCO DE CREACIÓN</b>	
<b>LITERARIA .....</b>	<b>155</b>
4.1. El autor y el avatar .....	166
4.2. La blogonovela .....	180
4.2.1. El avatar en la blogoficción .....	196
4.2.2. El tiempo de la blogonovela .....	209
4.2.3. El pacto con el lector .....	214
4.3. Otras blogoficciones .....	228

4.3.1. Blogopersonajes: cuando solo importa el avatar . . . . .	232
4.3.2. Ficciones en la tuitatura . . . . .	239
4.4. Del blog a la imprenta . . . . .	248
4.4.1. El caso de Mirta y Lola en <i>Más respeto, que soy tu madre</i> .	249
4.4.2. De la blogonovela al papel . . . . .	261
4.4.3. Blogs al papel . . . . .	265
4.5. Influencia del blog en la literatura de papel . . . . .	276
5. CONCLUSIONES . . . . .	285
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES . . . . .	299
BIBLIOGRAFÍA . . . . .	301
ÍNDICE CONCEPTUAL Y ONOMÁSTICO . . . . .	329