

Entrada discursiva al estudio de los videoblogs. Entre el desparpajo y el imperio de la *doxa*

Tanius Karam Cárdenas

Universidad Autónoma de la Ciudad de México

tanius@yahoo.com

Resumen

El videoblog (o *vblog*) es una nueva práctica comunicativa y en este análisis tomo en consideración sus aspectos relacionados con la comunicación y la pragmática. Junto con otras prácticas, el *vblog* se encuentra en constante renovación por lo que es planteo un breve recorrido sobre sus características fundamentales, y sobre todo las de consumo dominante entre los videoblogueros mexicanos. Este análisis remite necesariamente a algunos elementos de su discurso, como la tendencia a cierta idea de dispersión, la reproducción de saberes comunes o estereotipos y, sobre todo, el carácter del uso ligero y humorístico de la lengua. Además, se analiza la reproducción de los sentidos comunes en tanto sustituyen un discurso de representaciones alternativas.

Palabras clave: nuevos medios, pragmática, discurso, comunicación audiovisual, representación.

Abstract

The videoblogs (or *vblog*) constitute a new communication practice. I analyzed it from its communicative and pragmatic aspects. I present the fundamental characteristics of the new media, especially the *vblog*, with emphasis in the dominant trend or consumption within the Mexican videobloggers. I also analyzed some elements of discourse, especially the use of language and the brash tone usually used in the videos. They have a tendency to dispersion, as well as they use the common sense or stereotyped reproductions. I also underline the use of light and humorous tones. Furthermore, I analyze the reproduction of common sense instead of alternative representations of discourse.

Keywords: new media, pragmatics, discourse, audiovisual communication, representation.

De los blogs a los videoblogs. Rasgos discursivos

En este trabajo se realiza un acercamiento a los videoblogs desde los conceptos y métodos de los estudios del discurso, así como desde una perspectiva comunicativa y pragmática, es decir, desde un punto de vista que considera las relaciones entre actores, mensajes, medios y construcciones. Para ello, se introducen los enfoques discursivos que estudian los “nuevos medios”, también conocidos como cibermedios.

Considero necesario reflexionar sobre algunos elementos comunicativos y pragmáticos del uso de los lenguajes de este tipo de materiales, por ello, en el primer apartado, hago una descripción más amplia de dichos elementos; en el segundo apartado, vinculo a la comunicación pragmática; en el tercer apartado analizo lo que aquí denomino “*videoblog* de tendencia dominante”. Finalmente, señalo cómo estos materiales, lejos de mostrar representaciones alternativas de la sociedad, en realidad reproducen una visión dominante del mundo.

Al hacer referencia a *discurso*, recupero la perspectiva de Norman Fairclough, quien distingue los componentes de la práctica discursiva en un modelo triádico, aunque sin considerar la sinonimia Texto = Discurso. El autor entiende el concepto de *discurso* como un proceso de enunciación, de actualización (“puesta en discurso”) y de reserva para el *texto*, con lo cual establece una definición más formal y objetiva (en tanto que algo es objetivado de forma intersubjetiva, histórica y cultural, a través de formatos como el libro o el anuncio). Fairclough precisa que la dimensión del texto atañe al análisis lingüístico de textos. La dimensión de la práctica discursiva, como “interacción”, en la concepción “texto e interacción” del discurso, especifica la naturaleza de los procesos de producción e interacción textual, por ejemplo, si se pregunta qué tipos de discurso son derivados y cómo se combinan. La dimensión de la práctica social atañe a las cuestiones de interés en el análisis social, tales como las circunstancias institucionales y organizativas del evento discursivo, y a cómo moldean la naturaleza de la práctica discursiva y los efectos constitutivos/constituidos.

Desde hace unos años, ha habido una proliferación del videoblog¹ (*vblog*) como un medio comunicativo que permite a los usuarios abordar los temas más diversos. En particular, el uso de la lengua tiene algunas características dentro de los nuevos medios como, por ejemplo, su carácter digital, interactivo, no secuencial, virtual, multimodal, entre otros (Scolari). Algunos de estos rasgos los reproducen los *vblogs* que, a su vez, se derivaron de los blogs que proliferaron a finales de los noventa y que fueron cobrando gran fuerza, al grado de que algunos autores desarrollaron el término *blogosfera*² como un espacio particular.

En cuanto el uso del lenguaje, este trabajo parte de la hipótesis de que, en este tipo de materiales conocidos como *vblogs*, es posible reconocer algunos componentes generales en el uso de la lengua, como el efecto de “desparpajo” (sustantivo derivado del verbo “desparpajar” que significa “dispersar, esparcir, desparramar”, según la RAE), es decir, en la facilidad o en desembarazo al hablar o al realizar acciones. También se asocia con una cierta pretensión dispersa, con la cual aun cuando el *vblog* tenga un tema, se incorporan otros mediante parodias (o su anglicismo *sketches*) o recursos similares.

En el *vblog*, el tópico principal se rodea de recursos discursivos a través de los cuales el bloguero escenifica lo que expresa, lo matiza con estrategias paralingüísticas y no verbales, por lo que dista de ser alguien que solamente habla delante de una *webcam*. En este sentido, este análisis parte de la hipótesis de que los blogs de tendencia dominante reproducen un conjunto de saberes comunes y

¹ Para efectos del presente artículo, se recurre a la voz bloguero(a) y a videobloguero o videobloguera (sin cursivas ninguna de las tres), en lugar del inglés *videoblogger*. En lo general están aceptadas las abreviaciones *vbloguero(a)*, y *vblog*; utilizo estos términos con cursivas.

² El término ha sido utilizado por varios autores como Sáez Vaca u Orihuela, quienes impulsaron su consolidación; para 2006 había más de 38.4 millones de blogs (Martínez). Después de su boom, cedieron espacio a diversas redes sociales, con Facebook a la cabeza en 2004, y Youtube, que cargó su primer video el 23 de abril de 2005. De acuerdo con el diccionario de la Real Academia Española, “blog” es un “sitio *web* que incluye, a modo de diario personal de su autores o autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentado por sus lectores”; Por su parte la raíz “sfera”, del griego *sphaîra* (que significa “pelota para jugar”), se usa como sufijo para denotar la idea de capas, por ejemplo las que forma la tierra o el sol. “Sfera” se asocia con “entorno” y Regis Debray (*en su Introducción a la mediología*) usa este sufijo para distintos términos como *mediaesfera*, *logoesfera*, *grafoesfera*, con lo que justamente se quiere significar ese entorno cultural, generado o alimentado por la invención, desarrollo y expansión de un medio para transmitir cierta información en particular.

corrientes, de estereotipos y presupuestos que permiten inscribir una parte de su discurso dentro de la *doxa*³, es decir, de los saberes comunes con tendencia a ser fácilmente aceptados o reconocidos por los participantes de la comunicación; estos saberes se pueden sustentar en la experiencia del usuario que puede comprobarse, en dichos y saberes populares, pero también en presuposiciones, estereotipos y generalizaciones del tipo “todos los hombres son X...”; o expresiones coloquiales como “típico que cuando vas a una fiesta te pasa que...”.

Blog, videoblog, *weblog* son términos cercanos. El blog es una especie de bitácora personal en la que el autor (usuario-destinador) difunde información, organiza sus entradas y, naturalmente, recibe comentarios de los lectores. Desde sus inicios, esta suerte de diario trataba sobre temas del interés del autor, y permitía recopilar también los comentarios de sus usuarios-destinatarios. A partir del uso masivo de las redes sociales, y sobre todo de Youtube, el *vblog* se puede definir como una práctica comunicativa. Cualquier persona con cámara digital y con servicio de internet puede crear y difundir o, más propiamente, ver el material y, potencialmente, recibir miles de visitas. La instancia enunciativa de difusión y organización es el canal de Youtube, en el cual el usuario (que llamaré usuario-destinador) “carga” su material, a veces periódicamente, y lo organiza por temas o asuntos. Se determinan cuáles son los “mejores” materiales de acuerdo con el número de visitas y, cuando son exitosos, pueden incluso recibir financiamiento o ser susceptibles de apoyos adicionales. En ese sentido, el *vblog* surge como un producto aparentemente espontáneo; se trata de un espacio que opera como plataforma personal de lanzamiento y reconocimiento social, en la que se incluye no sólo al *vbloguero*, sino también a su equipo (guionista, camarógrafo y el agente, cuando lo hay).

Dentro de la lógica del bit,⁴ estos materiales se comparten y fácilmente se puede copiar, reenviar, organizar y, también, se puede formar una microrred

³ Platón contrapone el término *doxa* del de *episteme*; es decir, el conocimiento aparente (el conocimiento de la realidad sensible) del verdadero conocimiento (el conocimiento de la verdadera realidad, de las ideas).

⁴ En informática un bit es un dígito del sistema de numeración binario. La capacidad de almacenamiento de una memoria digital también se mide en bits, pues esta palabra tiene varias acepciones, como se comenta en la Wikipedia). Es la unidad mínima de almacenamiento digital. En este sentido, por “lógica de bit” se refiere a lo que señala Negroponte en *Ser Digital*, en cuanto las

secuencial con ellos. Estos videos no están determinados por su temporalidad, pueden ser vistos y reutilizados en todo momento, lo cual facilita que cada usuario-destinatario vea uno o varios en el momento en que lo desee.

Youtube no funciona aisladamente, los usuarios-destinadores además tienen a su disposición cuentas de Facebook y Twitter para completar la ecología de mensajes⁵ con sus seguidores y destinatarios. De esta manera se construyen “redes de consumo”, con algunos usuarios más asiduos y frecuentes que otros, los cuales comparten las visitas a un determinado video o segmento (todo lo cual queda registrado electrónicamente). Las formas de interacción pueden variar entre comentarios en Youtube o “respuestas” a través de otro *vblogger*. El destinatario tiene la posibilidad de ver materiales nuevos una o dos veces por semana y establecer una modalidad de contacto con el destinador, mediada por estos dispositivos. Las figuras más representativas en México son Werever Tumorro⁶ y Yuya⁷.

posibilidades y características de la información digital: el factor de transportabilidad, así como su “ligereza”, sobre todo si se compara con soportes analógicos o materiales.

⁵ El concepto “ecología” tiene significados particulares dentro de la teoría de la comunicación, se asocia justamente al estudio del “entorno”, “ambiente”. Neil Postman sugirió el término “media ecology” (“ecología de los medios”) para designar la escuela que recupera las principales ideas de Marshall McLuhan, así como la de sus maestros (sobre todo Harold Innis) y sus discípulos o colegas que comparten la importancia por el estudio sobre cómo es que ciertos medios y formas configuran la idea de comunicación, de interacción social y de cultura con relación a los medios y dispositivos tecnológicos para su almacenamiento, difusión e interpretación. En general, los medios de comunicación masiva son vistos como tecnologías, como extensiones ortopédicas, como potenciadoras del sistema sensorial biológico pero, a la vez, como elementos determinantes de la comunicación. Los medios audiovisuales representan la expresión envolvente de la comunicación sensorial plena, resultante tecnológica que supera el espacio restrictivo y convencional de la cultura escrita.

⁶ El nombre del *vblogger* conocido Werever Tumorro es Gabriel Montiel Gutiérrez. Nacido en la ciudad de México, aunque su familia materna proviene de Chihuahua, en donde ha vivido algunos años. Montiel nació el 23 de septiembre de 1990. La afición por hacer videos viene desde niño, cuando los realizaba junto con su hermano Alejandro. El nombre de usuario es un término adaptado del inglés: *whatever* o *wherever*, que significa “como sea” y “donde sea”, respectivamente, y luego las palabras “Tu morro”, que puede significar, dentro del habla regional del centro-occidente y norte de México, “tu tío”, “tu bato” o “tu hombre”. Igual que hacen otros *vbloggeros*, organiza de forma periódica reuniones con sus seguidores.

⁷ El verdadero nombre de esta *vblogger* es Mariana Castrejón, originaria de Cuernavaca, Morelos. Ingresó a Youtube en septiembre del 2009 y comenzó haciendo tutoriales de maquillaje

Comunicación y pragmática con relación al *vblog*

El *vblog* es un nuevo medio, se inscribe en lo que Carlos Scolari (50) llama prácticas de “comunicación digital interactiva” y que forman una ecología comunicativa junto con otros medios. Scolari (111) ejemplifica esto gráficamente mediante un cuadro en que clasifica estos nuevos medios dentro de un doble vector que va (en un plano cartesiano, en el *eje x* u horizontal) de medios lineales a aquello que permite la configuración muchos-a-muchos; mientras que (en *eje y* o plano vertical), por otra parte, de la monomedialidad a la multi-medialidad. En el cuadrante interior izquierdo (los medios menos interactivos y más lineales) están la radio en línea, los libros en línea y el correo electrónico; y en el cuadrante superior derecho (los medios más interactivos y multimediales) están la Wikipedia, Youtube, Second Life, los videojuegos, entre otros.

Para hacer un análisis sobre los nuevos medios, primero hay que caracterizarlos y diferenciarlos de los convencionales. De sus cualidades, destacan su naturaleza digital, su convergencia, su hipertextualidad, su reticularidad y su interactividad. Estos rasgos determinan el tipo de comunicación a la que pertenecen e interpelan los conceptos básicos tanto de la comunicación como de la pragmática. Además, se debe considerar la diversidad de su uso, el rompimiento de principios que efectúan (como la secuencia y linealidad de la lengua) y las posibilidades de interacción que proponen, todo lo cual hace necesario actualizar o repensar los modelos de comunicación tradicionales en que están basados los medios de comunicación masiva.

La pragmática, que estudia la lengua en sus contextos de uso y la relación entre los usuarios, es una de las disciplinas que más ha aportado al estudio de la comunicación y de su práctica cotidiana, y quizá sea la ciberpragmática la que complete y precise las investigaciones al respecto de los nuevos medios. María

muy sencillos, para después complementarlo con ideas de moda, accesorios y consejos para el hogar. Es una de las *vblogueras* más importantes de México, con varios millones de seguidores. Frecuentemente se dirige a sus destinatarios con el apelativo de “guapurita”, y realiza, asimismo, convivencias con sus suscriptores, como la de julio de 2014 que reunió a varios miles de ellos.

Victoria Escandell ha sido una de las autoras con más publicaciones en la materia. Ella ha propuesto un modelo de comunicación como algo no reducible a procesos de codificación y ha marcado, además, la necesidad de verlo de forma integral (sus componentes lingüísticos, extralingüísticos, cognitivos, materiales). La comunicación es una suma de procesos, representaciones y componentes que no puede restringirse al significado de las palabras o a su apego a determinados códigos.

En este análisis, como componentes pragmáticos de la comunicación del *vblog*, se usan el usuario-destinador y el usuario-destinatario; el primero tiene acceso a una cámara web y a algún sistema básico de edición y, en la mayoría de los casos, se trata de jóvenes;⁸ el segundo tiene acceso a cualquier sistema de reproducción digital y cuenta con determinadas competencias para construir y difundir un discurso, así como generar condiciones de reproducción, por ejemplo, utilizar cuentas de Twitter o Facebook e interconectar los mensajes de estas redes sociales.

Las finalidades del destinador pueden ser muy diversas aunque muy frecuentemente consisten en ocio o entretenimiento. Es el caso de Luisito Rey, quien, en uno de sus videos anuncia como objetivo: “Que te la pases bien y que se te olviden tus problemas” (*vblog* del 14 de julio de 2014), o los videos de No Me Revientes, quien también reitera el carácter de entretenimiento en las leyendas que agrega a su material. Estas publicaciones apelan a una construcción del reconocimiento social que puede verificarse, por ejemplo, de acuerdo con el número de *likes*. Estos materiales audiovisuales no sólo “entretienen” mediante *sketches* o parodias, sino que ofrecen información sobre aspectos de la vida cotidiana a través de videos tutoriales en los que se explican aspectos sobre moda, sobre salud o sobre cómo tener éxito en las relaciones de pareja, como en el caso de la ya mencionada Yuya.

En cuanto a los medios, el canal y los recursos del *vbloguero*, ya se ha mencionado la convergencia de plataformas específicas y redes sociales que llevan

⁸ Es común referir a estos usuarios como jóvenes (como indica, por ejemplo, una nota del portal digital del Informador.mx). Yuya actualmente tiene 23 años y Werever Tumorro, 25. En cuanto los destinatarios, por las fotografías y videos de las reuniones, los destinatarios son igualmente jóvenes, en tanto que éste no es un término rígido; por ejemplo, la Encuestas Nacional de Juventud, que se realiza cada cinco años, incluye en esta categoría a personas de entre 14 y 29 años.

a un tipo de práctica discursiva en la que participan diversos códigos (lingüístico, cibertextual, icónico-visual, audiovisual, entre otros), y que, justamente, la convergencia de plataformas específicas da un carácter particular a estos videos, hechos en algunos casos, con pocos recursos.

Otro elemento de comunicación es la *señal*, que es la modificación perceptible del entorno para comunicar (Escandell 31); es el primer nivel y se asemeja al que se denominaba *rayado* de las televisiones. Ahora aparecen nuevas nomenclaturas como píxeles, velocidad, ancho de banda. Esta *señal* permite generar una expresión y construir un mensaje que en la práctica comunicativa se erige como discurso, es decir, son la articulación de un conjunto de elementos formales, de rasgos icónico-visuales, auditivo-sonoros, audiovisuales, escénicos, proxémicos y propiamente de uso de la lengua en contextos específicos.

El usuario-destinador genera un mensaje a partir de una serie de reglas enunciativas, con base en tiempos y tendencias dominantes,⁹ con recursos que idóneamente pueden verse por la recepción. Una de las preocupaciones de la teoría del discurso es el tema de los géneros, es decir: “cada una de las distintas categorías o clases en que se pueden ordenar las obras según rasgos comunes de forma y de contenido” (RAE), que para el *vblog* pueda abordar temas de ocasión: viajes, tutoriales, vida cotidiana, entre otros. Es importante diferenciar, por ejemplo, que el *vblog* guarda distancia del *spot*, mantiene algunas relaciones con el *sketch* humorístico, pero establece fronteras que ayudan a los usuarios a ubicar su producción e identificación.

Finalmente, otro elemento son las *representaciones*. Se trata de un conjunto de procesos de construcción con una dimensión social, así como otra más individual e interna, elaborada por cada usuario. Se elaboran a partir de los distintos elementos de la situación comunicativa que se adaptan a cada situación específica. Para Escandell (32), lo que determina este proceso de construcción no es ni la situación en sí ni el tipo de relación, sino su percepción y los mecanismos para generar lo que se representa. Esto se traduce en proposiciones que detallan el

⁹ Dichas tendencias son definidas a partir de los *vblogueros* que logran más contacto, *likes* y visitas, y que reflejan como orientación principal el consumo. Algunos de ellos abordan asuntos sociales, como el caso de Chumel Torres y su famoso canal *El Pulso de la República*, pero no es lo más frecuente, al menos en el caso de los *vblogueros* mexicanos.

modo en que una persona concibe el mundo, las otras personas que la rodean y la relación que estas con aquélla. Dichas representaciones no son estáticas, sino que varían constantemente y se ven reforzadas o debilitadas por otras. Se trata de un concepto muy amplio y diverso, del que existen muy variadas escuelas y tradiciones, aquí se utiliza de manera general como una serie de procesos no únicamente lingüísticos, cognitivos, relacionales o sociales, sino también como el proceso que va del pensamiento a la palabra, la relación entre la dimensión personal y la de la representación.

Los cibermedios se han apoyado en los conceptos y modelos tradicionales de la comunicación, como linealidad y analogía, o bien en las nociones de emisor-receptor o de mensaje. Las prácticas de comunicación imponen una nueva economía de uso y consumo basada en información permanente, móvil, planetaria. Estos nuevos medios se inscriben en la práctica de hipermediación que Scolari analiza ampliamente y que remite evidentemente al célebre concepto de mediación.¹⁰ Los nuevos medios facilitan la ecología hipermediática, entendida como el dinamismo exacerbado de los procesos, las representaciones y las modalidades de interacción entre los participantes.

Una de las características de los lenguajes de los nuevos medios es la mayor interacción entre ámbitos (público-privado), tonos (forma-informal), soportes (textual, icónico-visual). Estas dimensiones se aceleran y presentan un mayor dinamismo particular en el discurso de los usuarios. Un ejemplo de lo anterior es cuando se recolocan lo público y privado ya que se trastocan no sólo los modos comunicativos, sino los espacios, ámbitos, lenguajes. Al ver y escuchar un *vblog*

¹⁰ Este concepto se hizo particularmente famoso en los estudios académicos de comunicación a partir de la obra del ensayista hispano-colombiano Jesús Martín Barbero y su libro *De los medios a las mediaciones*. Aunque el autor no fue el primero en utilizar el término, fue quien le hizo una gran difusión en el ámbito académico en América Latina. Se dejan de lado las cuestiones de tecnología para retomar sobre todo en relación con las tensiones-distensiones entre la cultura popular y la industrial, el campo y la ciudad, es decir, las transiciones hacia la modernidad particular que se da en nuestra región latinoamericana. Por su parte para Gonzalo Abril (109) presenta el concepto “mediar” con el significado de poner en relación distintos órdenes de significación o experiencia; por ejemplo, la experiencia local próxima y la representación de la totalidad social; la mediación permite nuevos vínculos entre lo regional o lo local. La mediación significa relacionar actores sociales y describir sus espacios de expresión, influencia, organización y negociación de intereses y diferencias.

se tiene la impresión de esos códigos (propios de un lenguaje cercano, como el que se usa con los amigos o en espacios privados, como las conversaciones que se dan quizá en espacios como la cantina o el baño) ahora se reproducen en el histrionismo de *vblogueros*. El *vblog* reproduce y extiende los códigos de lo privado en sus jergas, sociolectos, expresiones dialectales, giros lingüísticos que no son privados ni microsociales. El destinador que mira a la cámara y el plano cerrado generan la impresión de una conversación cara a cara, pero dista de serlo porque ni siquiera se alcanza con la posibilidad de extender el flujo a la comunicación textual en el *chat* o en Twitter.

Otro acercamiento a la comunicación pragmática (Escandell 46) ocurre mediante el estudio de las relaciones entre el contexto, la institución y el lenguaje. El grado de institucionalidad del contexto afecta el tipo de uso de la lengua: con menores restricciones sociales encontramos más libertad en el uso. Con mayor institucionalización (por ejemplo, en el discurso de los funcionarios o de una universidad) los actos son más ritualizados. En el caso de los *vblog* es frecuente el uso del lenguaje abierto, a veces soez, en el que pueden basar su éxito comunicativo, ocurre así con El Escorpión Dorado, como en ciertas comunicaciones privadas, con cierta dispersión y desparpajo, lo que corresponde a un “nuevo” medio que establece sus propias reglas dentro de las constricciones de la lengua (Prieto).

En el *vblog* hay cierto juego del lenguaje público y privado, el *vbloguero* incorpora en su monólogo el lenguaje del *sketch* cómico, la parodia, las expresiones populares y aborda algunos temas como la sexualidad, las relaciones de pareja o aspectos de la vida cotidiana con un tono de expresión desenfadado. El *vblog* –como todos los cibermedios– se ubica en coordenadas de otro tipo de institucionalidad no regulado por el centro imperante (familia, escuela, partidos políticos, medios de comunicación masiva tradicional) y ello se ve reflejado en giros, inflexiones de la lengua, incorporación de otros códigos alternativos de los usados por los medios e instituciones convencionales. Ello no significa necesariamente una visión distinta de los sentidos comunes, los prejuicios sociales o las representaciones dominantes de la sociedad (*doxa*), sino que los códigos de enunciación son distintos, así como la “puesta en escena”, los modos de presentar una información y dirigirse a sus destinatarios, que pueden incluir desde definiciones de diccionarios, chistes, cacofonías o parodias de una situación de la vida cotidiana.

El *vblog* tiene un mecanismo particular de producción-transmisión. Las temáticas y los modos de comunicación permiten construir huellas de identificación, tal es el caso de la máscara de luchador que usa El Escorpión Dorado y su tipo de expresiones habituales. Este usuario-destinador hace su propia bitácora de temas, por ejemplo, en el mundial de fútbol de junio de 2014 vinculó a sus destinatarios mediante el balompié o mediante asuntos de Brasil.

Hay que señalar que los usuarios-destinadores no obran únicamente por una necesidad de expresión o por pasar su tiempo libre, sino que usan sus materiales como plataformas de promoción personal, de manera que el número de visitas les abra posibilidades de financiamiento por parte de la plataforma enunciativa. Si bien, hay mayor libertad expresiva poco común en los medios convencionales (en cuanto a temas, formatos y códigos), ésta no es absoluta (Piscitelli 26 y ss.) pues existen restricciones en cuanto a tiempo, velocidad, recursos.

Los *vblog* de tendencia dominante

El *vblog* es un tipo de práctica comunicativa y discursiva sobre el cual no hemos encontrado trabajos específicos, a diferencia por ejemplo del *chat*, del Facebook, o del Twitter.¹¹ Los *vblog* se pueden categorizar por su extensión, su orientación centralmente humorística, si se tratan de tutoriales o de viajes. Para efectos de este trabajo, se analiza a los *vblogueros* con más número de visitas. Este dato se puede interpretar como tendencia de consumo dominante que establece una medida de gusto, cuyas razones no se exploran aquí, pero se usan como criterio para el ejercicio de descripción (tabla 1).

Para empezar, debe considerarse la separación entre el sujeto empírico y el sujeto de enunciación, como explica Yus (79 y ss.), si bien en el chat se puede

¹¹ En ese sentido, puede verse como ejemplo el Volumen 8, número 3, del año 2014, de *Discurso y Sociedad*, revista electrónica multidisciplinaria sobre estudios del discurso editada por Teun Van Dijk, con trabajos de algunos autores como Francisco Yus, Ana Pano, Ana Mancera que tienen ya varios trabajos sobre el discurso y la lengua en estos nuevos medios (disponible en <http://www.dissoc.org/ediciones/v08n03/>).

<i>Vbloggero</i>	Suscripciones	Vistas
Werever Tumorro	8 344 293	854 795 915
Yuya	7 165 885	546 710 744
CaELiKe	3 628 432	289 359 309
Luisito Rey	2 640 518	234 518 997
El Escorpión Dorado	1 437 611	89 259 324
No Me Revientes	1 030 339	119 383 921
hectorlealvlogs	931 610	82 305 328
benshortstuff	898 490	110 525 466
AlexXxStrecci	891 387	50 992 293
Chumel Torres	721 275	29 063 294

Tabla 1. *Vblogueros más vistos*.¹²

diluir tal separación al depender de la expresión textual, en el *vblog* existe un anclaje que asocia al usuario a una determinada expresión. El destinador suele presentarse con un nombre de usuario (o *nickname* o simplemente *nick*) que sustituye el nombre real de la persona empírica, incluso cuando ambos términos pudieran coincidir. El listado que se muestra en la tabla 1 revela una diversidad de criterios para construir esta identidad virtual: juegos fonéticos, yuxtaposición de unidades, falta de distinción gráfica en el uso de palabras, combinación de palabras con signos o letras como la “x”, referencias y uso libre del inglés. Estos *nicks* no advierten del contenido, son convenciones para señalar a un usuario-destinador, no a una persona, sino a una construcción que usa la interface y que será reconocida e identificada por los destinatarios posteriormente.

En cuanto a la expresión verbal, se pueden identificar algunas características que destacan en cualquier *vbloguero*. Uno de los primeros aspectos es el uso de altisonancias, cacofonías y giros dialectales. Estas marcas remiten a huellas de enunciación (país, región, nivel socioeconómico, entre otras) y permiten una construcción discursiva del escenario, la cual puede estar dominada por la in-

¹² Para la construcción de este cuadro se tomaron en cuenta varias páginas, artículos y notas de internet: Krauzzer10 “videobloggers mexicanas (mujeres)” y “videobloggers mexicanos (hombres)”; Raúl Sansores y Carlos León; “Youtubers más famosos”; “Cinco mejores videoblogger”.

formalidad. Además, hay expresiones soeces y, en general, el uso de la lengua es desenfadado, desparpajado, tanto en la expresión oral como en los soportes escritos que aparecen en el segmento audiovisual.

El habla aparece en muchos casos con ciertos elementos de agilidad y posicionamiento. En el caso de los *vblogueros* que se mencionan en la tabla 1 hay una escenificación del habla dada por el montaje escénico que asumen muchos de ellos. Se puede simular la espontaneidad y puede pensarse en la creatividad de un usuario-empírico, pero en realidad se trata de una puesta de escena donde el tono, la forma, la velocidad y los gestos se vuelven condiciones que permiten superar las limitaciones de recursos, de espacio y de tiempo. A su manera, cada usuario-destinador innova en las coordenadas pragmáticas del *vblog*; por ello aun cuando el principal recurso sea hablar frente a la cámara con marcada gesticulación, cambiando la velocidad y el modo de habla, el mirar hacia la cámara fortalece un tipo de contacto con sus destinatarios en una comunicación que al momento de la difusión-recepción del *vblog* es unidireccional. El análisis de aspectos semióticos y discursivos se relaciona en este sentido con la función apelativa, siguiendo a Roman Jakobson, que en estos segmentos desempeña un papel múltiple. Uno de los retos de todo comunicador o destinador es atraer la mirada de sus interlocutores; en el caso de la comunicación social y de ésta, mediada por computadora, el destinador tiene que ir contra la inercia de una pantalla, para ello apela, nombra o acusa a su destinatario, y se apoya de procedimientos utilizados con éxito por la propaganda desde hace mucho tiempo, como señalar con el dedo al ojo de la cámara o construir una relación particular y específica.

Las temáticas de los *vblogueros* son agrupadores semánticos y orientan sobre qué usos predominan. Al respecto, en *La ciencia del texto*, Teun Van Dijk usa la expresión “macroestructura semántica”, definida como la representación abstracta que facilita la aprehensión global de su significado. Cuando el destinatario identifica el tema, lo puede interpretar y si hay muchos sentidos posibles, considerará el más compatible (Maingueneau 97). De los *vblogueros* señalados en la tabla 1, se describe a continuación qué proponen al respecto los cinco más visitados.

En el caso de Werever Tumorro, el tema es el amor: cómo conseguir pareja (o *ligar*), tipos de pareja, entre otros; la escuela: situaciones comunes que se vive en

el ambiente escolar, tipos de personas y profesores, y la familia: cómo actúan los padres o cómo comportarse con los hermanos; otra constante es la distinción de género: cómo son las mujeres en contraste de cómo actúan los hombres.

Por otra parte, la motivación principal de Yuya es enseñar a la mujer “moderna y joven” a vestirse, peinarse y maquillarse de manera fácil y para cualquier ocasión; ofrece recetas de bebida y comida, así como de decoración de éstas mismas. En cuanto a Caelike, su tema recurrente es también la relación de pareja y procesos como el cortejo (o ligue), la primera experiencia sexual y tipos de pareja; en menor medida también deja ver algunos asuntos de género como las diferencias de personalidad entre hombres y mujeres.

Otros de los *vblogueros* más visitados es Luisito Rey. Si bien, tiene gran número de *vblog* dedicados a los temas convencionales ya mencionados, también incluye otros como cine, festividades y sus rituales. Y finalmente, un usuario de temáticas heterodoxas es El Escorpión Dorado, que tiene un estilo particular (usa una máscara de luchador) y aborda temáticas comunes como sexo, comida o *ligue*, pero también otros como impuestos; frecuentemente tiene invitados con quienes conversa o a quienes hace quedar mal mediante bromas o insultos; además incluye sondeos reales que hace en la calle acerca del tema del que trate su *vblog*.

Sobre el lenguaje audiovisual, como ya se señaló, el *vblog* utiliza frecuentemente planos cerrados, los cuales permiten potenciar la capacidad expresiva, el histrionismo o los gestos. Esto también puede relacionarse quizá con mostrar la dimensión expresiva del rostro y el torso, conocido como *medium shot*, y que fue típico de los noticiarios televisivos por mucho tiempo. Estos “bustos parlantes” ahora parecen como recuperación de este plano pero con otro sentido.

Otro aspecto básico de estos monólogos es el corte de la secuencia para cambiar de registro, de tema o bien para hacer alguna inflexión. Estos cortes funcionan como signos de puntuación (como paréntesis) y dan una particular agilidad al hecho de que el usuario-destinador está frente a la cámara permanentemente. Estos cortes cumplen la función discursiva de cambiar de perspectiva, o insertar digresiones o sentidos particulares a la cadena hablada.

Entre la parodia, el relajo y la reproducción en la visión del mundo

Uno de los principales recursos del *vblog* es el despliegue escénico que usa el *vbloguero* para reforzar el contacto que establece en una línea de tiempo de manera deseable, entre él y su destinatario. Para esto hace una doble escenificación: la del habla en sus modos, giros o altisonancias; y la audiovisual, con juegos básicos de la comunicación, gestos o movimientos. Al menos estos son elementos recurrentes en los *vblog* de tendencia dominante que se analizan aquí, por ejemplo, en algunos *sketches*, parodias, desdoblamientos de la voz discursiva, específicamente en Luisito Rey (por ejemplo, su *vblog* “El porno”) o en *El Pulso de la República*, construido a partir de una parodia de las noticias. Para lograr la verosimilitud dentro del montaje audiovisual y para suponer dos actores discursivo, se usa un recurso básico de la edición que es ubicar a uno de un lado de la pantalla, y luego el mismo sujeto aparece del otro lado, como si fueran dos personas.

El *vblog* se define como un espacio que realiza varias funciones comunicativas y no solamente “entretiene”, aunque parezca éste su principal uso. En estos materiales encontramos referencias al mundo (función referencial), interjecciones y descripciones emotivas del hablante así (función emotiva), así como variadas estrategias para apelar a sus destinatarios y llamar la atención (función persuasiva), además estas funciones del lenguaje, del modelo comunicativo de Jakobson, no operan aisladas en los mensajes, sino que se pueden establecer jerarquías según se articulen estas funciones. Por ejemplo, cuando el usuario Luisito Rey explica qué es el “cine porno”, o la usuaria Yuya sugiere qué ponerse para ir a una fiesta, la función basada en el contexto (función referencial), el mundo de las cosas, igualmente se fragmenta en experiencia inmediata de lo que puede ser. Algunos *vblog* conocidos como tutoriales, es decir, aquellos que se explican formas de vestirse, de cocinar o de ir a una fiesta, pueden asumir una función.

A su manera, estos *vblog* hacen una reconstrucción del mundo cotidiano, una relectura de la moda o las relaciones sociales, de la vida cotidiana o del entretenimiento. Muestran una actualización del imaginario de la belleza, el éxito o la sociabilidad, y ofrecen consejos o instrucciones para distintas vivencias comunes. Aun cuando existen condiciones enunciativas para diferentes modos de re-

presentación del otro, del género, del binomio hombre-mujer. Incluso, como en el caso de *El Pulso de la República*, canal en el que se manifiestan severas críticas contra la autoridad, los diputados y el presidente; el *vblogger* Chumel Torres escenifica claramente ese estilo directo y sin ambages, a veces con juicios soeces o burlas contra las instituciones dominantes, incluidos los medios de comunicación convencionales. Todo ello no supone, necesariamente, representaciones alternativas o contrahegemónicas. Como se ha visto en los videos de tendencia dominante, tienen un espectro de reproducción de esquemas de percepción del mundo, facilitan la difusión de orientaciones, abordan asuntos que pueden preocupar o interesar a jóvenes y adolescentes que se sientan identificados con los enunciadores al grado de seguirlos en sus respectivos canales.

El *vblog* está enunciativamente vinculado a Youtube, una plataforma y una interfase particular. En todos los casos, los usuarios poseen cuentas de redes sociales que fortalecen el vínculo entre los cientos de miles de seguidores. Se trata de un fenómeno de comunicación digital interactiva particular, ya que circula al margen o fuera de los sistemas convencionales, lo cual permite condiciones de producción-recepción distintas. Además, como ya se comentó, afecta los códigos de uso de la lengua y permite rasgos distintos a los que se presentan en la televisión abierta o de paga.

Dentro de este microuniverso, si bien los *vblogs* de tendencia dominante comparten algunas características, no se puede decir que estos cinco *vblogueros* compartan los mismos elementos o se agrupen en un solo conjunto. En su interior, cada uno es un microuniverso de materiales audiovisuales, son propuestas de tipologías y protogéneros particulares, y varían en temas, como ya se ha mencionado.

En conclusión, el *vblog* no opera aislado, se articula con otros medios digitales que dan al estudio de esta práctica comunicativa una textura particular. Entre ambos se establecen relaciones y representaciones que combinan componentes novedosos que, por ejemplo, pueden favorecer otras actitudes sociales y al mismo tiempo, dentro de las representaciones dominantes, algunos aspectos de la vida cotidiana.

OBRAS CITADAS

- Abril, Gonzalo. *Teoría general de la información. Datos, relatos y ritos*. Madrid: Cátedra, 1997. Manuales 44.
- Barbero, Jesús Martín. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili, 1987. Impreso.
- Eco, Umberto y Paolo Fabbri. "Progetto si ricerca sull'utilizzazione dell'informazione ambientale". *En Problemi dell' Informazione*, 3.4 (1978): 555-597.
- Escandell, María Victoria. *La comunicación*. Madrid: Gredos, 2005. Impreso.
- Fairclough, Norman. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press, 1994. Impreso.
- Jakobson, Roman. "Lingüística y poética". *Ensayos de Lingüística General*. 2ª ed. Barcelona: Seix Barral, 1981. 347-393. Impreso.
- Krauzzer10. "Top 5 videobloggers mexicanas (mujeres)". Youtube. 26 de abril de 2013. Web. 10 de julio de 2014.
- Krauzzer10. "Top 5 videobloggers mexicanos (hombres)". Youtube. 25 de abril de 2013. 10 de julio de 2014.
- "Los cinco mejores videoblogger de México". Youtube. 29 de septiembre de 2015. Web. 22 de octubre de 2015.
- "Los youtubers más famosos de México y el mundo". Youtube. 2 de diciembre 2014. Web. 4 de octubre de 2015.
- Luisito Rey. "Que te la pases bien y que se te olviden tus problemas". Youtube. 14 de julio de 2014. Web. 22 de octubre de 2015.
- Maingueneau, Dominique. *Términos claves del análisis del discurso*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1999. Impreso.
- Martínez, Zaez. "¿Qué son los blogs?". *10 años de periodismo digital en Venezuela 1996-2006*. (Coord.) Miladys Rojano. Caracas: CIC-UCAB, 2006. 153-175. Impreso.
- Negroponte, Nicholas. *Ser digital*. Buenos Aires: Atlántida, 1995.

- No Me Revientes. “5 personas que odias en el Oxxo”. Youtube. 4 de febrero de 2014. 10 de julio de 2014.
- Orihuela, José Luis. *La revolución de los blogs. Cuando las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente*. Madrid: La Esfera de los Libros, 2006.
- Piscitelli, Alejandro. *Internet: la imprenta del siglo XXI*. Barcelona: Gedisa, 2005. Impreso.
- Prieto, Luis. *Pertinencia y práctica: ensayos de semiología*. Barcelona: Gustavo Gili, 1977. Impreso.
- Real Academia Española. *Diccionario de la lengua española*. 23ª edición. Madrid: RAE, 2014. 25 de agosto de 2015. Web.
- Sáez Vacas, Fernando. “La blogosfera: un vigoroso subespacio de comunicación en Internet”. *Telos* 2005:14-17.
- Sansores, Raúl y Carlos León. “Los 10 vloggers más famosos de México”. De 10 (El Universal). 23 de septiembre de 2013. Web. 5 de octubre de 2015.
- Scolari, Carlos. *Hipermediaciones. Elementos para una teoría digital interactiva*. Barcelona: Gedisa, 2008. Impreso.
- Torres, Chumel. “Leyes secundarias de telecomunicaciones”. Youtube, 31 de marzo de 2014. 15 de junio de 2014.
- Van Dijk, Teun A. *La ciencia del texto*. Barcelona: Paidós, 1978. Impreso.
- Yus, Francisco. *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en internet*. Barcelona: Ariel Lingüística, 2001.