

Bloggers... pasen y opinen

Un análisis antropológico sobre las formas de interacción y sociabilidad en weblogs de diarios digitales

Autor:
Vázquez, Jimena Soledad

Tutor:
Moya, María de los Angeles

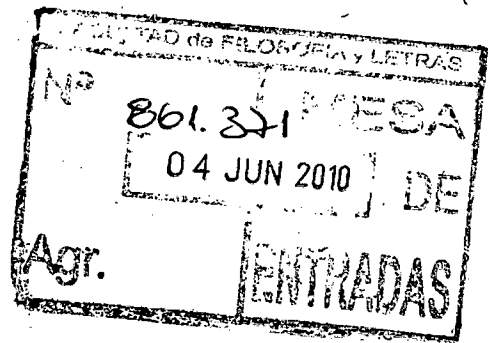
2010

Tesis presentada con el fin de cumplimentar con los requisitos finales para la obtención del título Licenciatura de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires en Ciencias Antropológicas

Grado

Tesis
15.5.45

Tesis 15.5.45



Tesis de Licenciatura en Ciencias Antropológicas
Facultad de Filosofía y Letras
Universidad de Buenos Aires

Tema: Antropología y Nuevas Tecnologías

Título: "*bloggers pasen y opinen*" *. Un análisis antropológico sobre las formas de interacción y sociabilidad en weblogs de diarios digitales.

Tesista: Jimena Soledad Vázquez
Profesora en Ciencias Antropológicas
Mail: jipimepe@gmail.com

Directora: María de los Ángeles Moya
Doctora en Sociología y Licenciada en Ciencias Antropológicas

BUENOS AIRES
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
Dirección de Bibliotecas

* Frase extraída del blog "Weblog sobre Weblogs". Fuente:
http://weblogs.clarin.com/weblogs/archives/2005/05/enriqueciendo_e.html

INTRODUCCIÓN**CAPÍTULO 1****Los Medios Audiovisuales**

Los medios como tecnologías y las tecnologías como medios

Aportes antropológicos al estudio de los medios

Antropología y Nuevas Tecnologías

Lo global y lo local

CAPÍTULO 2**Antropología e Internet**

Los estudios sobre la Construcción Social de la Tecnología

Una nueva propuesta: la Ciberantropología

El Ciberespacio

Repensando el método etnográfico: la Etnografía Virtual

Definiendo el campo

Por una etnografía mediada tecnológicamente

Un modelo etnográfico multisituado

CAPÍTULO 3**Discutiendo algunos conceptos**

Lo real y lo virtual, un debate siempre presente

De la problemática acerca de lo on line y lo off line

Los "conectados" a Internet: "the wired"

CAPÍTULO 4**Cultura y Cibercultura**

Problematizando la noción de cibercultura

Tres ideas sobre la cibercultura

De la cibercultura a lo cultural

CAPÍTULO 5**Hacia una noción de Weblogs o blogs**

Breve recorrido por el origen de los blogs

El weblog en el campo

Los weblogs como herramientas de análisis

La dinámica de las conexiones

El "blogchateo"

La conectividad a través de los links

CAPÍTULO 6**Procesos hegemónicos en la Red**

Hegemonía en weblogs

Weblogs en diarios digitales

La moderación dentro de los weblogs

CAPÍTULO 7**Reflexiones sobre la mediación tecnológica en la investigación antropológica**

La experiencia de "ser blogger"

CONSIDERACIONES FINALES**BIBLIOGRAFÍA**

Agradecimientos

Este trabajo de investigación fue posible gracias a los consejos, las correcciones, las idas y vueltas, en fin, los muchos, valiosos y grandes aportes académicos de mi directora quien supo guiarme en toda esta tesis. Gracias Marian por el tiempo que me dedicaste y por resolver las miles de dudas que se me presentaban. En segundo lugar agradezco el apoyo que me brindaron mis familiares y amigos para que finalice esta etapa en mi desarrollo académico. Gracias a mis padres y mis hermanas que me acompañaron durante toda mi carrera universitaria y me dieron su apoyo para que continúe con mis objetivos antropológicos. Gracias a mis amigas y compañeras de estudios.

Por último, gracias Seba por estar conmigo y apoyarme.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo surge a partir de mis intereses y gustos en particular, la inquietud de conocer y comprender el mundo que nos rodea. Así es como la experiencia cotidiana se vuelve foco de reflexión y los interrogantes comienzan a surgir en un interesante ida y vuelta entre los prejuicios, percepciones y teorías, “verdades” y argumentos científicos. Entonces a partir de este interés por comprender el mundo de hoy y aquellas cotidianidades que me rodean, al comenzar a delinear esta tesis me propuse tratar de comprender los usos y lo que piensan los usuarios de las nuevas tecnologías.

En el contexto global neoliberal, los medios audiovisuales -y dentro de ellos las nuevas tecnologías- tienen un rol fundamental al mediar toda la vida social debido a que, como propone Jesús Martín Barbero, *“intercomunican los lugares, transforman el sentido del lugar en el mundo [...] y hacen de la cultura el gran vehículo del mercado”* (Martín Barbero, 1999: 28). La particularidad de los medios radica en la creación de una “ilusión de conectividad global” (García Canclini, 2004: 77) que conecta a todos los grupos y sujetos sociales alrededor del mundo en un sistema homogéneo e integrado. Sin embargo, como establecen Mónica Lacarrieu y Rubens Bayardo (1999 y 2003) no sólo se produce esta ilusión de homogeneidad y equilibrio, sino que se dan procesos de diferenciación, exclusión y localización que son necesarios a la globalización.

Pero hablar de nuevas tecnologías implica pensar nuevas formas de relacionarnos con otros, de participar en nuevos espacios, de publicar información. Hoy en día podemos bajar música gratis de Internet; tener un perfil en “Facebook”, subir fotos y conocer gente nueva”; tener nuestro blog; poseer una o varias direcciones de correo electrónico e intercambiar mensajes sin esperar mucho tiempo la respuesta; así como sacar fotos con el celular y mandarlas a nuestros amigos.

Es decir, con las nuevas tecnologías digitales se están transformando las maneras de relacionarnos con otras personas, de pensar, de leer los diarios (a través de las páginas digitales), de escribir mensajes de correo, de trabajar. En fin, los modos de actuar y de pensar en que estábamos acostumbrados.

Este trabajo busca analizar esas transformaciones de la vida cotidiana a partir de la mediación de las nuevas tecnologías en la experiencia social. Por lo tanto, el marco que guía la presente tesis se encuentra en las relaciones entre la Antropología y los Medios Audiovisuales.

Específicamente, me interesan los cambios que se están introduciendo en uno de los nuevos espacios en la Red: los weblogs. Digo “uno”, porque actualmente existen otros espacios en Internet, además de los blogs, como las redes sociales (Facebook, Twitter, Flickr), las salas de chat y los foros de discusión.

Lo interesante de los weblogs es que nacen como una nueva forma de comunicación y de información en torno a las nuevas tecnologías. Pero su uso por parte de los usuarios de Internet ha generado una transformación en cuanto a los contenidos y los sujetos que publican información en esos espacios. Mientras que en sus inicios los weblogs eran espacios para hablar de tecnología, hoy en día, las temáticas tratadas por los “bloggers” (autores de blogs) son múltiples y diversas. Además, entre los bloggers no sólo se encuentran programadores, sino también periodistas, autores de novelas, dibujantes, etc.

En este sentido, es importante analizar las transformaciones socioculturales (políticas, económicas, ideológicas, culturales y sociales) que las nuevas tecnologías de la información y comunicación (NTICs) están generando en la experiencia social de los sujetos.

Ante estos procesos, la Antropología puede y debe analizar en profundidad el cómo y el por qué de estas reconfiguraciones de los espacios y de las relaciones sociales que los sujetos establecen a través de la Web. De esta manera, los weblogs emergen como nuevos espacios de relación y socialización entre los sujetos que participan en ellos (bloggers y lectores¹) a partir de la publicación de información diversa².

¹ Los actores que analizaré a lo largo del trabajo son los “bloggers”, sujetos que poseen un blog; y los “lectores”, sujetos que comentan en la sección de los comentarios de los blogs. De ambos, son los primeros los más relevantes dado que el trabajo de campo fue realizado principalmente con ellos.

² Los blogs pueden tener infinidad de temas: desde política, actualidad, economía, migración, cocina, deportes, literatura, poesía, humor, tecnología, etc.

No obstante, estos procesos que surgen con los weblogs no pueden ser analizados como alejados de lo político, lo económico y lo ideológico, ya que las tecnologías se insertan en espacios preexistentes de distribución desigual de poderes políticos y económicos. Por ello, no debemos caer en la ilusión de que Internet es “para todos”³, debido a que la misma se distribuye, al igual que el resto de las tecnologías, de modo desigual por todo el globo. Poder acceder a Internet implica, en primera instancia, poseer una computadora, y luego, tener un línea de teléfono o un servidor (pago o gratis), entre otros elementos. Así, el convertirse en un “usuario” de la Red está determinado no sólo por el acceso a las tecnologías adecuadas, sino además por la participación de los códigos necesarios para su manejo (ver Moya, 2007). Por ejemplo, durante el 2007 Marian Moya y Camila Álvarez desarrollaron un blog -Mundo Locutorio⁴- en Clarín digital que abordaba antropológicamente los procesos de socialización en locutorios de la Ciudad de Buenos Aires y del Conurbano Bonaerense. El informe final del trabajo muestra la importancia del acceso a los códigos específicos para la participación efectiva en los grupos que se reunían en esos “Cibers”⁵. Este blog además fue el primero en analizar la temática antropológica sobre las transformaciones de la vida cotidiana a partir del uso de las nuevas tecnologías.

Asimismo, el acceso a Internet no es garantía de producción horizontal (de todos y para todos los sujetos) de la información y del conocimiento que circula por la Red. Como veremos en los capítulos siguientes, tanto en la Web como en los medios audiovisuales en general, se producen procesos de hegemonía que buscan determinar quiénes son los grupos o sujetos sociales que pueden generar y consumir información en la Red. En este sentido, los weblogs que se encuentran insertos en los diarios digitales (como clarín.com, lanacion.com, criticadigital.com) constituyen un ejemplo de cómo se dan estos procesos hegemónicos en la producción de información y, por lo tanto, constituyen la unidad de observación del presente trabajo.

En este sentido, las preguntas iniciales que fomentaron mi interés por analizar los

³ Que en primer lugar cabría preguntarse quienes son “todos”. Es decir, preguntarse a qué sujetos se hace referencia al hablar de “todos” porque no todos los grupos y sujetos sociales logran acceder a Internet y a las nuevas tecnologías o a los códigos para su manejo. En otras palabras, la categoría “todos” resulta ambigua y confusa debido a que es muy general y vaga. “Todo” se refiere a la idea de totalidad, a la concepción universalista que pretende abarcar todas las dimensiones de la vida.

⁴ <http://weblogs.clarin.com/mundolocutorio/>

⁵ Comúnmente los locales comerciales donde hay computadoras se denominan “Cibers” o “Cibercafés” en referencia a dicha presencia tecnológica. Es decir, se asocia lo “ciber” a las computadoras e Internet.

procesos que se dan en estos espacios fueron: ¿qué son los weblogs?, ¿cómo funcionan? y ¿por qué los usuarios de Internet deciden “abrir” su propio blog?. De estas cuestiones, empecé a preguntarme cómo son percibidos los weblogs por los sujetos que participan en ellos; qué información aparece en los *blogs*, y, en este sentido, quiénes son los “bloggers”.

De este modo, surgió la cuestión sobre si podemos hablar de los blogs como nuevos espacios de sociabilidad, interacción y participación; así como de intercambio y producción colectiva de información. Esta idea se relaciona con la propia estructura de los blogs en donde aparecen los “comentarios”: una sección al final del blog donde los lectores del mismo pueden dejar sus opiniones. Sin embargo, del mismo modo en que están los comentarios, encontramos un mecanismo – *la moderación*– a partir del cual el blogger permite o no que aparezcan los comentarios publicados. Así, ¿cómo se compatibiliza la idea de “libre expresión” que circula en estos weblogs con el mecanismo de “moderación”?, y este sentido, ¿por qué los usuarios de la Red participan en los blogs a pesar de los mecanismos de control?

En algunos casos los blogs son definidos como espacios de *periodismo participativo*, donde los sujetos publican información “noticiable”⁶ sin pertenecer a un medio de comunicación.

Esta idea se relaciona a las formas en que son definidos los weblogs por los grandes medios para hablar sobre la publicación de información por parte de sujetos que no trabajan en esos medios, es decir, que no son periodistas. Sin embargo, los weblogs fueron introducidos desde hace un tiempo, en las páginas web de algunos diarios (como Clarín y La Nación) como espacios independientes de periodistas de dichos medios.

En este sentido, y en íntima correspondencia con los interrogantes recién planteados es que surgen los siguientes objetivos:

Objetivos Generales

⁶ La idea “noticiable” proviene del campo de la comunicación y el periodismo para referirse a las condiciones que posee un acontecimiento de volverse una noticia, de ser comunicado al público como un hecho relevante para la vida social.

- Explorar los weblogs como nuevos espacios de sociabilidad, comunicación, e intercambio de información, así como espacios donde se dan mecanismos hegemónicos por el control de esa información.
- Cuestionar el uso de conceptos (como “cibercultura”, “real” y “virtual”) en los análisis antropológicos sobre los nuevos medios audiovisuales.

Objetivos Específicos

- Explicar los usos de los weblogs dentro de páginas webs de diarios digitales
- Analizar las representaciones y prácticas de los actores que participan en los weblogs
- Describir los mecanismos de participación e interacción que intervienen en estos espacios

Hipótesis de la investigación

La hipótesis general que enmarca esta tesis es que los weblogs surgen como nuevos espacios de socialización, participación e interacción en los cuales se dan diferentes procesos sociales (de inclusión, exclusión, reconocimiento, etc.), es decir, disputas por el control hegemónico de la información y el conocimiento.

En relación a lo cual, aparecen los weblogs en las páginas webs de algunos multimedios como nuevos espacios de producción y consumo de información, para, y desde los usuarios de las mismas. En estos espacios se da una tensión entre las representaciones de participación/expresión espontánea (pero luego controlada) de los actores y los mecanismos de control que los medios y la estructura técnica de los blogs imponen para seleccionar la información que es finalmente publicada.

Unidad de observación y análisis

La unidad de observación de esta tesis es el espacio construido a través de las relaciones mediatizadas por las nuevas tecnologías: los weblogs. La importancia de tomar estos espacios como unidad de observación radica en su desarrollo vertiginoso dentro de la Web y de los medios en general (como los programas de noticias o “noticieros” que incluyen segmentos con los bloggers de las páginas de los medios a los que pertenecen.

Un ejemplo son las secciones del periodista Mario Mactas en el Noticiero del Trece – canal Trece- llamado el “Toque Mactas” como su blog en la página de Todo Noticias – TN-).

Más específicamente, los weblogs ubicados en las páginas webs⁷ de los principales multimedios en Argentina: lanacion.com; clarín.com; Criticadigital.com y perfil.com. La elección de estos blogs se debe a mi intención de analizar los procesos hegemónicos sobre la información publicada en la Red desde los multimedios más importantes de nuestro país (Grupo Clarín, Grupo La Nación S.A., Crítica).

En este sentido, la unidad de análisis son los sujetos que han decidido- por diversos motivos- abrir su propio espacio en la Red: los bloggers.

Por último, cabe destacar que el análisis de estos espacios conlleva repensar y/o cuestionar algunos de los conceptos como *cibercultura*, la dicotomía *real/virtual*, y la metodología etnográfica como herramienta de investigación. En este sentido, los primeros capítulos abordarán la discusión sobre estos conceptos para luego poder interpretar los procesos que emergen con los blogs.

⁷ Desde su estructura tecnológica, un blog es un tipo de página web que posee unas características propias que lo diferencian de otras páginas (ver Capítulo 5 para la noción de blog). Una página web es un documento de Internet adaptado para la World WideWeb cuyo principal aspecto son los hiperenlaces o links a otras páginas web.

CAPÍTULO 1

Los Medios Audiovisuales

Como afirman los especialistas, en el mundo de hoy, los medios audiovisuales son los grandes mediatizadores de las relaciones sociales. Constituyen espacios de poder político, económico y cultural donde se negocian de manera constante sentidos culturales e ideológicos; y a su vez, representan el campo más activo de producción, circulación y consumo cultural. Los medios de comunicación forman parte de la cotidianidad de los grupos sociales, y en consecuencia, se encuentran insertos en los universos discursivos, las situaciones políticas, las circunstancias económicas, los escenarios nacionales, los momentos históricos y los flujos transnacionales. Los medios audiovisuales son los grandes mediatizadores de la vida cotidiana, reproducen y transforman las representaciones y las prácticas de los sujetos sobre el mundo y sobre sí mismos (García Canclini, 2004; Martín-Barbero, 2002).

Es decir, los medios -valga la redundancia- *median* la experiencia social. La introducción de la tecnología en la vida cotidiana implica la emergencia de nuevos espacios, nuevas formas de participación y socialización, en fin, nuevas maneras de relacionarse y de pensar el mundo en el cual vivimos, al mismo tiempo que se redefinen las formas existentes a partir de la apertura de nuevas posibilidades de comunicación e interacción. Por ejemplo, podemos pensar en las transformaciones de las formas en que nos comunicamos con otras personas desde la aparición de la imprenta y la radiodifusión, hasta la masificación del sistema de mails o del teléfono celular. Antes enviar una carta por correo postal implicaba la espera de la llegada de ese correo en una extensión de varios días y a veces hasta de meses; hoy la posibilidad del mail nos permite enviar mensajes a largas distancias y con una respuesta casi inmediata (si bien hay respuestas que tardan un tiempo dada la periodicidad en que se accede a las casillas de mails o a la misma tecnología). Del mismo modo, en tiempos precedentes para filmar un hecho determinado eran necesarias las cámaras de video; hoy, los teléfonos celulares tienen incorporadas minis cámaras de video que permiten que cualquier persona pueda filmar diversos acontecimientos en todo momento.

Los medios audiovisuales y los usos que los sujetos hacen de ellos transforman pero también reproducen -por ejemplo, los discursos hegemónicos a través de los noticieros- las maneras en las que actuamos sobre y pensamos el mundo.

En este sentido, los medios atraviesan diversas prácticas sociales contenidas en las esferas pública y privada (Stevenson, 1998). Según Jesús Martín Barbero, lo propio de la revolución tecnológica es su capacidad de generar formas nuevas de relación entre las diversas formas de producción y distribución de bienes y servicios y los procesos simbólicos (Martín-Barbero, op. Cit.)

Como propone Patricia Terrero:

“así como la prensa a fines del siglo XIX había contribuido a configurar el espacio de representación y a definir el espacio imaginario de la nación y la cultura de la época, hoy los medios audiovisuales mediatizan las experiencias y la percepción del mundo”
(2003: 206).

Hablar de medios implica referirnos a las tecnologías que posibilitan la comunicación, la interacción y el intercambio de diferentes tipos de contenidos (mensajes, información, imágenes audiovisuales, etc.) y objetos entre los sujetos y grupos sociales.

Los medios como tecnologías y las tecnologías como medios

En general, cuando pensamos en algún tipo de objeto “tecnológico” nos imaginamos una computadora, un celular, una cámara de fotos, un cohete, un circuito electrónico, una televisión. O sea, una máquina o los componentes electrónicos que permiten que la máquina funcione. Esta asociación tecnología/objeto se remonta al siglo XIX cuando la tecnología, entendida como dispositivo⁸, se volvió central para el colonialismo europeo y las teorías evolucionistas⁹. Los transportes y las comunicaciones eran un elemento clave para la expansión colonial, mientras los científicos sociales tomaban la ausencia o presencia de tecnologías como marcadores culturales de desarrollo (ver Moya y

⁸ “Dispositivo” en el sentido más llano del término, es decir como artefacto que sirve a un propósito particular, especialmente una máquina. Puede emplearse también en el sentido de “medio” o “técnica”.

⁹ En las teorías evolucionistas la tecnología era vista como la base empírica de la cultura, siendo uno de los determinantes (junto con las instituciones, como la religión) del estadio en el que se encontraban los pueblos en la línea evolutiva (de las sociedades primitivas/ rudimentarias hasta las civilizadas / tecnología más compleja).

Vázquez, 2009). La tecnología era entendida como fuente de registro y clasificación, quedaba reducida a un producto humano, un objeto perdurable en el tiempo. El desarrollo tecnológico expresaba las acumulaciones de manifestaciones creativas del hombre (ver Moya y Vázquez, op. cit.).

A principios del siglo XX, con el relativismo norteamericano, surge la idea de la particularidad de cada cultura como totalidad. De esta manera se entiende que cada cultura es única y en formación constante, es un proceso. Ya no se habla de cultura sino de culturas y se van a establecer rasgos o fenómenos culturales, siendo las tecnologías uno de ellos. Así, las tecnologías eran producto de diversas difusiones y apropiaciones.

Estas dos ideas de tecnología como producto de la creatividad humana y como resultado de la difusión y apropiación de diversos factores, aún pueden observarse en los discursos académicos y no académicos. La tecnología es concebida como un objeto consumible, producto de la aplicación de una técnica particular¹⁰. Por ejemplo, leemos “La Argentina eligió la norma japonesa de televisión digital”¹¹, “Cuatro alumnos de Ingeniería diseñaron un mini helicóptero”¹² o escuchamos en el noticiero los nuevos proyectos del Ministerio de Ciencia y Tecnología. Según María Teresa Márquez (1998) esa percepción de la tecnología se corresponde con la *concepción estándar de la tecnología*:

“La cual sostiene la existencia de una clara y natural relación entre el artefacto técnico y su función, esto es, la habilidad de satisfacer la necesidad que fue la razón de ser del artefacto” (p. 51).

Este modo de pensar las tecnologías, como algo concreto y coherente en sí mismo, oculta el proceso social¹³ detrás de ellas y las convierte en fetiches¹⁴ (ver Moya y

¹⁰ En otras palabras, la tecnología como un bien de consumo y servicio da cuenta de la relación instrumento-función, o sea, el fin para el cual fue pensado y diseñado tal dispositivo.

¹¹ Nota publicada el 27/8/09 en www.clarin.com

¹² Nota publicada el 27/8/09 en www.clarin.com

¹³ Proceso que implica diferentes intereses políticos, económicos, sociales, culturales que intervienen en la génesis del dispositivo

¹⁴ La idea de fetichismo está ligada a la del valor –de uso y de cambio– de las mercancías. Ante la idea de fetiche, György Lukács – citado en Margulis, 2009– propone el término *reificación* o cosificación, estableciendo que “el carácter de fetiche de las mercancías tiene consecuencias ideológicas que influyen sobre la vida de las sociedades” (Margulis, op.cit: 61). Según Mario Margulis (op.cit), esta idea de

Vázquez, op. Cit.) al soslayar las reales condiciones de producción de los objetos; es decir, las condiciones sociales, relacionales de producción. Esta pérdida de la visión relacional -encubierta por la circulación- de los objetos fomenta el pensamiento del mercado como intercambio de bienes y no como un sistema de relaciones sociales. Los objetos, incluyendo los medios de comunicación, se convierten en mercancías (bienes de consumo) que parecen circular “solos”, independientemente de los sujetos productores, en el mercado.

Esta idea, aplicada a los medios, impone considerar las tecnologías como técnicas objetivas y precisas para capturar, expresar, dar cuenta, “reflejar” la realidad. En este sentido, Stuart Hall (1997) sostiene que entender los medios de esta manera involucra un recorte de la realidad, un reduccionismo que fija las diferencias, las naturaliza. Según él, el fetichismo es “una estrategia representacional” que le da a los objetos cualidades propias cargadas de sentido (p.268).

De esta manera, Márquez (op. cit) propone pensar las tecnologías como prácticas sociales: “un entramado social de creencias, conductas, acuerdos y desacuerdos, financiamientos, estrategias de mercado, marcos legales, etc.” (Márquez, op.cit: 52). Las tecnologías condensan redes de significación que involucran los motivos, lo que dicen y piensan las personas cuando las usan. En este sentido, las tecnologías no son solo objetos tecnológicos sino que constituyen modos de representación y también medios de comunicación (ver Moya y Vázquez, op.cit).

Como modos de representación: el uso, la producción, la circulación y el consumo de las tecnologías dan cuenta de diversas formas de pensar el mundo y de pensarse a uno mismo. Como medios de comunicación: las tecnologías son, como mencione al principio del capítulo, *mediadores socioculturales*¹⁵. Ellas permiten la circulación, producción y consumo de información en forma masiva, e intervienen en casi todos los ámbitos de la vida cotidiana. Las tecnologías como medios de comunicación masiva (las televisiones, las radios, los periódicos, las computadoras) generalizan y permiten la

reificación expresa “un mecanismo ideológico” que actúa sobre las representaciones “ejerciendo un efecto deformador y engañoso sobre la discursividad social” (p. 62).

¹⁵Que sean mediadores socioculturales implica reconocer los intereses políticos, económicos, sociales, culturales que los atraviesan

comunicación entre sujetos a grandes distancias y casi simultáneamente¹⁶. Son medios “de comunicación, de interacción y de organización social” (Castells, 2001:1).

Como tales, los medios se volvieron objeto de estudio de las ciencias sociales. Los medios audiovisuales atraviesan y median la experiencia de los sujetos y grupos sociales, por lo cual, deben ser y son foco de análisis y discusión de las diversas disciplinas sociales.

Aportes antropológicos al estudio de los medios

Ante la emergencia de los medios masivos, la Antropología y las Ciencias Sociales en general han propuesto diferentes posiciones teórico-metodológicas que intentan dar cuenta de los cambios sociales, culturales, históricos, políticos, económicos, que se producían con la inserción de la radio, el cine y la televisión en la cotidianidad de los sujetos y grupos sociales.

Como establecen Askew y Wilk (2002), en un principio los estudios se centraban en la producción de sentido desde quienes creaban y distribuían los diferentes textos mediáticos, o sea, quienes detentaban el poder al generar y/o mantener la agenda mediática. Estos análisis dejaban de lado la posibilidad de acción por parte de las audiencias dado que pensaban la emisión del mensaje mediático desde una postura determinista que iba de los medios a los receptores. Desde esta perspectiva, los medios tenían la función de reproducir/reforzar las relaciones sociales existentes mientras que los receptores eran solamente consumidores “objeto” dado que no tenían el poder de decisión (Wolf, 1996). Encontramos trabajos desde la Escuela de Frankfurt (autores como Adorno y Horkheimer), así como los realizados por Hortensé Powdermarker sobre los films producidos en Hollywood y su impacto en las audiencias, que

“compartieron y promovieron una visión del mundo del cine como una industria grosera y brutal, apenas disfrazada como arte, que usaba sus ventajas técnicas para objetivizar a los espectadores e imponerles fórmulas culturales que los adormecía políticamente” (Askew y Wilk, op.cit.: 5).

¹⁶Los medios trajeron consigo la reformulación de las ideas de tiempo y espacio al posibilitar un intercambio más dinámico y rápido de información, objetos y sujetos

Sin embargo, ante las conclusiones de los estudios antes mencionados, aparecieron diversos análisis que criticaban el determinismo unilineal del mensaje de los medios y, por lo tanto, se volcaron a los estudios de recepción del mensaje mediático: las llamadas Etnografías de Audiencias que emergen a principios de los años '80 en el marco de los Estudios Culturales. Así, al abordar la noción de agencia de los sujetos, esta corriente teórica se diferencia de otras perspectivas de investigación sobre medios debido a que establece la apropiación activa de los sentidos por parte de las audiencias, sentidos que son negociados y resignificados constantemente por los sujetos que los reciben. Las audiencias entonces comenzaron a ser pensadas como productoras de sentido y dejaron de ser concebidas como receptores pasivos.

De este modo, se van a considerar a los medios como posibles herramientas para ser usadas por las audiencias. En su trabajo sobre los “medios indígenas”, Ginsburg (2002) analiza cómo los aborígenes utilizan los medios visuales (como la cámara de video) para autorepresentarse. Según la autora, comprender el uso que le dan los indígenas a los medios requiere entender, por un lado, el proceso de producción/recepción y, por el otro, situar estas producciones en determinados campos discursivos insertados en movimientos sociales que buscan autonomía cultural y autodeterminación política.

Así, se coloca las tecnologías en el centro del análisis dado que la vida moderna se caracteriza por una incesante emisión/recepción de información (Stevenson, op.cit; García Canclini, 2007). Es decir, nuestra vida está permanentemente atravesada por flujos informacionales: vemos en el noticiero televisivo las elecciones presidenciales en Estados Unidos, un terremoto en Chile, los finalistas de un concurso de canto en la televisión por cable; leemos en el diario los vaivenes de la bolsa en todo el mundo, las crónicas policiales del día anterior; nos llega a nuestro celular un mensaje de texto preguntándonos qué haremos el fin de semana. Podemos realizar todas estas actividades en un mismo momento.

Por otro lado, simultáneamente a estas perspectivas, surge la cuestión sobre los usos y la importancia de los medios para realizar el trabajo antropológico, o sea, como una “herramienta” para obtener y/o producir “datos” (Askew y Wilk, op. Cit). Autores como Margaret Mead, Franz Boas, Jean Rouch y Timothy Ash plantearán el uso de tecnologías mediáticas para “documentar” la cultura de las poblaciones objeto de estudio, o sea, como herramientas para la investigación científica. Los debates en torno

a la utilidad de las tecnologías giran, en primera instancia, alrededor de las formas de registro (ver Mead, 2000; Hockings, 1995; Minh-ha Trinh T, 1984). Es decir, el foco de discusión era las técnicas empleadas, no la epistemología. Por ejemplo, la mejor posición de la cámara para la toma de imágenes, si debía permanecer estática o en movimiento, la importancia o no de la “voz en off”, del sonido, la edición, entre otras cuestiones.

Posteriormente los debates se cernieron sobre la relación entre lo escrito y lo visual y, en este sentido, sobre el valor del uso de la imagen en la producción antropológica: la complementariedad de los films etnográficos con otras formas de trabajo antropológico (ver Hockings, op. Cit.); la articulación posible entre la imagen y el texto escrito (ver Ardévol, 1996 y 1998; Moya y Álvarez, 2005); y las relaciones entre arte y conocimiento científico (ver Minh-ha Trinh T, op. Cit.).

En este sentido, son dos las cuestiones claves que rodean la relación de la Antropología y los Medios Audiovisuales: la imagen como soporte, en tanto herramienta para la obtención de datos, de información; y la imagen como producto, o sea, el resultado de un proceso de trabajo, de una investigación (Moya y Álvarez, op. cit).

Como vemos, los debates en torno a las relaciones entre la Antropología y los Medios han hecho hincapié en las formas visuales de las tecnologías. Así, se constituyó una subdisciplina, la Antropología Visual, que aborda estos temas. Sin embargo, como proponen los autores Askew y Wilk (op. Cit.), el excesivo énfasis en lo visual ha generado una pérdida de interés en otras formas mediáticas que no son principalmente visuales, como la radio, los teléfonos, etc. Por ello, los autores establecen la importancia de considerar una Antropología de Medios ya que “las tecnologías no se reducen a las formas visuales” (Askew y Wilk, op. Cit). Esta propuesta resulta interesante para mi estudio dada la relevancia de la mediación de la tecnología, en este caso la computadora e Internet, en la investigación antropológica y en la experiencia social. Es decir, considero que hacer antropología sobre y a través de Internet no puede circunscribirse solamente a la Antropología Visual, en tanto las interacciones sociales superan la imagen visual y dan cabida a otras formas como, por ejemplo, la escritura.

“El valor de las aproximaciones antropológicas yace en un entendimiento de los medios simplemente como un aspecto de la vida

social contemporánea, no diferente en esencia de la ley, la economía, el parentesco, la organización social, el arte y la religión. Todas estas categorías de pensamiento y comportamiento son concebidas socialmente y socialmente implementadas” (Askew y Wilk, op.cit: 12).

En este sentido, los medios aparecen como objetos de estudio y soportes para la investigación antropológica. Podemos analizar realizaciones audiovisuales de diferentes grupos como formas de autorepresentación (como el estudio de Faye Ginsburg sobre los usos del video por una comunidad indígena), pero al mismo tiempo podemos utilizar el video como una herramienta para el trabajo de campo (por ejemplo, al usar una cámara de fotos o de video y tomar imágenes de lo que nos parece interesante o bien, para ejemplificar lo que estamos diciendo).

Antropología y Nuevas Tecnologías

Como he mencionado, los medios de comunicación han sido, desde su aparición, objeto de discusión y análisis en la Antropología. Sin embargo, a partir de la década del '80 se produce un desarrollo acelerado de nuevas formas tecnológicas que van a generar un impacto importante en la vida cotidiana de los sujetos y, por ello, muchos antropólogos plantearán la necesidad de que la disciplina aborde estos nuevos medios.

La idea de “nuevos medios” recae en las transformaciones de las prácticas y las representaciones de los sujetos sociales a partir de la introducción de las tecnologías digitales (como la computadora, los teléfonos celulares e Internet). Por ejemplo, podemos comunicarnos -casi simultáneamente- con personas que están a distancias considerables a través de mensajes de textos; o con el envío de mails. O podemos “chatear” con sujetos que se encuentran en otros países; o ver noticias sobre otros lugares del planeta. Es decir, cambian las percepciones de tiempo y espacio, de comunidad, de comunicación, de información, de cultura, etc.

Los medios, en general, y las tecnologías digitales, en particular, imponen una cierta instantaneidad, una aceleración y cercanía al proveer una sensación de “achicamiento del mundo” (Bayardo y Lacarrieu, 2003). Los medios permiten e instauran una modificación de las relaciones sociales al crear la posibilidad de comunicarse en “tiempo real” con cualquier parte del mundo (como realizar una llamada telefónica a

una persona que se encuentra en otro país a través del celular). El tiempo pasa de ser extensivo y lineal a ser intensivo e instantáneo, el tiempo vivido se vuelve contemporáneo y simultáneo. Del mismo modo, la percepción sobre el espacio se transforma cuando aparecen nuevos “sitios” donde se desarrollan diversas y variadas prácticas de consumo, de producción y de intercambio. Como las interacciones en “chats”, “blogs” y en “mercado libre”¹⁷, donde las participaciones de los sujetos se dan en el ámbito usualmente llamado “ciberespacio”, que veremos más adelante.

Por lo tanto, las tecnologías que aparecen como “nuevas” en realidad constituyen adaptaciones y transformaciones de tecnologías “viejas”. Por ejemplo, la computadora aglutina los dispositivos técnicos de la pantalla de televisión, de los teléfonos, etc. Así, lo novedoso de estas tecnologías es el formato digital, o sea, la preponderancia de las interacciones sociales basadas en lo digital¹⁸: nos comunicamos, participamos en foros, en comunidades, en salas de “chat”, todo digitalmente.

Entonces, podemos pensar las Nuevas Tecnologías de la Información (NTI) en tanto medios tecnológicos basados en “la señal digital” (las tecnologías electrónicas) tales como “computadoras, las telecomunicaciones, la electrónica profesional y de consumo, y sus servicios relacionados” (Spadafora, 1999). De este modo, la mediación de las nuevas tecnologías en la experiencia social va a ser pensada desde la Antropología, y desde las Ciencias Sociales, en relación al impacto que generan en la vida cotidiana de las personas; siendo la problemática de los procesos de globalización y localización un aspecto importante de las transformaciones de dichas mediaciones.

Lo global y lo local

En cuanto a la relación entre el avance intenso de las NTI y los procesos de globalización/localización, los debates se centran en las formas en que las nuevas tecnologías se insertan en el contexto de la globalización. En sus análisis sobre la conformación de las ciudades actuales, Rubens Bayardo y Mónica Lacarrieu (1999) se preguntan por el impacto de las NTI en las mismas. Los autores proponen que los

¹⁷ Mercado Libre es una página web donde se ofertan diferentes tipos de objetos y bienes. En esta página los sujetos pueden interactuar con otros usuarios de la misma forma que en un mercado del barrio, o un negocio cualquiera: viendo las ofertas y comprando los bienes que se quieran. La página es www.mercadolibre.com.

¹⁸ Lo digital tiene que ver con la estructura tecnológica basada en datos binarios. Ver Capítulo 5 -nota al pie n° 166-

medios no sólo difunden ciertas narrativas dominantes de la globalización, sino que además generan estrategias de localización. Con la globalización no sólo se dan procesos de homogeneización como quizás se cree, sino que lo que genera son procesos de diferenciación y localización. Sin embargo, resulta indispensable asumir que la generación de estos procesos no es de manera unilineal sino que es producto de una negociación permanente. Es decir, la globalización fabrica lugares, por ejemplo, al centrar capitales y tomas de decisiones en las llamadas ciudades globales; al fomentar la creación de bloques regionales para el libre comercio y circulación de personas - Comunidad Europea, MERCOSUR- (Bayardo y Lacarrieu, op. Cit.). Pero también hay producción de lugares cuando ciertos grupos sociales disputan los territorios al reclamar su autonomía y redefinir su identidad étnica (los movimientos por la tierra de los grupos indígenas – como los Mapuches en la Patagonia Argentina). “Lugar” entendido como distinto de “espacio”, es decir, como el ámbito donde se dan las apropiaciones, las prácticas sociales:

“El lugar significa nuestro anclaje primordial: la corporeidad de lo cotidiano y la materialidad de la acción, que son la base de la heterogeneidad humana y de la reciprocidad, forma primaria de la comunicación” (Bayardo y Lacarrieu, op. Cit.: 38)

Así entendidos, los medios formarían parte de los entramados entre lo local y lo global, siendo que constituyen, reproducen y amplían lugares que la globalización necesita (Bayardo y Lacarrieu, op. Cit). Lo local no desaparece con las nuevas tecnologías, sino que se redimensiona (García Canclini, op. Cit.). Un ejemplo de cómo se produce esta articulación de lo local y lo global a partir de los medios es el trabajo de Daniel Miller y Don Slater (2004) sobre “Cibercafés” en Trinidad. En su investigación los autores plantean cómo las identidades locales son reafirmadas con el uso que los sujetos le dan a Internet. Este estudio discute las propuestas sobre la existencia de contextos diferentes y desarticulados como los son los contextos locales (como la ubicación de los cibercafés en Trinidad) y los globales (como Internet). Es decir, los autores plantean la necesidad de pensar en términos de “glocalidad”¹⁹, donde ambos contextos se articulan.

¹⁹“El término glocalización proveniente del ámbito empresarial alude precisamente a la práctica de pensar global, actuar local, como vía para insertarse en diversos mercados” (Bayardo y Lacarrieu, op. cit.: 15). La idea “glocal” da cuenta de la articulación entre lo global y lo local.

“Una conclusión central de nuestra investigación fue que, lejos de disipar un sentido de identidad nacional a través de la exposición a los medios globales, la Internet se transformó en un medio primario para refinar un género de ser específicamente nacional” (Miller y Slater, op. Cit.: 49)²⁰

Es decir, Miller y Slater establecen que no podemos pensar que los medios audiovisuales – en general e Internet en particular- facilitan la expansión de una cultura global que diluye las diferencias y las desigualdades sociales. Al contrario, ellos exponen que las prácticas y las representaciones de los habitantes de Trinidad sobre lo que significaba Internet y específicamente un “cibercafé” muestran cómo esas prácticas implican un afianzamiento de la identidad étnica, la identidad local.

Entonces, si bien los medios posibilitan la aparición de nuevas maneras de actuar y pensar sobre el mundo, de interactuar con otros y de intercambiar objetos, informaciones y contenidos, ello no implica que se pierdan formas preexistentes de comunicación e intercambio sino que se producen redefiniciones y transformaciones de esas formas.

Estas cuestiones nos llevan a pensar inmediatamente en el impacto que las tecnologías tienen en la cotidianidad de los sujetos dado que transforman las representaciones acerca del mundo (las imágenes mentales) y las prácticas sobre el mundo (la experiencia sensible). Por su parte, la digitalización fomenta los intercambios de materiales e información, pero sobre todo, modifica las formas de interrelacionarse: los estilos de interactividad (García Canclini, op. Cit.).

No obstante, como propone Jesús Martín-Barbero (2002), no debemos asumir que se está produciendo una adaptación automática a las exigencias (de lenguajes, de velocidades) que imponen las nuevas tecnologías sino más bien, pensar en los replanteos y construcciones de nuevas formas de interacción social e intercambio de objetos con que se están llevando a cabo.

²⁰Traducción mía del original en Portugués: “uma conclusao central de nossa pesquisa foi que, longe de dissipar um senso de identidade nacional atraves da exposiçao a midia global, a Internet se transformou em um meio primario para refinar um genero de ser especificamente nacional”.

De este modo, resulta necesario reflexionar sobre las tecnologías como mediadores socioculturales de nuestra experiencia y nuestra forma de percibir el mundo. La particularidad de las mismas, y de Internet especialmente, radica en la demanda permanente de una alfabetización tecnológica, es decir, la necesidad de “aprender nuevos modos de narrar, de relacionarse, de comunicar, percibir y conceptualizar para poder acceder y transitar por las redes, flujos y conexiones” (Moya, 2007: 52) que se dan, fundamentalmente, a través de estos nuevos medios.

Como establecí antes, varios antropólogos han explicitado diversas razones por las cuales la Antropología "debería" tomar las nuevas tecnologías como objeto de estudio. Entre ellos, el autor Arturo Escobar propone que una Antropología de las nuevas tecnologías abarcaría el “estudio de los procesos culturales de los cuales surgen nuevas prácticas tecnológicas y que éstas contribuyen a crear” (Escobar, en Grillo, 2007).

Por su parte, Faye Ginsburg establece que lo que distingue los análisis antropológicos de otros estudios disciplinarios es que la Antropología se centra en los sujetos y sus relaciones sociales; y en las cuestiones teóricas y empíricas que fueron problematizadas en los estudios sobre medios, entendidos como una forma social (Ginsburg, 1995). La autora propone, por un lado, entender las diferentes formas en que los medios operan como espacios donde la cultura es producida, cuestionada, mediada y reimaginada constantemente y, por otro lado, que los textos mediáticos deben ser interpretados en contexto.

“si hay una contribución original que pueda hacer un enfoque etnográfico es romper la ‘masividad’ de los medios e intervenir en un supuesto efecto de realidad reconociendo el modo complejo en que la gente se involucra en procesos de producción e interpretación de obras mediáticas en relación con sus circunstancias sociales, culturales e históricas” (Ginsburg, op. Cit.: 106).

Una vez reconocida la necesidad de que la Antropología asuma las nuevas tecnologías como objeto y medio de estudio²¹, surge la cuestión de cómo incorporar estas

²¹ Por ejemplo los documentales etnográficos que usan la cámara de video como herramienta de investigación – la llamada Antropología Visual - o, como en los capítulos siguientes explicaré, la utilización de la computadora personal como mediación entre el sujeto que investiga y los sujetos que interactúan con él, es decir, como parte del proceso de investigación.

tecnologías a la práctica antropológica. En palabras de Elizenda Ardévol (1998), aceptar los medios en la práctica investigativa conlleva la apertura hacia diversos debates epistemológicos y metodológicos sobre la comprensión de las tecnologías como modos de representación, técnicas de investigación y/o registro, medios de comunicación y, finalmente, como objetos de estudio (Ardévol, op. Cit). Como expresa la autora en un trabajo sobre el cine etnográfico:

“Las nuevas tecnologías pueden modificar nuestra forma de investigar la realidad cultural en cuanto nos proporcionan nuevas herramientas para la construcción de datos” (Ardévol, 1996: 50).

La aparición de las nuevas tecnologías en lo cotidiano lleva a la Antropología a pensar, o mejor dicho a repensar, dos cuestiones centrales.

En primer lugar, las modificaciones que se producen en las representaciones y prácticas de los sujetos acerca del mundo en el que viven o transitan. Las redefiniciones de categorías esenciales para la vida humana -como espacio y tiempo- a partir del uso del celular, de Internet y de la televisión digital, tienen como resultado la necesidad de repensar el mundo y las técnicas de análisis. Estamos ante nuevas formas de *estar* en el mundo (Martín-Barbero, op. Cit.): nuevos modos de participar en conferencias, reuniones, grupos de amigos, de comunicarnos.

Las interacciones en estos casos se dan a partir de intercambios de información, imágenes, sonidos y textos. Sin embargo, no podemos descartar el hecho de que ante estas nuevas maneras de relación social aún perduran, en los imaginarios de los sujetos, viejas formas de interacción. Por lo tanto, no estamos ante un cambio total de las relaciones, sino más bien ante una redefinición y conjugación de viejas y nuevas representaciones y prácticas. En los capítulos subsiguientes mostraré cómo las relaciones sociales, culturales, que se establecen entre los bloggers a través de los blogs conservan, refuerzan y/o modifican aspectos de interacciones que se dan en la cotidianeidad fuera de la mediación de la computadora. Como veremos, en todas las relaciones sociales, a través o fuera de la red, lo que se dan son negociaciones constantes entre los interactuantes que moldean y atraviesan todas las relaciones.

Por otro lado, no podemos dejar de pensar que las tecnologías se introducen en espacios preexistentes de distribución desigual de poderes (sean políticos, económicos, entre otros). Internet se distribuye, al igual que el resto de las tecnologías, de modo desigual por el globo.

Hoy más que nunca las formas de participación e interacción entre sujetos y grupos sociales están mediadas tecnológicamente. En este sentido, Néstor García Canclini (2002) propone que no sólo se habla en términos de desigualdad y diferencia, sino en términos de conexión o desconexión. De esta manera, la Antropología no puede permanecer ajena a estos desarrollos tecnológicos a la vez implicados en y constituyentes de los procesos socioculturales. Gracias a nuestra disciplina podemos desentrañar cómo los usan, qué piensan y qué dicen los usuarios de los medios.

CAPÍTULO 2

Antropología e Internet

Como mencionaba en el capítulo anterior, en los últimos tiempos la Antropología ha sido impulsada a reflexionar sobre el impacto de las nuevas²² tecnologías en la vida social: la aparición de nuevos conceptos como *virtual*, *Internet*, *ciberespacio*, *cibercultura*, etc.; nuevas formas de interacción; así como la pregunta sobre la validez del método etnográfico para analizar los procesos sociales, culturales, políticos, económicos que se dan a través de estos nuevos medios.

Estos ejes de debate emergen en la investigación antropológica cuando nos preguntamos por los procesos socioculturales que se dan o son redefinidos con la introducción de los medios digitales en la vida cotidiana. Dichos ejes muestran la necesidad de repensar y replantear algunas cuestiones epistémico-metodológicas propias de la disciplina, o en otras palabras, a preguntarnos ¿"cómo hacer antropología en, sobre y a través" (Téllez Infantes, 2002) de los nuevos medios?, y en particular, Internet.

Si bien muchos son los interrogantes que surgen al pensar las repercusiones de los usos de los nuevos medios (como el establecimiento de relaciones sociales sin la interacción "cara a cara" entre sujetos), la primera cuestión que encuentra dificultad es comprender ¿qué es la Internet?. En general, cuando pensamos en Internet la asociamos con una forma particular de tecnología, un artefacto, una red de flujos, de conexiones, que está ahí pero a la que podemos acceder a través de una tecnología, sea un teléfono celular, una computadora, etc. Nos representamos la Internet como un tipo específico de tecnología o conjunto de dispositivos²³ tecnológicos: como un objeto²⁴ con elementos y funciones propias que permanece por fuera de las relaciones sociales.

Más aún, esta idea de Internet como objeto técnico conduce a pensar que las formas de participación en "foros", "chats" y correos electrónicos, son manifestaciones de una "cultura" propia de la Red. Es decir, surge la idea de Internet como una tecnología

²² Como mencioné en el capítulo anterior, la particularidad por la cual se denominan "nuevas" radica en que se encuentran basadas en señales digitales.

²³ Es decir, herramientas técnicas que poseen finalidades específicas y que permiten el funcionamiento de la computadora o cualquier tecnología.

²⁴ Lo que en general nos lleva a "fetichizar" a la tecnología al pensarla como un objeto exento de relaciones sociales, de luchas hegemónicas y contra hegemónicas por su producción, circulación y consumo, etc. (ver capítulo 1)

cultural: un objeto tecnológico que posibilita el desarrollo de nuevas formas culturales²⁵ (entre quienes tienen acceso a dicho objeto, o sea, los usuarios o “los conectados” [García Canclini, 2004] a través de una tecnología); nuevas pautas de producción y consumo cultural (como el arte “digital”: aquél producido por medios electrónicos), etc.

Como propone Oscar Grillo (2007), Internet aparece como un “mundo aparte”, un mundo con una cultura en particular, unas maneras de relacionarse e interactuar en particular, en fin, como un mundo separado de la realidad “vivida” por fuera de las tecnologías (por ejemplo se habla de *cibercultura*, para dar cuenta de los procesos sociales resultantes del uso de las tecnologías cibernéticas – ver capítulo 4). O sea, se piensa en las interacciones a través de la Red como propias de ese tipo de tecnología.

Pero esta idea de la *Red* como objeto técnico con interacciones y formas de participación propias de este tipo de tecnología nos lleva a pensarla como un medio de comunicación (como la televisión, la radio y el periódico) que posibilita el intercambio de contenidos de forma masiva siempre entre quienes son “usuarios” de la Red o *cibernautas*²⁶. Es decir, se piensa Internet como un objeto técnico que permite la difusión masiva de ideas y no como un “mediador sociocultural” que atraviesa y es atravesado por las relaciones sociales, las formas de pensar y actuar sobre el mundo y sobre nosotros mismos (ver capítulo 1). En este sentido, es que surge la visión utópica de Internet como un “medio democrático” (mayor y mejor que otros medios masivos como la televisión) donde pueden intercambiarse diferentes contenidos y cualquier sujeto puede producirlos y/o consumirlos. Esto se debe a que, por ejemplo, si pensamos en la fórmula de interlocución de Bajtin (emisor → receptor) en medios como la televisión o la radio esta fórmula aparece como dada porque se piensa en la recepción pasiva de los mensajes televisivos o radiofónicos²⁷ por parte de las audiencias.

Sin embargo, debido a la estructura específica que Internet impone a las interacciones (fundamentalmente a través de “lo escrito” o textual), aparece la idea sobre la

²⁵ Por nuevas formas culturales me refiero a la idea evolucionista de la cultura (ver capítulo 1) de pensarla como “hábitos, costumbres” del hombre en sociedad.

²⁶ La idea de cibernautas se refiere a los “navegantes de la Red”, o a quienes se “mueven o navegan” por la misma. “Ser cibernauta significa utilizar el ordenador para constelar un estilo de vida, una manera de pensar, unos valores, en definitiva, eso que llamamos ‘una cultura’” (Ardévol, 2002: 17).

²⁷ Aunque como explicité en el capítulo 1, con los Estudios de Recepción se ha puesto en duda la pasividad de las audiencias y se propone en cambio que los receptores son agentes que interpretan los mensajes, por ejemplo, televisivos que son re apropiados según los propios intereses de los espectadores (ver Grimson y Varela, 1999, etc.)

posibilidad de ejercer un mayor control sobre lo que se escribe o sobre las acciones. Autores como Airton Jungblut (2004) y Elisenda Ardévol et al (2003), proponen que la textualidad de las interacciones sociales –es decir, basadas en el lenguaje escrito– permite que los usuarios controlen lo que escriben, los contenidos que publican.

Por otro lado, la idea de la “democratización de la información y el conocimiento”, asociada generalmente a la expansión de la Red, se basa en la posibilidad –aparente– que brinda esta tecnología a “cualquier usuario” de poder participar en la producción de contenidos²⁸. Pero esta perspectiva de que “cualquier usuario” puede crear y disponer de los contenidos que “circulan” en la Internet no tiene en cuenta las diferencias y desigualdades sociales que posibilitan el acceso a esos contenidos.

Por ejemplo, no se cuestiona quienes son las personas o grupos que crean determinados software, cuyo diseño impone formas específicas de comunicación. Pienso en el diseño de los blogs que permite la interacción de los usuarios pero de una forma particular: a través de los comentarios. O también cuáles son los grupos que tienen realmente acceso a Internet y conocen los códigos para su operatividad. No es lo mismo tener una computadora que saber usarla, o conocer los códigos para interpretar las acciones²⁹.

De esta manera, pensar Internet como un objeto en sí mismo que posibilita una masiva producción, difusión y consumo de ideas y contenidos resulta insuficiente para la investigación antropológica dado que la misma no analiza el medio en sí. Al contrario, lo que se busca abordar son las relaciones/ interacciones sociales mediadas por la Red, así como los procesos sociales, culturales, políticos, económicos, que se generan a partir y desde la mediación tecnológica.

Por dicho motivo, es preciso considerar Internet: 1) como un “artefacto cotidiano en la vida de los sujetos” – un objeto tecnológico- ; 2) como un medio masivo de

²⁸ Como en el caso de los blogs que surgen como una especie de “periodismo subalterno” ya que aparecen como espacios donde cualquier usuario puede colocar su opinión, por ejemplo, de un suceso particular – aunque como veremos esto no es tan así, sino que existen diversos mecanismos de control y formas hegemónicas que pretenden desacreditar los contenidos publicados en dichos blogs

²⁹ Un ejemplo son los *emoticones* –ver capítulo 6– que se usaban en principio en salas de chat para expresar sentimientos o gestos faciales como una sonrisa :) y que ahora se extendieron a casi todos los programas interactivos como MSN, mails, Facebook, etc. Si una persona que ingresase a una sala de chat no conociese el sentido atribuido a los diferentes emoticones es muy difícil que comprenda que quiere decir su interlocutor.

comunicación y de representación³⁰; y 3) como “un lugar de encuentro” (Ardévol, et al, op. Cit.) donde se generan comunidades y nuevas formas de sociabilidad:

“Internet es un lugar rico en interacciones sociales donde la práctica, los significados y las identidades culturales se entremezclan a través de diversas vías. Las formas de relación social en el escenario virtual suponen un reto para los investigadores sociales y abren nuevos campos para el análisis en el terreno de la metodología cualitativa”
(Domínguez, et al, 2007: 1)

Es decir, debemos considerar los usos - políticos, económicos, culturales- y lo que los sujetos piensan sobre Internet. En este sentido, debemos pensar la Red como una tecnología y como mediadora sociocultural.

Así, volvemos al interrogante de partida pero, a los fines de este trabajo, conviene modificar la pregunta quitándole la preposición “sobre” dado que nos lleva a pensar Internet como *fetiché*³¹. Queda así, ¿cómo hacemos antropología en y a través de Internet? Ante esta cuestión aparecen tres propuestas que, desde diferentes planteos epistémicos y metodológicos, buscan elucidar una respuesta satisfactoria:

- a) los estudios sobre la Construcción Social de la Tecnología
- b) la Ciberantropología
- c) la Etnografía Virtual

Es de destacar que la Ciberantropología y la Etnografía Virtual están, como veremos, íntimamente relacionadas en cuanto a los conceptos que analizan y las propuestas de trabajo de investigación que fundan.

Los estudios sobre la Construcción Social de la Tecnología

Adolfo Estalella establece en su artículo *Pobrecito hablador. Conflictos por la libre participación en una comunidad colaborativa* (2005), que en general los estudios que

³⁰Ver capítulo 1. La idea de *medio de representación* tiene que ver con los posibles usos de la Red para la auto representación de los sujetos y grupos sociales. Por ejemplo, el caso de la página web mapuche, “Mapuexpress”, que es un espacio creado por grupos que reivindican la lucha por el territorio. Fuente: <http://www.mapuexpress.net/>

³¹ Ver capítulo 1

intentan abordar los procesos que se dan en la Red distinguen lo que es social de lo que es tecnológico. Por ejemplo, se piensa en las posibilidades que brinda la tecnología en sí (como la idea antes mencionada de la democratización de Internet) o las formas de relaciones sociales establecidas entre usuarios de un sitio específico como un “chat” sin considerar los límites, que impone a esas relaciones, el diseño técnico de la sala de chat.

Esta separación de lo social y lo tecnológico favorece caer en determinismos tecnológicos o sociales que impiden un análisis más complejo de los procesos que se dan con y a través de los nuevos medios. Si se piensa en los modos en que Internet - como objeto en sí- permite sumergirse en un “mundo paralelo” como la “realidad virtual”³² sin cuestionar qué grupos o sujetos efectivamente tienen la posibilidad de hacerlo y los motivos que los llevan a realizarlo, estamos cayendo en un determinismo tecnológico, donde lo importante es la tecnología como herramienta u objeto específico. O si pensamos en los posibles diálogos y formas de participación entre bloggers sin tener en cuenta que esos diálogos están condicionados por el diseño del blog, caeríamos en un determinismo social que oculta la tecnología como un mediador sociocultural de esas relaciones.

En este sentido, Estalella propone los estudios sobre la Construcción Social de la Tecnología (CST) como punto de partida para su análisis (aunque incorpora como perspectiva complementaria la Etnografía Virtual), en tanto afirman una relación íntima entre lo social y lo técnico³³. Según él, la relación social/técnico evita caer en investigaciones reduccionistas que fijan la mirada de un lado o del otro.

Estos estudios parten por un lado del *constructivismo social* que emerge con las propuestas sociológicas – constructivistas de Berger y Luckmann (1968), y por el otro, de la noción de *tecnología como práctica social* (Márquez, 1998).

Las ideas que estos estudios toman del constructivismo social son las relacionadas a la noción de *construcción subjetiva*, es decir, de las construcciones de ideas, hechos, prácticas, que los sujetos generan a partir de su vida en sociedad. Estas construcciones sociales estructuran y dan forma a lo que los sujetos piensan y sus acciones sobre el

³² Ver capítulo 3

³³ Resulta interesante destacar que tanto en el discurso académico como en el no académico, lo técnico suele usarse como sinónimo de lo tecnológico, sin embargo son ideas que implican diferentes cuestiones. Más adelante veremos en profundidad este problema en el uso del término técnico – tecnológico.

mundo. Así, todo es construido socialmente, desde la percepción de la propia realidad hasta los hábitos más comunes como comer y vestirse. Comemos y nos vestimos de determinada manera pero estas pautas no son “naturales” como pueden aparecer, sino que son producto de la vida en sociedad. En este sentido, las tecnologías son construcciones sociales dado que, por un lado, fueron creadas por sujetos o grupos a partir de procesos y contextos determinados y, por el otro, son pensadas y usadas de modo diferente de acuerdo al contexto en el que se inserte la tecnología y el sujeto que la utiliza.

De esta manera, la tecnología es concebida como un sistema donde se interrelacionan elementos heterogéneos: el desarrollo científico, aplicaciones técnicas, el contexto social, político, económico, en el que se desarrollan estas prácticas, etc. Una tecnología es una construcción en la cual intervienen varios hechos, situaciones, negociaciones, conflictos, dispositivos técnicos, intereses de diversa índole (ver Márquez, op.cit). Es decir, una tecnología puede haber sido pensada para cumplir tal función, pero cómo es apropiada, usada y significada depende de las redes de sentido de los grupos en los cuales aparece.

Un ejemplo de esta articulación entre el objeto técnico y el contexto social –histórico, cultural, etc.- la da Thomas P. Hughes (citado en Márquez, op. cit) al analizar el proceso histórico de electrificación en Estados Unidos. En dicho estudio, el autor establece que la electrificación tiene que ver con el contexto económico y político de dicho país. Si seguimos con el ejemplo de la electrificación, en la revolución bolchevique, el socialismo fue definido por Lenin como la suma de la electrificación con los *soviets*. En ambos casos, una tecnología en particular era asociada a determinados intereses políticos y económicos -sobre todo-. En otras palabras, a pesar de que la electricidad emerge como producto de invenciones y creaciones sociales y con fines específicos – dar luz artificial- , su significado es contextual ya que tiene que ver con los diferentes usos que los sujetos le dan a esa tecnología. En el caso de la revolución bolchevique, la electrificación era pensada como lo que aumentaría el nivel de las condiciones de vida de la población.

De esta manera, surge la idea de que “lo técnico está socialmente construido, y lo social está técnicamente construido” (Bijker, en Estalella, op.cit:5). Los artefactos técnicos son construcciones (individuales o colectivas) sociales que dan cuenta de la

participación de los sujetos en un mismo universo simbólico en torno a características, funciones y valores de dichas tecnologías. Podemos pensar lo tecnológico como una “red de relaciones”, una construcción social que involucra negociaciones y prácticas que “rodean y construyen socialmente una tecnología” y que “influyen en el contenido mismo de la tecnología” (Márquez, op.cit:52). Así, aparece la noción de la tecnología como *práctica social*³⁴:

“Un entramado social de creencias, conductas, acuerdos y desacuerdos, financiamientos, estrategias de mercado, marcos legales, etc.” (Márquez, op.cit: 52).

Es decir, las tecnologías condensan redes de sentidos a partir de las cuales los sujetos piensan y actúan sobre esas tecnologías. Estos estudios buscan principalmente demostrar que los avances técnicos están íntimamente relacionados con procesos sociales, y de ahí la idea de lo *sociotécnico* como la articulación de lo social con lo tecnológico³⁵. No podemos pensar en las tecnologías sin tener en cuenta los usos, los motivos, los pensamientos de los sujetos sobre esas técnicas; como también debemos pensar en los efectos y las posibilidades de las mediaciones técnicas en la experiencia social (desde el uso cotidiano de una cámara de fotos hasta el uso de la misma por parte del investigador social para producir imágenes sobre su “campo”, como herramienta de y para el análisis antropológico – ver capítulo 1).

Ahora bien, a pesar de las ideas aportadas por esta corriente de pensamiento, muchos investigadores han realizado varias críticas a la misma. Arturo Escobar (2005) menciona algunas que son interesantes para tener en cuenta. En primer lugar, plantea su crítica hacia la necesidad que propone la CST de estudiar los motivos por los cuales surgen las tecnologías y su énfasis en analizar determinadas cuestiones por encima de otras (por ejemplo, si el desarrollo y el uso de ciertas tecnologías tienen algún efecto en las estructuras de poder, de dominación, etc.). En segundo lugar, se critica la simplificación del rol de la ciencia que hace el constructivismo en el desarrollo tecnológico (como el marco académico dominante³⁶ que determina el desarrollo de esa herramienta tecnológica y cómo es interpretada por los científicos de las variadas disciplinas). Así

³⁴ Ver capítulo 1

³⁵ Más adelante explicitaré la diferencia entre lo “técnico” y lo “tecnológico” debido a que son dos nociones con sentidos diferentes, pero que son usadas indistintamente por esta corriente de pensamiento.

³⁶ En términos de Thomas Kuhn (1978)

como de otros factores involucrados en el mismo, como los contextos de producción y consumo de los mensajes mediáticos (que abordan de una determinada manera las tecnologías³⁷ y favorecen o no el uso de la misma).

Una vez consideradas estas críticas, resulta interesante sin embargo, retomar de esta corriente la idea de lo *sociotécnico* porque permite pensar en las tecnologías no como un mero soporte para diferentes interacciones sociales, sino como parte constitutiva de ellas.

“Adoptar el planteamiento de la CST en el estudio de una comunidad en el ciberespacio³⁸ implica por lo tanto una ruptura con el reduccionismo social y el reduccionismo tecnológico y significa prescindir de las distinciones que se establecen a priori entre toda una serie de categorías, como lo social y tecnológico, natural y artificial, on line y off line, etc., en su lugar se usa la categoría socio-técnico porque resulta imposible desligar y dejar de lado lo que es estrictamente social de lo que es estrictamente técnico” (Estalella, op. cit.: 6).

Destaco la idea de lo *sociotécnico* en tanto permite pensar las relaciones que se dan en y a través de la Red, es decir, la mediación tecnológica en las interacciones sociales. Además, sirve como un recurso para reflexionar sobre el mismo proceso de investigación, donde el trabajo antropológico está también mediado por la tecnología. Por ejemplo, desde el momento en que ingresé a los blogs e interactué con los autores de blogs, durante mis primeros contactos con los sujetos a través de los mails, las entrevistas que (si bien fueron realizadas “cara a cara”) todas ellas fueron “grabadas” por un mp3³⁹, hasta el proceso mismo de escribir la tesis. O sea, la mediación de una tecnología (el mp3, el teléfono celular, la computadora, Internet, los procesadores de texto – tipo “Word office”-) estuvo presente durante todo el proceso de mi investigación.

³⁷Por ejemplo, durante el 2009 se produjo en los medios televisivos argentinos una “explosión” mediática en torno al dispositivo “Facebook”, siendo en general asumido como un espacio problemático dado que se forma como una “amenaza” a la privacidad individual. Los medios estipulaban como Facebook permitía que cualquier sujeto accediera a la “vida personal” sobre todo de los adolescentes.

³⁸Más adelante explicaré qué entiendo por “ciberespacio”.

³⁹Tipo de aparato tecnológico que permite la grabación de sonidos, escuchar música, la radio, transportar contenidos, etc.

Si bien los aportes de los estudios sobre la CST permiten pensar, por un lado, en las implicancias de la mediación técnica en la investigación y, por el otro, en la necesidad de pensar las tecnologías como mediadoras socioculturales y como producto de prácticas sociales; surge la cuestión de cómo hacer Antropología a través de las tecnologías y de Internet en particular.

Una nueva propuesta: la Ciberantropología

A principios de la década de 1990 el aumento de investigadores sociales sobre la ciencia y la tecnología, generó entre los antropólogos la preocupación por institucionalizar una Antropología de la Ciencia y la Tecnología (Escobar, op. cit). Una rama de la disciplina cuyo objeto de análisis fuera el desarrollo científico y tecnológico en sí mismo. Dicha propuesta se consolidó en la conferencia de la American Anthropological Association (AAA) realizada en Estados Unidos en 1992 a partir de la presentación de varios trabajos que estudiaban (o proponían hacerlo) los fenómenos que se estaban dando alrededor de las nuevas tecnologías.

En este sentido, los primeros intentos por abordar estos procesos fueron centralizados alrededor de la idea “ciber”: un prefijo que se refiere a lo producido en el campo de la tecnología informática, la cibernética, y está inscripto en la articulación inmediata entre los humanos y las máquinas (Faura i Homedes, 1998). De esta articulación surge en principio la idea de “Cyborg” que une las ideas de “ciber” – cibernética- y “org” - “organismo”-. Literalmente Cyborg significa “organismo cibernético”: un producto derivado de la conjunción de elementos orgánicos y dispositivos mecánicos o técnicos. Los estudios que complejizaban los fenómenos “Cyborg” pretendían entender qué efectos traería la unión de los humanos con las máquinas: desde la mejora del cuerpo humano (como el uso de mecanismos técnicos para reemplazar partes del cuerpo que fueran inutilizables, como el uso del “marcapasos” para marcar el ritmo cardíaco y las prótesis que reemplazan miembros del cuerpo como piernas y brazos) hasta la humanización de las máquinas (como las películas “Robocop” y “I, robot”, donde se muestra a las máquinas con capacidades y sentimientos “humanos” –tristeza, felicidad, amor, etc.-).



Imagen de la película "Robocop"

A partir de estas cuestiones emergió entonces la necesidad de asumir una "Antropología Cyborg" o "Ciberantropología" que analizará los usos y las representaciones sobre estos procesos así como los (posibles) efectos de los mismos. De este modo la Ciberantropología queda definida en dicha conferencia como:

"la rama que estudia las relaciones entre los humanos y las máquinas en un contexto histórico en que las N.T.I.C.⁴⁰ se transforman en agentes de producción social y cultural" (Téllez Infantes, 2002: 2).

Esta propuesta tiene como objeto de análisis la tecnología y la ciencia como fenómenos culturales. Busca elucidar las relaciones entre los hombres y las tecnologías desde un punto de vista etnográfico, en tanto éstas se vuelven "agentes de producción social y cultural" (Téllez Infantes, op.cit.).

Esta perspectiva hace hincapié en los problemas epistemológicos y ontológicos que resultan de los estudios antropológicos sobre las tecnologías modernas (aquellas basadas en lo digital), fundamentalmente Internet. Por un lado, las cuestiones sobre la producción antropológica misma, es decir, los contextos de producción del conocimiento antropológico derivado de las ideas sobre qué se define por Antropología (lo epistemológico): por ejemplo, los planteos acerca de las formas de interactuar con los sujetos, la construcción del "campo", etc.

Por otro lado, la problemática de usar determinados conceptos como "ciberespacio", "real", "virtual", etc., y sus posibles sentidos: qué conceptos usamos para representar

⁴⁰Sigla que significa Nuevas Tecnologías de la Información y el Conocimiento

nuestro mundo y nuestras acciones sobre el mundo. En especial, desde qué conceptos teóricos definimos nuestra práctica antropológica.

Ahora bien, mientras en 1992 se establece la idea de Ciberantropología como una rama necesaria de la Antropología, en 1995 -en el mismo ámbito de la reunión de la AAA- se propone pensar el *ciberespacio* como el “campo” de la Ciberantropología. Se consolida la idea de la formación de nuevas sociabilidades en un ámbito, un espacio, posibilitado por las tecnologías actuales.

De este modo, la Ciberantropología se convierte en la “subdisciplina antropológica”⁴¹ que pretende analizar las comunidades “virtuales”, sus contextos de desarrollo y las interacciones entre diferentes sujetos en el llamado “mundo virtual”. Es decir, se propone la reflexión acerca de las nuevas formas de relación social posibilitadas por Internet. Así, se separan dos contextos de análisis: el contexto “real” y el contexto “virtual” (por ahora y como herramienta de análisis me referiré a “lo virtual” y “lo real” como entidades separadas. Por eso, coloco esas ideas entre comillas, mas en el próximo capítulo complejizaré esta “supuesta” separación). Estos contextos, según esta perspectiva, implican formas diferentes y desconectadas de ser sujetos (por ejemplo, se parte de la idea de las posibilidades de interacción y de creación de identidades diversas y simultáneas que permite la descorporización a través de la computadora⁴²).

“El objetivo de la Ciberantropología será el estudio de las nuevas formas de sociabilidad que son establecidas en la Internet a través de otros elementos de identidad [...] destacando otros códigos y relaciones sociales experimentados por los usuarios de ese espacio y sus relaciones con los interfaces”⁴³ (Pereira da Silva, 2004)⁴⁴

⁴¹ Entre las variadas “subdisciplinas” como Antropología Visual, Antropología Política, Antropología Económica, Antropología Médica, y así.

⁴² Ver capítulo 3

⁴³ La noción de “interfaces” surge de los programas tecnológicos computacionales y posee una variedad de sentidos. La misma indica, a *grosso modo*, las posibilidades de conexión y comunicación entre las personas y los diversos elementos de la computadora. Por un lado, podemos hablar de interfaces como dispositivos técnicos a través de los cuales el sujeto puede interactuar con la computadora, o sea, son los elementos que permiten al usuario comunicarse con la tecnología. Por ejemplo, el mouse, el teclado. Por otro lado, los interfaces pueden ser programas que permiten visualizar la información disponible, como las hojas de cálculo o los procesadores de textos.

⁴⁴ Traducción mía del original: “O objetivo da Ciberantropologia será o estudo das novas formas de sociabilidade que sao estabelecidas na Internet a través de outros elementos de identidade [...] destacando

Esta rama plantea analizar las interacciones “virtuales” (dejando de lado el contexto “real”) estableciendo la necesidad de pensar el *ciberespacio* como el campo de la Ciberantropología, el cual es definido como el espacio o el referente en donde se realizará la investigación por ser el lugar de encuentro o contacto entre los diversos sujetos y entre ellos y el investigador⁴⁵.

El Ciberespacio

La noción de *ciberespacio* nació en 1984 de la mano del escritor de ciencia ficción William Gibson⁴⁶ en su libro *Neuromancer*, donde aparece como un mundo nuevo, creado y mantenido por las tecnologías, en especial las computadoras. De ahí, surge la articulación de la palabra *espacio* con el prefijo “ciber”. El ciberespacio era entendido como un espacio permitido sólo por dispositivos técnicos, un resultado del avance de las nuevas tecnologías:

“Un espacio electrónico de información y representaciones generado, organizado, y presentado consistentemente a todos los usuarios conectados a un grupo de computadoras globalmente interconectadas” (Benedikt, 2008: 3)

Esta idea de ciberespacio tiene que ver con la ilusión de una “nebulosa”, un “flujo” de contenidos y programas que no tiene una ubicación material pero que está presente. Por ejemplo, una de las bloggers me decía, al preguntarle por cómo entendía el ciberespacio:

“el ciberespacio es justamente esa franja, que la podemos visualizar de alguna manera, de tráfico y de flujo de información [...] no sólo la noticiosa, digamos, contenido noticioso, sino de contenidos, de mensajes a imágenes, audios, videos, y todo lo demás que hay dentro de la red llamada Internet ¿no?. La web me parece que es eso, y adentro de ese cúmulo de información y de contenidos está todo lo técnico y los productos; o sea, todas esas

outros códigos e relações sociais experimentados pelos utilizadores desse espaço e a suas relações com os interfaces”.

⁴⁵Más adelante cuestionaré esta idea de campo como una construcción conceptual que interviene en la definición del método etnográfico.

⁴⁶ Para ampliar: Faura i Homedes (1998); Benedikt, 2008.

nuevas aplicaciones que están y las que surgen día a día, digamos, que sirven para distintas cosas” (entrevista a Vanina⁴⁷, 16/12/08)



Representación del ciberespacio⁴⁸

Es decir, la primera idea que viene, seguramente, a la mente sobre el ciberespacio es una especie de flujo permanente de contenidos y elementos técnicos de diversa índole. Un espacio que existe, es real, pero que es producto de las nuevas tecnologías. Sin embargo, la *Ciberantropología* si bien reconoce que sólo el avance de las nuevas tecnologías posibilita la formación del ciberespacio, propone pensarlo desde la agencia de los usuarios, desde sus prácticas y sus pensamientos sobre este espacio.

Así, esta propuesta teórica asume dos premisas. La primera, se refiere a la importancia de lo técnico⁴⁹ como determinante para la formación de nuevos objetos de análisis -los procesos sociales originados por el desarrollo de las comunidades “virtuales”-. Mientras la segunda tiene que ver con la relevancia de las prácticas sociales que otorgan sentido a las tecnologías –como la producción de esas comunidades a partir del uso compartido de una sala de chat-.

De esta manera, el ciberespacio surge como un “espacio social cibernético creado a través de prácticas comunicativas” (Jungblut, op. Cit.: 97). Es decir, son los usos que los

⁴⁷ A lo largo de toda la tesis al momento de citar a mis interlocutores uso sus nombres de pila verdaderos (no sus apellidos) debido a que ellos en ningún momento me plantearon la cuestión sobre el anonimato, siendo que, además, al referenciar sus blogs cualquier lector de esta tesis puede conocerlos. No obstante, el empleo únicamente del nombre permite manejar un cierto anonimato desde el momento en que son sólo eso, nombres propios.

⁴⁸ Fuente: <http://olivettiandres.blogspot.com/>

⁴⁹ Ahora bien, los estudios que se insertan en la Ciberantropología no distinguen entre lo técnico y lo tecnológico, sino que son usados como sinónimos. Sin embargo, lo técnico se relaciona generalmente con las prácticas, los procedimientos, las destrezas: el arte. En cambio, lo tecnológico se asocia al estudio de las técnicas pero es usado para referirse a los dispositivos, los aparatos: como la computadora, Internet, un teléfono celular.

sujetos hacen de este espacio, lo que lo define como tal, es un “espacio socialmente practicado” (De Certeau, citado en Clifford, 1999). Un espacio que existe porque es socialmente significativo para los sujetos que en él se encuentran, interaccionan y lo piensan como tal. El ciberespacio se constituye así a partir de las tecnologías cibernéticas y de las prácticas de los usuarios sobre esas tecnologías en un tiempo determinado.

Una crítica que puede hacerse a esta idea sobre la agencia “momentánea” es pensar que el ciberespacio sólo existe para quien “navega” por él en un momento en particular. Así, cuando el sujeto se “desconecta” de la red “virtual”, el ciberespacio se “esfuma”, dado que sólo existe cuando se realizan prácticas sobre él. “El ciberespacio es un universo donde el internauta entra cuando se conecta a la red” (Lins Ribeiro, op. Cit:13). Entonces, según Gustavo Lins Riberiro (op. Cit), el ciberespacio sería algo efímero y totalmente subjetivo e individual, que existe por dos motivos: a- la inserción o *conexión* y acción del sujeto, y b- las tecnologías que lo hacen posible.

Por otro lado, al asumir esta idea sobre la “virtualidad” de la experiencia individual, esta propuesta cae en el problema de intentar analizar esas acciones “virtuales” como prácticas descontextualizadas de las acciones en el mundo “real”.

En este sentido, al hablar de interacciones “virtuales” la Ciberantropología se centra en la idea de las interacciones basadas en procesos de *descorporización* y *anonimato*. Es decir, se plantea la superación de los límites físicos del cuerpo humano y, por ello, la probabilidad de producir nuevas y múltiples formas de subjetividades. En las salas de chat, por ejemplo, los sujetos aparecen allí a partir de un *nick*⁵⁰ que eligió cada sujeto y como tal es significativo para él (desde un sobrenombre, un color favorito, el nombre de un personaje de ficción, o una palabra que exprese algún sentimiento o sensación – como “el Magnífico”⁵¹).

La idea de *descorporización* establece que la mediación tecnológica permite superar los límites físicos que impone el cuerpo, lo que produce varias y diferentes posibilidades de expresarse y de “mostrarse” a otros sujetos. Cuando nos comunicamos vía mail con una persona que no “conocemos” físicamente puede pasar (o no) que esa persona se muestre

⁵⁰Un pseudónimo.

⁵¹Pseudónimo de un blogger que entrevisté.

de una manera que no es (un hombre puede aparecer e interactuar con otros sujetos – como-si-fuese- una mujer o viceversa). En otras palabras, se propone que la mediación tecnológica permite la creación de *personajes* para interactuar y, por eso, las relaciones y acciones “virtuales” sólo pueden ser entendidas en esos contextos. Sin embargo, veremos en el próximo capítulo que esto no es así, que no podemos pensar en analizar los contextos “reales” y “virtuales” como mundos diferentes y desconectados.

No obstante las críticas, rescato la idea de pensar Internet como un “espacio socialmente practicado”, que retoma la propuesta de los estudios sobre la CST acerca de la relación recíproca entre lo social y lo técnico⁵²: *lo sociotécnico*. Toda tecnología es social, por lo tanto, no puede entenderse desde sus aspectos tecnológicos “puros” sino desde su dimensión social, política e ideológica.

Así, no podemos soslayar la materialidad propia de lo llamado “virtual”, como lo es, por ejemplo, el acceso diferencial y desigual a esas tecnologías que da cuenta de nuevas -y redefine viejas- formas de interacción, dominación (política, cultural, económica), control social, subjetividad; así como nuevas pautas de producción, distribución y consumo (Moya, 2007)

Si bien los estudios de la Ciberantropología analizan el ciberespacio como el campo de análisis, no se preguntan acerca de cómo se define el “campo” ni cómo es construido por el investigador. Sino que dan por sentado la existencia de un nuevo espacio donde se producen diferentes prácticas y, por ende, un nuevo espacio referente del trabajo de campo.

En este sentido, aparece la Etnografía Virtual como una propuesta metodológica que pretende dar cuenta de los problemas sobre la producción del campo en Antropología y las diferentes técnicas que puede utilizar el antropólogo para su trabajo de campo sobre y en Internet.

Repensando el método etnográfico: la Etnografía Virtual

Definiendo el campo

⁵² Aquí aparece de nuevo la asociación técnica – tecnología. En este caso, lo técnico se refiere a las tecnologías, a la estructura tecnológica de un aparato, artefacto o dispositivo.

Como establecí al comienzo del capítulo, la pregunta que surgió entre los antropólogos al abordar los procesos sociales vinculados al desarrollo de nuevas tecnologías fue concretamente cómo hacer Antropología a través de Internet. Es decir, surge la cuestión de la producción del *campo* mediado tecnológicamente⁵³.

Pero ¿qué es el *campo*? ¿Puede ser definido? Veamos. Para la Antropología clásica, la realización de una etnografía implicaba un “viaje” hacia el “campo”, el cual era un espacio físico “ubicable empíricamente”: unas islas como las Trobriandesas o un país lejano. El investigador se trasladaba de su lugar cotidiano, su ciudad, para ir a otro lugar generalmente “exótico”. Hoy en día muchos de los investigadores siguen trasladándose a diversos sitios en busca de su etnografía. Pero esos sitios no constituyen el campo propiamente dicho, son referentes empíricos que permiten el desarrollo de una investigación: “proveen la base documental” para la misma (Rockwell, 1989). Por lo tanto, pueden existir varios referentes para un mismo análisis.

De este modo, el campo como tal no es un lugar físico, empírico, sino que es una construcción teórico conceptual (y metodológica). Es un modo particular de construir el objeto de estudio que guiará las decisiones que el investigador tome para la realización de su trabajo (ver Bourdieu y Wacquant, 1995). El campo entonces es *relacional*. Pero, ¿qué sucede cuando el acceso, la observación y participación del investigador se da a través de las nuevas tecnologías? Para dar respuesta a ese interrogante surge la llamada *Etnografía Virtual* que hace hincapié en las técnicas de investigación más adecuadas para trabajar sobre y a través de Internet, y propone el método etnográfico como herramienta de análisis.

Esta perspectiva, a diferencia de la Ciberantropología⁵⁴, se centra:

- 1) en los problemas metodológicos que conlleva analizar los usos sociales de la Web
- 2) en la mediación tecnológica como parte constitutiva del trabajo de campo y de todo el proceso de investigación. De ahí su denominación *virtual*, o “en línea”⁵⁵ [“*on line*”].

⁵³ Cabe destacar que esta cuestión por el trabajo de campo antropológico mediado por diferentes tecnologías -fundamentalmente la televisión, la radio, la cámara de video y de fotos, el cine- ha sido abordado en general por los estudios visuales, los estudios culturales y los estudios de recepción. Autores como Margaret Mead (2000), David McDougall (2001), Rouch (1995), Alejandro Grimson y Mirta Varela (1999), Stuart Hall (1997), entre otros, han realizado importantes trabajos sobre la mediación tecnológica en Antropología.

⁵⁴ Que aborda la definición de conceptos como “ciberespacio”, “ciberantropología”, contextos “virtuales” (como objetos de estudios descontextualizados y cerrados sobre sí mismos)

En este sentido, propone una transformación reflexiva del método etnográfico de investigación “tradicional”, así como la revisión y el replanteamiento de supuestos epistemológico-metodológicos que sostienen la propia relación con la tecnología (Ardévol, et al, op.cit: 88). Según los etnógrafos virtuales (Elisenda Ardévol, Adolfo Estalella, Liav Sade-beck, entre otros), lo que resulta interesante de emplear esta metodología es poder analizar los usos de Internet, las prácticas sociales que se producen en este espacio y cómo éstas son interpretadas por los usuarios.

La etnografía “en línea” se caracteriza, como veremos, por la observación participante y la realización de entrevistas “en línea” a los usuarios del ciberespacio (Ardévol y Estalella, 2007). De este modo se propone como una metodología cuyas técnicas⁵⁶ son usadas por el investigador cuando éste se encuentra “conectado” a la red, por eso es un método “on line”. Esta reducción del campo al momento de “conectividad” del investigador permite, según los etnógrafos “virtuales”, una reflexividad permanente por parte de éste en torno a una serie de cuestiones.

En primer lugar, las interacciones mediadas tecnológicamente. En general, con Internet y los teléfonos celulares, los intercambios o interacciones se dan entre sujetos que “no se ven mutuamente”. Es decir, no son relaciones “cara a cara”, sino que, en el caso de los celulares, las conversaciones se dan por llamadas telefónicas o por mensajes de texto. Pero existen programas informáticos que permiten la realización de video-conferencias o tele-conferencias como Skype y MSN. Estos programas funcionan con cámaras de video (“cámaras web”)⁵⁷ que permiten a los sujetos “verse” mientras se comunican.



Cámara web o “webcam”

⁵⁵Más adelante veremos que esta perspectiva cae en el problema de usar como sinónimos las palabras “virtual” y “on line”. Cuestión que será abordada en profundidad en el próximo capítulo.

⁵⁶ La observación, entrevistas, análisis de fuentes, diversas formas de participación, etc.

⁵⁷ Hoy en día, las notebooks vienen con cámaras instaladas dentro de ellas, generalmente, sobre las pantallas.

En segundo lugar, la posibilidad de interactuar desde puntos distantes. Por ejemplo, varios de mis interlocutores no eran del Gran Buenos Aires –desde donde me conectaba a Internet-, sino que residían en el interior del país o bien, en la Capital Federal. Así como la eventualidad de mantener diálogos diferidos en el tiempo: como los diálogos a través de mails en donde uno puede seguir una conversación en un tiempo prolongado.

Esta propuesta metodológica (y epistemológica, ya que cuestiona la producción etnográfica) retoma, críticamente, los aspectos centrales de la etnografía entendida como un “enfoque descriptivo, analítico y reflexivo” que permite una “construcción teórica de la realidad a través de la observación y la experiencia”, donde el etnógrafo es el “agente principal de la investigación” (Ferrada, 2006: 7). En la investigación etnográfica “se intentan construir relaciones o procesos de valor más general” que buscan “articular y explicar los sucesos particulares y su variación” (Rockwell, op. Cit.: 25) a partir de varias técnicas (como la observación participante, las entrevistas profundas, las historias de vida, etc.). El producto de la etnografía resulta así en una “descripción densa”⁵⁸ (Geertz, 1987) siempre orientada por una teoría.

En consecuencia, el método etnográfico permite al investigador lograr una comprensión profunda de las prácticas y los usos de las tecnologías, así como desentrañar los sentidos que los sujetos les atribuyen a esas tecnologías y a las interacciones que se construyen a través de ellas. Por lo cual, se constituye como la metodología apropiada para analizar dichos procesos.

Por una etnografía mediada tecnológicamente

La perspectiva de la Etnografía Virtual establece, como vimos, la mediación tecnológica como parte constituyente de todo el proceso etnográfico. Desde la observación, la participación, el registro y la construcción de los datos, hasta la posible difusión de los resultados obtenidos. Autores como Estalella y Ardévol publican en Internet –en blogs,

⁵⁸Se denomina “descripción densa” al producto obtenido a partir de la realización del trabajo de campo, el cual le permite al antropólogo la interpretación de los códigos culturales de un grupo social determinado. La inmersión del investigador en la vida social de los grupos le posibilita comprender los sentidos (atribuidos a las cosas, al mundo, a las personas), los motivos, las prácticas de los actores de ese grupo. En este sentido, se denomina “densa” porque es una comprensión totalizadora que parte del análisis de todos los aspectos de la cotidianidad: la vestimenta, la comida, las acciones, los intercambios, los ritos, los mitos, las ideas sobre el mundo y sobre los sujetos mismos, etc.

páginas web, etc.- pensamientos y situaciones que vivieron en el trabajo de campo. Así, Adolfo Estalella al definir su blog “ConTexto”, escribe:

“ConTexto es una forma de dejar constancia manifiesta de que estoy en la blogosfera investigando los blog. Tratando de comprender en propia carne y a través de las experiencias de otros cómo los blogs se convierten en ocasiones en nuestra segunda piel, o en un simple entretenimiento, o en un espacio para dialogar, o en una forma de darse a conocer, o de ganar dinero, o desahogarse a la vista de todos... o simplemente una forma de pasar el rato (y mucho más).”

(Fuente: <http://estalella.wordpress.com/about/>)

Al mismo tiempo, la mediación tecnológica en el trabajo de campo conduce a pensar qué sucede con la permanencia de los datos en la Internet. Por ejemplo, en las casillas de mail de *gmail*⁵⁹ se almacenan los diálogos realizados a través del dispositivo de “chat” que brinda el mismo servicio o mismo en la computadora gracias a programas que permiten el almacenamiento de lo realizado (como el programa *Microsoft Office Word*).

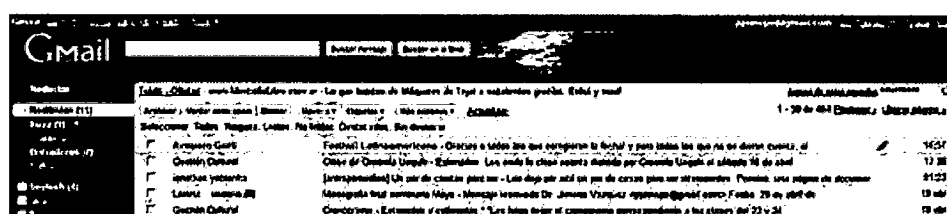


Imagen de mi casilla de Gmail

De este modo, la mediación tecnológica “es clave [...] porque fija la experiencia y descontextualiza la memoria” del que investiga y permite “un nuevo contexto para el análisis” (Ardévol, et al, op.cit: 76). Esto implica, en primer lugar, que la construcción del dato etnográfico, así como las relaciones que se establecen con los sujetos quedan “registradas” en diferentes formatos: textual, visual (video, fotografías, imágenes) y audio. Lo tecnológico, como puede ser una cámara de video, una fotográfica, una computadora, sirve así como un instrumento complementario de la memoria del observador.

⁵⁹Servicio de correo electrónico de la empresa Google

En consecuencia, se puede plantear “que no hay ningún proceso de abstracción y de traducción entre el comportamiento observado y el dato registrado” (Ardévol, et al op. Cit: 76). Sin embargo, los investigadores que parten de la Etnografía Virtual proponen que el objetivo de análisis es el desentrañamiento de los sentidos atribuidos a las prácticas y las interacciones por parte de los usuarios de Internet.

De esta manera, surge otro aspecto cuestionado en las interacciones mediadas por una tecnología: el predominio del carácter escrito de –casi todas⁶⁰- las interacciones. Si bien las prácticas de los sujetos (incluidas la del investigador) son mayoritariamente escritas, los sentidos que los mismos atribuyen a tales prácticas no se hallan en el texto escrito en sí, sino que se encuentran en “los implícitos que los participantes asumen sobre el significado de sus acciones” (Ardévol et al, op. Cit: 76). La comprensión de las interacciones escritas va más allá de entender qué fue escrito sino que implica entender lo que quisieron decir los sujetos. Por ejemplo, cualquier usuario de blogs puede leer una conversación entre bloggers, pero ello no significa que comprenda –realmente- lo que esos sujetos quisieron decir al emplear determinadas palabras o signos.

Mas este carácter escrito puede pensarse como un obstáculo para la investigación en tanto parecieran perderse las sutilezas de las relaciones “cara a cara”. Como los gestos faciales, que constituyen un importante elemento en las relaciones sociales (incluido el encuentro entre el investigador y los sujetos). Entonces, ¿qué pasa cuando la mediación tecnológica no nos permite ver esos gestos? Ante esta pregunta, los investigadores virtuales⁶¹ afirman que en las interacciones mediadas por las tecnologías, los sujetos construyen otros tipos de recursos discursivos, como por ejemplo los *emoticones*⁶².

⁶⁰Digo casi todas dado que las interacciones pueden basarse también en otros tipos de códigos como las imágenes – lo visual- y lo sonoro.

⁶¹Ver Ardévol et al, op. cit

⁶²Los emoticones son símbolos de puntuación – punto y coma, dos puntos, paréntesis, etc.- que son usados para expresar gestos faciales o emociones. Ver capítulo 5

Emoticono	Significado
☺ ☻ ☼ ☽ ☾	Sonrisa (smiley)
☹ ☾ ☹	Llora
☹ x- ☹	No dice nada, se ha quedado mudo
☹ ☹ ☹ ☹	Sorpresa
☺	Santo, Inocente

*Ejemplos de emoticonos*⁶³

Por lo tanto, no podemos pensar la mediación técnica y la textualidad⁶⁴ como obstáculos para la investigación etnográfica, sino como un incentivo para reflexionar sobre el método y analizar nuevas formas de llevar a cabo una etnografía a partir de los avances (y en constante desarrollo) tecnológicos.

Un modelo etnográfico multisituado

La realización de una Etnografía Virtual no puede estar limitada al estudio “delante de la pantalla” y al intento por aplicar las técnicas del método etnográfico clásico en el análisis de los usos y las representaciones de y a través de las nuevas tecnologías.

Para los bloggers –entrevistados- tener un blog e interactuar con otros bloggers no es algo extraordinario, vivenciado sólo cuando están conectados a la Red. Poseer un blog es parte de la vida diaria, de los tiempos de ocio, de un trabajo -como los blogs que pertenecen a los diarios digitales-. Del mismo modo, las relaciones que se establecen a través de los blogs no son percibidas como meramente “virtuales” sino que no aparece cuestionado qué es “real” y qué “virtual” (ver capítulo 3).

En este sentido, una investigación que intente analizar los procesos socioculturales que emergen con las tecnologías debe abordar la idea de George Marcus (1995) de una

⁶¹ Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Emoticons>

⁶⁴ La idea de “textualidad” es muy amplia, por ejemplo, se puede pensar en un “texto visual” o, como establece Geertz, la cultura como texto (1987). Sin embargo, aquí por “textualidad” me refiero al carácter escrito de las prácticas sociales entre los usuarios de Internet.

etnografía multisituada. Realizar, como vimos, una etnografía mediada tecnológicamente implica:

- 1) atravesar múltiples y variados contextos de participación e interacción social – por ejemplo blogs, conferencias, bares, casas particulares, etc.-
- 2) usar diferentes dispositivos⁶⁵ tecnológicos: una cámara de video, un teléfono celular, una computadora, Internet, entre otros.

La idea propuesta por Marcus permite profundizar la cuestión sobre el campo que apareció en los planteos de la Ciberantropología y la Etnografía Virtual dado que incluye situar el trabajo de campo en múltiples contextos. Una *etnografía multisituada* es entendida por el autor como aquella metodología que:

“investiga y construye etnográficamente el mundo de las vidas de los sujetos situados de forma diversa, también construye etnográficamente los aspectos del sistema mismo por las asociaciones y conexiones que sugiere entre sitios” (Marcus, op. Cit.: 1⁶⁶).

El autor parte de la idea de *circulación* ya que los sujetos se encuentran situados de forma diversa (Marcus, op.cit). De ahí, surge la propuesta de una etnografía móvil donde todos los actores involucrados (el investigador y los sujetos) circulan por diferentes medios y contextos. Marcus establece que lo interesante de la etnografía es la pregunta por cómo se construyen “espacios multisituados de investigación” (op.cit: 6). Así, en su trabajo hace un recorrido por las diferentes formas de circulación que han seguido los investigadores en sus trabajos de campo. Algunos de los ejemplos que da son:

- a) *circulación de personas*: como Los Argonautas del Pacífico Occidental de Malinowsky donde el etnógrafo “sigue” a los sujetos por los ámbitos en donde éstos se mueven.
- b) *circulación de objetos*: referido a la construcción de los contextos por donde circulan objetos, bienes, dinero, etc.

⁶⁵ Es decir, como aparato tecnológico.

⁶⁶ Traducción hecha por Quadri, A. e Hidalgo, C. (2007)

c) “ *siga el conflicto*” (op.cit:9): donde se analiza cómo son abordados determinados conflictos (como el aborto, las tensiones entre límites fronterizos) en, por ejemplo, los medios de comunicación, los grupos involucrados, organizaciones gubernamentales, etc.

Estos ejemplos permiten pensar la etnografía mediada tecnológicamente como una forma de etnografía multisituada en tanto los sujetos que participan en la investigación – inclusive el antropólogo- se mueven por distintos contextos sociales que emergen con las tecnologías.

En este sentido, un trabajo interesante es el de Simona Isabella sobre los juegos de rol en Internet (2007), donde muestra, al analizar las interacciones en espacios “off lines” y en diferentes sitios de la Red, cómo la etnografía mediada técnicamente es multisituada. La autora descubrió que no bastaba ser una jugadora más (como una forma de ser “nativa”) para lograr comprender los usos y las significaciones que rodeaban a los sujetos que participaban allí. Los “jugadores” se encontraban más allá del juego, en otros sitios (como el MSN, foros de discusión, salas de chat) donde debatían reglas, prácticas, así como el sentido de su juego. Isabella establece estos sitios “outside the game”⁶⁷ como “arenas públicas” donde los sujetos negocian los significados de sus interacciones “on line”.

De este modo, indagar los usos y los sentidos que los usuarios –bloggers y lectores- dan a los weblogs implica un abordaje etnográfico multisituado que permita analizar las interacciones mediadas tecnológicamente. Pero realizar tal indagación conlleva problematizar las ideas acerca de lo “real/virtual” y la(s) “cibercultura(s)” porque, como vimos, son nociones que atraviesan constantemente las tres perspectivas analizadas (la Construcción social de la Tecnología, la Ciberantropología y la Etnografía Virtual). Abordaré estas cuestiones en el capítulo que sigue.

⁶⁷“fuera del juego”.

CAPÍTULO 3

Discutiendo algunos conceptos

Como he planteado, el uso que los sujetos hacen de las nuevas tecnologías de comunicación e información está redefiniendo las formas de interacción y sociabilidad. Pero estas maneras de relación social mediadas tecnológicamente son concebidas, en general, en términos de prácticas y representaciones “virtuales” descontextualizadas de “la vida real”.

Así, profundizaré el análisis de las ideas acerca de “*lo real*” y “*lo virtual*” debido a que constituye un eje de debate para reflexionar sobre cómo los contextos de interacción social son percibidos por parte de los sujetos (usuarios) y cómo son definidos desde los discursos académicos.

Lo real y lo virtual, un debate siempre presente

Empecemos por preguntarnos qué es lo primero que pensamos sobre *lo virtual*. Ante este interrogante, las imágenes que vienen, seguramente, a la mente son escenas de las películas “The Matrix” y “Tron”, donde existen dos mundos separados, con leyes propias y formas de vida diferentes: uno real y uno virtual.

En estos films el mundo “virtual” es representado como una realidad que aparece “posibilitada por un grupo de tecnologías”, un “mundo sintético” que “envuelve a los usuarios” y los aleja “total o parcialmente [...] de la realidad real” (Mayans, 2000: 232)⁶⁸. Esta realidad “virtual” se basa en la “visualización de la información”⁶⁹ (Rocha, 2004: 162) disponible gracias a determinadas tecnologías (y programas específicos) en forma de *ambientes virtuales* (Rocha, op.cit: 157). Es decir, lo virtual aparece como un mundo diferente de la realidad que viven los sujetos, el cual es experimentado a partir

⁶⁸ Esta idea de “realidad virtual” permite pensar en la capacidad de agencia del actor en tanto éste ingresa interactivamente en un ambiente tridimensional. Esta propuesta resulta importante para la cuestión *on line/off line*, que profundizaré más adelante, por lo que esta idea acerca de la agencia la retomaré.

⁶⁹ Por “visualización de la información” Luiz Antônio Rocha (2004) se refiere a las formas diversas en que la información —entendida como “datos digitales articulados en una base de datos, por lo tanto estructurados, jerarquizados y recuperables” (p. 159)— es accesible a los sujetos. Por ejemplo, una misma información (una nota periodística) puede ser accesible a los sujetos como una imagen, un video, un cuadro de datos, un texto digital, etc. Es decir, cómo los contenidos que circulan por la Red y por los programas computacionales o informáticos son “sentidos” por los usuarios de la red o las computadoras (sentidos en tanto implican la vista, el olfato, el oído, el tacto).

de las nuevas tecnologías, en particular, por las computadoras. Los ambientes virtuales son productos de programas cibernéticos que exponen o muestran diferentes datos a partir de imágenes visuales (principalmente) desde las cuales los sujetos experimentan sensorialmente (como-si estuvieran ahí “realmente”) un mundo aparte –diferente- del que conocen en su experiencia diaria. Es decir, se “sumergen” en dichos ambientes. Un ejemplo son los juegos virtuales, donde los usuarios se colocan máscaras y guantes electrónicos que permiten experimentar los juegos como si estuvieran físicamente allí.



Ejemplo de tecnologías para la inmersión en la realidad virtual⁷⁰

Lo que se produce (o busca producir) en estos ambientes es la “simulación de la realidad” (Jungblut, 2004: 98) con el uso de determinados dispositivos tecnológicos. Al mismo tiempo, esta idea de “realidad virtual” conduce a pensar en las posibilidades de *descorporización*⁷¹ que parecen experimentar los sujetos.

Ahora bien, en esta idea acerca de los ambientes virtuales (como espacios de inmersión sensorial) aparecen dos cuestiones que, aunque deben ser criticadas porque no llegan a dar cuenta de las implicancias que tienen las apropiaciones simbólicas y materiales de las tecnologías por parte de los sujetos; nos conducen a complejizar el debate⁷² acerca de la concepción de “lo virtual” para pensar las interacciones entre quienes participan de los weblogs.

La primera cuestión es la determinación tecnológica, es decir, la posibilidad de acceso a “lo virtual” sólo por medio de herramientas tecnológicas. Si bien es válido pensar que podemos acceder a ambientes virtuales o mismo a Internet a través de dispositivos tecnológicos (como un teléfono celular), también podemos experimentar la *virtualidad* sin la mediación tecnológica. Como proponen los autores Miquel Domènech y

⁷⁰ Fuente: http://en.wikipedia.org/wiki/Virtual_reality#Games

⁷¹ Ver capítulo 2

⁷² Ver Benedikt (2008); Lins Ribeiro (2002); Isabella (2007); Domènech y Tirado, (2002).

Francisco Tirado (2002), la *virtualidad* no es un fenómeno reciente, propio del avance de las nuevas tecnologías. Lo que el desarrollo tecnológico produjo fue una amplificación, una reinención e intensificación de la posibilidad de lo virtual⁷³. Por ejemplo, Pierre Lévy (citado en Jungblut, op. cit) afirma que el proceso de virtualización -que se agudiza con la expansión de los medios de comunicación masiva⁷⁴ - tiene que ver con “la invención de nuevas velocidades”, es decir, de conexión, de movilidad -como por ejemplo el desarrollo de los ferrocarriles- (Jungblut, op.cit:99).

En este sentido, pensar lo virtual sin la mediación tecnológica conlleva ver la imaginación como parte de lo virtual. Gustavo Lins Ribeiro (2002) propone que, si bien la imaginación y la virtualidad no son homogéneas ya que plantean diferentes grados de acercamiento con lo real, tanto lo imaginado como lo virtual son vividos, experimentados *como si* fueran reales⁷⁵. Del mismo modo, Jungblut propone que la diferencia entre lo virtual y la imaginación recae en el hecho de que lo virtual “tiene efectos reales”, o sea, “actos sociales concretos” (op.cit: 101).

Por ejemplo, las relaciones de amistad que se producen entre los bloggers muchas veces comienzan a partir del uso de los blogs (lo que puede pensarse como “virtual”) pero tienen consecuencias “reales” dado que se juntan en otros contextos por fuera de Internet: como puede ser un bar o una confitería, o mismo una conferencia sobre blogs o sobre tecnologías. O también, el tener un blog como parte del curriculum vitae⁷⁶ genera efectos concretos (generalmente beneficiosos) a la hora de obtener una actividad laboral debido a que puede usarse como espacio de publicación de pensamientos personales o de trabajos realizados.

Los autores mencionados (Doménech, Tirado; Jungblut y Lins Ribeiro) se refieren a lo virtual en términos similares a la noción acuñada por Benedict Anderson de *comunidad*

⁷³ Otro trabajo interesante es el de María Beatrice Bittarello (2008) donde establece que la existencia de mundos virtuales es anterior a la era de Internet. La autora analiza la historia de la literatura y la visión de los mundos virtuales antes de la Red, los que representan espacios alternativos, míticos y hasta religiosos.

⁷⁴ Un ejemplo es el trabajo de Benedict Anderson sobre el rol de los medios de comunicación -la imprenta sobre todo- en la formación de los Estados Nación. En dicho trabajo, los medios posibilitaron la masificación del “sentimiento nacional”: “Estas formas [habla del periódico y la novela] proveyeron los medios técnicos necesarios para la representación de la clase de comunidad imaginada que es la nación” (Anderson, 1993: 46 - 47).

⁷⁵ Sin embargo, como veremos, este supuesto de *como si fuera real* resulta inadecuado cuando analizamos las representaciones y las prácticas de los bloggers en tanto lo real y lo virtual no son parcialidades de un todo. Los mismos experimentan las interacciones que se dan en los blogs no *como si fueran reales* sino *como reales*.

⁷⁶ Ver capítulo 4

*imaginada*⁷⁷, es decir, como la capacidad de todos los sujetos de “crear realidades a partir de estructuras que son puras abstracciones antes de tornarse hechos empíricos” (Lins Ribeiro, op. cit.: 3). Según Lins Ribeiro esta capacidad de virtualidad es la que posibilita la participación de los individuos en “totalidades sociales más amplias” (op.cit.: 3): facilita la formación de sujetos colectivos que exceden la experiencia “fenomenológica” de los individuos. Por ejemplo, cuando participamos como audiencia de un programa de radio o de televisión estamos siendo parte de un sujeto colectivo que nos trasciende pero que sabemos que “esta allí”. Sucede lo mismo cuando interactuamos en un chat, en el MSN, y en los blogs.

En este sentido, la mediación tecnológica es sólo un aspecto de lo virtual y no la determinante del mismo. Es decir, no podemos pensar que la virtualidad es tal en función de la tecnología, sino que atraviesa todos los ámbitos de la vida cotidiana: desde ser espectadores de un programa de televisión, o formar parte de la *comunidad movistar*⁷⁸, hasta tener un perfil en *facebook*, participar en foros de discusión en páginas web, o tener un blog e intercambiar opiniones.



Imagen extraída de la página web de Movistar⁷⁹

Entre los bloggers con quienes interactué esta división entre lo que es “real” y lo que es “virtual” no aparece en ningún momento. Las actividades que realizan tanto cuando están conectados (escribir mails, publicar en el blogs, en Facebook) como cuando no, no

⁷⁷ “[la nación] Es imaginada porque aun los miembros de la nación más pequeña no conocerán jamás a la mayoría de sus compatriotas” (Anderson, op.cit.: 23)

⁷⁸ La *comunidad movistar* es un plan de servicio celular otorgado a los clientes del grupo telefónico Movistar que permite a los todos los usuarios realizar llamadas telefónicas a un menor costo cuando se comunican con otros usuarios de la misma empresa.

⁷⁶ Fuente:

<http://www.movistar.com.ar/foro/web/guest;jsessionid=11LPLRrfkVp7p0vh10ggpJtCSymLTwx8pXbKTcGcCLzh4yTptvdQ!-1401036931!1272032063229>

son experimentadas como mundos diferentes. Al contrario, forman parte de la vida cotidiana siendo actividades realizadas en diferentes contextos. Publicar contenidos en un blog como interactuar con otros bloggers son acciones cotidianas, que pueden tener diferentes motivos o causas pero que sin embargo constituyen una misma experiencia.

Desde esta perspectiva, llegamos al punto eje de discusión de este capítulo: el supuesto de que existen “dos” realidades paralelas: una “real”, que vivimos ordinariamente, y otra “virtual”, a la cual accedemos conectándonos a la Red. Si pensamos en esta idea que separa lo real de lo virtual estamos limitando el análisis de las interacciones en weblogs en tanto nos puede conducir a:

- 1) una especie de determinismo (tecnológico, psicológico, entre otros) que opaque todas las variables (lo económico, lo político, lo cultural, etc.) que atraviesan los procesos que se dan con los nuevos medios
- 2) a pensar que las acciones, cuando estamos conectados a Internet -o a una computadora-, por ser “virtuales” deben ser analizadas en dichos contextos de conexión a partir de técnicas “virtuales”⁸⁰.

Un ejemplo de cómo al separar lo virtual de lo real caemos en diferentes tipos de reduccionismos lo vemos en el trabajo de la antropóloga Rita Segato (2003) en el cual se exagera el rol de la mediación de una computadora al posibilitar la superación de los límites del cuerpo humano y aparece la idea de que las actividades “virtuales” por ser de esa naturaleza se vuelven “irreales”.

Este supuesto de la pérdida de la base material del sujeto es la conclusión a la que llega Rita Segato al analizar el carácter que adquiere el cuerpo en las relaciones virtuales por “chat”. La autora termina cayendo en un determinismo que podemos llamar psicológico y también en uno virtual, estableciendo que lo que se produce con Internet es “la abolición del obstáculo del cuerpo” (op. cit: 172). Esta supresión se basa, según Segato, en el anonimato de los usuarios de una sala de chat, debido a que no existe “realmente” para quien está frente a un monitor, un Otro con el cual se interactúa. Según ella, la pantalla de la computadora “es un espejo donde la alteridad es sólo un espejismo” (p:

⁸⁰ Como lo que afirman los postulados de la Ciberantropología y algunos autores que utilizan la Etnografía virtual. Es decir, haciendo un trabajo de campo “on line” sin considerar qué pasa en los contextos fuera de la Red.

171). Por lo que se desprende que navegar por un chat o por cualquier red virtual, lleva a un aumento del ego y una superación del impedimento material que es el propio cuerpo. En este trabajo, la autora privilegia lo psicológico por encima de otras variables culturales por ejemplo, en qué momento del día los usuarios del chat se conectan a la sala; desde qué lugar se da esa conexión (desde la computadora del trabajo, un ciber⁸¹, su casa); cuáles son los motivos por los cuales los usuarios se reúnen en salas cuyos temas son religiosos; entre otros. En cierto sentido, este determinismo psicológico nos conduce a una ruptura de lo real con lo virtual en tanto este desprendimiento del cuerpo del usuario se da en ese mundo virtual que es el chat. Cuando el sujeto abandona la sala es cuando “recupera” su materialidad, cuando regresa a la vida “real”. De esta manera, las actividades realizadas en las salas de chat dejan de “existir” para los sujetos, es decir, forman parte de algo irreal, imaginario. Aquí, la autora reduce las experiencias virtuales a situaciones particulares que no tienen consecuencias en lo que sería “la vida real” de los sujetos (aparece la asociación virtual-imaginario antes cuestionada).

Sin embargo, esta dicotomía real/virtual es superada como explicité, al profundizar las relaciones entre los bloggers, y entre los bloggers y los lectores de los blogs. Cuando un autor de un weblog escribe, se está dirigiendo a un Otro que está del otro lado, un actor que comenta sus publicaciones y con quien muchas veces se encuentra en otro ámbito que no es la Red, como el lugar de trabajo, un bar, una casa. Los bloggers experimentan las actividades que realizan cuando están conectados y cuando no, como una misma realidad y no como diferentes realidades. Cuando en nuestro celular accedemos a la casilla de mails; hablamos por teléfono; mandamos un mensaje de texto; cuando escuchamos la *Rock and Pop*; cuando los sujetos se reúnen al ser convocados en un blog o por mail para llevar a cabo una protesta contra las invasiones en Irak o para luchar por un transporte ferroviario mejor; nos muestran que las supuestas fronteras entre “lo virtual” y “lo real” no existen.

En este sentido, las tecnologías –sobre todo las digitales- posibilitan nuevos espacios de interacción (nuevos contextos de acción) y también redefinen formas existentes de relación social.

⁸¹ Lugares de acceso público a Internet que además brindan otros tipos de servicios. Dichos lugares disponen de varias computadoras y cobran un monto por el uso de las mismas.

Así, “ser blogger”⁸² no implica prácticas que den cuenta de una diferenciación entre “lo real” y “lo virtual”, sino que constituyen actividades llevadas a cabo en diferentes contextos. Escribir o leer un blog es una actividad cotidiana como ir al trabajo, chequear los mails, hablar por teléfono, etc. La diferencia radica en el espacio en donde son realizadas, por ejemplo, podemos ver un video en YouTube⁸³, en un programa noticiero en la televisión, o también a partir de leer un blog y ver que el blogger “subió”⁸⁴ ese video en su blog.

Referirnos a lo virtual involucra entonces, no una “ficción o desmaterialización de nuestra realidad”, sino que nos conduce a una nueva vía de investigación de la vida cotidiana al “tornar complejo nuestro presente más inmediato” (Doménech y Tirado, op. Cit: 9). Aparecen nuevas formas de relacionarnos con nosotros mismos y con los otros; nuevas vías de intercambio de información, de opiniones; podemos conocer lo que sucede en otros lugares del mundo casi instantáneamente a la realización del acontecimiento; varias organizaciones no gubernamentales emplean los nuevos espacios permitidos por las tecnologías para dar a conocer a un público mayor sus reivindicaciones y propuestas; los usuarios de los transportes públicos tienen otro medio para expresar sus quejas y proponer soluciones.

De este modo, esta forma de entender los espacios de acción y relación social como contextos diferentes pero nunca como “mundos descontextualizados” permite, en primera instancia, realizar un análisis etnográfico más profundo dado que posibilita un entendimiento más acabado de las interacciones que suceden en Internet y fuera de ella (como mencioné los encuentro de los bloggers en ámbitos sin conexión a Internet) como partes de un mismo proceso de sociabilidad, y en segunda instancia, a cuestionar el uso de los términos *on line* y *off line* dado que en general son usados como sinónimos de “virtual” y “real” respectivamente.

El debate acerca de lo real y lo virtual incluye las ideas problemáticas de *lo on line* y *lo off line* en tanto categorías que dan cuenta del uso de la metáfora de la Red para hablar

⁸² No en términos de identidad “blogger” sino como sujeto que posee un blog.

⁸³ YouTube es una página web que se caracteriza por contener videos de diferente índole. Dichos videos son “subidos” a la página por cualquier usuario que se encuentre registrado a la misma.

⁸⁴ En general para referirse a introducir o publicar contenidos en la Web se usa el verbo “subir” como traducción de la palabra “upload” (en inglés) usada en informática.

de las formas de acceso y participación de los sujetos en los diferentes contextos de interacción mediados por las tecnologías -e Internet en particular-.

De la problemática acerca de lo on line y lo off line

Las nociones de *on line* y *off line* son usadas, generalmente, en discursos académicos y no académicos como sinónimos de lo virtual y lo real respectivamente. Por ejemplo, cuando ingresamos a la página del juego *Second life*⁸⁵ y vamos a la opción “qué es *Second life*” leemos: “es un mundo on line virtual libre imaginado y creado por sus residentes”⁸⁶. Se asimila la idea de *on line* con la de virtual y éstas con la perspectiva de que son mundos “irreales”. En el discurso académico, algunos casos son los estudios sobre Etnografía Virtual, la cual es llamada también Etnografía on line o Etnografía de Internet (Ver Ardévol et al, 2003; Hine, 2000) así como también “netnography” (Ver Kozinets, 1997).

Sin embargo al observar una traducción literal de ambas ideas, *on line* indica “en línea”, es decir, estar conectado; mientras *off line* indica “las actividades que tienen lugar fuera de la conexión” (Mayans, 2002). Estas ideas surgen en relación a nociones de *conexión* y *desconexión* que emergieron con las nuevas tecnologías -e Internet en particular-.

De este modo, las categorías de on line y off line se refieren a la accesibilidad de los sujetos a los nuevos medios. Estar conectado a la Red involucra la participación de los actores a través de una computadora o bien cualquier medio que posibilite la conexión (como puede ser un teléfono celular): una participación mediada tecnológicamente. En este sentido, queda claro que hablar de lo on line y lo off line no es lo mismo que hablar en términos de “lo virtual/real”. Mientras los primeros hacen referencia a la posibilidad concreta de acceder a un espacio por medio de una tecnología, los segundos llevan a pensar las experiencias cotidianas que viven los sujetos en diferentes contextos de acción.

“Estar conectado” o “desconectado” supera el problema de lo real y lo virtual en tanto pone de manifiesto nuevas formas en que es pensada la sociedad. El uso indistinto e

⁸⁵ Second Life es un juego de rol en donde cualquier persona que se registre al mismo como usuario puede crear un personaje con una vida propia y el “dueño” de ese personaje establece actividades futuras de ese personaje para cuando el sujeto se encuentre desconectado de la Red.

⁸⁶ “*Second Life is a free online virtual world imagined and created by its Residents*” (<http://secondlife.com/whatis/>)

indiscriminado entre on line u off line y real o virtual muestra como se incorpora un discurso que legitima la realidad concreta, las diferencias sociales y culturales, y oculta las problemáticas acerca de las desigualdades en cuanto al acceso a las nuevas tecnologías, a la información y al conocimiento. Este uso de los términos conduce a soslayar quiénes efectivamente ejercen el poder de los nuevos medios y qué sectores de la sociedad son los que pueden navegar en el “ciberespacio”⁸⁷ accediendo a todo tipo de información. Se pierden de vista las relaciones de poder que juegan en torno a las nuevas tecnologías y por lo tanto al dominio de quienes determinan qué información es la que finalmente circulará en la Red.

Al mismo tiempo se crea la sensación de experimentar participar en relaciones sociales de tipo horizontales, lo que implica disfrazar las relaciones verticales que atraviesan a toda la sociedad. Leemos, por ejemplo, una nota publicada en La Nación: “la enciclopedia on line Wikipedia puso patas para arriba la idea del conocimiento heredada de la Ilustración” y más adelante sigue: “actualmente, todos pueden participar”⁸⁸. Lo que propone la noticia son las posibilidades de acceso al conocimiento que abre “para todo el mundo” la Internet. Lo que no cuestiona son las condiciones en que dicha enciclopedia es creada, qué grupos o sujetos publican los contenidos en la Wikipedia, o bien quienes son “todos” los que pueden participar.

Como menciona Néstor García Canclini (2004) antes los estudios socioculturales se basaban en los análisis de las diferencias (en general desde lo socioeconómico) y las desigualdades (desde las prácticas culturales)⁸⁹. Hoy en día, con la mediación de las tecnologías digitales en todos los ámbitos de la vida social se habla sobre todo en términos de *inclusión* y *exclusión*, de conexión y desconexión: “los incluidos son quienes están conectados” mientras que “estar marginado es estar desconectado” (García Canclini, op. cit: 73). Con el empleo descontextualizado de términos como on line y off line se pueden perder de vista las desigualdades y diferencias que determinan el acceso a las nuevas tecnologías:

⁸⁷ Ver capítulo 2

⁸⁸ Nota: “Los nuevos dueños del saber”, publicada el 21 de junio del 2009.
http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1141111

⁸⁹ Aunque García Canclini establece que un análisis profundo de las diferencias y las desigualdades requiere considerar ambas desde la mutua influencia. Por ejemplo, no podemos pensar en las diferencias sin tener en cuenta los procesos culturales así como las desigualdades sin estudiar “los procesos históricos de configuración social” (op. cit: 47).

“Las diferencias y desigualdades – las generadas por el sistema de conexiones y las preexistentes – resurgen cuando tratamos de entender las condiciones en que tenemos acceso o somos excluidos de las redes”

(García Canclini, op. cit.: 78)

Es decir, la revisión de los términos usados tanto científica como cotidianamente es una condición *sine qua non* para los estudios sociales sobre los procesos que se dan con las tecnologías digitales. Si pensamos en profundidad cuáles son las condiciones -sociales, culturales, políticas y económicas- que generan un acceso diferencial a las tecnologías - y por tal motivo al conocimiento y a la información-; como establece García Canclini (op.cit), las diferencias, las desigualdades y los conflictos se ponen nuevamente en el tapete pero desde el punto de vista de la accesibilidad y la producción⁹⁰ de los nuevos medios. Analizar qué sujetos poseen un blog; desde qué lugar publican (su casa, el lugar de trabajo) y por qué motivos tienen un blog (en el caso de los periodistas lo usan como un “medio alternativo”⁹¹), constituyen elementos que atraviesan las formas en que son producidos los weblogs.

En este sentido, resulta indispensable cuestionar cuáles son las condiciones que permiten el acceso a las tecnologías y qué sujetos pueden hacerlo efectivamente. Si reflexionamos sobre la producción de las nuevas tecnologías podemos comprender los procesos hegemónicos y contra hegemónicos que las atraviesan evitando caer en nociones utópicas sobre la “democratización de Internet” que fomentan:

- 1) la percepción de que cualquier persona puede acceder a la información que circula en la Red
- 2) esa misma accesibilidad permite que los sujetos sean “productores de contenidos” como en el caso de los bloggers periodistas que aparecen como ilustradores de visiones alternativas de los discursos mediáticos sobre los hechos sociales.

Sin embargo, esta visibilidad de múltiples sujetos productores de contenidos a través de la Red la convierte en arena de lucha entre los “autorizados” y los “no autorizados” por

⁹⁰ Entendida como producción, circulación, distribución y consumo, como sistema.

⁹¹ Como los blogs son espacios de acceso gratuito (no es necesario pagar un servidor) la mayoría de los bloggers periodistas publican en sus blogs sus opiniones personales sobre ciertos temas sin preocuparse por la “censura” editorial que en los grandes medios ejerce un control sobre lo que se escribe.

la producción de la información y el conocimiento que circula en ella⁹² (ver Moya y Vázquez, 2009).

En definitiva, al contrario de lo que parece suponer la idea sobre la democratización de la Red veremos en los capítulos subsiguientes que existen procesos hegemónicos que atraviesan la producción social del sentido a través de las nuevas tecnologías y, por ello, resulta necesario reflexionar sobre qué grupos o sujetos sociales acceden a ellas y de qué forma lo hacen.

Los “conectados” a Internet: “the wired”

Las tecnologías que permiten que los sujetos puedan acceder a Internet son muchas⁹³. Sin embargo, quienes pueden efectivamente acceder a Internet giran en torno a unos mil millones⁹⁴, en este sentido es acertado afirmar que no todas las personas tienen acceso a la Red. Asimismo, de esos sujetos “conectados” no todos participan de los mismos espacios. Por ejemplo, no todos participan en foros de discusión, en blogs, en salas de chat, en “Facebook”, o, si lo hacen, quizás interactúan en unos pero en otros no⁹⁵. En mi caso particular, tengo una cuenta de correo electrónico, un perfil en Facebook, leo y participo en diferentes blogs y también tengo una cuenta en MSN pero no participo en foros ni en salas de chat.

De este modo, en el acceso a las nuevas tecnologías existen diferentes tipos de brechas entre quienes pueden usarlas y quienes no.

Una de las brechas son las desigualdades en torno al desarrollo económico de los países, lo cual condiciona las posibilidades de acceder a los medios digitales. Muchos de los países europeos figuran junto con EEUU en los primeros puestos de los rankings con mayor cantidad de usuarios de Internet (aparece también Brasil entre ellos); mientras los países del llamado “tercer mundo” –en general los de América Latina y África- poseen

⁹² Ver capítulo 6

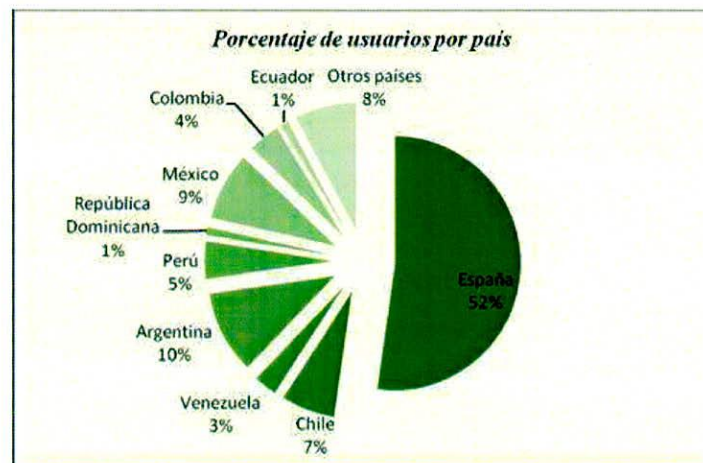
⁹³ Incluyen: dial-up, líneas terrestres (cables de teléfono, de televisión y fibras ópticas), Wi-Fi, satélites y teléfonos celulares.

⁹⁴ <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogsphere/> En este enlace la cifra que aparece es de 188.9 millones de personas usuarias de Internet.

⁹⁵ Por ejemplo, muchas personas poseen perfiles –en Facebook sobre todo- pero no participan activamente, son los llamados “lurkers” (acechadores en Inglés), que son grupos de personas que participan en comunidades en la Red en calidad de receptores –principalmente- pasivos.

muchos menos usuarios⁹⁶ (ver Moya, 2007, Navarro i Barba, 2007). Como establece Lins Ribeiro, las nuevas tecnologías se insertan en “cuadros preexistentes de distribución desigual de poder político y económico” por lo tanto la introducción de la Internet también se da de modo desigual” (Lins Ribeiro, op. Cit: 14).

Para pensar la distribución del acceso a Internet por países retomo el informe publicado en la página Bitácoras donde se manifiesta que el país de habla hispana con mayor cantidad de bloggers es España, con lo cual, se refuerza la diferencia alrededor del desarrollo económico de los países, siendo en los europeos en los que hay un mayor acceso a Internet.



Datos extraídos del informe “The State of the Hispanic blogosphere”⁹⁷

Obviamente la diferencia de acuerdo al nivel económico de los países se replica en las provincias y ciudades. Por ejemplo, en el mismo informe, dentro de las estadísticas obtenidas sobre nuestro país, la Provincia de Buenos Aires es la que concentra mayor cantidad de usuarios de blogs.

Otra de las brechas que determinan la accesibilidad a Internet es la edad generacional de los usuarios, siendo que los jóvenes “son protagonistas de estos procesos vinculados con el desarrollo tecnológico” (Moya, op. cit: 52). En general, las generaciones jóvenes tienen un acceso mayor a las nuevas tecnologías debido a diferentes causas, un ejemplo claro es la aparición de un grupo social “los floggers” que constituían adolescentes que poseían un fotolog –un blog de fotografías-. Este acceso diferencial de los jóvenes

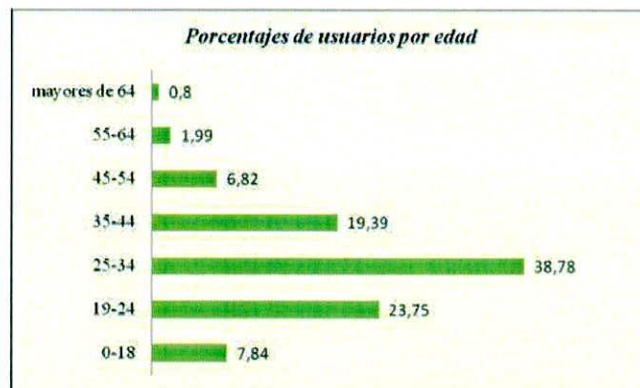
⁹⁶ <http://www.techcrunch.com/2009/01/23/comscore-internet-population-passes-one-billion-top-15-countries/>

⁹⁷ Fuente: <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/>

puede deberse a que nacieron en un contexto histórico atravesado por la evolución vertiginosa de las nuevas tecnologías digitales, y que se agudizó en la década de 1990. Además, el acceso de los jóvenes marca una clara diferencia en las formas en que éstos utilizan y piensan las tecnologías con respecto a las generaciones mayores de los 40 años.

“el manejo diferencial por parte de niños y jóvenes de las nuevas tecnologías supone la detención de un poder hasta ahora desconocido por las generaciones previas: algunos niños o jóvenes instruyen a sus mayores sobre el uso y la operación de las computadoras y otros dispositivos tecnológicos (cámaras, software, etc.) e, incluso, jóvenes de 15 años han demostrado ser hábiles hackers de sitios de empresas o gobiernos” (Moya, op.cit: 52)

En el caso de los bloggers, la mayoría de los autores rondan entre los 18 y los 44 años de edad, es decir, se confirma el acceso diferencial por parte de las generaciones menores a los 50 años.



Datos extraídos del informe “The State of the Hispanic blogosphere”⁹⁸

No sólo los jóvenes manejan las tecnologías sino que también detentan el dominio de los conocimientos y los códigos necesarios para el efectivo uso de Internet. He aquí otra de las brechas en torno al uso de los nuevos medios, la apropiación de los códigos simbólicos para entender qué es lo que se dice en Internet y cómo utilizarla. Por ejemplo, en un hogar puede haber una computadora pero si los sujetos “dueños” de la misma no poseen los saberes necesarios para manejarla –como los pasos para abrir una cuenta de correo electrónico, “bajar” programas de computadora para un óptimo funcionamiento

⁹⁸ Fuente: <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/>

de las aplicaciones, saber que hay programas que realizan diferentes acciones, etc.- entonces puede permanecer “allí” como un objeto más. Es decir, el acceso a las tecnologías no implica solamente que las mismas estén presentes sino que debe existir un conocimiento de cómo utilizarlas.

Como establece Marian Moya (op.cit), poder acceder a las tecnologías digitales implica no sólo capital económico –material- sino que es determinante tener el capital simbólico necesario para poder navegar por la Red así como para manejar la tecnología. Internet, a diferencia de otros medios, conlleva una “alfabetización visual y mediática” (Moya, op. cit) para entender las representaciones y prácticas que circulan en la Red. Por lo tanto, el investigador social si quiere lograr interpretar los usos que los usuarios le dan a estos nuevos medios también debe conocer esos códigos (de ahí la importancia de realizar un trabajo de campo etnográfico. Ver capítulo 2).

Así, retomo las ideas de García Canclini (op.cit) de “conectados” y “desconectados” en términos de inclusión (conectados) y exclusión (desconectados) para dar cuenta de aquellos sujetos y grupos que acceden efectivamente a Internet , participan en ella y producen contenidos – información y conocimiento-. La reflexión sobre estas ideas permite comprender las nuevas formas de relacionarse, de identificarse, de actuar, que son producidas por la mediación de las tecnologías digitales.

De esta metáfora de conectividad vuelve a aparecer la cuestión acerca de lo “on line” o “en línea” como una manera de estar conectado a esa Red, a esas formas de relacionamiento, de sociabilidad, de “formar parte de”. Como las posibilidades concretas de acción sobre las nuevas tecnologías.

Ahora bien, este debate sobre las ideas on line y off line resurge cuando pensamos en la noción de *cibercultura* en tanto es concebida como la cultura *de* Internet: una especie de *subcultura* que es apropiada por los sujetos que “están conectados a la Red”. Las percepciones de lo real, lo virtual, lo on line y lo off line llevan a conceptualizar la *cibercultura* de diversas maneras: como una cultura virtual propia de las tecnologías, como una cultura donde las prácticas virtuales influyen en las reales y viceversa, o como una subcultura con aspectos característicos propios.

CAPÍTULO 4

Cultura y Cibercultura

Desde las primeras aproximaciones al estudio de los “otros”, la idea acerca de la *cultura* ha estado siempre vinculada al desarrollo de las tecnologías (Moya y Vázquez, 2009). La cultura y las tecnologías pasaron de ser indicadores del desarrollo evolutivo de las sociedades (en las teorías evolucionistas⁹⁹) a constituirse en producto de la creación humana y de cada sociedad (surgen las teorías relativistas –el *relativismo cultural norteamericano*¹⁰⁰– como críticas a las evolucionistas y aparecen debates alrededor de los ejes *cultura/naturaleza*¹⁰¹ y *cultura/sociedad*). De este modo, cada grupo social “tenía” su “propia cultura” y por lo tanto era imposible compararlos en una línea evolutiva: se habla entonces de *subculturas* para definir las distintas especificidades culturales. Cada “subcultura” poseía aspectos particulares que la definían como tal y las diferenciaban.

Ahora bien, no obstante la idea de “subcultura” fue muy criticada en tanto se la pretendía como un universo cultural específico con características intrínsecas; con los estudios que encararon los problemas acerca de los usos y reapropiaciones de las nuevas tecnologías se construyó un término polémico: *cibercultura*, que retoma esta idea de subcultura en tanto lo que la caracteriza y la define es la mediación tecnológica.

En este capítulo me centraré en discutir la idea de *cibercultura* tanto desde su uso cotidiano (por ejemplo en los medios de comunicación) como desde su uso académico con el fin de complejizar la utilidad del concepto como herramienta de análisis.

Problematizando la noción de cibercultura

En el suplemento *adn Cultura* del diario La Nación leemos “*La revolución cibercultural*”, “*Una guía para recorrer la cultura on line*”¹⁰²; vemos en la vitrina de una editorial un libro nuevo titulado “*Ciberculturas juveniles*”¹⁰³; y los noticieros

⁹⁹ Ver Boivin et al, 2007

¹⁰⁰ Ver Stocking (1968); Hatch (1975)

¹⁰¹ Ver Boivin et al, op.cit; Margulis, 2009

¹⁰² Notas publicadas el 09/03/2009

¹⁰³ Cuyo autor es el sociólogo Marcelo Urresti, de editorial La Crujía (2008)

televisivos que hablan sobre las *cibertribus*¹⁰⁴ y así sucesivamente. Es decir, existe un uso cotidiano permanente sobre el concepto de *cibercultura* para referirse, en general, a la utilización de las tecnologías digitales por parte de los actores sociales.

Desde los medios de comunicación fundamentalmente –televisión, diarios, revistas, radios e Internet-, se utiliza la *cultura digital* o *cibercultura* como un concepto para hablar sobre “lo referente a Internet y el mundo de la informática” (Faura i Homedes, 2000: 1) como también para referirse a lo relacionado con el avance tecnológico (como la aparición del iPod; del MP4; la *Play Station*; entre otros). De ahí surge la asociación “ciber”¹⁰⁵ + “cultura”, que indicaría un vínculo tecnologías + cultura, en el cual la primera determina a la segunda.

“básicamente hoy, creo que hoy cibercultura es todo, porque es todo lo que tiene que ver con la tecnología y toca fundamentalmente a los hechos culturales, entonces meto publicidad meto arte, meto futbol o medios o lo que fuere y trato todo el tiempo de linkearlo con la tecnología ... obviamente no?” (entrevista a Leandro¹⁰⁶, 12/02/09)

En este fragmento de entrevista, aparece, por un lado, la categoría (nativa) cibercultura desde la íntima relación entre la cultura y las tecnologías: todos los elementos que para el blogger (Leandro) son “culturales” como la publicidad, el arte y el futbol para situarse dentro de la cibercultura deben estar atravesados por algún tipo de referencia tecnológica (como el llamado “arte digital”). Por otro lado, emerge la idea de que la mediación de la tecnología se encuentra en todos los ámbitos de la vida, de ahí su frase “hoy cibercultura es todo”. En otras palabras, la idea de cibercultura da cuenta de la implicancia que tienen las tecnologías en la vida cotidiana. Para Leandro “todo” es tecnología:

“entonces tiene que ver con eso, con lo que propone el presente que para mí es netamente digital y tecnológico, y todo lo que uno hace, ¿no? Porque consumir productos de cualquier tipo, no solamente

¹⁰⁴ Por ejemplo los llamados “Floggers”

¹⁰⁵ Ver capítulo 2

¹⁰⁶ Leandro es un periodista que tuvo durante un tiempo determinado un blog en Clarín.com, “Retrovisor”. Además es un blogger reconocido en la blogósfera a raíz de su blog “eBlog”. Tiene 32 años de edad y constituye una referencia en la temática relacionada a la Web 2.0 (está presente en numerosas conferencias sobre blogs, redes sociales, etc.).

tecnológicos, hasta el ocio, hasta [...] las relaciones humanas, actuales, pasan por la tecnología en algún momento de esa relación, amorosas, familiares, [...por ejemplo]... con una webcam. Me parece que hoy es imposible hablar del presente sin hablar de la tecnología y los nuevos medios” (entrevista a Leandro, 12/02/09)

Es decir, aparece un uso general de la idea de cibercultura como “el presente digital”: toda la experiencia social es tecnológica. No obstante, ante la idea de “todo es tecnología” vemos que surge un sesgo generacional entre los usuarios de Internet y las nuevas tecnologías dado que Leandro se ubica dentro de la brecha etaria que va de los 28 a los 35 años (ver capítulo 3).

Pero también “cibercultura” surge como el uso de “las computadoras para las comunicaciones, el entretenimiento y los negocios” (subtítulo del blog: “Cibercultura”¹⁰⁷).

“I: En este sentido [le pregunto en referencia al nombre del blog “Cibercultura”], cuáles son las temáticas que abarca el blog?

M: Temáticas socioculturales en las que tienen total implicancia las computadoras: negocios, tribus, modificación de hábitos, educación, redes sociales, etc.” (entrevista por mail a Martín¹⁰⁸, del blog “Cibercultura”, 24/11/09)

En este sentido, el término se refiere a la instrumentalización de las tecnologías para determinadas actividades como lo son las comunicaciones (la masificación de la información, los diálogos entre sujetos ubicados a grandes distancias, etc.); y el entretenimiento (juegos en red, lectura de libros¹⁰⁹, etc.). La cibercultura emerge al pensar cómo las tecnologías digitales intervienen en todas las esferas de la vida cotidiana (“negocios, educación”, etc.).

¹⁰⁷ Ubicado dentro de la “comunidad” de Clarín. Fuente: <http://blogs.clarin.com/cibercultura>. Más adelante explicaré porque coloco la palabra comunidad entre comillas.

¹⁰⁸ Martín posee su blog en la plataforma de Clarín, y está ubicado dentro de la “comunidad de blogs”. Debe tener entre 30 y 40 años de edad. Las interacciones que mantuvimos fueron a través de la computadora.

¹⁰⁹ Existen muchos libros de diferentes géneros que se encuentran disponibles en la Red para ser leídos o “bajados” por cualquier usuario, como los libros de J.R.R. Tolkien

Sin embargo, la noción de *cibercultura* es utilizada en el discurso académico para referirse en general a las nuevas formas de sociabilidad relacionadas a los usos de Internet (como las comunidades que se produjeron con el uso de salas de chat, “Facebook” y el MSN¹¹⁰) así como los relatos sobre esas relaciones sociales.

Es decir, mientras el concepto cibercultura como categoría de campo implica pensar las tecnologías como funcionales a mejorar aspectos de la vida (los negocios, el entretenimiento, las comunicaciones) y como determinantes del presente inmediato (retomo la frase “cibercultura es todo”); los usos académicos de la misma suelen referirse, sobre todo, a:

- 1- el uso de la Red como un nuevo espacio de producción y resignificación de relaciones sociales, de identidades colectivas e individuales
- 2- la formación de modelos culturales de Internet

Por ejemplo, el término cibercultura como concepto teórico es usado para mencionar grupos y movimientos sociales y culturales que utilizan este medio para su existencia (también para su reafirmación identitaria, planteamiento de reivindicaciones, etc.) como colectivo (Ver Rueda Ortiz, 2008). Como la página web <http://www.lofdigital.org.ar/>, que surge como proyecto¹¹¹ social con el objetivo de que los jóvenes mapuche se apropien de los nuevos espacios que están brindando las tecnologías digitales para reafirmar su identidad y su lucha:

“Esta iniciativa busca proveer elementos que permitan revertir este proceso, al lograr la apropiación de las tecnologías de la información y comunicación por parte de las comunidades del pueblo mapuche, con el fin de fortalecer, resignificar y transmitir su conocimiento tradicional y promover a la gestión de su propio desarrollo” (fuente: lofdigital.org)

¹¹⁰ Sigla que indica el sistema de mensajería instantánea del servidor Hotmail, que permite interactuar momentáneamente con otras personas que estén conectadas a la Red.

¹¹¹ En el marco de la Cumbre de Pueblos Indígenas realizada en Canadá en el 2001. En dicho portal se encuentran representadas 17 comunidades Mapuche de Río Negro y Chubut. Última visita 21/03/09



Imagen extraída del sitio “Lof Digital”¹¹²

Del mismo modo, desde estudios sociales, cibercultura sirve para explicar la emergencia de patrones culturales en línea, como el caso de los “floggers”¹¹³: adolescentes que tienen un fotolog¹¹⁴ y han desarrollado, por ejemplo, formas específicas de vestir (jeans “chupines” de diversos colores; remeras con colores flúor -violetas, fucsias, turquesas-; formas particulares de peinarse; etc.).



Imagen publicada en Clarín sobre “los floggers”¹¹⁵

Surge la noción científica de *cibercultura* para referir el surgimiento de formaciones y/o patrones culturales en Internet¹¹⁶. Como proponen Mónica Lacarrieu y Rubens Bayardo (1999):

“En la actualidad [...] parecemos asistir a lo que algunos autores denominan la era de la cultura, donde la vida cotidiana se encuentra anegada por ‘la cultura de la empresa’, la ‘cultura del shopping’, la

¹¹² Fuente: <http://www.lofdigital.org.ar/proyecto/proyecto.php> revisado el 21/03/09

¹¹³ Ver Urresti, 2008; Piscitelli, 1995

¹¹⁴ Tipo de blog caracterizado por la presencia de fotografías, en su mayoría personales.

¹⁰⁹ Fuente: <http://www.clarin.com/diario/2009/01/11/sociedad/s-01837537.htm>. 11/01/09

¹¹⁶ Ver capítulo 2

'cultura de los jóvenes', la 'cultura del trabajo', [...] entre muchas otras supuestas culturas" (p.: 11)

En este contexto la idea de *cibercultura* significa "la cultura de Internet". Esta conceptualización ligada generalmente a la idea de *subcultura* o "la cultura de" es usada para establecer los límites de una cultura propia de —o posibilitada por— las nuevas tecnologías. Con esta perspectiva, se dejan de lado posibles cambios o transformaciones dentro de los grupos inmersos en esa "cultura de Internet", y se soslayan así los procesos de hegemonía que atraviesan a esos grupos.

No obstante, la noción de *cibercultura* no puede ser reducida a una idea, como vimos, hay varios sentidos de lo que es *cibercultura* dado que la idea de *cultura* es en sí misma polémica. En este sentido, la antropóloga Elisenda Ardévol en su trabajo *Cibercultura /ciberculturas: la cultura de Internet o el análisis cultural de los usos sociales de Internet* (2002) propone una serie clasificatoria para enmarcar las diferentes perspectivas que circulan en torno a la noción de *cibercultura* tomando como punto de partida tres concepciones de *cultura*.

Tres ideas sobre la cibercultura

1) "*Cibercultura como una nueva forma cultural*". La primera perspectiva que emerge al pensar la *cibercultura* es como un nuevo modelo cultural impulsado por el desarrollo tecnológico, o sea, por el "cambio social y cultural" que estamos viviendo con las nuevas tecnologías (Ardévol, op.cit., p: 5). Esta idea encuentra su base en una visión evolucionista de la cultura que la propone como un elemento clasificatorio más¹¹⁷ a partir del cual se colocan a las sociedades en una escala de desarrollo (de las "salvajes" a las "civilizadas"). Así, la *cibercultura* sería la máxima expresión del desarrollo tecnológico porque se ubica en el final de la escala evolutiva: culturas primitivas → culturas bárbaras → culturas civilizadas → *cibercultura*.

¹¹⁷ Entre el desarrollo tecnológico y otras instituciones como la religión y el sistema político.

CULTURA	CIBERCULTURA
- instrumento de clasificación evolutiva	- producto de la evolución
- modelo/patrón	- nuevo modelo basado en el desarrollo tecnológico
- totalidad	- determinada tecnológicamente

Cuadro 1, realizado a partir del trabajo de Elisenda Ardévol (op. Cit)

En esta visión, la cibercultura es entendida como un producto del desarrollo tecnológico. Las teorías evolucionistas proponen tomar un momento histórico dado y asociar las diferentes sociedades o grupos sociales con un desarrollo cultural y social determinado, donde las tecnologías marcarían el grado de progreso alcanzado. Es decir, estas teorías pretenden encontrar similitudes y diferencias entre las sociedades a partir de *modelos culturales* (Ardévol, op.cit:6).

Al mismo tiempo, esta perspectiva sobre la cibercultura incluye la idea funcionalista que establece que la misma es un producto que desarrolló la sociedad para adaptarse a las nuevas exigencias - sociales, culturales, económicas- que impuso el avance tecnológico (Ardévol, op. cit.). Un ejemplo lo vemos en el consumo de música. A partir de la posibilidad que brinda la Red de bajar música gratis, las discográficas y los grupos de música han tenido que readecuar las formas en que manejaban el consumo musical – como la venta exclusiva de los discos por parte de un sello discográfico (EMI)- para adaptarse a las nuevas maneras de consumo. Un caso es el grupo musical *Radiohead* que decidió lanzar en el 2007 uno de sus cds (*In Rainbows*) en Internet¹¹⁸, y lo particular fue que los fanáticos o aquellos que querían tener el disco lo podían bajar directamente de la página del grupo aportando lo que quisieran (es decir pagando la cantidad que consideraran apropiada) a los autores.

De este modo, los estudios que toman la cibercultura desde este punto de vista (como un nuevo modelo cultural) buscan analizar los cambios sociales que surgen con los nuevos

¹¹⁸ Ver Yúdice (2007)

medios. Así, la cibercultura es una nueva cultura “cuya forma está prefigurada en la propia tecnología” (Ardévol, op. cit., p: 7).

Sin embargo, adoptar esta noción genera una serie de problemáticas al momento de aplicarla al estudio de las formas de sociabilidad en y a partir de Internet debido a la posibilidad de caer en determinismos, tecnológicos sobre todo, que abordarían sólo una variable del proceso total. Si seguimos con el caso de la música, al tomar esta idea de cibercultura reafirmaríamos la determinación tecnológica (bajar música gratis) por encima de todo el proceso de producción¹¹⁹ de la industria de la música que ya estaba siendo cuestionado desde antes de Internet, por ejemplo, con la grabación y copia de música en cassettes. Es decir, que el conflicto va más allá de las páginas web (www.taringa.net) o los programas (Ares; Emule) que permiten bajar música, capítulos de series de programas de tv, películas, etc., en forma gratuita. Esto se debe a que los estudios basados en esta concepción de la cibercultura consideran las últimas fases del proceso –la circulación y el consumo– con lo cual la producción queda separada, escindida y, a su vez, caen en una idea fetichista de la cibercultura al soslayar las relaciones sociales de producción que existen en ese proceso y que atraviesan a todas las tecnologías en general.

En este sentido, resulta necesario reintegrar la producción, por ejemplo, a partir del análisis de los intereses puestos en juego por parte de los actores (siguiendo con el caso Radiohead: los músicos y la productora) y las negociaciones establecidas entre ellos. Como analizar de qué manera se distribuyen los ingresos obtenidos en la “venta” del disco en Internet; qué sucede si los “fans” (seguidores del grupo) o mismo cualquier sujeto que desee “bajar” ese cd, decide no realizar un “pago” voluntario por la música bajada; etc.

2) “Cibercultura como parte del sistema cultural”. A diferencia de la perspectiva anterior, en este caso, la cibercultura es consecuencia de nuevas formas de relación social en Internet y, por lo tanto, considerada como “la cultura de Internet” aparece como una *subcultura*¹²⁰. Es decir, como una especificidad cultural cuya característica

¹¹⁹ Cuando hablo del sistema de producción me refiero a todo el proceso, es decir, producción, circulación, distribución y consumo.

¹²⁰ La idea de subcultura es claramente explicada en el libro “Subculturas” de Dick Hebdige (2004) en donde la define como una particularidad cultural que se inserta en una unidad más grande. En su estudio sobre la cultura *punk*, el autor propone que uno de los principales determinantes de las subculturas es la

esencial es el uso de las tecnologías digitales. Así la define el autor Faura i Homedes (1998):

“Podemos definir cibercultura como una colección de culturas y productos culturales que existen y han sido posible gracias a Internet, con las historias contadas sobre esta cultura y sus productos culturales” (op. cit.: 1)

Los estudios que toman esta idea de cibercultura como “subcultura”, parten de la visión dicotómica mencionada en el capítulo anterior: la existencia de un mundo “virtual” y otro “real”. De este modo, las experiencias de un sujeto en una comunidad “virtual” (una sala de chat por ejemplo) formarían parte de la cibercultura en tanto dichas experiencias son “virtuales”, o sea, propias de Internet¹²¹.

CULTURA	CIBERCULTURA
- especificidades culturales equivalentes	- formación cultural particular determinada por el uso de tecnologías
- existen subculturas	- estilo de vida específico: “virtual”

Cuadro 2, realizado a partir del trabajo de Elisenda Ardévol (op. Cit)

Si bien esta perspectiva supera la visión anterior (cibercultura como nueva forma de cultura), pensar la cibercultura como algo específico de comunidades “virtuales” nos lleva a una visión equívoca al descontextualizar las prácticas producidas en Internet de aquellas producidas en el mundo “real”. Las particularidades que definirían a las comunidades “virtuales” serían la posibilidad de descorporización, la creación de identidades múltiples (ver Ardévol y Vayreda, 2002) y la textualidad —el texto escrito— de las interacciones¹²².

adopción de un estilo de vida propio, que al mismo tiempo caracterizaría a dicha subcultura. Por eso habla de “la cultura punk”, “la cultura reggae”, “la cultura teddy”, etc.

¹²¹ Ardévol da algunos ejemplos de autores cuyos estudios se basan en esta línea de análisis. Como Tim North (1994), David Porter (1996), Derek Foster (1997).

¹²² Ver capítulo 2

Una de las críticas que hace Ardévol a esta perspectiva es la consideración de la cibercultura como un “todo homogéneo” sin prestar atención a “las diferencias entre comunidades virtuales” (op. cit: 12). Es decir, los estudios que parten de la noción de cibercultura como subcultura (“la cultura *de* Internet”) no tienen en cuenta la existencia de diversos grupos heterogéneos que utilizan las tecnologías digitales y, por ende, Ardévol propone que en realidad se debería hablar de “ciberculturas” y no de “cibercultura”. Según la autora no existe “una” cultura *de* Internet, sino que, debido a las variadas formaciones culturales dentro de la Red, hay distintas “culturas” de Internet.

Este traslado del concepto de “subcultura” dentro de la Red – las “subculturas de Internet”- es un punto donde la autora no deja en claro qué entiende por subcultura. De acuerdo a su análisis, existen diversas formaciones culturales en Internet que deben ser entendidas como heterogéneas y diversas con lo que cae en una especie de relativismo cultural. Sin embargo, si bien critica la idea de cibercultura como “subcultura” homogénea aislada, o sea, una cultura propia de Internet, por otro lado, la autora plantea la necesidad de considerar en los análisis sobre las relaciones sociales en la red el “contexto cultural más amplio”, “teniendo en cuenta las relaciones de género [...], las diferencias sociales y territoriales, la negociación de significados compartidos que se dan en red y fuera de la red” (op. Cit: 13). En suma, las relaciones sociales, las disputas y negociaciones que se dan en contextos por fuera de Internet¹²³. Es decir, propone que hay diferentes formaciones culturales dentro de la red y que su estudio debe considerar los elementos que se dan por fuera de ella. Por ejemplo, si pensamos en las relaciones sociales dentro de una sala de chat, los procesos culturales que se producen en ese espacio están ligados a procesos externos como la formación de identidades (ver Ardévol y Vareyda, op. Cit).

De este modo, parece surgir en este punto del trabajo una confusión -que no es resuelta- sobre la idea de subculturas en la red y su conexión con procesos externos.

3) “*Cibercultura como categoría emic*”. En contraposición a las ideas anteriores, muchos autores proponen analizar las representaciones y los usos que los sujetos le dan

¹²³ Como los trabajos realizados por Miller y Slater (2004) y Moya y Álvarez (2008 – ver Introducción), en los cuales aparece la necesidad de analizar otros contextos de socialización como los cibercafés para entender las relaciones que se establecen en la Red a partir de los sujetos que iban a esos cibernets a jugar, a chatear, etc.

a Internet y cómo ésta “entra en la vida cotidiana” (Ardévol, op. cit: 14). De esta forma, Ardévol retoma la crítica que hace a la perspectiva anterior sobre la existencia de una cibercultura, dado que, según ella, las apropiaciones de la Red y de las tecnologías pueden derivar en variadas formas culturales (una cibercultura *flogger*, una *bloguera*, una cibercultura propia de las salas de chat o el MSN, etc.).

En esta línea de pensamiento, la noción de cultura que subyace es la propuesta por Clifford Geertz, es decir, como un “sistema de símbolos que ordenan y dan sentido a nuestra experiencia” (Ardévol, op. cit: 14). Asimismo, esta idea semiótica de la cultura puede dar cuenta de varias “subculturas” en tanto cada contexto social detenta un conjunto de símbolos que organizan la experiencia social de los sujetos en ese contexto. En este caso, la “cibercultura bloguera”, “la floguera” o “la chatera” entrarían como “subculturas”, entendidas como los sistemas de sentidos sobre los diferentes espacios *sociotécnicos*¹²⁴ –el blog, el fotolog y el chat respectivamente - que usan los usuarios y que por eso, determinan esos usos.

Los estudios que toman esta idea de cultura como *redes de significación*, Ardévol (op.cit: 15) los agrupa bajo la nómina de *análisis culturales de Internet* dado que lo que buscan descubrir son los usos y los sentidos que los sujetos le dan a las tecnologías así como las apropiaciones de la Red y las negociaciones de los significados.

“Esta propuesta [...] presupone que la cibercultura es un producto cultural más, cuyo sentido emergerá en la descripción de las prácticas significativas que moviliza” (Ardévol, op. cit.: 16)

Es decir, para los estudios culturales de Internet, la cibercultura es entendida como una categoría social que los sujetos utilizan con fines particulares (sobre todo identitaria) y, al mismo tiempo, como un conjunto de “prácticas sociales significativas” (Ardévol, op. cit: 16) en torno a las nuevas tecnologías digitales, y fundamentalmente Internet. En este sentido, Ardévol propone que con los usos de la Red emergen nuevas identidades determinadas por el prefijo “ciber” -“los cibernautas”, “ciberartistas” (op. cit: 17)- en tanto dan cuenta de la asociación con las tecnologías. O sea, los “cibernautas”

¹²⁴ Espacios en donde las dimensiones tecnológicas y sociales se encuentran íntimamente vinculadas. Ver capítulos 2 y 5 –nota el pie nº 181-. Si bien hasta ahora he mantenido el término tal como fue acuñado en los estudios de la Construcción Social de la Tecnología, debido a la confusión que trae el uso del término “técnico”, de ahora en más para referirme a la idea “sociotécnico” hablaré de lo *sociotecnológico*.

constituirían aquellos usuarios que colectivamente se caracterizan por el uso de la computadora y estilos de vida y relaciones sociales propias de ese medio¹²⁵.

Así, de acuerdo a esta idea, “ser un *blogger*” implica ser parte de un colectivo que lleva a cabo una serie de prácticas de las cuales las más significativas son escribir en un blog y leer otros blogs. Sin embargo, muchos autores de blogs no se consideran a sí mismos como bloggers ya que no se atribuyen ciertas prácticas como leer/comentar otros blogs, tener una frecuencia de publicación casi diaria, etc. Por ejemplo, mientras hablaba con Diego (autor del blog “Fumado”) sobre otros bloggers con los cuales había trabajado me dice así:

“leo re pocos blogs eh? Como que no soy blogger de leer sino más bien...si no, en un principio leía más pero después creo que me consumió tanto el, mi propio espacio que, tengo dos o tres así que me gusta leer pero no es que me guste” (entrevista a Diego¹²⁶, 10/03/09)

En la charla, Diego me explicaba que él no se considera totalmente “blogger” porque no lee otros blogs (lo que es considerado como una práctica específica de estos actores). En este sentido, aparece una contradicción en el discurso porque afirma que lee “dos o tres” blogs que le gustan pero en realidad “no le gusta” leer blogs. Esta contradicción se debe a la categoría misma de “blogger” que está ligada a dos prácticas concretas: la autoría de un blog y la lectura de blogs ajenos. Así, Diego se considera un “blogger” siempre en referencia a su autoría y no por la lectura, con lo cual, hablar de “bloggers” como categoría nativa implica pensarla en relación a la actividad de poseer un blog propio.

Esta contradicción en el discurso en torno a la categoría “blogger” surgió en muchas de las conversaciones que tuve con diversos autores de blogs y, por lo tanto, cabe destacar que siempre que me refiero a los bloggers lo hago en relación a la práctica de tener y escribir un weblog propio¹²⁷ y no por pensar en una “identidad blogger” (ver Introducción) como lo haría Ardévol de acuerdo a su trabajo.

¹²⁵ ver capítulo 2

¹²⁶ Diego es periodista y posee un blog en Críticadigital.com: “Fumado”. De acuerdo a su aspecto físico debe tener unos 30 años; digo esto porque nunca le pregunté cuántos años tenía.

¹²⁷ Con lo cual, la categoría nativa “blogger” la uso como herramienta para referirme al grupo social que escribe su propio blog.

De este modo, y retomando los planteos acerca de la emergencia de “nuevas identidades ciber” que plantea la autora, surge la pregunta por cuáles serían las prácticas que implicarían una “cibercultura blogger”. Cabe entonces cuestionarse si, en el caso de Diego y otros tantos autores de blogs que no leen otros blogs, el hecho de la no lectura de weblogs impediría o no que esos sujetos formen igualmente parte de esa “cibercultura bloguera”.

En este sentido, esta perspectiva que atiende la cibercultura como categoría “nativa” cae en el problema de pensar las ciberculturas como *subculturas*, cuyos rasgos particulares –el uso y lo que piensan y dicen los usuarios de ciertos espacios *sociotécnicos* (el blog, el Facebook, el Skype¹²⁸, el Flickr) - serían indicadores de las diferencias entre las diversas ciberculturas.

Entonces, desde esta idea se soslaya qué sucede cuando los usos que los usuarios¹²⁹ les dan a esos espacios específicos transforman las prácticas que caracterizan a esas subculturas. Por ejemplo, no pueden ser analizadas las acciones de los usuarios de blogs como parte de una cibercultura “bloguera” - prácticas exclusivamente “virtuales”-, dado que existen movimientos de esos mismos actores fuera del ámbito del blog, como reuniones en algunas casas, en bares, etc.

“nos juntamos hace un año y pico ya con la gente, cuando era re chiquito [se refiere al blog¹³⁰] digamos en el primer nacimiento la gente dijo “che, veamos veamos”, y “dale, veamos”, y fue encontrarnos en una casa” (entrevista a Diego, 10/03/09)

¹²⁸ “Skype” se llama un servidor de mensajería instantánea parecida al “MSN”. Las diferencias entre ambos programas son pocas. Por ejemplo, Skype es un programa cuyo origen fue la posibilidad de realizar llamadas telefónicas vía Internet, mientras el MSN – que un programa de Windows- nació como sala de chat, es decir, su objetivo era lograr conversaciones escritas entre los usuarios con cuentas en ese programa. Hoy en día un usuario de MSN puede mantener conversaciones telefónicas con otros usuarios del programa con las mismas funciones que el Skype (por ejemplo de video: a través de la webcam –ver capítulo 3). Sin embargo, Skype es un programa muy básico – con pocas funciones- en tanto MSN constituye un programa complejo que permite el intercambio de archivos, conversaciones múltiples (con muchos usuarios a la vez, dentro de una misma conversación), etc.

¹²⁹ La idea de “usuario” la utilizo como categoría analítica para referirme a los sujetos que participan en los weblogs tanto como “bloggers” – autores de los blogs- y como “lectores” – quienes comentan en los blogs-. Cabe destacar que en estos espacios existen “lectores” que no generan ningún comentario en los blogs (entran en el blog, leen los posts y salen) y debido a que no pueden ser registrados de ninguna forma decidí que quedan por fuera de la categoría analítica de “lectores”. Son los llamados “Lurkers” que mencioné en el capítulo 3 -nota al pie n° 38-.

¹³⁰ Esta frase “cuando era re chiquito” se refiere por un lado a los inicios del blog (las primeras publicaciones) y por otro lado a la poca cantidad de comentarios que poseía dado que por ser “nuevo” no era conocido en la *blogósfera* (ver capítulo 5)

En otras palabras, ¿qué pasa con esas prácticas fuera del blog? ¿forman parte de la “cibercultura bloguera”? Estas preguntas me hicieron cuestionar la propuesta de Ardévol acerca de establecer una definición de cibercultura, o ciberculturas. O sea, ¿cuáles serían esos rasgos particulares indicadores de las diversas ciberculturas? En toda la investigación no encontré prácticas propias de una supuesta “cibercultura bloguera”, sino que el uso de Internet implica movimientos de los usuarios por diferentes espacios de participación. Es decir, los usuarios de los blogs (los autores como los lectores, ver Introducción y nota al pie n° 25) “navegan” por distintos espacios en la Red. Se puede estar en Gmail, en Facebook, en Skype, en la página web de Biblioteca Nacional de Buenos Aires y en infinidades de espacios al mismo tiempo, por ejemplo, gracias a los navegadores web¹³¹ como *Mozilla Firefox*, *Internet Explorer*, *Konqueror*, *Google Chrome*, etc.

Esta idea de movimiento entre espacios diversos dentro de la Internet está relacionada con las prácticas de consumo de la misma. En general, los sujetos que usan las tecnologías digitales se mueven simultáneamente por diferentes espacios debido a:

- a) las posibilidades de movilidad que brindan las nuevas tecnologías
- b) las prácticas de consumo de quienes “navegan” por la Red

Por ejemplo, casi todos los teléfonos celulares no sólo tienen línea telefónica sino que traen los dispositivos necesarios para entrar a Internet y ver los mails, usar el MSN o Skype. En este sentido, la movilidad de los actores por Internet no es propia de los autores y los lectores de blogs, sino que la estructura tecnológica de los medios digitales posibilita ese movimiento. Del mismo modo, en los diarios digitales (*clarín.com*, *lanacion.com*, *criticadigital.com*, etc.) se ha incorporado esta posibilidad de movimiento en diferentes espacios, siendo los blogs el caso paradigmático¹³² (en el capítulo 6 profundizaré esta incorporación de blogs a los diarios digitales).

La estructura tecnológica de los nuevos medios complejiza las formas de consumo de los contenidos que se encuentran en Internet a la vez que impulsa nuevas maneras. Un ejemplo, son las páginas web de grandes cadenas de supermercados (como *Coto* y

¹³¹ Son programas que permiten visualizar la información que contiene una página web.

¹³² No sólo los blogs fueron incorporados a los diarios digitales, también Facebook y Flirck.

Disco¹³³) que permiten a los consumidores ingresar a las páginas y realizar las compras a través de ellas sin que los sujetos tengan que ir “personalmente” al supermercado. Una vez hecha la compra, el consumidor establece día y horario para que vaya personal del supermercado a entregar el pedido.

Entonces, es cuestionable pensar que las prácticas realizadas en los diferentes espacios como el blog, el MSN, Twitter, y Facebook indicarían formaciones culturales distintas – ciberculturas-. Al contrario, los bloggers participan en esos diferentes espacios simultáneamente: un mismo sujeto posee un blog pero también un perfil en Facebook, una cuenta de MSN, una de Flickr¹³⁴ y una de Twitter¹³⁵.



Imagen del blog “Fumado”¹³⁶



Imagen del blog “Ensayo y Error”¹³⁷

En ambas imágenes vemos que los bloggers incluyen en sus blogs otros espacios (Facebook y Twitter) en donde pueden los lectores del blog relacionándose con ellos. Es decir, aún en el blog aparecen otros espacios en donde se mueven los bloggers, con lo que las interacciones establecidas dentro de estos sitios se trasladan a otros. En este sentido, una experiencia de campo interesante que da cuenta de esta extensión de las relaciones entre los sujetos a otros espacios *sociotecnológicos* fue al establecer contacto con Diego -el autor del blog “Fumado”, ya citado-. Mientras nos conectábamos por mail para ver cuándo podíamos reunirnos, en uno me escribe:

¹³³ <http://www.coto.com.ar/> y <http://www.disco.com.ar/Home/HomeDisco.asp>

¹³⁴ Servidor de publicación, de microblogging. Se llama así dado que cada usuario publica contenidos pero al revés que los blogs, los contenidos son cortos y concisos. En realidad es más parecido a una sala de chat pero posibilitado por otro tipo de programa.

¹³⁵ Al igual que Flickr, Twitter es un servicio de microblogging que permite a sus usuarios enviar pequeñas entradas de texto (hasta 140 caracteres) desde diferentes tecnologías: a través de un mensaje de texto desde los teléfonos celulares, el perfil de Facebook, un blog, etc.

¹³⁶ Fuente: <http://www.criticadigital.com/fumado/>

¹³⁷ Fuente: <http://weblogs.clarin.com/ensayo-y-error/>

“Ah, te agregue al feisbuc así la CIA está al tanto de nuestro encuentro y reduzco las posibilidades de que todo se trate de un intento de secuestro express (como las galletitas)” (cuerpo del mail enviado por Diego, 09/03/09)

Esta frase es muy interesante por dos motivos. Uno, porque me “avisa” que me agregó al Facebook, o sea, sumó a nuestros espacios de encuentro (el mail y el blog) el Facebook. Dos, porque aparece un juego de palabras (que profundizaré en el capítulo 6) –“feisbuc, CIA y secuestro Express”- que da cuenta de un juego con la idea que ha circulado por Facebook de que los contenidos que aparecen en el mismo son “controlados” por la CIA¹³⁸ – de Estados Unidos-.

De esta manera, volviendo a la problemática sobre la existencia de ciberculturas, si bien es cierto que, como propone Ardévol (op. cit: 19) existen grupos heterogéneos en la Red, no podemos pensar igualmente en diferentes ciberculturas que son propias de determinados contextos o espacios “virtuales”¹³⁹.

Por otro lado, al tomar estas tres ideas sobre la cibercultura (como una nueva cultura, como parte del sistema cultural y como categoría emic), Ardévol deja de lado la variable del conflicto al no cuestionar las relaciones de poder que atraviesan a los grupos que usan las tecnologías así como los intereses – políticos, económicos, culturales, ideológicos- que vuelven esas tecnologías y los sentidos sobre ellas, en arena de lucha hegemónica.

De la cibercultura a lo cultural

De este modo, pensar los procesos socioculturales que se dan con las nuevas tecnologías en términos de conflicto lleva a cuestionar el uso del término *cibercultura* como punto de partida conceptual para cualquier investigación.

¹³⁸ Sigla que significa *Central Intelligence Agency* (Agencia Central de Inteligencia): “The Central Intelligence Agency (CIA) is an independent US Government agency responsible for providing national security intelligence to senior US policymakers” -extraído de: <https://www.cia.gov/> el 30/11/09- (traducción mía: “La Agencia Central de Inteligencia es un organismo gubernamental independiente responsable de proporcionar un servicio de inteligencia para la seguridad nacional a los funcionarios – políticos- estadounidenses”).

¹³⁹ Ver capítulo 3

Esto se debe, por un lado, a la propia noción de *cultura* que en sí misma es una idea problemática que aún hoy encuentra debates en Antropología. Un texto interesante que recorre las variadas formas de entender lo que es la cultura es el trabajo de García Canclini (2004) *Diferentes, Desiguales y Desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Según el autor, las conceptualizaciones sobre la cultura pueden agruparse en dos: 1) el uso cotidiano de la palabra y 2) los usos científicos de la idea de cultura.

El primer uso (cotidiano) se refiere a la idea de cultura ligada a la educación, a la información, al conocimiento. Las personas “son cultas” o “tienen cultura” de acuerdo al nivel o cantidad de saberes –sobre todo- adquiridos. “En esta línea, cultura es el cúmulo de conocimientos y aptitudes intelectuales y estéticas” (García Canclini, op. cit: 30). Como menciona el autor, esta idea cotidiana de cultura se arraiga en la *filosofía idealista* que equipara cultura con civilización. Así, “tener cultura” es “ser civilizado” o, si pensamos en términos evolucionistas, pertenecer a las sociedades civilizadas. Pero este “tener cultura” era definido no sólo por vivir en la civilización sino por poseer capacidades artísticas (como los pintores, los escultores, los escritores).

Si bien con estudios posteriores a las teorías evolucionistas se ha querido demostrar que todos los pueblos tienen cultura, no sólo los “civilizados”, aún hoy este uso coloquial permanece. Por ejemplo, el suplemento *ADN Cultura*¹⁴⁰ del diario La Nación condensa principalmente las noticias sobre arte (cine, teatro, muestras fotográficas, muestras de videos, museos, etc.) y educación. Asimismo, el diario Clarín posee un suplemento titulado *Cultura* que aglutina noticias cuyas temáticas son las mismas que el suplemento de La Nación. En ambos suplementos aparecen, además, notas relacionadas a la Sociología, la Antropología, la Filosofía, etc., es decir, se relaciona la cultura con la idea de “ser educado”, o tener amplios conocimientos académicos y artísticos.

Para García Canclini, la dificultad con este uso es que se naturalizan dos cuestiones. Por un lado, la división *cuero-mente* en la cual la cultura se ubica en lo mental, en el espíritu, mientras lo corporal concreta las pasiones humanas, lo más “bajo” del hombre.

¹⁴⁰ Resulta interesante el nombre dado al suplemento “ADN cultura” por la relación implícita que se establece entre el adn (que proviene del campo de la biología) y la cultura (del campo de la Antropología). Es decir, se asocia el adn humano con la capacidad para tener cultura: aparece la idea implícita de que los hombres son animales culturales. Este concepto que subyace tiene además connotaciones políticas e ideológicas que resultan interesantes para complejizar en un futuro el debate sobre la idea cotidiana de cultura.

Según el autor, esta naturalización de la separación cuerpo-mente se extiende a la división social del trabajo al naturalizar las relaciones de poder entre los diferentes grupos (los que poseen cultura, por ejemplo los intelectuales, las elites, y los que no) (op.cit: 31).

Por otro lado, se “naturaliza [...] un conjunto de conocimientos y gustos que serían los únicos que valdría la pena difundir” (op. cit.:31). Un ejemplo claro lo vemos en los programas educativos que establecen cuáles son los saberes considerados necesarios para tener cultura o “ser educado”.

El segundo uso (académico) se caracteriza según García Canclini por pretender definir la cultura en oposición a otras ideas como “naturaleza”¹⁴¹ y “sociedad”. Frente a la naturaleza que es lo dado –por ejemplo, un árbol crecido sin la intervención humana-, la cultura implicaría todo aquello creado por el hombre (op. cit.:31) –el papel, producto del trabajo humano sobre la naturaleza, sobre ese árbol-. Frente a la sociedad entendida como las “estructuras más o menos objetivas que organizan la distribución de los medios de producción y el poder entre los individuos” (op. cit.:32), la cultura queda definida como los “procesos de significación” (op. Cit.:34) que instauran formas de pensar y actuar sobre el mundo y sobre los sujetos. De este modo, el autor propone una posible definición de cultura como:

“el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social” (García Canclini, op. cit: 34)

Esta idea procesual de la cultura, “producto de la interacción” (Margulis, 2009: 31) social, se contrapone a la idea de la cultura vs naturaleza –antes mencionada- propia de la Antropología Clásica. Es decir, aparecen dos nociones de *cultura* (cultura vs naturaleza y cultura como producción) que dan cuenta de distintas posturas dentro de la disciplina antropológica¹⁴².

¹⁴¹ Para ampliar: Margulis (2009)

¹⁴² Con respecto a los usos (antropológicos) sobre la idea de cultura, es interesante el trabajo de Susan Wrieth (2007) – *La politización de la cultura*- en donde establece “Ahora los antropólogos que adoptan las nuevas ideas de ‘cultura’ están compelidos a reconocer que tales definiciones académicas implican una toma de posición y son políticas, y por ende un recurso que antropólogos y otros pueden usar para el establecimiento de procesos de dominación y marginación o el desafío a ellos” (184)

Sin embargo, cuando pensamos en los procesos de significación que emergen o se redefinen con el uso de las tecnologías, en general los estudios sociales sobre esos procesos no tienen en cuenta el conflicto y la negociación que se producen con las nuevas tecnologías (como la distribución desigual de las mismas, los cruces entre los contextos globales y locales - la *glocalidad*¹⁴³ -, etc.).

En este sentido, la propuesta que plantea García Canclini (op. cit.) sobre una reconceptualización hacia *lo cultural* resulta apropiado para llevar a cabo el análisis sobre las interacciones en los weblogs. Debido a que de esta manera, al pensar desde *lo cultural*, estamos haciendo un análisis de los “procesos de interacción, confrontación y negociación” (op. cit.: 40) que se producen en todos los ámbitos de la vida social, sin pasar por alto los cruces de lo político, lo económico, lo ideológico.

“La cultura es un terreno de disputa, [...] es también una forma de poder y control en tanto simboliza quién debe estar o pertenecer a determinados lugares, quién debe acceder a determinados recursos, quién debe ser reconocido y legitimado socialmente” (Bayardo y Lacarrieu, 1999: 13)

Por tal motivo, García Canclini establece que autores como Arjun Appadurai y Alejandro Grimson¹⁴⁴ prefieren hablar de *lo cultural*, con lo cual asumen el cruce de *lo político, lo económico, lo hegemónico*¹⁴⁵, *lo público* en la idea de *cultura*.

Según García Canclini, Appadurai propone lo cultural como *adjetivo* en oposición a cultura como *sustantivo*. Es decir, pensar en términos de lo cultural permite visualizar la cultura “menos como una propiedad de los individuos y de los grupos” sino como una herramienta “heurística para hablar de la diferencia” (García Canclini, op. cit., p: 39). De acuerdo a lo cual, lo cultural implica

“el conjunto de procesos a través de los cuales dos o más grupos representan e intuyen imaginariamente lo social, conciben y gestionan

¹⁴³ “Ese espacio comunicacional que conecta entre sí sus diversos territorios y los conecta con el mundo, en una alianza entre velocidades informacionales y modalidades del habitar, cuya expresión se halla en el aire de familia que vincula la variedad de pantallas que reúnen nuestras experiencias laborales, hogareñas y lúdicas” (Martín- Barbero, 2002: 38). Ver capítulo 1.

¹⁴⁴ En García Canclini, op.cit

¹⁴⁵ Ver capítulo 6.

las relaciones con otros, o sea las diferencias” (García Canclini, op. cit., p: 40)

Así, lo relevante de pensar *lo cultural* es la posibilidad de hablar de diferencias, de negociaciones y disputas: formas particulares donde los sujetos “se enfrentan, se alían o negocian” (García Canclini, op. cit., p: 40). En este sentido, resulta necesario abordar el concepto de *hegemonía* (definido en términos de Antonio Gramsci como la combinación de fuerza y consenso, pero sobre todo en la idea de que la fuerza debe aparecer apoyada en el consenso) debido a que permite dar cuenta de la constitución de las relaciones de poder – y de conflicto y negociación- que permean las interacciones sociales. Por ejemplo, en las relaciones sociales dentro de los weblogs existen –como veremos en el capítulo 6- mecanismos de control hegemónico que buscan determinar qué sujetos son los “autorizados” para publicar contenidos en blogs y qué contenidos pueden aparecer en los mismos.

Por eso, García Canclini en su trabajo propone hablar sobre la *interculturalidad*, “la interacción entre culturas” (op.cit., p: 20) en términos de conflicto, de cruce, de intercambio; en vez de *multiculturalidad*¹⁴⁶ – entendida como “aceptación de lo heterogéneo” (p: 15)-. Mientras que pensar en procesos interculturales permite dar cuenta de las formas en que diversos grupos se apropian y (re) interpretan bienes materiales y simbólicos que circulan en ellos y en otros grupos; el concepto de “multiculturalidad” se encuentra muy ligado a la idea de “diversidad cultural”. Es decir, desde el término “multiculturalidad” se piensa en la existencia de culturas o formaciones culturales diversas con características propias que las definen (esta idea surge con el *relativismo cultural* que propone –grosso modo- la “tolerancia” hacia otras culturas dado que por sus especificidades no pueden ser comparadas). En este sentido, la idea de “ciberculturas” parte de pensar las “culturas de Internet” (y sus referentes “off line” las *tribus urbanas*: los “otaku”, los “punks”, los “metaleros”, los “dark”, etc.) como manifestaciones de los fenómenos de la multiculturalidad.

La idea de multiculturalidad da cuenta de la esencialización de la cultura para definir a los grupos sociales, por lo cual, no permite pensar en las transformaciones y cambios

¹⁴⁶ Cabe destacar que en este trabajo, García Canclini no hace hincapié en la idea de “transculturalidad” entendida como la hibridación, la mezcla, de las culturas al producirse reapropiaciones de elementos culturales entre diferentes “culturas”.

que se dan en esas ciberculturas a partir del uso y la reapropiación de las tecnologías digitales. Es decir, la cultura mediada por la tecnología permanece –desde esta postura multiculturalista- como algo estático y definitorio de los grupos, a la vez que se los homogeniza. Pensar las ciberculturas en términos de multiculturalidad implica una visión armónica de los grupos sociales que usan las nuevas tecnologías donde se reducen las diferencias a aspectos culturales y por lo tanto se soslayan las disputas hegemónicas por el poder (García Canclini, op. Cit).

Por ejemplo, desde los medios de comunicación se refuerzan estas ideas de multiculturalidad, de diversidad de “subculturas”, como en el caso de los “floggers”. Este grupo se representa en los medios como una “nueva tribu urbana”¹⁴⁷ (categoría nativa que emerge en el discurso mediático) caracterizada por el uso permanente del fotolog, con valores, reglas y formas de pensar, vestirse y actuar particulares. Leemos en una nota: “Quiénes son los floggers. La tribu urbana que nació frente a la pantalla de la PC gracias a las fotos digitales” (publicada en Clarín el día 22/12/08¹⁴⁸). Más adelante sigue la nota con una caracterización muy detallada de esta “tribu” cuyo estilo (fundamentalmente la forma de vestir) adoptado por los “floggers” determina a esta “subcultura”¹⁴⁶.

Cabe destacar el uso cotidiano que hacen los medios acerca del concepto de “tribu urbana” para referirse a diferentes grupos que parecen tener “su propia” cultura. Son grupos que viven en las ciudades – de ahí “urbana”- o que realizan sus actividades en ámbitos urbanos (es interesante que se use este término “tribu” para referirse a estos grupos dado que, en general, cuando se piensa en una tribu, lo primero que surge en la mente, es un grupo indígena). La idea de tribu se encuentra íntimamente vinculada a la noción de subcultura, es decir, como un grupo o comunidad que posee una cultura específica: con un estilo de vida y formas específicas de vestirse, actuar y pensar.

De este modo, las tribus urbanas constituyen una formación discursiva que categoriza a los “otros” como comunidades urbanas cuya forma particular de vestir es la principal característica cultural que las diferencia. Por ejemplo, los “punk”, a diferencia de los

¹⁴⁷ Nota publicada en Clarín el 11/01/09: “Los floggers dejaron el Abasto y ahora revolucionan San Bernardo”. Fuente: <http://www.clarin.com/diario/2009/01/11/sociedad/s-01837537.htm>

¹⁴⁸ Fuente: <http://www.clarin.com/diario/2008/12/22/sociedad/s-01826832.htm>

“floggers”¹⁴⁹ poseen una forma de vestir que contrasta excesivamente con los primeros: uso de colores oscuros – en general negro-, ropa de cuero y tachas.

Entonces, retomando la idea de una “subcultura flogger”, si ésta nace por las prácticas que realizan los “floggers” en el fotolog pero en la experiencia cotidiana sus acciones superan ese espacio, me pregunto si puede ser entendida como una cibercultura propia de ese espacio. Vuelvo así a la crítica sobre la idea de ciberculturas en tanto no cuestiona las prácticas que se dan fuera de la Red ni tampoco los mecanismos de conflicto que suceden en esos espacios sociotecnológicos. Por ejemplo, no hay un cuestionamiento por quienes ejercen el control dentro de la comunidad “flogger” sobre las representaciones acerca de ellos mismos. En los medios apareció una suerte de “representante” – llamada “Cumbio”¹⁵⁰ – de este grupo que condensa las características atribuidas al colectivo pero no se analizan los motivos por lo que ese sujeto tuvo la repercusión mediática que tuvo, ni los mecanismos de poder que usa para mantenerse como “la representante” de los floggers.

De esta manera, vemos que existe un discurso mediático que insta a estos grupos – los “bloggers”, los “floggers”, etc.- como fenómenos de la multiculturalidad y productos del uso de las tecnologías digitales, sin cuestionar los mecanismos de conflicto y control que atraviesan a estos grupos. Lo que se produce desde los medios es una forma de construir a unos “otros” como grupos homogéneos y armónicos con ciertos atributos que les son propios.

Esta caracterización de las ciberculturas como “subculturas de Internet” fomenta una visión parcializada y estática de los sujetos y grupos que utilizan las nuevas tecnologías sin tener en cuenta los movimientos simultáneos de los actores por diferentes espacios de participación en la Red.

Asimismo, la noción de cibercultura -o ciberculturas- parece basarse en una perspectiva multiculturalista que no considera los procesos hegemónicos que cruzan las prácticas y los imaginarios sobre las tecnologías digitales, los discursos sobre los grupos que usan esas tecnologías y los contenidos que son producidos en Internet a partir de ellas.

¹⁴⁹ Ver capítulo 3

¹⁵⁰ Por ejemplo, en Clarín aparece una nota en donde se hace alusión a esta representatividad de “Cumbio” del grupo “flogger”. El titular dice así: “Luto virtual en el sitio de Cumbio, referente nacional del grupo” (publicada el 22/12/08. Fuente: <http://www.clarin.com/diario/2008/12/22/sociedad/s-01826833.htm>)

En este sentido, en el capítulo 6 veremos que en el caso de los blogs, se desarrollan diversas prácticas a partir de las cuales, los autores producen modos de control sobre lo que se publica en esos espacios, sobre todo en los *comentarios* (ver capítulo 5) desde la idea de la *moderación*. Lo que se disputa en estos espacios son, por un lado, los contenidos que publican los autores y los “lectores” -en los comentarios-; y por otro lado, aparece una lucha por el reconocimiento del blogger en la *blogósfera*¹⁵¹. Es decir, en las prácticas de los usuarios de blogs, estos espacios emergen como arena de lucha por el dominio de la información y el conocimiento que circula en ellos.

De este modo, indagar en las nuevas formas de sociabilidad así como los procesos de conflicto y hegemonía en los weblogs desde una perspectiva que parta de pensar en *lo cultural* y no en ciberculturas, posibilitará un análisis más profundo de las interacciones que se dan en estos espacios. En este sentido, en el capítulo siguiente analizaré la categoría nativa de *weblog* para luego complejizar analíticamente esa categoría.

¹⁵¹ ver capítulo 5

CAPÍTULO 5

Hacia una noción de Weblogs o *blogs*

Breve recorrido por el origen de los blogs

La práctica blogger entendida como el registro de sitios web, aparece en la década de 1990 junto con la explosión de la World Wide Web (Rengel López, 2005). Leandro Zaroni (2008) propone que las raíces de los blogs se remontan a dos espacios que posibilitó la expansión de la Red: los foros temáticos y los sitios web personales. Quienes manejaban estos espacios eran sujetos con conocimientos técnicos que permitían el uso de los dispositivos. La revolución que introdujeron los blogs fue que dichos conocimientos no eran absolutamente necesarios para tener un sitio propio.

Si bien existen dos versiones acerca del nacimiento de los blogs (el nacimiento de la práctica y la consolidación del término *blog*), en general los usuarios de Internet citan a Tim Berners Lee como uno de los pioneros en dicha práctica¹⁵². Berners Lee creó en 1993 un sitio web en el cual daba cuenta de los nuevos sitios que aparecían en la Red y los enlazaba en su página con un comentario¹⁵³. Pero varios autores (Rengel López, op.cit.; Zaroni, op. cit.) establecen a Justin Hall como el primer blogger conocido cuando en 1994 comienza a publicar su página *Justin's Links from the Underground*, que comienza con el mismo propósito que tenía el sitio de Bernes Lee, o sea, como registro de sitios web. No obstante, a medida que pasan los días, se convertirá en un *diario personal* del autor.

Ahora bien, la consolidación del término *weblog* se produce unos años después del nacimiento de la práctica. Autores como Zaroni (op.cit) establecen que la aparición del término *weblog* se da en 1997 de la mano de Jorn Barger con el sitio *Robot Wisdom*. *Weblog* literalmente significa “diario de navegación de webs” o “registro de webs” (Rengel López, op.cit.), es decir, hace referencia directa a la práctica blogger. Una segunda instancia a partir de la cual la idea de *weblog* se consolida, se produce cuando

¹⁵² Algunos blogs que hablan sobre el tema son: <http://psi-grupo5.blogspot.com/2006/09/cul-es-el-origen-de-los-blogs.html>; <http://miraomeublog.obolog.com/origen-webquest-11076>; <http://www.elrincondeopaito.com/2008/06/el-nacimiento-de-los-blogs.html>

¹⁵³ Como veremos, la creación de enlaces (*links*) con otros sitios web es una de las características más específicas de los blogs. De hecho, los blogs nacen con este propósito de enlazar sitios.

Peter Merholz desdobra el término *we blog* enfatizando el “nosotros” (we) blogueamos (blog) y lo coloca en su página web. Este énfasis apuntaba al sujeto como el agente creador de contenidos usando una herramienta tecnológica, el sitio web y la Internet. De esta manera, se resalta la agencia del sujeto por sobre la tecnología. El término *weblog* se desdobra así en sustantivo y verbo.

Sin embargo, este desdoblamiento en sustantivo y verbo (una práctica de, por un lado, conectar y enlazar diferentes sitios y, por el otro, de publicar contenidos) conlleva a pensar no sólo la importancia del sujeto agente sino en la emergencia de los blogs como espacios socialmente practicados (ver Clifford, 1999): espacios donde se producen prácticas¹⁵⁴ simbólicas.

Una tercera instancia en la consolidación del término y la práctica se da con el acceso a los blogs por parte de diferentes usuarios de la Red, quienes con pocos conocimientos de programación podían abrir sus propios espacios. Esta apertura de los blogs a una mayor cantidad de usuarios se expande con la creación de la plataforma *Blogger.com* por la empresa Pyra Labs en 1999 (Zanoni, op. cit) ya que permitía de modo muy simple, y a partir de una serie de pasos sencillos de seguir, crear¹⁵⁵ weblogs. La existencia de plataformas¹⁵⁶ posibilita una recopilación más ágil y dinámica de los blogs así como un sitio fácil de encontrar y de usar. Cuando en el 2004 la empresa Google compra la plataforma *Blogger* se produce un nuevo salto exponencial en cuanto a la cantidad de blogs y se amplía la variedad de contenidos (Zanoni, op. cit). Cabe destacarse que a pesar del acceso a los blogs con escasas nociones de programación, en los primeros momentos de la práctica, las temáticas que predominaban en estos espacios eran las relacionadas con tecnologías (nuevos programas, descripciones de cómo solucionar problemas técnicos, en suma, todo lo relacionado a las tecnologías referidas a softwares e Internet). A partir del 2004 los bloggers hablarán no sólo de tecnología, sino de diversos temas (deportes, experiencias personales, literatura, periodismo, etc.).

El weblog en el campo

¹⁵⁴ Ver capítulo 2

¹⁵⁵ Usualmente, para referirse a la creación de un blog se utiliza el verbo *abrir*.

¹⁵⁶ Las plataformas pertenecen a determinados medios que son los que aglutinan, por decirlo así, sitios de la web diseminados por el ciberespacio. En el caso de los weblogs estudiados, sólo un medio: Clarín.com, brinda una plataforma a los usuarios para que abran sus propios blogs. De esta manera los blogs alojados en dicha plataforma adquieren la visibilidad que les posibilita el multimedia (ver próximo capítulo).

La idea de weblog emergió, como vimos, en la práctica cotidiana de usuarios de Internet, sobre todo de programadores, que buscaban agilizar la búsqueda de diversos sitios en la Red. Sin embargo, el uso que les dieron esos usuarios fue transformando la representación de los blogs como sitios de enlaces (como puede entenderse por la actividad que se realizaba con ellos cuando nacieron). En este sentido, la idea de *blog* que surgió en el campo tiene diferentes connotaciones dependiendo, en general, de ver al blog como un espacio de contacto o como una herramienta con finalidades específicas (por ejemplo ser parte del currículo profesional).

En este capítulo, entonces, analizaré en primer lugar la noción de blog que emerge en el campo, avanzando por las distintas ideas que giran alrededor para luego profundizar dicha categoría desde una perspectiva antropológica.

1) El blog como diario personal

La idea del blog como diario personal descansa en la percepción del mismo como un espacio donde las opiniones de los autores pueden desplegarse libremente sin ningún tipo de restricción.

“Es la primera vez que te leo y me parece que disfrutamos el sentido del humor, y el deseo de compartir un espacio de interacción con otras almas, como lo hago desde Alma de Mujer, reflexionando sobre la vida, en un espacio de libertad y creatividad” (comentario de Lady Di)

“En mi caso es más que nada para aprovechar un espacio y poder volcar ideas que de otra forma terminan en cuadernos o hojas sueltas en casa” (comentario de Cuatroestaciones)

“Tomo el blog como una extensión de mi diario personal. Además tiene la ventaja de que se reciben muy buenas respuestas que obligan a pensar e incluso a replantearse cosas...un gran invento” (comentario de Miguelio¹⁵⁷)

¹⁵⁷ Miguelio es un escritor de unos 60 años de edad. Lo conocí en un encuentro de bloggers.

En todas las citas¹⁵⁸ se destacan varios aspectos que contribuyen a formar una idea del blog: como un espacio donde “volcar ideas”; donde compartir opiniones, sentimientos, experiencias con otros; donde la libertad de expresión es la premisa que guía la publicación de un blog. Cabe destacar que la idea acerca de la *libertad de expresión* hace referencia a la posibilidad de expresar o explicitar las propias ideas y conceptos sin ningún tipo de límite, ideal que emerge con la lógica del mercado. Es decir, la libre expresión implica un intercambio –libre- de ideas entre diversos sujetos¹⁵⁹ igualmente libres. Pero, como veremos, este intercambio supuestamente “libre” de pensamientos y opiniones queda determinado por las relaciones de poder que establecen quiénes pueden efectivamente expresar sus ideas y qué ideas son las que pueden ser expresadas. Veremos, por ejemplo, que en los blogs circula esta perspectiva de la libre expresión pero que en la práctica queda limitada por el mecanismo de moderación de los comentarios (ver capítulo 6).

Todos estos aspectos (el supuesto de libre expresión y la idea de compartir pensamientos y sentimientos), llevan a pensar en un diario personal, una especie de cuaderno donde se plasman -sobre todo- sentimientos y experiencias que, a diferencia de los diarios personales escritos en cuadernos con hojas materiales, están abiertos a que los lea cualquier persona que acceda al blog¹⁶⁰.

La idea de libertad de expresión es fundamental en la constitución de un blog: *libertad de posts*, es decir, de publicar lo que uno quiera; y *libertad de comentarios*, cualquiera que lea un blog puede dejar un comentario en forma anónima o dejando su mail para que el autor pueda contestar sin la mediación del blog (en general los bloggers responden a los comentarios poniendo ellos mismos comentarios y no generando nuevos posts).

¹⁵⁸ Las citas provienen de comentarios que he recibido en mi blog “Antrolog” publicado en la plataforma de Clarín.com. El mismo forma parte del trabajo de campo que he hecho para esta investigación.

¹⁵⁹ La cual al aparecer en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 –artículo 19- permanece explicitada en forma de derecho. O sea, todos los hombres tienen el derecho de expresar sus ideas y opiniones libremente.

¹⁶⁰ Hay dos maneras de encontrar un blog. 1) Existen buscadores de blogs que cualquier usuario de Internet puede usar. En los mismos, la persona puede escribir una palabra o una frase y el buscador publica todos los sitios en donde se hallen esas palabras. Algunos de los buscadores más importantes son: Google Blog Research, Technorati, Bloglines, Bitácoras, Blogalaxia, Alianzo. La particularidad de dichos buscadores es que los bloggers deben incluir sus blogs en esos sitios, sino, no aparecen. 2) La otra forma radica en colocar una palabra o frase en plataformas como Google o Yahoo Research y de ahí se obtiene una serie de publicaciones en la red relacionadas con las palabras colocadas.

La sensación de “libertad” además involucra la impresión de la libre accesibilidad a la información y al conocimiento que circula en Internet. Esta idea de “libertad” es un concepto muy amplio y ha sido discutido por diversas escuelas de pensamiento. Sin embargo, al igual que el concepto de “libertad de expresión”, la idea de *libertad* se refiere a la posibilidad de acción y representación por parte de un sujeto o grupo social en tanto las acciones y las ideas de éstos no perjudiquen o bien limiten las prácticas y representaciones de otros sujetos (Mill, 1970). John Stuart Mill (op. Cit.) plantea que la posibilidad de libertad de los sujetos está ligada a la sociedad¹⁶¹, dado que un sujeto es libre de actuar como sea su voluntad siempre y cuando ese accionar no perjudique la libertad de otros sujetos.

Por tal motivo me refiero a la “sensación” de libertad debido a que los actores poseen dicha posibilidad, pero siempre como posibilidad ante ciertos límites: el otro. Así, la perspectiva de “ser libre” implica que cualquier sujeto puede al mismo tiempo acceder a todo tipo de información y conocimiento. Pero al igual que la posibilidad de acción y representación, la posibilidad de acceder a la información se encuentra limitada. Por ejemplo, en el caso de Internet, la probabilidad de poder acceder a la información que por ella circula depende de dos cuestiones: a- qué tipo de información circula por la Red y qué sujetos son los que “subieron”¹⁶² esa información y, b- si los sujetos que navegan por ella tienen los conocimientos simbólicos y técnicos necesarios para comprender esa información.

En este sentido, el blog tendría un papel preponderante en la “libertad de acceso” al permitir a los usuarios de Internet publicar opiniones, trabajos académicos, información sobre diferentes aspectos y, al mismo tiempo, abre a los mismos usuarios la posibilidad de encontrar dichas publicaciones.

¹⁶¹ Específicamente, Mill propone la idea de libertad en relación a la de autoridad. Es decir, la establece una dialéctica entre la voluntad individual y la voluntad de la sociedad en su conjunto: “El propósito de este ensayo no es otro que afirmar un principio muy sencillo, capaz de regular por completo las relaciones de la sociedad con el individuo en todo lo que de obligatoriedad y control representan [...] Dicho principio enuncia que el único fin que justifica que la humanidad, individual o colectivamente, se entremeta en la libertad de acción de cualquiera de sus miembros es la protección del propio género humano. Porque la única finalidad por la que el poder puede ser ejercido, sobre cualquier miembro de una comunidad civilizada, en contra de su voluntad, estriba en evitar que perjudique a los demás, pues su propio bien, físico o moral, no basta como justificación” (Mill, op. Cit: 52).

¹⁶² El verbo “subir” se utiliza en Internet para mencionar la práctica de colocar información en ella, por ejemplo, se “suben fotos” –en Facebook y Fotologs-, se “suben videos” –en la página YouTube-, etc.

“Lo que vos haces justamente es distribuir esos contenidos a nivel mundial, y traspasamos fronteras geográficas, accediendo a todo tipo de persona que puedan leer, digamos, algo a través de Internet. Entonces, me parece que, conceptualmente, ese es como el punto más importante, la posibilidad de distribuir información sin filtros sin edición, más allá de tus deseos de escribir, de expresarte, ¿no?”(entrevista a Vanina¹⁶³, 16-12-08)

“Los weblogs, blogs, cuadernos de bitácora o simplemente bitácoras, son las páginas webs personales que, a modo de diarios en línea, han puesto la posibilidad de publicar en la Red al alcance de los usuarios”
(José L. Orihuela citado en <http://blogs.clarin.com/ayuda/2008/1/8/-que-es-blog->)

Es decir, el weblog tiene una función social y cultural muy importante en tanto se constituye en un espacio libre (y gratuito¹⁶⁴) de publicación¹⁶⁵. La información publicada y la posibilidad de hacerlo le dan a los blogs una relevancia tal que los medios de comunicación han decidido (desde hace un par de años) incorporar esos espacios a los sitios digitales propios. Por ejemplo, la página de Clarín.com tiene una sección de blogs de Clarín (profesionales que publican blogs sobre temas específicos) y otra llamada ClarínBlogs, una “comunidad de lectores” de Clarín que poseen sus propios blogs en la plataforma dada por el medio (cabe destacar que de los medios analizados, sólo Clarín brinda una plataforma para que los usuarios pueden poseer su propio blog).

¹⁶³ Vanina es periodista. Además de trabajar como coordinadora de la “comunidad de clarín”, tiene su blog “La Propaladora”, radicado en una plataforma diferente; sin embargo, durante un tiempo tuvo un blog en la plataforma de Clarín “Ni de acá ni de allá”. Debido a su trabajo con la Web 2.0 y gracias a la difusión de su blog “La Propaladora” es una de las referentes de la temática. Debe tener entre 33 y 35 años –durante nuestros encuentros nunca le pregunté la edad–.

¹⁶⁴ Para tener un blog no hace falta pagar por el servicio que brinda una plataforma, situación que no sucede en algunos casos de páginas web que tienen una remuneración por servicios prestados. Tener un blog no implica gasto monetario.

¹⁶⁵ Sin embargo, como veremos en el próximo capítulo, la libertad de expresión idealizada en el uso de los blogs a partir de las entradas y los comentarios entra en contradicción con el mecanismo de moderación que rige la dinámica de publicación, sobre todo, la de los comentarios.



Imagen extraída de la página Clarín.com donde se puede ver la diferenciación entre los blogs de Clarín-círculo verde- y la “comunidad de Clarín” – círculo azul-¹⁶⁶.

Por último, dentro de esta idea de blog queda por pensar la analogía con un *diario* en tanto publicación periódica de información. Los weblogs son escritos con una cierta periodicidad que conlleva la atracción del lector, si no se publica de manera periódica el autor corre el riesgo de “perder” sus lectores.

“la realidad es que un blog lo deberías actualizar todos los días, diariamente o mínimamente, que se yo, tres veces por semana, una cosa así, para mantener” (entrevista a Vanina, 19-06-08)

“el tema de la periodicidad de publicación es importante, muy importante, digamos, sino tenés ahí algo medio muerto que no tiene sentido” (entrevista a Vanina, 19-06-08)

*“el blogger se genera como una especie de **auto responsabilidad de publicación**”* (entrevista a Vanina, 16-12-08)

En las citas se puede apreciar la necesidad que observa Vanina de lograr una publicación periódica para darle una suerte de “agilidad” al blog. De la misma forma, Leandro me dice que muchas veces tuvo ganas de dejar el blog porque los tiempos exigidos por el trabajo lo dejaban cansado cuando tenía que sentarse frente a la computadora y publicar algún contenido, además de que no siempre tenía algo para decir.

¹⁶⁶ Fuente: <http://www.clarin.com/weblogs/>

*“si vuelvo [me habla de la posibilidad de dejar el blog] no sé si después va a ser igual porque el otro se va a sentir como **defraudado** en su **confianza**, entonces, digo, a veces no tengo ganas de hacerlo, llega un momento en que tengo que hacer muchas cosas... hoy por suerte pongo algo y me siguen... pero eso se nota, es un desastre, a veces lo veo y es un desastre, está horrible, no me lo banco ya, **es malo**, digamos, en cuanto a información, y otros me dicen “che, muy bueno””* (entrevista a Leandro, 12-02-09)

La periodicidad en un blog permite un mayor contacto con los lectores, un mayor *feedback* entre autor y lector que termina influyendo en el reconocimiento del primero. Esa cuestión de “serle fiel” al lector induce a los bloggers a mantener el sitio. De cualquier manera, la periodicidad es el sustento del blog.

De esta acepción del blog se desprende una segunda concepción basada en la funcionalidad de los weblogs en tanto *herramientas* a ser usadas por los sujetos para publicar contenidos en la Red.

2) El blog como herramienta (tecnológica y social)

Esta segunda idea pone énfasis en lo tecnológico y, posteriormente, en la necesidad de utilizar los blogs para lograr algo, es decir, cuyo fin es un uso social de la herramienta tecnológica.

Como mencioné en el apartado anterior, el éxito de los weblogs se debió a la sencillez de la tecnología para publicar algún tipo de contenido.

“lo que diferencia un blog de una página personal, de un sitio personal, es inicialmente la sencillez del software para poder administrarlo, es decir, lo que se sociabilizó a través de los blogs es la posibilidad de que no tengas que tener un administrador tipo webmaster para que vos mismo puedas abrirlo, con pasos sencillos, que no necesitas más que una cuenta de mail” (entrevista a Vanina, 16-12-08)

Es la simplicidad de la tecnología lo que caracteriza a los weblogs. Como establece Vanina, lo único necesario para abrir un blog es tener una cuenta de mail dado que dicha cuenta va a ser el contacto desde el cual los lectores pueden hacer comentarios al blogger sin publicar los mismos en el blog, una manera de generar un poco más de “privacidad” entre ambos actores ya que el único que puede leer dichos comentarios es el destinatario del mail. En este sentido, los lectores que no realizan comentarios en los blogs muchas veces mandan mails “privados” a los autores de los blogs como una forma de evitar la “exposición” en los comentarios. Esta modalidad de comunicación entre autores y lectores resulta interesante para pensar la dinámica entre lo público y lo privado que emerge con la aparición de estos espacios en la Red (sin embargo, esta cuestión queda como una línea posible de investigación futura dado que por su complejidad requiere un trabajo específico).

Ahora bien, el blog como dispositivo tecnológico¹⁶⁷ (como lo es un celular, una cámara de video y/o de fotos, una computadora) está basado en una tecnología específica que lo contiene y que impone reglas propias. Por ejemplo, veremos que los contenidos publicados en los weblogs son organizados en un orden cronológico que va de lo nuevo, ubicado en la parte superior, a lo viejo, que aparece al final del sitio. Esta lógica de “último momento” no sólo es propia de los weblogs, sino que aparece en las páginas web de los diarios digitales. Siempre la información “nueva” aparece de modo resaltado y en primer lugar, como si “lo nuevo” en Internet, y también en los noticieros de televisión y la prensa escrita, fuera lo “destacable” frente a “lo viejo”. Esta lógica se asocia a la idea de que la noticia, en tanto “mercancía”, es un producto perecedero, que tiene un tiempo de vida útil. En el caso de la prensa escrita, los ejemplares “de ayer” son considerados “viejos” y por lo tanto son descartados.

Por lo cual, siempre “lo novedoso” se encuentra en un lugar destacado para la fácil lectura. En el caso de los blogs, y las páginas de diarios digitales, el lugar destacado se halla en la parte superior de acuerdo a los patrones de lectura a los que estamos acostumbrados (siempre leemos de arriba/abajo – izquierda/derecha).

¹⁶⁷ La particularidad de este tipo de tecnología (al igual que las denominadas nuevas tecnologías) es que son “digitales”. La idea *digital* se refiere a “datos” almacenables que representan simbólicamente un objeto o una idea. El procesamiento de los datos es lo que finalmente constituye la información. Es decir, lo digital se refiere generalmente a la información “digitalizada”: información en forma de datos almacenados en una tecnología, sobre todo, una computadora. Por ejemplo, un libro “digitalizado” es un libro que se encuentra en formato electrónico, o sea, como datos informáticos.

Por otro lado, esta herramienta tecnológica –el blog– es percibida a su vez desde su utilidad social: como “libro de quejas” (como los blogs donde los usuarios se quejan de los medios de transporte público; o posts en donde los bloggers se quejan de, por ejemplo, unas zapatillas que sin ser usadas casi se rompieron¹⁶⁸); como un espacio para el intercambio de información específica (el caso del blog *Barrapunto* creado con la finalidad de que programadores y sujetos con conocimientos avanzados de Internet intercambien información y publiquen las novedades en cuanto a tecnología); como espacio de expresión (diario personal); como relatos de experiencias (por ejemplo, los blogs de argentinos que se encuentran en el exterior y se definen ellos mismos como corresponsales); como recordatorio de artefactos, series de televisión, etc., que ya no se encuentran disponibles (como el blog “Retrovisor” en clarín.com, en el cual el blogger “recordaba” objetos como los discos de vinilo; grupos de música; productos alimenticios y bebidas, etc.); como espacios de humor, en fin.

En este sentido, el blog aparece en la escena social como un medio efectivo para expresar, por ejemplo, denuncias: ante malos tratos y falta de interés de los representantes de las empresas para mejorar los servicios que dan. En una entrevista con Vanina, ella me cuenta acerca de un episodio que tuvo con el servidor de Internet *Speedy*¹⁶⁹. En un post Vanina decide denunciar que luego de 3 meses de haber contratado el servicio no podía conectarse a la Red. Lo publica en su blog. Al otro día el gerente de la empresa la llama por teléfono, le pide disculpas y que le cuente qué era lo que estaba pasando. Sin embargo, cabe destacar que el blog de Vanina se encuentra insertado en un medio masivo –Clarín– y además ella trabaja para el medio como organizadora de la “comunidad Clarín Blogs”, por lo que su posición dentro del medio seguramente ha favorecido la rápida respuesta de la empresa¹⁷⁰.

Es decir, si bien los blogs aparecen en el imaginario social como espacios de “denuncia”, la importancia que tiene “pertenecer” a un medio en particular le otorga al blog una visibilidad que quizás, por fuera de él, no la tendría (más adelante, en la

¹⁶⁸ En el 2007 el blogger de Sin Serif publicó un post en donde se quejaba de un par de zapatillas de la marca Bensimon que estaba defectuoso. El autor relata en otro post posterior cómo después de su post de queja, el gerente de la empresa lo llama y le pide disculpas, dándole como recompensa un par de zapatillas nuevo.

¹⁶⁹ Perteneciente a la empresa de telecomunicaciones *Telefónica*

¹⁷⁰ Este caso muestra cómo funciona la hegemonía dentro y fuera de la Red – o en conexión con ella-. Cuestión que profundizaré en el próximo capítulo.

sección “El blog como “red de contactos”, se verá esta visibilización que da el pertenecer a un medio).

“tenemos una herramienta a mano, usémosla, está perfecto, en una de esas solucionamos muchos problemas, la realidad es que debería solucionarse por las buenas, pero bueno, si sirve, lo podemos utilizar y evidentemente son una herramienta que hoy son empezadas a observar desde distintos ámbitos: la empresa para ver qué se dice, los políticos para ver qué se habla de ellos, inclusive los políticos hablan de política y de otras cuestiones y, que se yo, obviamente de los medios, también”
(entrevista a Vanina, 19-06-08)

Así, vemos que los weblogs (sobre todo si tienen una presencia en los medios masivos) emergen como herramientas válidas para lograr fines sociales. Por ejemplo, el 14 de octubre del 2007 La Nación publica una nota titulada “Una alternativa a los libros de quejas”. Más adelante la nota continúa:

“Los espacios digitales de defensa del consumidor ya son un clásico de la blogósfera local. Los nombres elegidos evidencian que en Internet los usuarios no entienden de eufemismos: Viajé como el orto (<http://viajecomaelorto.blogspot.com>); Como Vacas (<http://comovacas.blogspot.com>); Me cago en Metrovías (<http://mecagoenmetrovias.wordpress.com>) y Estafados por Telefónica (<http://estafadosportelefonica.blogspot.com>) son algunos ejemplos de la utilización de la blogósfera con un espíritu de defensa del consumidor y desahogo de carácter cívico”¹⁷¹



Imagen extraída del blog “Como Vacas”.

¹⁷¹ Disponible en: http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=952685

Se desprende de esta noticia la posibilidad de ejercer con los blogs los derechos cívicos, sociales, humanos. En este sentido destaco la percepción de los weblogs como herramientas útiles, de la cual aparece una tercera idea acerca de los blogs, se vuelven herramientas para el desarrollo profesional.

3) *Los blogs como curriculum vitae*

“el blog es mi espacio madre de publicación y contacto con el mundo, digamos, profesional” (entrevista a Vanina, 16-12-08)

El blog a diferencia de otras redes sociales¹⁷² (como el Facebook¹⁷³) es asociado con fines de índole profesional. Tener un blog es importante para el currículum de una persona en tanto se asemeja a una carta de presentación. En los blogs analizados para este trabajo¹⁷⁴, en su mayoría los autores son periodistas o personas empleadas en los medios, de ahí la percepción del blog como parte del currículum vitae de cada uno. Los weblogs vistos no son tan personales, es decir, que expresan sentimientos o emociones, sino que tienen un tinte más profesional. Debaten temas de la agenda, como la cuestión de las retenciones al campo o critican alguna política pública o también son tomados como fuentes “confiables” de noticias¹⁷⁵.

De hecho, en casi todos los casos en donde periodistas o profesionales de diferentes áreas (como cocina, deportes, educación, tecnología, humor, etc.) o simplemente personas que mostraron una propuesta diferente e innovadora tienen un blog en un medio digital reciben a veces una remuneración¹⁷⁶ por la publicación del blog (en el caso de Clarín, muchos de los bloggers no tienen ninguna remuneración). Pero también el blog es una herramienta que aunque no genere un ingreso inmediato, puede tener

¹⁷² Las “redes sociales” son aplicaciones web que posibilitan que los sujetos se “conecten” o interaccionen con otros sujetos a través de ellas. Además, permiten compartir diferentes tipos de contenidos entre los sujetos usuarios “conectados” como fotografías, videos, notas, etc.

¹⁷³ Facebook es una plataforma similar a la del blog, pero con características propias. Una de las principales diferencias entre un blog y un perfil en facebook es que éste constituye, en general, un perfil personal, aunque hay también perfiles de empresas, eventos, lugares públicos. Estos perfiles condensan información de diversa índole: fotografías, música preferida, páginas web, pensamientos, educación, situación laboral, situación personal, ciudad de origen, etc.

¹⁷⁴ Ver Introducción

¹⁷⁵ Como veremos más adelante, el reconocimiento que tienen los bloggers por parte del público que los sigue tiene que ver con la confiabilidad que los mismos depositan en lo que publican los bloggers.

¹⁷⁶ La remuneración en promedio oscila entre \$200 y \$500 dependiendo de cada medio. Estos datos se presentaron en las entrevistas que realicé.

consecuencias a futuro (como el caso de la chica llamada “Cumbio”: una adolescente que se hizo famosa en nuestra sociedad a partir de la popularidad de su fotolog¹⁷⁷). Más aún, varios de los bloggers con quienes hablé expresaron su placer por tener un blog aunque no tuvieran una remuneración a cambio o fuera para ellos muy poca.

“el blog es algo que me divierte y me genera un ingreso, no es mi ingreso principal, del diario me pagan, digamos, no es que me paguen especialmente bien” (entrevista a Diego, 10-03-09)

*I: ¿tenes algún tipo de remuneración con el blog? ¿Alguien te paga?
DS: si, pero muy poco, casi nada, no lo tengo por eso sino por una cuestión más experimental, para ver qué pasaba” (entrevista a DiegoS¹⁷⁸, 08-07-08)*

“I: vos publicás en Clarín, ¿hay alguna remuneración por el blog que tienen?

V: ¿si a los bloggers les pagan?

I: sí, si Clarín les paga a los blogs

V: mirá, cada caso es distinto, de los treinta y pico cada uno tiene una regla distinta, yo no estoy al tanto de cuál es el arreglo porque yo no soy la editora de esa sección de blogs, sé que hay canjes y algunos que les pagan, hay otros que lo hacen gratis, a otros que le sirve porque promocionan otra cosa, esa es una regla y cada medio en particular también se maneja distinto. Yo en mi caso lo ofrecí dentro del trabajo que hago y la verdad es que no pretendía un pago adicional” (entrevista a Vanina, 19-06-08)

En este sentido, se destacan varios aspectos en cuanto al uso del blog con fines profesionales pero también como vimos personales. Algunos bloggers reciben un ingreso por los blogs, otros tienen un blog como un ingreso adicional pero el placer de

¹⁷⁷ Ver capítulo 3.

¹⁷⁸ DiegoS es un blogger de Clarín.com, su blog “Hijos Nuestros”, aborda la temática relacionada a la educación de los hijos desde la perspectiva de un padre. Tiene 28 años.

tenerlo o las ganas de experimentar con un blog en un medio digital¹⁷⁹ es lo que los moviliza para la apertura de un weblog.

Las diferentes percepciones que vimos acerca de los blogs (como diario personal, como herramienta y como currículum vitae) nos conducen a una cuarta perspectiva de los weblogs en donde convergen todas: el blog como “red de contactos”.

4) *El blog como “red de contactos”*

Si bien, como mencioné, los blogs surgen como espacios para el registro de sitios web, el uso que los sujetos le fueron dando a los mismos fue transformando ese fin primario con el que fueron pensados para volverlo un espacio de socialización; un espacio para intercambiar información, opiniones.

“el blog es una red de contactos también, ahí estamos hablando de ampliar, de amplificar, digamos, una opinión única o una mirada única hacia la de los otros que te pueden aportar cosas interesantes”
(entrevista a Vanina, 19-06-08)

“Mirá tener un blog en Clarín te da la posibilidad, de que mucha gente te lea, cosa que no pasa en otros blog, como Blogspot y etc.”
(comentario de Lauris¹⁸⁰)

“En mi caso particular, para todo lo que vos decís, más mis ganas de expresar y que me lean (más allá de mis parientes!!!)” (comentario de anila-rindlisbacher)

Los blogs no son sólo herramientas tecnológicas, constituyen espacios en donde los sujetos publican contenidos y reciben opiniones sobre esas publicaciones. Se vuelven

¹⁷⁹ Como veremos tener un blog en un medio digital es muy diferente a tenerlo en una plataforma como *Blogger* o *Wordpress*. Una de las diferencias más significativas es la cantidad de visitas o *lectores* diarios. Es decir, la visibilidad que adquiere un blog al estar inserto en la plataforma de un medio es mucho mayor que aquellos que están en plataformas especializadas para blogs. Uno de los motivos de esta mayor visibilidad es que dentro del medio se “publicitan” –por decirlo de alguna manera- los blogs del medio.

¹⁸⁰ Lauris posee un blog en la “comunidad de Clarín”. Debe tener unos 38 años. La conocí en un encuentro de bloggers.

espacios de intercambios pero además espacios donde conocen a otras personas, y construyen nuevos vínculos de amistad.

“El blog es una enciclopedia virtual de cosas, y amigos siempre interesantes” (comentario de Miguelio)

“conoci mucha gente a través del blog y mucha gente, mucha más, me conoció a mí, y a mí me resulta todavía rarísimo pensar que alguien me conoce y yo no lo conozco, me dicen “che”, o por la calle, una vez me pasó, me pasó muchas veces, “¿vos sos Leandro?, ah porque yo te leo y yo tengo el blog no sé, pepito.blogspot, leélo”, “bueno, bueno” y digo ¡qué loco! porque mañana vienen y me meten un trompazo [risas]” (entrevista a Leandro, 12-02-09)

Estas redes de contactos pueden derivar en lazos de amistad y también en situaciones donde el blogger se “vuelve conocido” por los lectores mientras él no alcanza a conocer a todos ellos.

Los weblogs como redes de contactos implican un juego de ida y vuelta entre los autores y los lectores. Se establecen relaciones sociales que hacen de estos sitios un nuevo espacio para la creación de vínculos de amistad, trabajo e intercambio de información. Es decir, poseer un blog permite generar un espacio de socialización donde las interacciones entre autores y lectores pueden terminar en lazos de amistad, o hasta en la posibilidad de obtener un trabajo.

Ahora bien, las percepciones sobre los weblogs han llevado a los estudiosos de los mismos a establecer diferentes nociones que conllevan aspectos de las categorías sociales antes analizadas. En este sentido, es que resulta útil a los objetivos de esta investigación revisar las definiciones teóricas sobre los blogs como herramientas que permitirán un análisis más operativo de los procesos de socialización y de construcción de subjetividades que suceden en estos espacios mediados tecnológicamente.

Los weblogs como herramientas de análisis

Las categorías teóricas provenientes de diferentes disciplinas sobre los weblogs dan cuenta de una dimensión tecnológica y una social. La dimensión tecnológica alude a los

blogs como espacios particulares en la Internet posibilitados por una tecnología simple, sencilla, con características propias que determinan la forma en que se publican los contenidos. Como veremos, el blog como página web tiene una organización de publicación –una estructura tecnológica- que hace del mismo un espacio diferente de otras páginas. La dimensión social, por su lado, hace de los blogs un espacio donde se llevan a cabo una serie de prácticas (y representaciones) sociales, que a su vez trascienden el espacio físico del blog¹⁸¹.

Ambas dimensiones muestran los weblogs como espacios para el establecimiento de un diálogo entre bloggers y entre los bloggers y los lectores: espacios para la socialización. En este sentido, las dos dimensiones se entremezclan, una lleva a la otra. Lo tecnológico conlleva lo social y viceversa. De este modo, el análisis de la dimensión tecnológica conduce inmediatamente al análisis de lo social: lo *sociotecnológico*¹⁸². Esta relación íntima entre lo tecnológico y lo social es puesta en escena a partir de la corriente de pensamiento constructorista¹⁸³ que propone eliminar las diferencias a priori entre lo social y lo tecnológico en tanto *lo social está técnicamente construido* al mismo tiempo que lo tecnológico *está socialmente construido* (Estalella, 2005:6). Veamos.

Dentro de los weblogs se encuentran una serie de aspectos que, como mencioné antes, determinan la forma en que son publicados los contenidos. Estos aspectos tienen que ver con la propia tecnología. De esta manera, los blogs aparecen como una forma particular de páginas web¹⁸⁴:

*“un blog es un espacio en la Web que se actualiza diaria o periódicamente con posts (entradas) que se ordenan de forma cronológica inversa (el último post aparece primero)” (Zanoni, 2008: 47)*¹⁸⁵

¹⁸¹ Ver capítulo 6

¹⁸² Si bien los estudios de Construcción Social de la Tecnología -Ver capítulo 2- no cuestionan el uso indiscriminado de los términos “técnico” y “tecnológico” -ver nota al pie 46- y por lo tanto piensan en “lo sociotécnico”, considero que hablar de “lo sociotecnológico” dado que muestra una adecuación mayor a la idea que busca referir, la unión de lo social con lo tecnológico. Mientras la idea de “técnico” se refiere a las destrezas para manejar un “arte” –la técnica-, “tecnológico” se refiere a los dispositivos a los cuales me estoy refiriendo en toda la tesis.

¹⁸³ Ver capítulo 2

¹⁸⁴ Ver Introducción

¹⁸⁵ En general, esta idea de blog (que destaca el ordenamiento que poseen los contenidos) encabeza la mayoría de los textos académicos que pretenden hacer de estos espacios su objeto de estudio (algunos

Según esta idea, los weblogs constituyen páginas en la Red formadas por entradas periódicas del autor (es) y donde lo novedoso es a la prioridad¹⁸⁶. Es decir, el último contenido publicado (una noticia, un pensamiento, una reflexión, incluso una foto o una imagen) es lo primero que visualiza el que entra en el blog. La periodicidad de las entradas, como vimos más arriba, es un elemento constituyente de los blogs. Es lo que los determina como tales dándoles una circulación y una actualización que no poseen otras páginas web. Las publicaciones entre diarias y mensuales (incluyendo varias modalidades como dos veces por semana, tres o inclusive hasta varias veces en un mismo día) le dan a los blogs un dinamismo que les es propio. Y es eso precisamente lo que fomenta el establecimiento de un feedback permanente entre los bloggers y los lectores.

Además, la periodicidad en la publicación de contenidos es de vital importancia para el mantenimiento de las relaciones entre el blog y de los lectores. Como veíamos, se produce una especie de responsabilidad por parte del autor por mantener una constancia en las entradas para no perder la fidelidad del lector. Lo que a su vez redundará en el reconocimiento otorgado al blogger¹⁸⁷.

“YYY ¹⁸⁸...que onda?? no postear más o ya moriste?? Besotes”
(comentario de Lady)

La periodicidad es clave a la hora de mantener las relaciones establecidas entre los diferentes sujetos que circulan por estos espacios: periodicidad de las publicaciones de

trabajos: Rengel López, op.cit; Frascaroli, 2006; Qian & Scott, 2007). Así, los blogs quedan definidos por su estructura técnica y no como espacios de interacción.

¹⁸⁶ A lo largo de todo el trabajo aparece la idea acerca de “lo nuevo” con una relevancia tal que hace pensar en el por qué de esta importancia. Considero que esta especie de “obsesión” por lo nuevo, lo novedoso, tiene que ver con la noticia como mercancía y con el avance permanente de las tecnologías. todo el tiempo se producen nuevas y complejas tecnologías que suplantán a las anteriores, las cuales quedan como “obsoletas” (por ejemplo, vemos los cambios a pasos agigantados de los teléfonos celulares).

¹⁸⁷ El reconocimiento social a los bloggers recae en la credibilidad de los lectores en torno a los contenidos publicados por los autores. El antropólogo Adolfo Estalella (2005), en su trabajo sobre el blog “Barrapunto”, hace un análisis interesante acerca de esta cuestión concluyendo que la búsqueda de reconocimiento es el principal móvil de los sujetos que crean un blog o bien comentan en blogs. Al mismo tiempo, el reconocimiento que posee un blogger recae en la información que éste publica, es decir, si un autor es “conocido”, mayor es la credibilidad del resto de los sujetos que participan en el blog sobre la información que ese autor publica. “Tanto la visibilidad como el reconocimiento son [...] un mecanismo destinado a valorar la calidad de la información” (p. 13).

¹⁸⁸ Debo aclarar que las citas de comentarios que recibí en el blog las coloqué lo más fielmente posible para dar cuenta al mismo tiempo las transformaciones y los usos del lenguaje escrito. Por ejemplo, en este caso Lady coloca varias “Y” cuyo fin es darle mayor énfasis a la pregunta ¿Y?

los autores y de comentarios hechos por los lectores. Esto se debe a que hacer comentarios en otros blogs ayuda al blogger a obtener otros lectores. Este recorrido por otros blogs dejando comentarios es importante para la visualización del propio blog.

“Estamos en una sociedad de consumo, y para atraer clientes lo principal es la propaganda, nadie busca temas en una comunidad de blogs y así te descubren; sales a vender tu producto (el que sea) y allí aparecen los contactos. Es similar a un club: si no te acercas a conversar a los grupos, nadie te pesca; quizás se te acerquen los más plomos que no encuentran a nadie que les lleve el apunte. Ya terminaste el paso uno que fue lanzar post para ver si te leen, ahora estas comenzando el paso dos que es salir a buscar lectores”
(comentario de Nearth)

“Hola! mirá, también tenés que darte a conocer, y comentar en otros blogs, para que la gente acceda al tuyo, y vea si quiere agregarte para leerte” (comentario de Lavagabunda)

Así, según estos bloggers, para ser conocido por otros, dejar comentarios en diferentes weblogs es esencial. Sin embargo, en los casos en los que los bloggers son periodistas o trabajan blogueando para los medios digitales -como clarín.com, critica digital, etc.-, el uso de los comentarios como herramientas para hacerse visibles no es de tanta importancia dado que la visibilidad se las da el propio medio.

Escribi tu comentario

TU NOMBRE	<input type="text"/>	Si preferís firmar con tu avatar
E-MAIL (REQUERIDO) (NO SERÁ PUBLICADO)	<input type="text"/>	<input type="button" value="Inicia sesión"/>
TU SITIO WEB O WEBLOG	<input type="text"/>	
TU MENSAJE	<input type="text"/>	

Los comentarios en este blog pueden estar moderados.
En ese caso, el autor del blog tendrá que aprobarlos antes de que sean visibles para la comunidad

Estructura del espacio de comentario

Los comentarios entonces posibilitan un ida y vuelta, un diálogo, entre los sujetos que circulan en un blog, constituyen un elemento clave en lo que Adolfo Estalella llama la *dimensión conectiva* de los blogs¹⁸⁹. Un blog en tanto espacio de socialización implica que los actores estén -o busquen estar - relacionados con otros actores.

“Es un lugar en línea donde el usuario crea un perfil y establece una red personal para contactarse con otros usuarios” (Yúdice, 2007: 50)

Cabe destacar aquí la separación entre las ideas de conexión e interactividad (ver García Canclini, 2007) según la cual “estar conectado” no implica necesariamente interactuar con otros. Es decir, que uno puede navegar por la Red sin entrar en contacto directo con otros usuarios, como al estar en una sala de Chat o por MSN. Sin embargo, entiendo por conectividad la posibilidad de participación y de acceso en uno o varios espacios¹⁹⁰.

En el caso de los blogs, la idea de conexión da cuenta de las interacciones entre los usuarios, mientras que la conectividad a veces es simultánea y otras veces los intercambios tardan más tiempo -horas, días- en suceder. Más adelante veremos cómo las interacciones simultáneas dentro de un blog transforman al mismo en una especie de sala de Chat.

La dinámica de las conexiones

El blog como espacio de socialización implica pensarlo como un espacio de intercambios, de conexiones, entre sujetos, informaciones y contenidos que circulan por esos espacios. En este sentido, los comentarios constituyen uno de los aspectos sociotecnológicos que intervienen en la dimensión conectiva de los weblogs. Los comentarios pertenecen a la estructura tecnológica de los blogs, son un elemento específico de estos espacios desde una perspectiva meramente tecnológica. Pero, como vimos, lo tecnológico no puede pensarse sin lo social, y por lo tanto, resulta preciso analizar los comentarios como aspectos tecnológicos y sociales.

Los comentarios forman un espacio dentro del blog para dejar opiniones personales sobre los contenidos publicados por los bloggers. Cada post o *entrada* posee al final de

¹⁸⁹ Ver Estalella, 2006

¹⁹⁰ García Canclini propone hablar de *derechos conectivos* de los sujetos, es decir, “la participación en la industria cultural y en las comunicaciones” (García Canclini, 2004: 81). Perspectiva que involucra el debate sobre los “derechos culturales” siempre subsumidos a los “derechos políticos y civiles”.

la página un espacio para que los lectores coloquen una opinión sobre lo que han leído. Pero esta función tecnológica –si se quiere- de los comentarios conlleva los gérmenes de relaciones de amistad entre los actores debido a que la permanente comunicación entre los sujetos permite la formación de lazos sociales, sobre todo de amistad. Esta posibilidad de interacción y fundamentalmente de participación, es, para mí, el aspecto más enriquecedor de poseer un blog.

“me parece que si hay algo que nutre al blog es justamente la posibilidad de tener comentarios de los lectores” (entrevista a Vanina, 16-12-08)

Son las *interacciones multisituadas* (Estalella, 2006) de los usuarios a partir del uso de diferentes dispositivos tecnológicos – comentarios, hiperenlaces- lo que hace del blog un espacio de socialización, de participación e interacción. En este sentido, Adolfo Estalella (op.cit) presenta la noción de *campo de conexiones* para “interpretar las interacciones cuyo objetivo principal no es la transmisión de información sino la conexión entre sus participantes” (p. 26). De este modo, el autor va a hablar de prácticas comunicativas o *conectivas* de los usuarios para referirse a las acciones mediante las cuales los usuarios –los bloggers sobre todo- conectan su blog con otros usuarios.

El “blogchateo”

Si bien los comentarios dentro de un blog¹⁹¹ están destinados a que los lectores den su opinión sobre la temática de la entrada, en muchas ocasiones esta función se transforma con el uso que le dan los lectores dentro del blog. Por ejemplo, usan ese espacio para saludarse entre sí, preguntar por el estado de ánimo de cada uno, cómo les fue y cómo están, etc.

Un caso paradigmático de esta transformación es el blog “Fumado” inserto en la página de *Critica Digital*¹⁹² donde se ve claramente cómo cambia la funcionalidad originaria

¹⁹¹ Actualmente, los medios de comunicación digitales tales Clarín.com, Lanación.com, Criticadigital.com han incorporado a su sistema de información la posibilidad de dejar comentarios en las notas publicadas. Así, cualquier lector puede dar su opinión de manera instantánea sobre un acontecimiento – una noticia- específico con lo cual se amplía masivamente la posibilidad ya existente de “las cartas de lectores”. Éstas eran publicadas en los diarios, luego de ser seleccionadas previamente por la editorial de los mismos. Los comentarios permiten la participación masiva de los usuarios en la información dada por los medios, por lo que se habla de *periodismo participativo*.

¹⁹² www.criticadigital.com

del comentario readecuándose a las necesidades e inquietudes de los lectores del blog. El autor del blog –Diego- denomina esta práctica como “blogchateo” y establece que la misma permite la formación de lazos de amistad entre quienes participan de este espacio transformado:

“al armarse esta especie de comunidad, igualmente, yo digo que hay generaciones de comentaristas porque los de ahora no son los del principio. Hace un par de meses están entrando un par de comentaristas: “hola, soy nuevo”, se empiezan a hacer amigos, amigos, amigos. Me enteré que hubo gente que se conoció en el, digamos, blogchateando que es el término inventado por el blog chat; que se conocieron chateando en Fumado, se encontraron y se hicieron re amigos: un grupo de 10 personas que se terminó yendo de vacaciones todos juntos y que se ven y organizan asados. Ya bastante gente se fue conociendo y eso es bastante impresionante” (entrevista a Diego)

Es decir, esta forma de participación dentro del espacio del comentario permite una mayor dinámica entre sus lectores de la esperada por el blogger¹⁹³.

Veamos un ejemplo del “blogchateo” en el blog “Fumado”. Para entender el contexto de la conversación, la temática de la entrada¹⁹⁴ es la particularidad del aroma de los vinos. Los comentarios de la entrada comienzan a la hora 9:39 am¹⁹⁵, sin embargo, acorté los comentarios dada la extensión de los mismos.

“Connie

September 17th, 2009 at 9:52 am / Tu comentario es el 171914

Buen día a todos!!!!

DdlF en el otro post, están reclamando una fotito...

Dice:

¹⁹³ Cabe destacar que la visibilidad de este blog en particular se da por dos motivos. Uno, el tema general del blog que es “reflexiones, frases, pensamientos de fumados” por lo cual, es el único blog que habla acerca de las drogas, sobre todo la marihuana, en un medio digital conocido como lo es Crítica. La segunda razón es la mayor exposición del blog a partir de estar inserto en la página del diario digital. Más adelante ampliaré este punto.

¹⁹⁴ Publicada el 17 de septiembre de 2009

¹⁹⁵ La hora de los comentarios constituye un dato muy importante dado que permite suponer una serie de aspectos relevantes para tener por un lado una perspectiva sobre características sociales de los lectores y, por el otro, para demostrar la intensidad de la dinámica y su similaridad con las dinámicas de las salas de chat. Lo veremos más adelante.

Caperuflorcita Dice:
September 17th, 2009 at 9:53 am / Tu comentario es el 171916
Holaaaaaa

Marcos Ava Dice:
September 17th, 2009 at 9:55 am / Tu comentario es el 171918
PRIIIIIII
ufa, no!
DDLf, ¿me podrías sacar una duda?

Piter Fossa Dice:
September 17th, 2009 at 9:56 am / Tu comentario es el 171919
Diego...poné la encuesta sobre si el Gobierno de Cristina es democrático y plural en Facebook...quiero compartirla!...jaja...
che, no sólo que tiene gusto a un montón de cosas el vino...sino que además, si es medio berreta ni siquiera esta hecho de uvas...al final, nadie sabe como es el sabor de un vino de uva...

MaRiaN Dice:
September 17th, 2009 at 9:56 am / Tu comentario es el 171920
=) =)

Mercho Dice:
September 17th, 2009 at 9:57 am / Tu comentario es el 171921
¿Será rico el de sabor a Azafrán?

Marcos Ava Dice:
September 17th, 2009 at 9:59 am / Tu comentario es el 171922
Marian, ¡mirá mi link!

MaRiaN Dice:
September 17th, 2009 at 9:59 am / Tu comentario es el 171923
VIERON KE LOKO K E LA ESENCIA DE VAINILLA TENGA UN OLOr RRE RIKO , PERO SI TE ANIMAS Y LE DAS UN TRAGO ES LO MAS AMARGO DEL MUNDO .."" ???????????

Mercho Dice:
September 17th, 2009 at 10:00 am / Tu comentario es el 171924
como la manteca de cacao

MaRiaN Dice:
September 17th, 2009 at 10:00 am / Tu comentario es el 171925
Marcosd pero vos dijiste 969!

Connie Dice:
September 17th, 2009 at 10:00 am / Tu comentario es el 171926
No Marian, nunca la probé directamente... voy a hacerlo

Caperuflorcita Dice:
September 17th, 2009 at 10:01 am / Tu comentario es el 171927

Aparte, nunca tiene "notas a perro ovejero muerto" el que se le murió al vecino el año pasado y enterró cerca de la parra.

MaRiaN *Dice:*
September 17th, 2009 at 10:02 am / Tu comentario es el 171929
es raro porque... ¿cómo puede oler tan bien y ser tan amarga?

Connie *Dice:*
September 17th, 2009 at 10:02 am / Tu comentario es el 171930
Che, hoy es jueves, ¿uds. creen que Juan estará desaparecido hoy?

Marcos *Dice:*
Ava
September 17th, 2009 at 10:04 am / Tu comentario es el 171931
Si MaRiaN, el 969 dije yo, pero el 1169 del otro, dicen que lo ganó ¡caperu!
Vos, como ves el 969 del anterior, ¿quién lo tiene?

Pablo *Dice:*
September 17th, 2009 at 10:04 am / Tu comentario es el 171932
hola ¿cómo les va fumados? ¿alguien tiene un mate para mí?

Connie *Dice:*
September 17th, 2009 at 10:05 am / Tu comentario es el 171933
Marcos baaaaaaaastaaaaaaa todos sabemos que trucas las fotos
Jajajajajaj

MaRiaN *Dice:*
September 17th, 2009 at 10:05 am / Tu comentario es el 171934
yo la veo a Connie en el 969

MaRiaN *Dice:*
September 17th, 2009 at 10:06 am / Tu comentario es el 171935
Vos, ¿nunca probaste la esencia de vainilla de la heladera de tu casa Marcos?

Caperuflorcita *Dice:*
September 17th, 2009 at 10:06 am / Tu comentario es el 171936
Hoy no tengo ganas de trabajar.

Caperuflorcita *Dice:*
September 17th, 2009 at 10:07 am / Tu comentario es el 171937
La esencia de vainilla es horrible...

Caperuflorcita *Dice:*
September 17th, 2009 at 10:08 am / Tu comentario es el 171938
Una vez cuando era chica me comí un caldito knorr de la heladera, porque por el envoltorio pensé que era un bombón." (fragmento de comentarios extraídos del blog Fumado¹⁹⁶ el día 24 de septiembre de 2009)

¹⁹⁶ <http://www.criticadigital.com/fumado/?p=966#comments>

En este fragmento se destacan varias cosas. La primera es la frecuencia con la que comentan los lectores. Como se ve, la diferencia de respuesta son segundos, es decir, que están conectados simultáneamente al blog y cada respuesta que llega tiene su contra respuesta: 9:56- 9:57- 9:59- 10:00- 10:01- en adelante. Es como hablar por teléfono pero digitalmente, textualmente¹⁹⁷. Vemos la aparición de *emoticones* como => que indica felicidad o estar con una sonrisa (ver capítulo 2).

Lo segundo que se destaca es, por un lado, el alejamiento del tema de la entrada que en momentos se retoma y, por otro lado, emergen en la conversación nuevos actores que se introducen en el grupo que se encuentra hablando. Como el caso de *Pablo* que comento “*hola cómo les va fumados! ¿Alguien tiene un mate para mí?*”. Esta frase introductoria indica dos circunstancias. Una, la familiaridad con la que saluda. La cual nos remite a un conocimiento previo de los participantes. Dos, la idea del “mate” como un elemento de compañerismo, de relación amistosa. En nuestro país, el “mate” es símbolo de unión, de fraternidad. Cotidianamente vemos en reuniones y grupos la presencia del “mate” como un elemento que “une” a los sujetos que participan en el grupo al circular entre los mismos.

Otro aspecto que aparece y nos indica la relación permanente de los actores a través del blog es el comentario de *Connie* que dice *Che, hoy es jueves, uds. creen que Juan estará desaparecido hoy?*. En este comentario, se pregunta por un actor que usualmente participa en el blog y que en el momento de la conversación no se halla conectado.

Todos estos elementos muestran cómo se entremezcla lo social y lo tecnológico en el blog, siendo los comentarios uno de los principales elementos conectivos (otro de los elementos son los hiperenlaces que veremos más adelante). A partir de los comentarios vemos como un espacio tecnológico es apropiado por los usuarios y transformado en función de las relaciones sociales que se establecen a través de él. Esta reapropiación del espacio de los comentarios dentro del blog conduce a pensar cómo el consumo de este medio –Internet- implica una nueva producción del mismo, es decir, en este caso

¹⁹⁷ La particularidad y la innovación que produjo la sala de chat fue el intercambio de mensajes por medio del lenguaje escrito. Se trata de la digitalización de las prácticas cotidianas, como lo es la expresión oral y escrita. Otras de las particularidades son, por un lado: la simultaneidad de respuesta, de intercambio; y por el otro: la emergencia de un sistema de símbolos *emoticones* para expresar emociones físicas como una sonrisa, una lágrima, demostrar que se está triste, contento, etc.

particular el consumo de los comentarios genera una nueva forma de participación¹⁹⁸: hay una producción desde el consumo¹⁹⁹.

Otro ejemplo es el Blog de Tamara Di Tella²⁰⁰ ubicado en la página de Clarín. Lo particular de este blog es la formación de un grupo de “seguidores” que se trasladan a otros blogs de la misma página haciendo una especie de “rotación” por varios weblogs. Según Vanina, la especificidad de este blog es la formación de una comunidad que “defiende” las publicaciones de la autora en contra de comentarios –en general anónimos y esporádicos- que descalifican a la autora y sus publicaciones²⁰¹:

“V: el caso de Tamara Di Tella es interesante porque cada uno puede pensar, proyectar lo que quiera sobre el blog, o lo puede seguir; te puede gustar o no, pero ha generado justamente una comunidad fiel, absolutamente fiel a ella, digamos, hay gente que entra a bardear y los sacan corriendo, y no vuelven o vuelven cada tanto a bardear, pero la gente que es fiel a esa comunidad

I: la defiende

V: la defiende a muerte” (entrevista a Vanina, 19-06-08)

Esta “fidelización”²⁰² de los usuarios con respecto al blog y al autor es interpretada por Vanina como una “identificación” de los sujetos con el blogger, y que sucede con otros blogs de Clarín (como “Yo contra el mundo” de Podetti y “Almacén” de Gillespi). Es decir, esta situación no es propia de un blog en particular, sino que se da con muchos de los blogs pertenecientes a Clarín. Más adelante veremos que la circulación de usuarios por varios blogs tiene que ver además con los links establecidos por los bloggers como blogs preferidos, lo que permite que sus lectores accedan a esos blogs.

¹⁹⁸ Ver Moya y Vázquez, 2009

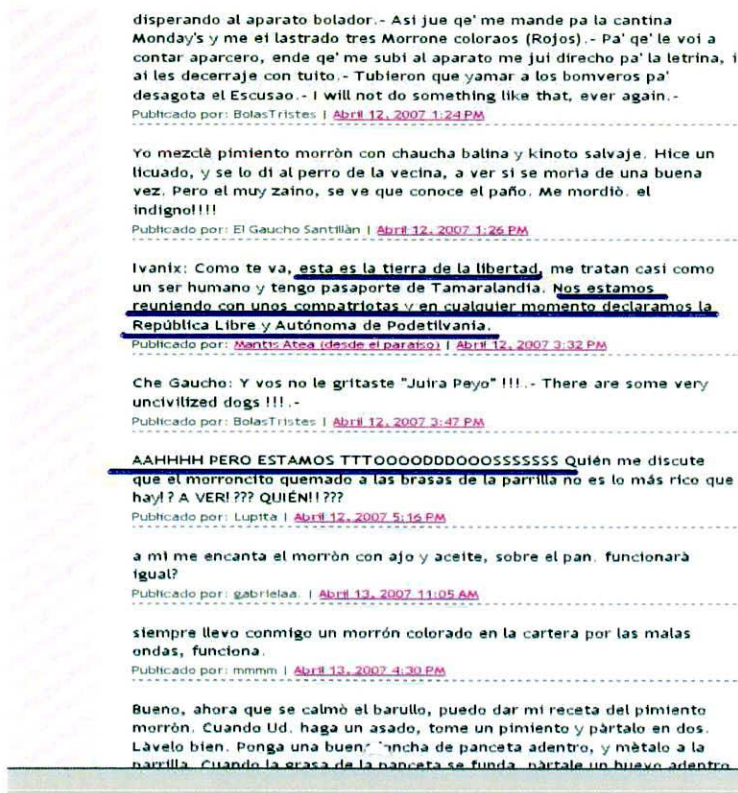
¹⁹⁹ Esta idea implica pensar los procesos de producción en términos de Marx (en Boivin et al., 2007) quien propone que para comprender los procesos de producción de mercancías y de la vida social es necesario entender que la producción conlleva la circulación, la distribución y el consumo, los cuales nos conducen nuevamente a la “primera” etapa del proceso productivo. Un esquema sencillo sería así: PRODUCCIÓN – CIRCULACIÓN – DISTRIBUCIÓN – CONSUMO – PRODUCCIÓN. Es decir, el proceso implica todas las etapas relacionadas.

²⁰⁰ Hoy cambió de nombre y se llama Tamara Di Tella Magazine

²⁰¹ Esto demuestra que no sólo hay relaciones de amistad en estos espacios, sino que se producen conflictos entre los diversos actores. En otras palabras, dentro de los procesos de socialización en los blogs existen situaciones de conflicto que tienen que ver con la “moderación” que explicaré más adelante.

²⁰² La idea o categoría nativa de “fidelización” surgió en la entrevista con Vanina, quien me hablaba de la “fidelización” de los usuarios – lectores del diario Clarín con el diario y con los blogs. Es decir, la “fidelización” se refiere a la fidelidad que tienen los sujetos con respecto a un medio que leen corrientemente.

En la próxima imagen, extraída del blog de Tamara²⁰³, se ve claramente esta circulación (el subrayado azul es mío), que en este caso son usuarios del blog de Podetti que “fueron” –se trasladaron- al de Tamara.



Vemos que la participación en un blog puede conducir a la formación de lazos de diferente índole. Como mencioné anteriormente, uno de los motivos por los cuales los usuarios de weblogs crean su propio blog es la posibilidad que da Internet de “conocer gente nueva”, “de hacer amigos”. Mas estos lazos –como veremos en el próximo capítulo- superan la “conectividad” a través de los blogs. Quiero decir que las relaciones entre los actores no se dan sólo cuando los sujetos están conectados a la Red, sino que estas “conexiones” superan al espacio específico del blog.

En fin, la transformación de los comentarios en espacios de participación, interacción -y discusión- dan cuenta de procesos de socialización que se producen en los weblogs. Sin embargo, los comentarios no son los únicos elementos sociotecnológicos que permiten

²⁰² Imagen extraída el 30 de septiembre de 2009.

Fuente: http://weblogs.clarin.com/tamaraditella/archives/2007/04/morrón_colorado_una_fuente_alternativa_de_vitamina_c.html#comments

el establecimiento de relaciones sociales dentro de los blogs, están también los links o *hiperenlaces*.

La conectividad a través de los links

Como su nombre lo indica, los *links* son “enlaces” o vínculos que conectan espacios, documentos, imágenes, sobre todo en la Red pero que pueden establecerse desde otras herramientas tecnológicas como un celular. Por ejemplo www.clarin.com, www.lanacion.com, son links de las páginas web de esos medios Clarín y La Nación respectivamente.

Adolfo Estalella (2001) establece que “en un hiperenlace resulta imposible separar lo que es –tecnológico- de lo que es social” (p. 28). Si bien como señala el autor el significado de la palabra hiperenlace “es múltiple” (p. 28), en general la idea de link hace referencia a la de conexión: un link lo que hace es conectar elementos diversos.

Estalella propone que los hiperenlaces dan cuenta de la relación que une lo social y lo tecnológico en un blog al mostrar que “la comunicación del blog se construye no sólo para lectores humanos sino para lectores no humanos” (p.28). Esta idea acerca de “lectores no humanos” se refiere a la conexión que se establece entre diversas tecnologías, por ejemplo, entre dos computadoras, o bien para que un buscador²⁰⁴ web pueda encontrar blogs y páginas en la Red. Sin embargo, como vimos, lo tecnológico no puede pensarse separado de lo social, por lo tanto, la comunicación siempre está dirigida a un posible sujeto lector. Toda tecnología es social y es usada socialmente.

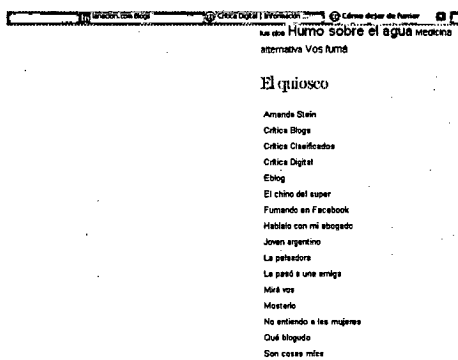
Es decir, con el uso de este elemento tecnológico se conectan los bloggers entre sí a través de los blogs:

“Usando este mecanismo el blogger teje una red de conexiones heterogéneas entre humanos y máquinas: conecta un blog con otro blog, un autor con otro autor, y encamina a un lector hacia otro blog tras conectar una máquina con otra máquina. Es una interacción para los lectores humanos y para las máquinas (buscadores, por ejemplo)”
(Estalella, op.cit: 29)

²⁰⁴ En realidad los buscadores web, como “Google” o “Yahoo”, se denominan “motores de búsqueda”. Es decir, son sistemas informáticos que buscan archivos almacenados en Internet.

La idea acerca de lo sociotecnológico en el autor da cuenta de las relaciones entre sujetos y tecnologías, entre sujetos y entre tecnologías. Son estas relaciones que se dan a través de los blogs y bloggers lo que visibiliza de una manera excepcional el vínculo social y tecnológico: lo sociotecnológico. Pero esta idea remite también a cómo las tecnologías atraviesan y permean la experiencia social de los sujetos y los grupos. En este sentido, vuelvo sobre la idea de *mediación* vista en los capítulos precedentes porque no se puede pensar en lo social separado de lo tecnológico: la mediación tecnológica se encuentra en todos los ámbitos de la vida cotidiana. En las relaciones establecidas entre diferentes usuarios de los weblogs la mediación tecnológica se da todo el tiempo pero no por eso es propia de estos medios. Los bloggers no sólo mantienen las relaciones con otros bloggers a través del blog, sino que hablan por teléfono, se escriben por mails, por Flickr, por Facebook, comparten fotos, se “siguen”²⁰⁵ por Twitter.

Por último, en los blogs, los hiperenlaces con otros blogs – y por ende con otros sujetos que interactúan en la Red- generalmente aparecen en la sección “blogroll”²⁰⁶ (también llamada de diversas maneras dependiendo de cómo prefiera titular la sección el blogger – puede ser: “blog amigos”, “blogs que leo”, etc.):



Blog “Como dejar de fumar”: en este caso el blogroll es llamado “el Quisco”²⁰⁷.

²⁰⁵ En Twitter los sujetos “siguen” a otros sujetos, una especie de “fans” que leen todos los microposts o *micro entradas* que publican los sujetos que siguen.

²⁰⁶ Un “blogroll” es un conjunto de enlaces de blogs, o en otras palabras, un listado de direcciones web de diversos weblogs que son “visitados” o “leídos” seguidamente por el autor del blog que los agregó a su lista.

²⁰⁷ Ubicado en Criticadigital.com. Extraído el 06/10/2009

[PULSA](#)
[Inicio](#)
[Inicio.com Blogs](#)
[Crítica Digital | Información](#)
[La peleadora - Weblog](#)

mismo promedio con maratón.

is peleas como tía

e gustaron los reñes, pero nunca lo dije con todas las letras, que no te conmueve el nacimiento de un familiar, que no te par de piernitas rojizas, o que el llanto de bebé te suena como arrastrado por el parquet, te convierte inmediatamente en

nte años, pero si me peleé mucho con la gente que no a mí no me gustaron los chicos: con los vecinos que dejaban gritaran y corrían hasta cualquier hora, con los que no para que pararan de llorar en un restaurante, con las madres y todas las veredas con las muchitas de sus crios a la salida

s niños, sino a sus madres, cada vez que dos conocidas se ar de su hijo, sentía que me marchitaba de aburrimiento

OTRAS VOCES

- La peleadora en Facebook -
- Betiaria
- Blog pelotudo
- Ciega a cías
- Crónicas del monte
- Dibujamientos
- eBlog
- El botero
- El señor de abajo
- El fono
- Expeller
- Estupipedia
- Ima y Orlando
- La Oveja Salomé

Fuente: Blog "la Peleadora": aquí el blogroll se llama "Otras voces"²⁰⁸

Los hiperenlaces y los comentarios son elementos sociotecnológicos que permiten a los usuarios establecer relaciones entre ellos y sus blogs y fomentan además la "visibilidad" de determinados blogs. Es decir, los blogroll no sólo conectan sujetos sino que establecen jerarquías en la Internet: qué blogs son interesantes, cuáles hay que leer, cuáles son los recomendados por los bloggers. En definitiva, se ve a través de los comentarios y los links formas hegemónicas y contra hegemónicas que intervienen en los procesos de socialización que se dan en los blogs – así como en la Red en general-.

No podemos pensar Internet como el espacio utópico donde es posible la "democratización de la información y el conocimiento". En este sentido, veremos en el próximo capítulo cómo se establecen relaciones de poder, de conflicto y de hegemonía por medio de los comentarios y los links.

²⁰⁸ Ubicado en Criticadigital.com. Extraído el 06/10/2009

CAPÍTULO 6

Procesos hegemónicos en la Red

Como establecí en capítulos anteriores, indagar en las formas de participación y socialización que emergen – o son redefinidas- con el uso de las nuevas tecnologías implica pensar en las relaciones de poder, en las condiciones de accesibilidad y en los intereses – sociales, políticos, ideológicos, económicos y culturales- que las atraviesan. En este sentido, los weblogs –como espacios sociotecnológicos²⁰⁹ de interacción social, de participación y socialización- no permanecen ajenos a estos procesos que determinan las acciones de los usuarios dentro de ellos.

En el presente capítulo me centraré en analizar los procesos hegemónicos que se dan sobre estos espacios y a la vez muestran cómo los espacios dentro de la Red se vuelven arena de lucha por el control de los contenidos en Internet.

Hegemonía en weblogs

Los weblogs, al igual que la Red y las tecnologías en general, se encuentran atravesados por procesos hegemónicos y contra hegemónicos que dan cuenta de las luchas entre diversos grupos por el dominio de la información y el conocimiento que circula y es producido a partir de las tecnologías. Como establecí en el capítulo 2, un análisis sobre los procesos que emergen con el uso de las tecnologías no puede soslayar las relaciones sociales de producción de las mismas debido a que su ocultamiento conduce a un fetichismo tecnológico²¹⁰.

Las tecnologías constituyen “redes de significación” (Márquez, 1998: 52) que implican maneras de actuar y pensar sobre ellas, formas de control sobre los contenidos, construcciones sobre el mundo, en fin, son productos de interacciones sociales, de acuerdos, de negociaciones, de conflictos, etc. En este sentido, la noción de *hegemonía* resulta fundamental para abordar estos procesos de lucha y dominación sobre los discursos y las prácticas de los sujetos en la vida social mediada tecnológicamente.

²⁰⁹ Ver capítulo 4 y 5

²¹⁰ Ver capítulo 2

La hegemonía es definida por Antonio Gramsci como la combinación de fuerza y consenso, pero sobre todo, la idea de que la fuerza debe aparecer apoyada en el consenso para así lograr un *poder hegemónico* basado en el consenso y la legitimación²¹¹ (Boivin, et al, 2007: p. 131). En su análisis, Gramsci distingue la noción de “dominio” de la de “hegemonía”, donde el primero “se expresa en formas directamente políticas y en tiempos de crisis por medio de la coerción directa” (Williams, 2009:148). A diferencia del dominio, la hegemonía da cuenta de un complejo entramado de fuerzas sociales, culturales y políticas (Williams, op.cit). Raymond Williams propone que la hegemonía:

“Es todo un cuerpo de prácticas y expectativas en relación con la totalidad de la vida: nuestros sentidos y dosis de energía, las percepciones definidas que tenemos de nosotros mismos y de nuestro mundo. Es un sistema vivido de significados y valores que en la medida en que son experimentados como prácticas parecen confirmarse recíprocamente” (Williams, op.cit:151)

Como establece Martín Barbero (1987) el concepto de *hegemonía* permite “pensar el proceso de dominación social no como imposición” sino como un proceso donde los grupos dominantes “hegemonizan en la medida en que representan intereses que también reconocen de alguna manera como suyos las clases subalternas” (op.cit: 84-85). Es decir, la hegemonía es un proceso que nace de la interacción de los grupos sociales por el dominio simbólico, político y económico. Este proceso implica superar los mecanismos coercitivos de dominación a través de la asunción de los intereses de los grupos dominados como propios de los grupos dominantes.

Por ejemplo, Martín Barbero analiza la concepción gramsciana de *folklore* como cultura popular, es decir, como “concepción del mundo y de la vida que se halla en contraposición a las concepciones del mundo oficiales” (op. cit: 85). En su libro *De los medios a las mediaciones*, Martín Barbero (op. Cit) recorre la historia de la noción de “cultura de masas” atravesada por procesos hegemónicos y contra hegemónicos que dan

²¹¹ El poder hegemónico “no puede ser impuesto de modo coercitivo, sino que tiene que ser aceptado por parte de los grupos o clases no hegemónicas [...pero la dominación no es] nunca de manera total y definitiva, necesita ser renovado, recreado, defendido y modificado porque es también permanentemente resistido” (Boivin, et al, op. cit: 131).

cuenta de un movimiento de la idea de masa a la idea de sociedad del consumo²¹². En estos procesos llama la atención el rol de los medios de comunicación de masas como los instrumentos para el logro del dominio simbólico, cultural y económico de los grupos dominantes de Estados Unidos. Si bien el autor menciona varios ejemplos, me interesó su análisis sobre el cine de “Hollywood” donde muestra cómo el cine estadounidense logro incorporar a las “masas” populares los gustos, valores e ideales burgueses.

“El aburguesamiento del imaginario cinematográfico corresponde a un aburguesamiento de la psicología popular. La hegemonía se afianzaba en ese acceso de las masas al funcionamiento afectivo de la subjetividad burguesa” (op.cit: 160)

Con dicho “aburguesamiento”, lo que generaban los grupos dominantes de ese país era incorporar nuevas formas de consumo y de percibir el mundo a esas “masas” populares. Del mismo modo, Hortense Powdermaker (citada en Askew and Wilk, 2002) muestra en sus trabajos sobre Hollywood cómo las películas allí realizadas pretendían homogeneizar a las audiencias en “un conformismo estético” (p. 5).

“El totalitarismo dentro de la estructura social de la industria se irradia hacia fuera, desde la plateada pantalla para imponer sueños vacíos que distraen (la fábrica de sueños) a las audiencias pasivas” (Askew and Wilk, op. Cit.: 5)

Powdermaker al igual que Martín Barbero establece cómo desde Hollywood se busca imponer valores y prácticas a la sociedad. Estas pretensiones de la industria cultural (en este caso el cine) son ejemplos de procesos de hegemonía desde los grupos dominantes que pretenden hegemonizar la producción mediática “para modelar posiciones e ideas” (Askew and Wilk, op. cit: 6).

Pero la idea de *proceso* implica pensar que esta pretensión de dominio no es pasiva ni unilineal – de arriba para abajo– sino que los grupos subalternos luchan

²¹² Ver también Morley (1996); Terrero (2003); García Canclini (2007 -en Boivin, et al, 2007).

permanentemente por mejorar sus condiciones de vida y generan nuevas formas de relación y estilos que desafían el imaginario dominante²¹³. Así, la hegemonía

“Debe ser continuamente renovada, recreada, defendida y modificada. Asimismo, es continuamente resistida, limitada, alterada y desafiada por presiones que de ningún modo le son propias. Por lo tanto debemos agregar al concepto de hegemonía los conceptos de contrahegemonía y de hegemonía alternativa, que son elementos reales y persistentes de la práctica” (Williams, op.cit:155)

De este modo, a pesar de que existe un dominio dentro del género cinematográfico de la industria de Hollywood, es importante -desde hace unos años- la cantidad de producciones independientes realizadas en diversos países. Como en nuestro país el caso de las realizaciones nacionales (“Nueve Reinas” de Fabián Bielinsky, “Cenizas del Paraíso” de Marcelo Piñeyro, etc.) que son conocidas -ganaron premios internacionales²¹⁴- y tuvieron la ayuda financiera de organizaciones gubernamentales para su desarrollo. Sin embargo, estas producciones alternas no tienen las repercusiones -cantidad de audiencia, fondos recaudados- de las películas de Hollywood, con lo cual, vemos que existe aún ese dominio “hollywoodense” en nuestros días.

No obstante, hay movimientos subalternos que buscan desafiar las imposiciones simbólicas que “vienen” desde arriba, el mismo proceso hegemónico busca constantemente estrategias que permitan incorporar a las visiones “oficiales” del mundo esos movimientos. Como mencionaba antes, el hecho de que las producciones nacionales son reconocidas a partir de nominaciones y premios internacionales da cuenta de estas incorporaciones al discurso y prácticas dominantes. Otro ejemplo puede ser la relevancia que tuvo la “cumbia villera” en nuestra sociedad. Es decir, si bien este género musical tiene sus orígenes en los sectores populares²¹⁵, su expansión masiva

²¹³ Por ejemplo, Dick Hebdige, analiza la emergencia de “la cultura punk” como expresión de procesos contra hegemónicos a través del cuestionamiento y “revolución” del “estilo”. Ver Hebdige, 2004.

²¹⁴ Veremos que esta situación puede pensarse como parte de los procesos hegemónicos por incorporar los discursos alternos a sus propios discursos con el fin de captar esas producciones que las contradicen como una estrategia para restarles su impronta de lucha.

²¹⁵ En general la “cumbia villera” tiene algunos aspectos que la diferencian de otras cumbias por las temáticas que aborda (sexo, delincuencia, drogas, alcoholismo) y la mezcla de ritmos como el “vallenato”, la cumbia peruana y colombiana, etc. Dentro de los trabajos sobre este tema se destacan las investigaciones de Jorge Miceli y de Fabián Flores y Adrian Outeda.

desde estos sectores generó que en los medios de comunicación argentinos hubiera una explosión mediática sobre esta cumbia. Luego de esta explosión, este género se escuchaba no sólo en los sectores populares sino también en reuniones y fiestas de otros sectores. En cierto sentido, aunque este género nace exponiendo las vivencias de los sectores subalternos es rápidamente incorporado como un género más dentro de la música, por lo tanto, va perdiendo su fuerza contra hegemónica –aunque continúa siendo una expresión popular-.

Estos mecanismos hegemónicos se dan en toda la experiencia histórico-social, es decir, en diferentes ámbitos de la vida social: sucede con la música, con la política, con el arte, con los diversos estilos de vestimenta, etc. De esta manera, los procesos que emergen con la introducción de las tecnologías en general y las digitales en particular también se encuentran atravesados por estos mecanismos hegemónicos.

En este sentido, en el caso de los weblogs específicamente existen dos mecanismos de hegemonía que resultan interesantes para pensar: 1) las construcciones utópicas sobre la “democratización de Internet” o mejor dicho sobre la “democratización de la información y el conocimiento” que parece permitir la Red y, vinculado a esto, 2) la apertura que parece favorecer Internet a la participación “libre”²¹⁶ de los sujetos que acceden a ella. Estos dos mecanismos tienen que ver, por un lado, a la incorporación de los blogs en las páginas de los diarios digitales y, por el otro, la idea de *moderación* que aparece en estos espacios.

Weblogs en diarios digitales

Al comenzar el trabajo de investigación, una de las primeras cuestiones que me llamó la atención fue pensar por qué los diarios digitales –como clarín.com, lanación.com, críticadigital.com, etc.-, decidieron incorporar weblogs a sus páginas de Internet. Si bien los blogs eran conocidos en la *blogósfera* y en la Red en general, tuvieron un mayor impacto –una mayor cantidad de lectores y un reconocimiento importante- al ser incorporados en los diarios digitales.

²¹⁶ Ver capítulo 5

La masividad de los weblogs en la Red se debe en general a que constituyen una herramienta tecnológica de fácil manejo: permite la publicación de contenidos en la Red sin tener grandes conocimientos sobre programas informáticos (ver capítulo 5). De este modo, en tanto herramientas de fácil publicación se convirtieron rápidamente en espacios alternativos donde los navegantes de Internet podían publicar todo tipo de información sin pertenecer a ningún medio “tradicional” – una radio, un programa de televisión, etc.- ni pagar por tener una página web²¹⁷. Así, al surgir como espacios independientes de los grandes medios de comunicación donde “cualquier”²¹⁸ sujeto puede publicar diversos contenidos (imágenes, información, discursos, etc.) emergió la discusión -en el discurso mediático sobre todo- sobre la relevancia de los blogs como una especie de “periodismo” (ver Rengel López, op.cit).

Por ejemplo, en varias notas publicadas en clarin.com leemos:

“Los ciudadanos-periodistas que utilizan sus blogs o YouTube para producir noticias, ¿representan una amenaza para el periodismo tradicional?”

No necesariamente. Los periodistas tienen que darse cuenta que Internet les ofrece por primera vez la posibilidad de trabajar directamente con los lectores, es decir con los ciudadanos²¹⁹. Tenemos que lograr que la gente nos ayude a informar mejor, ver cómo los ciudadanos pueden involucrarse en nuestro trabajo, de qué manera pueden ayudarnos a verificar la información y a cubrirla, de manera tal que se conviertan con nosotros en editores. Si todo el mundo se pone a hacer periodismo, ¿cuál es rol que le queda a los periodistas?”

²¹⁷ Usualmente para acceder a Internet se debe pagar a un servidor. No obstante, aquellas personas que deseen poseer una página propia dentro de la red debe pagar un monto determinado a algún sitio web.

²¹⁸ Coloque la palabra cualquier entre comillas debido a que como mencione en capítulos anteriores, navegar por Internet está determinado por varios condicionantes como la posibilidad de acceso a las tecnologías, poseer los códigos simbólicos para poder manejarlas, etc. Véase capítulo 3

²¹⁹ Aquí aparecen dos categorías nativas para definir a los sujetos que intervienen de alguna manera en la producción de contenidos e información. Mientras “lectores” se refiere a la audiencia de los medios, la categoría de “ciudadano” resulta compleja dado que en realidad hace mención a esa audiencia “argentina”. Es decir, el uso de la categoría nativa de “ciudadano” en este caso implica que no son periodistas quienes producen información sino las audiencias. Cabe preguntarse entonces de qué modo son considerados los periodistas, ¿o no son también ciudadanos argentinos? Esta idea está asociada a la de “periodismo participativo o ciudadano” que explicaré más adelante.

Ningún ciudadano dedica todo su día a hacer periodismo ni a cubrir todas las historias. Sólo cubren lo que les interesa, y confían en que los periodistas profesionales hagan el resto. La gente tiene otros trabajos” (fragmento de entrevista a Bill Kovach, publicada el 19/11/09 en Clarín²²⁰)

“Con un poco más de cinco años de existencia se puede afirmar que los blogs fueron evolucionando en su incidencia social. De ser en un principio un escenario para escritos privados —diarios íntimos hechos públicos— pasaron a convertirse en una nueva forma de reportar, publicar y también leer noticias. En Estados Unidos, por ejemplo, se dice que la de Irak fue la primera “guerra blog” (como Vietnam fue la primera “guerra televisiva”). Ciudadanos comunes, candidatos presidenciales, periodistas y hasta los mismos soldados recurrieron a este formato para contribuir al debate público y — lo principal— para tener una fuente alternativa de noticias” (fragmento de nota, publicada el 04/06/05 en Clarín²²¹)

En ambos fragmentos, se pone de manifiesto la implicancia de los weblogs para los medios “tradicionales” al formarse como espacios alternativos a los discursos e informaciones que aparecen en ellos. Por esta razón, autores como José Manuel Noguera Vivo (2008) plantean denominarlos “medios sociales” (p. 1) debido a que se encuentran “protagonizados por y para los usuarios” (p. 1). Además de weblogs, el autor menciona como “medios sociales” los foros, las “wikis” —como la página “Wikipedia”²²²—, las salas de chat, las listas de correo electrónico, los mensajes de texto en celulares, etc. Con esta explosión de espacios de publicación de contenidos, Noguera propone que hay una mayor visibilización y acción por parte de las audiencias.

“Las audiencias activas emergieron con fuerza y visibilidad, y los primeros estamentos que notaron cómo se tambaleaban sus cimientos

²²⁰ <http://www.clarin.com/diario/2009/11/19/sociedad/s-02044040.htm>

²²¹ <http://www.clarin.com/suplementos/cultura/2005/06/04/u-988739.htm>

²²² Enciclopedia en la Web producida por diferentes usuarios en la Red. Pero si bien cualquier sujeto puede agregar información a la página, existe un mecanismo de control —hay moderadores— que establecen y limitan los contenidos dependiendo de la relevancia de quien postea y la “veracidad” de la información.

tradicionales fueron lógicamente aquellos que hasta entonces vivían de monopolizar la producción de información: los medios de comunicación profesionales y las industrias culturales” (Noguera, op. cit: 1)

Es decir, surgen los blogs como alternativa a los medios “tradicionales” desde un sentido de competencia y no de complementariedad. Como consecuencia, se dieron dos formas, desde los medios hegemónicos, de abordar estos espacios: 1- la descalificación y 2- la incorporación. Veamos.

En un primer momento, desde los medios se buscaba la descalificación de estos espacios a partir de dos cuestiones. La primera tiene que ver con la fiabilidad de los weblogs, es decir, con la credibilidad de los contenidos publicados en estos espacios ya que quienes postean información no poseen un determinado “reconocimiento” o “aval” de un medio “reconocido”. Esta forma de descalificación tiene su origen en países extranjeros (como España) donde los weblogs tenían una lenta pero progresiva presencia en la Red²²³. En este sentido, es interesante abordar un caso que tuvo un amplio revuelo en España a raíz de este mecanismo descalificador desde personalidades influyentes del diario “El país”. La cuestión comienza cuando José Luis Cebrián – periodista del diario- publica una nota sobre los blogs donde califica a los bloggers como exhibicionistas:

“los blogs fueron ideados para ser leídos, y aun manipulados, por terceros, están llenos de enlaces a otros blogs que los demás escriben y, cualesquiera que sean los valores que en ellos se defiendan o estén presentes, la intimidad no forma parte de ese elenco. Antes bien, podríamos asumir que hay una cierta pasión por el exhibicionismo, a veces bajo la excusa de la comunicación, en toda la actividad que se desarrolla en la red. Al fin y al cabo, quien se abre una gabardina y enseña los genitales a los viandantes busca también una forma de

²²³En nuestro país la relevancia de los weblogs en la Red y su discusión con los diarios tradicionales contaba con los antecedentes de situaciones acontecidas fundamentalmente en España.

comunicarse” (fragmento de la nota “La vida en un blog”, publicada el 05/11/07 en El País²²⁴)

A lo largo de toda la nota, el autor persiste en descalificar desde diferentes puntos la relevancia de los blogs como espacios confiables de “periodismo”. Al contrario, busca mostrarlos como un ámbito donde lo más importante es publicar información sin importar la “veracidad” de lo publicado.

“El éxito fulgurante de los blogs es fácil de comprender. Internet es una inmensa construcción de palabras, una conversación global que fluye simultáneamente en todas direcciones, y en la que el hecho de hablar, de comunicarse, es con frecuencia más significativo e importante que el contenido del propio diálogo [...] De los millones de bloggers activos solo una minoría puede verse encuadrada en la militancia de esa especialidad, en la que el papel del periodista como intermediario entre la realidad y los usuarios de los medios se ve sustituido por el de agitador o promotor de las insinuaciones y deliberaciones ajenas” (fragmento de “La vida en un blog”, publicada el 05/11/07)

La nota continúa con el mismo tono descalificante y acusador, estableciendo que en vez de periodismo, lo que se produce en los blogs son espacios de confrontación por la confrontación misma. Es decir, sin ningún tipo de contenido realmente “importante”. Ahora bien, en contestación a estos dichos, varios bloggers publicaron en sus espacios comentarios a la nota de Cebrián, o sea, se produjo una disputa por el discurso hegemónico sobre estos espacios desde los blogs.

“Cebrián habla sobre los blogs y dice unas cosas muy raras. Suena como si, en el siglo XVII, un impresor con licencia real se pusiera hecho un basilisco porque ciertos personajes se permitían la desvergüenza de publicar pasquines a sus espaldas. Acostumbrado a tratar sólo con gente de orden y con todos los sellos puestos en todas

²²⁴Fuente: http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/vida/blog/elpeputec/20071105elpeputec_1/Tes

las pólizas, parece que le joroba que a un click de El País esté, qué sé yo, por ejemplo Por si las moscas o Daniel Tercero, un par de periodistas sin licencia real. Y atribuye a los blogs una actitud desvergonzada y adolescente. Hay infinidad de blogs de esas características -desvergonzados y adolescentes- y algún periódico también” (fragmento de post del blog “Internet Política”²²⁵)

En este fragmento de post como en otros tantos²²⁶ se produjo una respuesta casi inmediata a las declaraciones de Cebrián. Es decir, al observar estos diferentes discursos sobre los blogs y los bloggers aparece claramente esta disputa por el control de la producción de la información. Si bien este ejemplo es de España, esta situación aún sigue teniendo vigencia (la nota de Cebrián es del 2007) en nuestro país.

Un ejemplo es la nota publicada por Rolando Hanglin en La Nación (ver Moya y Vázquez, 2009) que tiene el mismo fin que la nota de Cebrián: la descalificación de los blogs como espacios “confiables” de producción de contenidos, de información y conocimiento. La nota de Hanglin comienza así “cada circunstancia humana provoca la aparición de tipos que se constituyen en fauna habitual de un determinado ambiente” y sigue de esta manera “en este caso, la tecnología no ha logrado elevar los niveles espirituales del ser humano, sino que ha propiciado la aparición de mil opinadotes animados de un potente resentimiento. Y sin filtro, como se dice ahora” (Nota “La fauna de Internet”, publicada el 29/09/09). Es decir, es clara la tendencia a lo largo de toda la nota de reducir la “confiabilidad y credibilidad” de los bloggers – y diferentes usuarios en la Red- al asimilarlos a la “fauna”, que se asocia en una primera mirada a “animales”. Pero Hanglin no es más que un ejemplo de estos mecanismos de control desde espacios hegemónicos –como el diario La Nación- que pretenden desacreditar a la cada vez más extensa *blogósfera*²²⁷. Obviamente la nota tuvo muchos comentarios que en su mayoría criticaban las palabras del periodista, mientras muchas otras fueron “bloquedas” por el moderador del sitio por comentarios que no cumplían con el reglamento del diario.

²²⁵ Fuente: <http://internetpolitica.com/internet-y-periodismo/escusado/>

²²⁶ Ver también: <http://www.ecuaderno.com/2007/11/05/cebrian-sobre-los-blogs/>; <http://mangasverdes.es/2007/11/06/cebrian-y-el-gran-dictador-de-internet/>; <http://ciberprensa.com/cada-vez-que-cebrian-abre-la-boca-%E2%80%A6/>; etc.

²²⁷ Se denomina “blogósfera” al conjunto de blogs, es una categoría nativa que surgió en estos espacios pero que fue adoptada en el discurso científico como concepto de análisis. En este trabajo no desarrollo este uso académico del término sino que queda como una posible línea de indagación futura.

En este sentido, cabe destacar que cada medio digital tiene un reglamento con normas que establecen qué puede o no publicarse en los comentarios. Por ejemplo, en La Nación, el reglamento de uso explicita en primera instancia:

*“**IMPORTANTE:** Los comentarios publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores y las consecuencias derivadas de ellos pueden ser pasibles de las sanciones legales que correspondan. Aquel usuario que incluya en sus mensajes algún comentario violatorio del reglamento será **eliminado e inhabilitado para volver a comentar**”²²⁸”*

(fragmento extraído de www.lanacion.com)

Del mismo modo, uno de los requisitos para comentar es estar registrado en la página. Al igual que en la página de La Nación, encontramos reglamentos similares en todos los diarios digitales, por lo tanto, vemos que existen mecanismos de control de lo que es publicado por parte del medio. De ahí, deriva la posibilidad de ser “bloqueado” si no se cumplen las normas establecidas de publicación.

Por otro lado, retomando el ejemplo de Hanglin, la discusión por la relevancia de los contenidos en weblogs no sólo se circunscribe a si son confiables o no para producir información, sino que muchas veces la disputa pasa por diferentes temáticas. Un caso es el post del blog “Weblog sobre weblogs”²²⁹ donde el autor denuncia la posible censura de blogs de viajes por las críticas realizadas a diferentes lugares. Como respuesta el blogger establece:

“Una de las grandes ventajas (o problemas dirán otros) de los blogs es que ahora todo el mundo tiene la posibilidad de tener su voz en Internet sin que nadie intermedie entre tu opinión y la búsqueda de otra persona por una opinión de ese producto o servicio... ¿que a veces son duras o poco políticamente correctas? Seguro, pero prefiero

²²⁸ Las palabras resaltadas en negrita se encuentran así en el reglamento.

²²⁹ De los blogs de clarin.com

guiarme por la opinión de algunos viajeros que por la de un vendedor de pasajes...” (fragmento de post publicado el 30/11/07²³⁰)

En este caso la disputa pasa por las implicancias de los blogs en el turismo, pero se extiende a diversos temas. Por otro lado, en la cita resurge la idea de la “participación libre” de cualquier usuario en los blogs. No obstante, esto no es así, sino que existen mediadores –los denominados “moderadores”- que en general son los mismos bloggers. Es decir, la participación se encuentra limitada, por un lado, según las normas de uso de cada medio y, por el otro, por las decisiones que toma cada blogger de publicar o no todos los comentarios (profundizaré este punto más adelante).

Así, la lucha por la hegemonía y el control de lo publicado en los weblogs se da entre quienes detentan actualmente el monopolio de la información – los medios- y quienes están disputando ese lugar al pretender una “democratización” de los contenidos en la Red –los bloggers-.

Ahora bien, a diferencia de estos mecanismos de descalificación por el dominio de lo publicable o publicado en la Red, emerge otro tipo que pretende incorporar esos discursos contra hegemónicos: se produce una especie diferente de control a partir de la incorporación de lo subalterno al discurso dominante. En otras palabras, el hecho de que los diarios digitales incorporen a sus páginas blogs con temáticas diferentes está refiriéndose a otra forma de búsqueda por el control de la información que aparece en Internet. Retomo la idea de que

“la hegemonía sólo se mantendrá a condición de que las clases dominantes consigan poner de su lado todas las definiciones opositoras” (Hall, citado en Hebdige, 2004: 31).

Lo que la incorporación de weblogs a los diarios digitales implica es que la información que circula por ellos se encuentre contenida “dentro de un espacio ideológico que no parecerá en absoluto ideológico” (Hebdige, op. cit: 31).

²³⁰ Fuente:

http://weblogs.clarin.com/weblogs/archives/2007/11/quieren_censura_en_los_blogs_de_viajes_por_criticas_negativas.html

Sin embargo, discursos académicos y no académicos no cuestionan esta incorporación de weblogs a los diarios digitales como mecanismos de hegemonía sino que responde a “una moda” (Noguera, op. cit: 2). Es decir, el avance tecnológico impone a los medios incorporar estos “nuevos medios” para estar actualizados.

“los blogs complementan el periodismo tradicional evaluando, aumentando, y sobre todo filtrando la información de los periodistas”

(Blood, citada en Rengel López, op.cit: 9)

Los blogs aparecen en ambos discursos como complementos, como un nuevo dispositivo tecnológico que debe ser incorporado en términos de comercialización sobre todo. Por ejemplo, en una de las entrevistas realizadas a Vanina, me contaba con respecto al grupo Clarín:

“Clarín es un medio grande con distintos, nosotros los llamamos “productos” internamente, si bien es un grupo que contiene todos aquellos productos pero dentro a su vez de lo que es el grupo digital, Clarín global, tiene, digamos, distintos otros productos, y como toda empresa pretende ser participe de todo lo nuevo y de todo aquello que le puede llegar a servir o ayudar a distintos fines: comerciales, prestigio, de posicionamiento, de branding, digamos de distintas razones, en este caso los blogs” (entrevista a Vanina, 19/06/08)

En este sentido, en tanto blogs pertenecientes a un medio particular terminan siendo incorporados a la lógica del medio. Es decir, se convierten en un espacio más de publicación como lo son las columnas de opinión en los medios “tradicionales” y responden al discurso del medio en el que se hallan. Por ejemplo, Leandro me decía:

“tiene que ver con eso de que los medios están en este momento, de un año o 2 para acá, tienen que tener blogs, no son los mismos blogs que eran ¿no?, yo los comparaba con autos y con taxis, [...] como que los dos son autos pero el blog de clarín es un taxi, lo manejas vos pero no es tuyo, tenés un recorrido fijo, tenés que llegar acá y no podés irte para el otro lado, pero lo vas manejando igual que el auto, lo vas

manejando, la experiencia es similar, el manejo es lo mismo pero no es lo mismo que manejar tu mundo, tu blog, vos tenés tu propio auto y lo podes tunear, le pones lo que quieras, es tu blog. Pero el blog de clarín esta tuneado así y es éste y no lo podes cambiar como el taxi, digamos, no lo podes pintar de violeta porque ya no es un taxi [...] Y además el dueño y el pasajero no pueden hacer lo que quieren sino viajar, no pueden tirarse al costado atrás y dormir, como un auto normal o tomar una cerveza y frenar, no sé

I: si, son distintas cosas

L: distintas cosas pero parecidas, o lo mismo en el fondo” (entrevista a Leandro, 12/02/09)

Si bien al principio Leandro menciona que la inserción de los weblogs a los diarios digitales responde a la necesidad de éstos de ir paralelo al desarrollo tecnológico, la comparación que hace entre los blogs insertos en diarios y aquéllos que no lo están resulta sumamente interesante para comprender el control hegemónico de los contenidos publicados en los blogs desde los medios. En este sentido, la principal diferencia entre los blogs radica en la libertad -aparente²³¹ - que posibilita la independencia de pertenecer a un medio. El estar insertos en la lógica de éstos limita los contenidos, las imágenes, la disposición, los colores, en fin, toda una serie de cuestiones que hacen a los blogs. Esta limitación a los contenidos da cuenta del proceso de hegemonía que imponen los medios a estos “espacios alternativos” desde un mecanismo sutil a diferencia de la llana y agresiva descalificación.

Ahora bien, esta incorporación de los blogs a los medios se encuentra anclada en el concepto *periodismo participativo o ciudadano* introducido desde los medios y los discursos académicos (Rengel López, op. cit; Noguera, op.cit; Frascaroli, 2006). Esta idea conduce a pensar en la participación activa de los usuarios de los blogs -y la Red en general- en la producción de la información. Dicha producción “sería una especie de conversación entre periodistas profesionales y ciudadanos” quienes pueden ser “expertos en distintos ámbitos o testigos de primera mano de acontecimientos” (Rengel

²³¹ Coloqué la palabra “aparente” debido a que, como vimos, no existe una libertad total en cuanto al uso de los weblogs. Al contrario, los servidores de blogs -como Blogger, bloggia, wordpress, etc.- también tienen estructuras de blogs predeterminados entre los cuales el usuario debe elegir uno.

López, op. cit: 9). Es decir, la idea de “participativo” refiere a la construcción de la información, mientras “ciudadano” indica la espontaneidad de la producción y quienes son los que la construyen: la audiencia. Pero esta idea de *ciudadano* es en sí misma conflictiva dados sus múltiples sentidos –desde lo político, lo jurídico y lo económico– construidos históricamente.

Para trabajar esta idea retomo a Susana Villavicencio en su trabajo *Los contornos de la ciudadanía* (2003) donde realiza un recorrido histórico alrededor del concepto “ciudadanía” y establece que se dan dos ideas básicas sobre el mismo en relación al “status”²³² y a los usos políticos del término:

“La noción de ciudadanía como status se ancla en el derecho positivo y en cómo éste define, restringe o extiende derechos civiles, sociales y políticos a determinados sectores de la población nativa o residente en un territorio políticamente unificado [...] el status de ciudadano tiene así un triple registro político, civil y nacional, puesto que desde la modernidad la pertenencia es a un Estado-nación [...pero hay otro sentido del concepto] enfatizando en la acción política más que en el status, puede verse a la ciudadanía como una praxis en defensa del bien público colectivo” (p. 113-114)

Mientras, por un lado, la idea de “ciudadano” hace referencia a los derechos civiles, políticos y sociales de los sujetos en tanto miembros que pertenecen a un estado (en este caso el “ciudadano” argentino), por otro lado, se piensa al “ciudadano” como agente cuyas acciones tienden al bien de la sociedad, al bien público. De esta manera, la idea de “periodismo participativo o ciudadano” tiene que ver con ambos conceptos (status y praxis) debido a que se refiere a la producción de información y conocimiento desde la ciudadanía. O sea, la construcción de contenidos a partir de la experiencia cotidiana de sujetos diversos. El énfasis está puesto en que dicha producción no responde - aparentemente- a ningún medio específico o una agrupación política.

²³² La ciudadanía concebida como “status” da cuenta de la unidad y universalidad “por el cual todos los ciudadanos son iguales en derechos. Ser ciudadano significa ser miembro pleno de la ciudad, y, en tanto tal, ser poseedor de determinados derechos y obligaciones” (Villavicencio, op. cit: 15)

Si bien Villavicencio propone que la idea de ciudadano es producto de luchas y transformaciones en el plano político, económico, social e ideológico no es percibida por los trabajos que abordan el fenómeno de los weblogs o demás redes sociales. Con lo cual, se pierden de vista los procesos hegemónicos y contra hegemónicos que intervienen en la producción de los contenidos en esos espacios. La idea de “periodismo ciudadano” soslaya los mecanismos de control antes mencionados (descalificación y/o incorporación) que atraviesan a los blogs, mostrándolos como espacios de participación “libre”.

Siguiendo con el ejemplo del grupo Clarín, el blog “TN y la gente” es referido –como lo indica su nombre- a los aportes de información y datos por parte de sujetos que no pertenecen al medio TN (canal de noticias “Todo Noticias”). En este sentido, cabe preguntarse ¿quién es “la gente”? ¿aquéllos que acceden al blog o la audiencia del canal de televisión? Inmediatamente aparece una respuesta ante estas preguntas cuando leemos en una nota: “El sitio "TN y la gente" permite que los usuarios aporten fotos y datos sobre la realidad. Así, se convierten en fuentes” y más adelante sigue así: “El portal de Internet da precisas instrucciones para que los usuarios se conviertan en "periodistas" por un rato y aporten sus informaciones, que luego serán chequeadas” (nota “Televisión: el público informa a través de Internet” publicada el 05/12/06²³³).

Surge de nuevo la idea de que publicar o producir contenidos del tipo “información sobre la realidad” corresponde a los profesionales “periodistas” y de ahí aparece el concepto “periodismo participativo” ya que lo que hacen los sujetos es la comunicación de hechos “reales”. Es decir, esta sensación de “convertirse en periodista por un rato” como establece la nota, propone a la audiencia del medio como posibles productores de contenidos y, a la vez, enfatiza -como veremos- la perspectiva de la “democratización de la información que circula por Internet”. Así, la posible producción “libre” de información y la sensación de poder ser “comunicadores” de “lo que pasa en la vida real” son algunas de las implicancias de la idea “periodismo participativo” para los usuarios, del mismo modo que puede generar algún tipo de reconocimiento público para aquél sujeto que publicó alguna información.

²³³ Fuente: <http://www.clarin.com/diario/2006/12/05/espectaculos/c-00501.htm>



Imágenes del blog “TN y la gente”²³⁴

En este sentido, cuando le pregunté a Leandro sobre las formas de participación en los blogs me dice:

*“L: bah yo le digo participativo, periodismo ciudadano es como redundante, las plantas no pueden ser periodistas, así, como fútbol humano, en serio, el periodismo es ciudadano. Se dice ciudadano porque la gente no es periodista pero bueno, hay que ver si es periodista porque antes no había periodismo así como matriculado. Puede ser periodismo que se cuente algo, que alguien que ve algo y lo cuenta a los demás, así, somos **todos** periodistas. Porque la vecina que va al almacén cuenta lo que pasó con el vecino ¿no? La vieja doña Rosa va al almacén y le dice a otra doña Rosa, “che, ¿no sabes lo que pasó?, el vecino se mudó”, y es una noticia. Bueno, ¿qué es periodista entonces?, no sé. Por eso le digo participativo, que tiene que ver con participar, con generar algo” (entrevista a Leandro, 12/02/09)*

La idea de periodismo “participativo” supera, para Leandro, la de “ciudadano” debido a la redundancia del concepto. Todos somos ciudadanos, hasta los periodistas. Entonces es dejada de lado por la idea de *participación* que implica la producción de contenidos. De esta manera, el “periodismo participativo” se refiere a la construcción de información “sobre hechos reales”²³⁵ por parte de cualquier sujeto que quiera compartir esa información en la Red.

²³⁴ Fuente: <http://www.tn.com.ar/>

²³⁵ Esta idea de “hechos reales” la tomo como categoría nativa dado que tanto en los medios digitales como en los blogs se usa para referirse a los acontecimientos “verídicos”, es decir, que han sucedido. Igualmente, cabría preguntarse ¿qué son “hechos reales”? Pero esta pregunta implica un cuestionamiento

Al mismo tiempo, la idea de “periodismo participativo” no sólo se refiere a la participación de los usuarios en los blogs a través de los comentarios (ver capítulo 5) sino que ha sido incorporado para definir la participación de los lectores de los diarios digitales en las noticias publicadas en ellos. En cada noticia existe un espacio para los comentarios con lo cual los sujetos pueden opinar sobre lo leído o bien “agregar” - cuando sea posible- información. Es decir, si bien este concepto emerge con las prácticas a través de los blogs, se ha vuelto un término que da cuenta de la acción de las audiencias mediáticas de una manera más puntual y precisa. Mientras antes de la expansión de Internet los sujetos podían participar solo realizando llamados telefónicos a los canales de televisión o a los programas de radio, hoy los actores suben directamente videos a estos blogs de medios o bien colocan la información en sus propios espacios.

Así, esta idea tiene que ver con los supuestos sobre la “democratización” de la información y el conocimiento que posibilita la Red. En suma, lo que significa la democratización es la ilusión de participación “universal” de los sujetos y grupos sociales al conocimiento. Participación que involucra la producción, la circulación y el consumo de la información.

Ahora bien, este uso cada vez más permanente del concepto no es acompañado como decía antes por un análisis de los procesos hegemónicos mencionados. En el discurso académico (ejemplos como Estalella, 2005; Rengel López, op cit; Frascaroli, op. Cit) no existe una complejización de las relaciones sociales de poder y dominación que se oculta bajo el concepto de “periodismo participativo”. Al usar esta idea para referirse a las acciones de las audiencias sobre los mensajes mediáticos no se cuestiona quiénes son los actores que acceden a ese tipo de participación y cuáles son los mecanismos que intervienen en el control de lo que es finalmente publicado.

En la producción y el consumo de información intervienen una serie de condicionantes – acceso a los medios, apropiación de los códigos para su operatividad, etc.- que son soslayados al usar el termino “periodismo participativo” desde el discurso mediático y académico. Al contrario, pareciera como si lo que quieren hacer hincapié los medios

filosófico que supera este trabajo. En todo caso, puede retomarse al capítulo 3 sobre la problemática real/virtual.

“tradicionales” es la posibilidad “real” de participación en la producción de las noticias. Pero esta posibilidad de participación no solo se encuentra hegemonizada por los medios desde los mecanismos antes mencionados (la descalificación y la incorporación de los bloggers y blogs) sino que dentro de los weblogs existe un modo de “filtrado de la información” (Estalella, 2005: 9) a través de la idea de “moderación” aplicada a los comentarios.

La moderación dentro de los weblogs

La idea de “moderación” se refiere a los mecanismos a través de los cuales los bloggers determinan qué contenidos aparecen en su espacio. La “moderación” tiene que ver directamente con la funcionalidad de los comentarios²³⁶ debido a que dicho control se realiza sobre ellos: el filtrado (Estalella, op. Cit) recae sobre los comentarios. Si bien los lectores de weblogs pueden participar a través de los comentarios, esta interacción no es totalmente “libre” ya que el blogger es quien, finalmente, decide qué comentarios son los que aparecerán en el blog. He ahí un mecanismo de hegemonía *dentro* del espacio sociotecnológico.

En este sentido, Adolfo Estalella (2005) realizó un trabajo interesante sobre el mecanismo de moderación en un blog particular: “Barrapunto”²³⁷. Su trabajo, *Pobrecito hablador. Conflictos por la libre participación en una comunidad colaborativa*, establece que mientras circula la idea de “participación libre” dentro de la comunidad²³⁸ del blog, existe un “sistema colectivo de filtrado de la información que sirve para jerarquizar las contribuciones de los usuarios” (p. 1).

²³⁶ Ver capítulo 4

²³⁷ Fuente: <http://barrapunto.com/>

²³⁸ En su trabajo, Estalella no define qué entiende por “comunidad”, pero a través de la lectura se abstrae una acepción general de la idea. Es decir, como agrupación de individuos que comparten intereses, perspectivas y conocimientos, así como determinadas actividades. En este caso, los miembros de la comunidad de Barrapunto comparten los intereses por informarse sobre las últimas novedades en tecnología, o bien para resolver dudas.

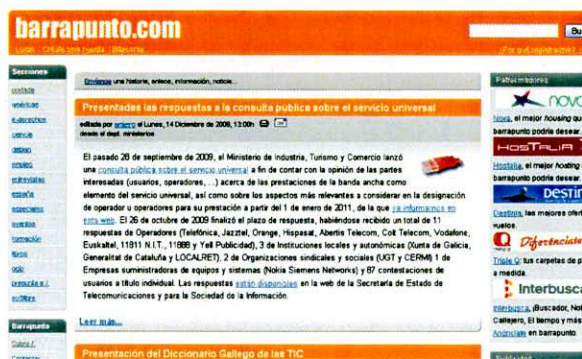


Imagen del blog “Barrapunto”²³⁹

Este blog (a diferencia de otros donde hay un sólo autor) se caracteriza por ser un “weblog colaborativo” es decir que la producción de la información (como “noticias” sobre tecnología y software libre) se da en forma colectiva. El lema que da cabida a este espacio –al igual que los blogs en general- es la “participación abierta” o libre dado que cualquier sujeto –usuario del espacio o no- puede participar. Sin embargo, a partir de un estudio etnográfico, el autor establece que en *Barrapunto* existen dos mecanismos de control de la información publicada en el blog:

1) la “figura del pobrecito hablador” (op. cit: 3). Este mecanismo tiene que ver con la formación de un usuario “registrado” y por lo tanto reconocible dentro de la comunidad del blog (op. cit: 9). De esta manera, el registro de los usuarios permite, según el autor, el acceso a privilegios específicos como “publicar una bitácora personal, calificar contribuciones de otros usuarios y personalizar distintos elementos” (p. 9). La figura del “pobrecito hablador” recae, entonces, en aquellos usuarios que producen información desde el anonimato, o sea, sin estar registrados, y como tales su contribución resulta dudosa. Es decir, se dan dos sujetos básicos: el usuario registrado bajo un nombre, con un historial de publicaciones y, por ende, reconocible y confiable; y el pobrecito hablador, anónimo.

“Los usuarios de Barrapunto acumulan en sus identidades un capital simbólico que valoran y tratan de conservar. Detrás de una identidad hay alguien a quien se le pueden exigir cuentas, a quien se puede interpelar, alguien con una historia que asume las consecuencias de sus intervenciones” (op. cit:11)

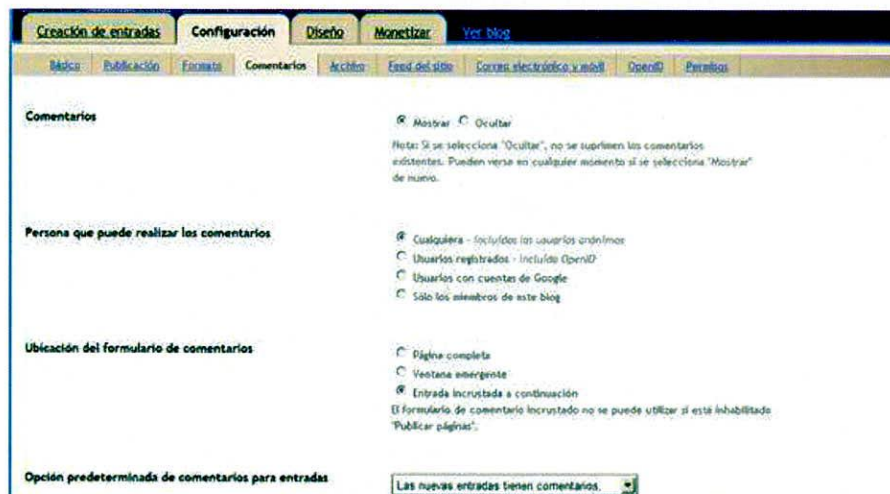
²³⁹Extraída el 14/12/09. Fuente: <http://barrapunto.com/>

De este modo, tener una “identidad” concede una mayor confianza sobre lo publicado, confianza que desaparece cuando los lectores intervienen como “pobrecitos habladores”. Así, Estalella propone que si bien la figura del pobrecito hablador resulta necesaria para la comunidad del blog ya que constituye una “manera de asegurar que la comunidad está abierta a la participación de cualquiera” (p. 11) al mismo tiempo se establece, por un lado, como un mecanismo de control de la información al dotar de veracidad los contenidos publicados por los usuarios registrados y, por otro lado, legitima al usuario que tiene una “identidad”.

Este mecanismo basado en el reconocimiento del autor de la información también se produce en los weblogs en general, dado que a mayor reconocimiento, mayor es la cantidad de lectores que tiene un blog y mayor es la credibilidad sobre lo publicado. Si bien esta “búsqueda” por el reconocimiento social se produce en los espacios de la Red en general, no es el mecanismo de control más importante. En este sentido, aparece la “moderación” como la forma de control que se encuentra establecida dentro de la estructura tecnológica de los blogs y, por ello, resulta la más usada en los weblogs analizados.

2) la “moderación”. Este mecanismo se basa fundamentalmente en el control directo de los contenidos publicados en los weblogs. En su trabajo, Estalella (op. cit) define la “moderación” como “el mecanismo destinado a valorar la calidad de la información” (p. 13) a partir de categorías establecidas previamente, siendo ejecutada por los usuarios registrados – no los “pobrecitos habladores”-.

Sin embargo, la idea de “moderación” supera la propuesta de Estalella al referirse al control directo que el autor del blog ejerce sobre los comentarios que dejan sus lectores. El mecanismo aparece ni bien un sujeto decide abrir su propio espacio.



Esquema tecnológico de la “moderación”²⁴⁰

Existen tres formas de moderar: total, parcial o nula. La moderación **total** es aquella en la cual el autor decide cerrar el espacio de los comentarios, o sea, impide la publicación de comentarios de lectores. En la moderación **parcial**, los comentarios publicados son enviados en primer lugar al autor y éste decide si lo publica o no. Este tipo suele denominarse generalmente como “moderación” porque el autor controla directamente los contenidos ajenos. Por último, la moderación **nula** permite que todos los comentarios sean publicados sin excepción.

Si bien cada tipo de control depende de la decisión del autor, Vanina (cuyo blog se encuentra en clarín.com) me contaba en una entrevista que en los blogs de los diarios digitales es necesario el segundo tipo de moderación –parcial- debido a la cantidad de comentarios que dejan sus interlocutores:

“los blogs pueden tener los comentarios abiertos, moderados o cerrados, en este tipo de blogs [se refiere a los de diarios digitales] honestamente los tenés que tener moderados porque no te queda otra por la cantidad [...] Te lleva tiempo, tenés que verlos por el tipo de comentarios que te dejan, porque, digamos, sino sería realmente un caos porque ya se desvirtuaría en este caso, la intención del blog. Por ejemplo, a mí, en el blog, me ha pasado muchas veces, que la gente entra, dice cualquier cosa y la verdad que los otros [los otros lectores] se enojan” (entrevista a Vanina, 19/06/08)

²⁴⁰ Imagen extraída de un blog de la plataforma Blogger.com

Según Vanina a pesar que ella prefiere los comentarios abiertos – moderación nula- establece que dada la cantidad de lectores que dejan sus opiniones en su blog, resulta necesaria la moderación. Esto se debe a que, muchas veces, las opiniones dejadas por los lectores no tienen nada que ver con la temática del post (entrada) o bien porque agreden verbalmente al autor o a otros comentaristas. No obstante, ella deja en claro que su blog permanece con los comentarios abiertos porque considera que esa es la idea del blog: la presencia de comentarios.

“V: yo tengo en el mío mucha gente y por cuestión personal yo me mantengo en la posición de que tiene que ser abierto [...] La mayoría de los otros bloggers referentes los tiene moderados, o sea, a mí, por ahora, por más que me hayan bardeado y todo, yo prefiero tenerlo abierto [...] pienso que los blogs que tienen comentarios moderados ya ni siquiera los consideraría blogs por más que las herramientas sean las mismas y por más que las características generales sean las mismas. Para eso es lo mismo tener una página Web personal y ya está [...] podés hacerte una página de opinión o informativa pero no es un blog

I: claro no entran como...

V: no. Directamente no te dan la posibilidad de comentar. Es una opinión mía, personal; es una discusión eterna en los bloggers, justamente, con los que los tienen cerrados” (entrevista a Vanina, 19/06/08)

En este fragmento de entrevista se destacan dos cuestiones. La primera, que la práctica de la moderación es constante en la mayoría de los blogs de diarios, cuestión que no sucede en los blogs de, por ejemplo, la comunidad de clarín.com ya que allí no se modera en general. La diferencia radica, por un lado, en la cantidad de lectores que tienen los blogs de los diarios digitales y los blogs de la comunidad de Clarín y, por otro lado, relacionado a esto, la legitimidad que tienen los autores de blogs de diarios dado que son “profesionales” especializados en los temas que tratan en sus blogs. En general, los bloggers de diarios son periodistas (de hecho mis informantes eran todos periodistas) con una cierta trayectoria en el periodismo; trabajan en los noticieros de los medios de esos diarios (por ejemplo, muchos bloggers de clarín.com son periodistas de Canal

Trece), o son bloggers reconocidos de la blogósfera. De este modo, la información que publican aparece rodeada de una cierta legitimidad mientras los blogs de la comunidad de clarín no la poseen dado que son sujetos que quisieron tener su blog en la plataforma posibilitada por el medio.

En este sentido, Leandro me decía:

“yo no modero mucho, no controlo tanto, y eso que me cagan a puteadas todo el tiempo. Es famoso el blog por, ahora no tanto, pero cuando el post es así urticante... y, te van a putear. No modero mucho, la verdad no, muy poco: cuando insultan mucho o se insultan entre ellos o mandan publicidades o cosas que no tienen que ver con el post; o algo de mi vida privada, o cosas que no tienen que ver [...] digamos, es muy loco porque a veces me ven por la calle; una vez llegó un comentario: “chê, te vi en la calle caminando” no sé que. Son cosas que vos decís, ¡uh!, se te va de las manos, y eso lo borro” (entrevista a Leandro, 12/02/09)

Es decir, la moderación es ejercida, sobre todo, cuando los comentarios exceden en demasía el tema del post (desde injurias hasta la revelación de datos personales). Veamos otros dos ejemplos mencionados en entrevistas on line:

“I: En relación a la moderación, ¿qué tipo de moderación realizas? (en el sentido de si publicas todos los comentarios o los seleccionas) ¿por qué?

C: Publico el 99%. No publico la publicidad descarada y los trolls²⁴¹ que vienen con la única intención de molestar” (entrevista a Carolina, 15/07/08)

“I: ¿Tuviste algún problema alguna vez con algún comentarista?

M: tuve un sólo comentario, que, por el tono, era de algún adolescente, que no entendía de que iba la idea. Diciendo algo así como “¿dónde

²⁴¹ Se denomina “trolls” a las publicaciones que perjudican o buscan provocar a otros sujetos, desde insultos hasta publicidad o propaganda. Hoy en día, en Internet, un trol puede referirse a una persona que provoca a otro a partir de diversas acciones.

estudiaste cibercultura ehh?" y bueno, luego los insultos y descalificaciones. Le escribí contándole quién soy, qué hago y por qué iba a eliminar su comment. Como para que si le interesaba el tema siguiera por otro lado y se maneje mejor" (entrevista a Martín, 24/11/09)

En ambos ejemplos, la moderación aparece como necesaria cuando son descalificaciones e insultos, es decir, el mecanismo de control se realiza cuando el autor entiende que la moderación es imprescindible. Sin embargo, como planteaba Vanina más arriba, numerosos bloggers atendiendo a estas situaciones de insultos y publicidades que nada tienen que ver con el blog decidieron directamente bloquear los comentarios. O, en otros casos – aunque son muy pocos–, se deja la moderación nula, con lo cual aparecen en la sección de los comentarios todas las opiniones volcadas. No obstante, recordemos que los diarios digitales poseen un reglamento con normas de uso de los blogs y, por lo tanto, aunque el autor deje la moderación nula, los editores del diario pueden decidir “borrar” o “bloquear” aquellos comentarios que consideren injuriosos o que faltan al reglamento²⁴².

La segunda cuestión que aparece en el fragmento de entrevista con Vanina, es la disputa entre bloggers²⁴³ por el tipo de moderación que se lleva a cabo y cómo esas acciones influyen en las percepciones acerca de los blogs como espacios de participación libre. Como establece Vanina, un blog sin comentarios es más parecido a una página web que a un blog²⁴⁴ debido a que la propia estructura tecnológica del blog impone la presencia de comentarios.

“I: para la estructura del blog el comentario es como...

V: es como la esencia, si [...] es la posibilidad de comentar, digamos, que los lectores comenten sus artículos, retroalimenten esa información o esa opinión, la debatan, la discutan; que, generalmente,

²⁴² Cabe destacar el hecho que en los diarios digitales, los mismos lectores de blogs pueden “denunciar” comentarios y entonces los editores del medio anulan esos comentarios. Es decir, la posibilidad de moderación siempre está, sea por parte de los autores, el medio o los mismos lectores.

²⁴³ Recordemos que cada vez que menciono a los bloggers me refiero siempre a los autores de blogs, a los sujetos que realizan una práctica específica que es publicar contenidos en un blogs y no a una posible “identidad blogger”.

²⁴⁴ Ver Introducción

si es un debate interesante no solamente enriquece al blogger y al post, sino que a veces pasan muchas cosas más interesantes en los comentarios que en el post mismo” (entrevista a Vanina, 19/06/08)

Es decir, el sistema de comentarios tiene una implicancia fundamental en los blogs. No sólo por la dinámica que se establece entre los lectores (quienes comentan) y los autores, sino por la formación de lazos sociales –como de amistad- que se forman entre los lectores mismos. Como vimos en el capítulo anterior, uno de los motivos por los cuales los sujetos deciden abrir un blog es la posibilidad de “conectar gente”, de “conocer otras personas”.

La idea de *participación* dentro de los weblogs se basa principalmente en el intercambio fluido entre los autores y sus lectores a través del comentario: una instancia que permite la participación en forma de diálogo y posibilita la incorporación de información nueva al post.

De este modo, frente a la ilusión sobre la “participación abierta” o “la democratización de la información” que circula por los discursos académicos y no académicos a partir del desarrollo de la Red, aparecen diversos mecanismos de control sobre la producción de contenidos en la Internet misma. Ya sea desde lo social (la legitimación y el reconocimiento social de los autores) y/o desde lo tecnológico (la estructura de moderación en los comentarios que viene impuesta en los blogs).

En el caso de los weblogs de diarios digitales los dos mecanismos más usados son la descalificación y/o incorporación de diversos blogs, y la moderación de los comentarios dentro de cada weblog.

CAPÍTULO 7

Reflexiones sobre la mediación tecnológica en la investigación antropológica

La *mediación tecnológica*²⁴⁵ se da en toda la experiencia social, inclusive en la investigación antropológica. Como vimos en los primeros capítulos, el impacto que dicha mediación tiene en la vida cotidiana (desde la formación de nuevas formas de comunicarnos, de relacionarnos, de pensar y de actuar sobre el mundo que conocemos hasta la redefinición de viejos modos de interacción y pensamiento) necesita ser abordado por la Antropología en tanto ésta puede analizar los procesos socioculturales que emergen con el uso de las tecnologías en general y las digitales – como la computadora, Internet, los teléfonos celulares- en particular.

Sin embargo, no sólo la Antropología puede (y debe) analizar esos procesos sino que se encuentra ella misma atravesada por ellos. En este sentido, la mediación tecnológica aparece como objeto de investigación y como herramienta para la misma²⁴⁶. De ambas, me interesa analizar aquí el uso de las tecnologías como soportes para el análisis antropológico. Si bien existen numerosos trabajos sobre la investigación – el “ir” al campo- con cámaras de video y cámaras de fotografía (sobre todo desde la Antropología Visual), son pocos²⁴⁷ los trabajos que reflexionan sobre el uso de una computadora e Internet como medios a través de los cuales el antropólogo realiza su investigación.

De este modo, la mediación de la computadora e Internet planteaba una serie de cuestionamientos metodológicos sobre cómo podía yo –como investigadora- ingresar o “ir” al campo²⁴⁸ dado que éste estaba atravesado por la mediación tecnológica (las relaciones entre bloggers y lectores en el espacio del blog). Es decir, el campo se fue construyendo a partir de las interacciones que mantenía con los bloggers y, en este sentido, fui recorriendo, al igual que mis interlocutores, diferentes y múltiples contextos

²⁴⁵ Ver capítulo 2

²⁴⁶ Ver capítulos 1 y 2

²⁴⁷ Sin embargo puedo mencionar los trabajos de Marian Moya (2007), Elisenda Ardévol (2002, 2003, 2006), Adolfo Estalella (2005, 2006), Sherry Turkle (1995), Christine Hine (2000), etc.

²⁴⁸ Para más detalle, ver capítulo 2

donde se daban las relaciones entre ellos²⁴⁹: desde los blogs, hasta reuniones en bares o en congresos sobre tecnología.

Así, cuando decidí hacer la investigación sobre weblogs, la primera dificultad que apareció fue cómo hacer etnografía a través de una computadora e Internet. Las principales técnicas usadas en Antropología como las entrevistas y la observación participante debían estar, en algunos casos²⁵⁰, mediadas tecnológicamente. Si bien los antropólogos visuales también encuentran sus trabajos mediados por cámaras de videos, la presencia de Internet en el trabajo de campo aparenta derrumbar los cimientos del método etnográfico de una manera mucho más drástica que una simple cámara de video. Pero esto no es tan así.

Del mismo modo que el uso de una videograbadora conduce al replanteo de cómo es construido el “campo”, cómo se establecen los vínculos con los interlocutores, cómo es construida una “imagen” como dato de campo, etc.; el uso de Internet establece los mismos planteos con las mismas implicancias epistemológicas y metodológicas. Dichas implicancias van desde el cuestionamiento a las ideas de “etnografía” (Marcus, 1995; Miller y Slater, 2004), “campo”, “tiempo”, “espacio”, “virtual” y “cultura” (Wright, 2007), hasta las técnicas metodológicas fundamentales como la observación, la participación, las entrevistas semiestructuradas, etc.

Sin embargo, el uso de una tecnología como Internet da cuenta de transformaciones, en la metodología sobre todo, cuya visibilización es más inmediata dado que la sola idea de hacer Antropología sobre y a través de Internet conduce a la pregunta más frecuente (de la cual he sido –y soy– testigo en los congresos, jornadas y en cuanto encuentro académico tengo): ¿cómo se articulan los clásicos – como los trabajos de Malinowsky, Lévy Strauss, Boas, Geertz, Clifford, Mead, Bateson, etc.- con la investigación de Internet? Cabe destacar que estas reflexiones sobre la mediación de las tecnologías en el trabajo de campo antropológico fueron y son producto de discusiones dentro del marco del equipo de investigación al cual pertenezco²⁵¹.

²⁴⁹ Estos movimientos por diferentes contextos se encuentran insertos en la Etnografía Multisituada propuesta por George Marcus. Ver capítulo 2.

²⁵⁰ Digo algunos casos debido a que también realicé una etnografía presencial.

²⁵¹ El cual tiene, como uno de los objetivos, la discusión y reflexión epistemológica y metodológica de la investigación antropológica mediatizada por los medios audiovisuales. El equipo se encuentra radicado en la Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras.

Ahora bien, tal pregunta puede ser reformulada en torno a las posibilidades de adecuar o redefinir las técnicas etnográficas de investigación a los nuevos procesos que emergen con las tecnologías digitales, por un lado, y a las posibilidades que instauran estos procesos de reflexionar sobre nuestro quehacer cotidiano como antropólogos, por el otro. Es decir, conducen a una reflexión permanente de las ideas teóricas que enmarcan el trabajo de campo etnográfico y de la forma en que lo realizamos.

En este sentido, pensar sobre los modos en que podía hacer etnografía a través de Internet me llevó a tomar, a medida que avanzaba en el proceso de investigación, una serie de decisiones metodológicas que determinaron mi experiencia en el “campo”. Si bien como usuaria de Internet poseía un cúmulo de conocimientos previos sobre cómo “navegar” en ella (poseo dos correos electrónicos, un perfil en Facebook, una cuenta de MSN, busco diversos tipos de contenidos –desde música hasta imágenes y textos), no era “lectora” de blogs ni mucho menos tenía un blog; tampoco leía los diarios digitales. Por tal motivo, mi experiencia en la *blogósfera*²⁵² era nueva, no tenía ni idea de cómo era un *blog*²⁵³, ni de cómo funcionaba, etc.

Mis primeros pasos en la blogósfera fueron a través de una lectura casi sistemática de blogs diferentes, de los cuales ninguno se encontraba incluido en diarios digitales. Esta primera aproximación me permitió comprender algunas estructuras básicas como los *comentarios*, los *blogroll*²⁵⁴ y los *links*²⁵⁵ así como la estructura de la información y los contenidos en los blogs.

En un segundo momento, empecé a leer diferentes blogs de clarín.com y lanacion.com debido a que son los diarios impresos que más leo. La selección de estos dos medios se debe, sobre todo, a que constituyen dos de los diarios que tienen mayor tirada no sólo en Capital Federal, sino también en el resto del país, lo cual considero destacable por el hecho de que compiten con diarios locales. De acuerdo a cifras publicadas por el Instituto de Verificación de Circulación, Clarín y La Nación se posicionan primero y segundo respectivamente dentro de los 10 periódicos con mayor tirada en el país.

²⁵² Ver capítulo 5 y 6

²⁵³ Ver capítulo 5

²⁵⁴ Ver capítulo 5

²⁵⁵ Ver capítulo 5

Los últimos datos obtenidos acerca de la circulación del 2009 fueron: Clarín: 348.757 ejemplares impresos vendidos –promedio- de lunes a domingo; La Nación: 137.842 ejemplares impresos vendidos –promedio- de lunes a domingo²⁵⁶. Sin embargo, si comparamos las estadísticas de los últimos cuatro años (desde el 2006), ambos diarios están sufriendo un descenso en las ventas cada vez más significativo –aunque permanecen punteros en las ventas-; mientras aumentan las visitas de sus páginas digitales. De este modo, al ser los más vendidos y visitados en Internet, supuse que participan de una forma más profunda en la constitución y reproducción del discurso mediático hegemónico.

Ambos medios poseen una larga trayectoria en nuestro país. La Nación fue fundado en 1870 representando los sectores ricos de nuestra sociedad, de hecho, se considera a sí mismo un diario “tradicional” cuyo formato (sábana) hace pensar una audiencia de clase media-alta, que para leerlo necesita estar cómodamente sentada. Lo cual coincide con el perfil que el diario tiene de sus lectores, a los cuales ve como personas que realizan actividades recreativas, culturales, con un nivel de instrucción elevado, mayoritariamente varones que superan los 45 años (estos datos podían encontrarse en la página web del diario durante el 2006, pero hoy han sido extraídos de la página). En este sentido, *La Nación* se posiciona a sí mismo como un diario serio, cuyo mensaje está destinado a un público general pero con un buen nivel cultural. Clarín, a diferencia de La Nación, nace en 1945 con un diseño distinto: el tabloide, que permite un manejo más cómodo del diario al ser más compacto; por ejemplo, es muy usual ver sujetos en los medios de transporte leyendo el diario mientras que casi no sucede con La Nación. En general, los temas que aborda Clarín son locales, entre lo que se destacan los deportes y “espectáculos”. Según datos estadísticos que figuran en la página web del Clarín, este medio (Clarín.com²⁵⁷) posee en promedio 550.000 “usuarios únicos”, es decir, usuarios que entran a la página y son contabilizados sólo una vez –aunque entren durante el día más de una- por día.

Si bien siempre hubo acuerdos y tensiones entre los medios –sobre todo Clarín y La Nación- y el Estado, luego de la promulgación en el 2009 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual impulsada por el actual gobierno de Cristina Fernández de

²⁵⁶ Fuente: <http://www.eldsd.com/eldsd/zonadura/2010/marzo/zd-17-marzo-2010.htm>

²⁵⁷ Surge en el año 1995 como un “sitio de noticias”.

Kirchner, hubo un quiebre en las relaciones entre ambos actores. Principalmente entre el Grupo Clarín y el Gobierno debido a que este último nacionalizó la transmisión de los torneos de fútbol que eran monopolizados por TyC Sports, miembro del Grupo Clarín. A partir de allí, las tensiones fueron en aumento y aún hoy continúan, especialmente por las desventajas que impone la Ley al medio ya que pretende ampliar la oferta de discursos mediáticos al otorgar mayor oportunidades de publicación a medios pequeños e independientes²⁵⁸. En cierto sentido, la Ley busca “ampliar las voces” pero nace en un contexto de conflicto entre el Grupo Clarín y el gobierno (Ahora bien, debido a la extensión que impone hacer un análisis de este conflicto entre los actores mencionados, queda como futura vía de investigación antropológica; no obstante, considero menester mencionar la situación política en la que hoy se encuentran estos *megamedia*²⁵⁹).

Ahora bien, volviendo a mi trabajo de campo, cuando comencé a realizarlo (fines del 2007) los blogs ubicados en ambos diarios eran pocos (entre 5 y 10) y abarcaban diversas temáticas (humor, cocina, deportes, política, economía y tecnología). Resalto aquí, que incluido en Clarín digital se encontraba el blog “Mundo Locutorio” (ver Introducción), que problematizaba, desde una perspectiva antropológica, las interacciones de los sujetos que concurrían a dos locutorios. Este blog constituyó un marco de referencia para mi investigación al cuestionar la mediación de la tecnología en los juegos y en las relaciones que, a partir de la participación en éste, los sujetos establecían entre sí. Por ejemplo, en su primer post, las autores publican:

“El uso de Internet está transformando -entre otros varios cambios- las formas de sociabilidad. La difundida creencia que sostiene que “la conexión a Internet produce aislamiento” se derrumba: por el contrario, genera nuevos vínculos entre las personas que frecuentan

²⁵⁸ Sobre todo, uno de los ejes del conflicto entre los medios y el Gobierno es el monopolio que ejercen el Grupo Clarín y el Grupo La Nación sobre Papel Prensa (empresa papelera que produce el papel destinado a periódicos y revistas de todo el país). Este monopolio, que además es compartido con el Estado desde 1976, impone altos precios para el papel con lo cual los medios pequeños no pueden acceder al mismo del igual modo que estos dos grupos de medios. Para ampliar ver:

http://www.politicaymedios.com/medios/Papel_Prensa_Clarin_y_La_Nacion_incumplieron_un_fallo_judicial_20100310202228.php; <http://pdf.diariohoy.net/2008/05/05/pdf/cuerpo.pdf>;

<http://www.criticadigital.com/imprensa/index.php?secc=nota&nid=34491>

²⁵⁹ La idea “megamedia” hace referencia a los grandes grupos de medios: que aglutinan diferentes tipos de canales de información (desde diarios, canales de televisión, frecuencias de radio, páginas de Internet, empresas de Televisión por Cable, etc.). Ver Alger, 1998.

estos 'mundos locutorios'" (Fragmento de post, publicado el 24/4/07²⁶⁰)



Imagen del blog "Mundo Locutorio"

El resto de los blogs insertos en los diarios digitales mencionados (Clarín y La Nación), estaban a cargo de bloggers (más o menos conocidos en la blogósfera, en general, a través de rankings de páginas como "Technoratti", "blogspot", "bloggia", etc.) y de periodistas o profesionales de los medios (es decir, que ya trabajan en las ediciones impresas o en los programas de televisión, etc.). De estos blogs, sólo aquellos de "humor" (en clarín.com había dos: "Almacén"²⁶¹ y "Yo contra el mundo"²⁶²) eran los que poseían una gran cantidad de lectores (comentaristas) – entre 50 y 100 comentarios cada post-.



Imágenes de los blogs "Yo contra el mundo" y "Almacén"

Es decir, cuando empecé el trabajo de campo eran (relativamente) pocos los lectores y los autores que leían o publicaban -respectivamente- en blogs de diarios digitales. De los diarios analizados (clarín.com; lanacion.com; criticadigital.com; perfil.com), Clarín

²⁶⁰ Fuente: <http://weblogs.clarin.com/mundolocutorio/archives/2007/04/>

²⁶¹ <http://weblogs.clarin.com/almacen/>

²⁶² <http://weblogs.clarin.com/podeti/>

y La Nación fueron los primeros en incorporar weblogs en sus páginas digitales, siendo la página de Clarín la que albergaba un número mayor (30 blogs activos²⁶³).

Cuando volví a hacer trabajo de campo sobre los blogs en marzo del 2008, me impresionó cómo la cantidad de blogs en dichos diarios había aumentado casi exponencialmente²⁶⁴, sobre todo en Clarín. De hecho, este diario había incorporado una “comunidad”²⁶⁵ blog en su página. Además de los bloggers del diario, se creó un servidor (que ellos llaman “comunidad”) donde cualquier usuario/ lector de la página puede abrir su propio blog. En este sentido, una de las primeras preguntas que les hacía a los bloggers de la “comunidad” tenía que ver con los motivos por los cuales decidían abrir un blog en Clarín²⁶⁶:

I: ¿Cuáles fueron los motivos por los que decidiste abrir un blog en Clarín.com?

M: Ya tenía un (unos) blog en blogspot y recibí una invitación a los blogs de Clarín. Me pareció una oportunidad para generar temas en otro ámbito, de mayor visibilidad, con temas más generales (no tan de nicho, ni tan personal)” (entrevista on line a Martín)

I: ¿cómo surgió tu blog en Clarín blogs?

M: Navegando por Clarín digital, no sabía como era el tema de los blogs, y en 3 pasos me hice uno. [...]

I: ¿Por qué escribís en un blog? Y, ¿por qué del tema tratado en el blog?

²⁶³ Son activos porque los autores publican de modo permanente, mientras hay blogs en “archivo” que fueron “abandonados” por sus autores pero las entradas publicadas durante su período de vigencia permanecen disponibles para cualquier sujeto que desee leerlas.

²⁶⁴ De hecho, en julio de 2008 Clarín contaba con 36 blogs activos; Crítica con 8; La Nación con 8 y Perfil con 12. Se ve claramente la importancia de estos espacios para Clarín a diferencia de los otros medios.

²⁶⁵ La categoría “comunidad” es nativa, y en general se refiere a personas que “pertenecen” a un grupo en particular o que poseen elementos en común (Ver también capítulo 2) En este caso, la “comunidad blogger” de Clarín da cuenta de dos cuestiones, la “pertenencia” del blog a la página de Clarín y la posesión de un blog. La idea de *comunidad* que trabajo aquí no es una categoría analítica debido a que constituye una cuestión muy amplia para ser debatida en este trabajo pero, no obstante, queda pendiente de ser discutida.

²⁶⁶ Destaco que varios de los bloggers ya poseían un blog en otros servidores.

M: Escribo por compartir algunas cosas, las que leíste son un buen ejemplo, el tema es como dice el título del blog, Hasta donde la tecnología nos maneja un poco la vida, o más bien, qué haríamos sin ella hoy día...” (entrevista on line a Matías)

Como se ve en ambas respuestas, en general la apertura de un blog en un medio radica en la “visibilización” que puede adquirir²⁶⁷ (o no) el blog debido a que los lectores de los diarios digitales ingresan también a la sección de la “comunidad” blog (en el caso de Clarín Blogs) y en los blogs de los diarios. Es decir, la posibilidad que brinda el “pertenecer” a un medio de tener varios lectores resulta uno de los motivos por los cuales son abiertos blogs en Clarín²⁶⁸. En cierto sentido, lo que se busca es el ser leído ya que, si bien no queda explícito en las entrevistas realizadas, los sujetos que publican en Internet “saben” que lo publicado en la Red es posible de ser visualizado por cualquier usuario²⁶⁹.

Pero la lectura y la participación en blogs no alcanzaba como técnica de investigación; sentía la necesidad de tener algún contacto “cara a cara” con los sujetos que leía para satisfacer de alguna manera mi ansiedad etnográfica (es decir, la participación e interacción con los sujetos por fuera del ámbito de la Red dado que no me sentía haciendo “campo” –aunque esto lo cuestioné más avanzada en mi trabajo²⁷⁰) y por lo tanto tuve varios tipos de entrevistas con bloggers de distintos diarios digitales especialmente de Clarín y Crítica Digital.

Dichas entrevistas²⁷¹ fueron semiestructuradas siendo, en general, realizadas en bares de

²⁶⁷En cierta medida es una “visibilización” esperada. Digo “esperada” porque si bien hay una clara influencia entre los diarios y los blogs, el sólo hecho de tener un blog en uno de los diarios digitales no garantiza que el mismo sea “leído” o “comentado”. Depende mucho de la temática elegida por el blogger ya que mayoritariamente los blogs que más atraen la atención son los relacionados con temas políticos o de humor. Esto se debe a la controversia que generan los blog de política, mientras el humor implica “tomar con gracia” los chistes y bromas que hacen los autores sobre determinados aspectos de la vida cotidiana. Ambas temáticas incitan al diálogo y, muchas veces, al conflicto por la defensa de lo que cada uno cree y apoya en consecuencia.

²⁶⁸Existen otros motivos que los desarrollé en el capítulo 4

²⁶⁹En este sentido cabe aclarar que existen páginas en Internet que requieren la suscripción a las mismas como usuarios registrados, con lo cual, para “bajar” la información deseada es necesario registrarse con un nombre y un mail -generalmente-.

²⁷⁰ Ver capítulos 2 y 3

²⁷¹Para definir entrevista me parece apropiado citar a Rosana Guber “Entendida como relación social a través de la cual se obtienen enunciados y verbalizaciones, es además una instancia de observación, al

la Ciudad de Buenos Aires durante el 2008²⁷² y enero del 2009, aunque también realicé entrevistas a través de mails (dado que, ante mi solicitud de tener una entrevista, me decían que les mande las preguntas que yo quería hacerles por esta vía) y entrevistas a través del MSN.

La idea acerca de la *entrevista* como *relación social* es la que guiaba mis encuentros, por lo tanto, las preguntas que formulaba buscaban que mis interlocutores pudieran *explayarse* en sus comentarios, así como pretendía lograr una situación de diálogo “distendida”. Cabe destacar que mientras las entrevistas “cara a cara” fueron realizadas a sujetos que trabajan para los diarios –varios eran remunerados y profesionales periodistas–, los encuentros con bloggers de la “comunidad” de Clarín fueron grupales²⁷³ (o sea, encuentros organizados por bloggers que buscaban “conocer” los sujetos con los cuales interactúan todos los días a través del blog, encuentros de “amigos”).

En este sentido, y después de hablar con varios bloggers, decidí abrir mi propio blog en la “comunidad” de Clarín.

La experiencia de “ser blogger”

La idea de tener mi propio blog surgió especialmente luego de tener una entrevista con una blogger de Clarín.com, Vanina. Ella me propuso que creara mi propio espacio para que pudiera entender lo que me explicaba. Así lo hice. Abrí mi blog en la comunidad de Clarín.com porque quería ver cómo era la dinámica de la comunidad.

material discursivo debe agregarse la información acerca del contexto del entrevistado, sobre sus características físicas y su conducta” (1991: 205).

²⁷² Las entrevistas fueron realizadas de modo esporádico, de acuerdo a las posibilidades de tiempo de cada blogger. Muchos de ellos hacen viajes a otros lugares del planeta durante todo el año así que luego de contactarlos debíamos ponernos de acuerdo para encontrarnos.

²⁷³ Por ejemplo, el 2 de mayo de 2008 se realizó un encuentro en un bar (“El Galeón” ubicado en la Ciudad Autónoma de Bs. As.) al cual asistimos unos 25 o 30 autores de un blog de la comunidad de Clarín. Me llegó la invitación de la reunión por medio del blog de los editores de la “comunidad”, donde unos cuatro bloggers convocaban a cualquier “blogger” de la comunidad a juntarse ese día. Era la primera vez que me juntaba con unos bloggers que no fueran los de un medio así mis expectativas eran enormes. Cuando llegué al lugar, los que ya estaban me preguntaron si yo era “maiwa” que era mi Nick en mi blog, y así, nos íbamos conociendo a partir de “reconocernos” por los nombres con los que figurábamos cada uno. Link de la convocatoria: <http://blogs.clarin.com/novedadesclarinblogs/2009/04/27/encuentro-blogueril-palermo/>

Pero el primer problema que tuve fue elegir el tema de mi blog. Como éste tenía una finalidad meramente experimental -quería probar cómo era tener un blog y además había leído un trabajo de Adolfo Estalella y Elisenda Ardévol (2007) sobre la posesión de un “blog de campo” como una herramienta de participación en la blogósfera- resolví plantearlo como un blog sobre Antropología y blogs. Es decir, desde el primer momento lo propuse como un blog donde publicaría contenidos que se relacionaran con la investigación antropológica sobre los blogs.

Los investigadores Ardévol y Estalella (op. cit) plantean la necesidad de que los sujetos que participen de la investigación sobre y a través de Internet sepan que los investigadores estamos allí; o sea, establecen la pertinencia de desarrollar a lo largo de una etnografía “virtual” una perspectiva ética que sea dialógica. Así, los autores plantean que mientras en el trabajo de campo clásico el etnógrafo está presente físicamente, en la investigación sobre la Red el investigador puede pasar sin ser conocido. De este modo, los autores proponen que el trabajo de campo en Internet conlleva informar a los diversos actores con los cuales el investigador interactúa sobre su presencia en la Red como investigador (por ejemplo, en las entrevistas por mail y por MSN).

Si bien esta propuesta tiene varios puntos positivos, como el planteo dialógico, cae en una serie de desacuerdos sobre todo en torno al “anonimato” y la presencia “física” de los sujetos en la Red. Con lo cual, se abstrae de la lectura del trabajo mencionado la idea de que no hay una presencia “física” del investigador en Internet sin cuestionar que se entiende por “presencia física”, aunque puede deducirse que se vincula con las interacciones “cara a cara”. Ante la falta de “visibilidad” del investigador en el campo, los autores proponen la apertura de espacios en la Red donde los etnógrafos den cuenta de su presencia.

Como vimos en el caso de los blogs, esta idea sobre el anonimato de los actores es discutida debido a que las interacciones en ellos requieren de la explicitación de los actores para lograr un cierto reconocimiento. El participar como anónimos en los blogs instaura un descreimiento sobre lo publicado, por eso, el participar como sujetos con

una identificación determinada²⁷⁴ permite interactuar con otros de la misma forma en que se dan las relaciones en otros espacios (el trabajo, la escuela, etc.).

Al buscar comprender cómo se daban las interacciones a través de pseudónimos estables, decidí no poner mi nombre sino utilizar un nick²⁷⁵ con el cual firmar los post y comentar en otros blogs (en general son poco los bloggers que ponen un nombre en el blog de la comunidad, mientras que los bloggers –profesionales– que trabajan para los diarios sí tienen su nombre completo así como su profesión. Esta “veracidad” de los datos personales es clave para muchos investigadores, como Estalella, porque establecen que, para los lectores de los weblogs, conocer quién escribe en un blog le da al mismo un mayor reconocimiento y por lo tanto mayor validez). De esta manera, quería experimentar cómo los nicks actúan como signos de identificación y, por lo tanto, permiten desarrollar una subjetividad específica.

Destaco que, mientras las relaciones que mantenía a través del blog se daban por medio del nick, mi participación en los blogs de los diarios (o sea, ajenos a la “comunidad de Clarín”) se dio con mi nombre. Esta situación no fue planeada, sino que se dio así. La razón de la misma radica en que al interactuar con los bloggers de los diarios por medio de mi correo electrónico debía poner mi nombre porque, además, ya está dado en la firma con la cual envío los mails. Por otro lado, cuando abrí el blog, dentro de las instrucciones se solicita que se coloque un apodo –que no fuera mi nombre– con el cual firmaría a partir de allí los posts. Desde entonces, los bloggers con los que interactuaba por medio del blog me conocían por ese apodo.

Una vez creado el blog y el nick, las dificultades que se me presentaron fueron muchas, entre las que destaco la sensación de tener que “postear” algo de manera muy periódica para, de esa forma, aparecer en la página central de la comunidad.

En la “comunidad” de Clarín los weblogs están separados por temas. Cada tema se halla en una pestaña particular. En mi caso, primero tuve el blog en la sección de “medios”

²⁷⁴ Por identificación determinada me refiero no sólo a la publicación del nombre (apellido, profesión, lugar donde trabaja, etc.) de los actores, sino que muchas veces el tener un nick estable (como mis interlocutores, por ejemplo, “el Magnífico”, “Lady”, etc.) también es signo de credibilidad: los sujetos se reconocen entre sí por el uso permanente de esos “nicks” y de ahí por su trayectoria con ese “nombre”.

²⁷⁵ Apodo

debido a que la temática central era la investigación antropológica sobre los blogs, entendidos como medios; pero después lo cambié a la sección de “cultura” porque muchos de mis interlocutores asociaban “antropología” con “el estudio de la cultura”. Entonces, cuando decidí cambiarlo de sección el principal motivo fue porque modifiqué el objetivo del blog: ahora mis posts buscaban explicar a mis lectores qué es la Antropología. Este cambio de objetivo fue producto de los reiterados comentarios de mis lectores acerca de qué hacía con la disciplina y de qué podía “trabajar” siendo antropóloga.

En cada pestaña/tema aparecen los post publicados en los diferentes weblogs que participan de esa sección en orden la cronológico, o sea, los últimos publicados son los que se visualizan arriba de todo, por lo que los más actuales son leídos por cualquier persona que ingrese a la pestaña del tema elegido. Esta estructura tecnológica idéntica a la de los blogs conlleva la necesidad (en caso de querer ser leído/reconocido por otros bloggers y lectores) de postear constantemente; lo que además estaría implicando una especie de carrera entre los autores por aparecer en primer lugar y en consecuencia poder ser leído (este aparecer en la página principal se encuentra dentro de los mecanismos usados por los sujetos para ser visibilizados en la blogosfera que veremos más adelante).

Como yo no publicaba muy a menudo, mis post no tenían muchos comentarios, y este es otro de los problemas. Para conocer la opinión de otros bloggers sobre este tema, decidí elaborar un post que terminaba preguntándoles a mis lectores cómo hacían para postear permanentemente.

“No sé como hacen los demás, te puedo hablar de mi caso en particular. Yo me despierto por las mañanas y siento que tengo ganas de contar algo, entonces busco el modo o el acomodo de las letras, los textos; elijo una historia, propia o de otros -todo es válido para intentar contar algo-. Ése es mi mecanismo, supongo que cada uno tendrá el propio. Espero haberte respondido la pregunta, cualquier

consulta dirigirse a: Trogloditas.com.ar jajajajaj CARIÑOS.LADY-
(de Lady)²⁷⁶.

La publicación periódica es un aspecto que hace al dinamismo de los comentarios (ver capítulo 6). En general, los comentarios son realizados por otros bloggers y es, en las interacciones entre ellos, que se configura el blog como un espacio de negociación permanente.

En mi caso, los bloggers que comentaban algún post que publicaba, terminaban instándome a que yo leyera sus sitios y, muchas veces, se producía lo inverso: cuando yo comentaba algún post que me parecía interesante, enseguida me llegaba un comentario del autor de la publicación que había comentado agradeciéndome que hubiese leído su blog; y, al mismo tiempo, ese autor realizaba un comentario sobre alguna de mis publicaciones. Es decir, surge una especie de *feedback* o, mejor dicho, se establece una relación de reciprocidad entre los bloggers. Esta negociación en cuanto a la participación en blogs ajenos se observa claramente al final de la primera cita, donde Lady me dice: “*cualquier consulta dirigirse a: Trogloditas.com.ar jajajajaj*”. Es decir, no sólo establece al finalizar su comentario que me acerque a su blog para entender de lo que me habla, sino que está haciendo “publicidad” a su blog, lo cual es uno de los mecanismos más usados entre diferentes sujetos (no sólo los autores de blogs) para darse a conocer o dar a conocer su espacio.

Como esta publicación más “personal”²⁷⁷ tuvo más de los comentarios a los que estaba acostumbrada (casi nulos) decidí publicar una segunda entrada contando las dificultades que tenía para publicar periódicamente en el blog. O sea, otra publicación “personal”. A continuación, veremos tres citas de comentarios que hicieron a mis post sobre cómo me costaba mantener el blog:

²⁷⁶ Debo aclarar que las citas son textuales de los comentarios que recibí en mi blog como un intento de respetar los símbolos y palabras empleados por los bloggers, como las faltas de ortografía, los códigos y estilos de escritura que aparecen. Esta decisión de mantener el formato de los comentarios radica en mi intención de serle fiel a las formas de expresión de mis informantes. En cierto sentido, adopto estos criterios como una suerte de paralelismo con las reglas de transcripción de las entrevistas de las etnografías clásicas.

²⁷⁷ La idea de personal entre comillas refiere a la sensación de expresar sentimientos “personales” o “íntimos” en la Red, como la preocupación por la baja cantidad de lectores que yo tenía.

“Mirá, hace pocos días tengo este blog. Tengo una nota sobre bloguear en mi sitio, que refleja un poco esto que preguntas. Si querés, leéla. Espero tu comentario- saludos” (de Carmen l-l)

“hola, me parece que es diferente experimentar con los blogger a experimentar siendo blogger. Es verdad que lleva mucho trabajo, pero el objetivo que planteaste desde el principio es un poco ficticio y con siete post dejados al azar durante un mes seguro no verás ningún resultado. Estamos en una sociedad de consumo, y para atraer clientes lo principal es la propaganda” (de Nearth)

“Hola! mira, también tenes que darte a conocer, y comentar en otros blogs, para que la gente acceda al tuyo, y vea si quiere agregarte para leerte.” (de Hechicera)

En los tres comentarios destaco la idea antes mencionada sobre la reciprocidad asociada además a la perspectiva del blog como “vidriera comercial”, como un espacio de propaganda o publicidad: en todos los comentarios aparece esta “necesidad” de darse a conocer en otros espacios para así, ser leído. Una especie de negociación dentro del espacio del blog para lograr obtener una cantidad considerable de lectores/interlocutores. Es decir, esta reciprocidad está basada, sobre todo, en la perspectiva de ser reconocidos por los demás bloggers.

A esta participación en otros blogs como mecanismo de reconocimiento recíproco se le suman los links o *blogroll*²⁷⁸ como formas también de reciprocidad. A través de “linkear”²⁷⁹ blogs, los actores establecen una especie de negociación debido a que “el estar” como enlace en otro blog puede contribuir a que los lectores del blog primero se interesen por aquel espacio “linkeado”. O sea, es otra forma de “darse a conocer”.

Ahora bien, aunque publiqué varios posts de tinte más “personal”, no logré darle al blog la periodicidad que generalmente requiere un blog, por lo tanto, después de grandes

²⁷⁸ Ver capítulo 5

²⁷⁹ “linkear” es un concepto que surge con las tecnologías digitales, en donde los usuarios establecen -a través de un link o enlace- diferentes conexiones con otros sitios dentro de la Red. Por ejemplo, un blogger “linkea” a otro al colocar la dirección del blog de ese blogger en su propio blog.

esfuerzos por mantenerlo (escribía una vez al mes y me costaba muchísimo encontrar algo de lo que hablar) lo dejé casi abandonado en la “comunidad” de Clarín (lo uso en ocasiones muy especiales). De vez en cuando me llegan comentarios tardíos a mis posts, por lo cual, queda de manifiesto que “mi” espacio permanece abierto en la Red a cualquier usuario que quiera comentar mis entradas²⁸⁰.

La apertura del blog me permitió en cierto sentido conocer la dinámica dentro de los blogs (los mecanismos de publicación, la interacción con los lectores, la “espera” por ser “comentado”, la exigencia de periodicidad de publicación, etc.). Así como establecer relaciones con bloggers que participaban en la “comunidad” de Clarín.

Pero la mediación tecnológica en el trabajo realizado no pasó sólo por la apertura del blog, implicó el intercambio de mails con otros sujetos, la búsqueda de fuentes y bibliografía en Internet; la grabación de las entrevistas (las realizadas por fuera y dentro de la Red²⁸¹), la obtención de imágenes (con los programas para edición y producción de imágenes - “paint” y el capturador de pantalla²⁸² -); la recopilación de noticias sobre Internet, la producción -escritura- de este trabajo con una computadora, etc. Es decir, la mediación tecnológica atraviesa, como mencioné a lo largo de todo el trabajo, toda nuestra experiencia cotidiana, inclusive la académica. De allí la importancia de reflexionar sobre ella tanto epistémica como metodológicamente.

De este modo, a lo largo de todo el capítulo busqué explicitar los caminos por los cuales fui construyendo el campo de mi investigación, el cual, me permitió desarrollar los capítulos precedentes. Mi experiencia como blogger posibilitó que conociera las formas en que interactúan los bloggers a través de sus propios espacios, así como los mecanismos de control y reconocimiento que atraviesan esas interacciones. En cierto sentido, la experiencia vivida dentro de la blogósfera es análoga al viaje al “campo”, aunque ese viaje no implicó atravesar grandes distancias, sino, la mediación de tecnologías: la computadora e Internet.

²⁸⁰ Esta posibilidad de “permanecer en la Red” es discutida en el capítulo 2.

²⁸¹ Con la grabación de las entrevistas me refiero, por un lado, al almacenamiento de la información recolectada en las interacciones “cara a cara” a través de un mp3, y, por el otro, las herramientas de los servidores de correo electrónico para guardar los mails intercambiados.

²⁸² Con el teclado de la computadora se pueden capturar imágenes de la pantalla, en general el botón que lo realiza se denomina “Print screen”.

CONSIDERACIONES FINALES

Ante la mediación de los medios audiovisuales en nuestra experiencia cotidiana, la Antropología debe indagar las formas en que esos medios socioculturales son percibidos por los sujetos, así como las acciones derivadas de esas percepciones.

En este sentido, vimos en los primeros capítulos las perspectivas antropológicas que han abordado el análisis de los medios audiovisuales con el objetivo de dar cuenta de donde surgió mi interés por esta área de estudio. De este modo, al pensar las implicancias de las “nuevas” tecnologías (digitales) sobre nuestras maneras cotidianas de relacionarnos, de actuar, de pensar, de obtener información y de compartirla, es que estas tecnologías emergen como un medio más y, por lo tanto, he decidido llevar a cabo el presente trabajo.

Si bien existen diversos estudios desde la Antropología sobre la mediación de las tecnologías digitales, dicha mediación constituye un interrogante que comienza a ser analizado. Así, este trabajo buscó problematizar y repensar los conceptos que han surgido desde diferentes líneas de pensamiento (los Estudios de la Construcción Social de la Tecnología, la Ciberantropología y la Etnografía Virtual) para analizar los procesos socioculturales que se están dando con los “nuevos medios”. El cuestionamiento de los conceptos eje de esas perspectivas científicas permitió entender desde qué mirada parten los estudios sociales al pensar las implicancias de la mediación tecnológica en la experiencia cotidiana. De este modo, dada su importancia epistemológica para el análisis de los procesos que emergen con los weblogs es que esos conceptos atravesaron toda mi investigación, a saber: la supuesta dicotomía “real/virtual”; lo on line y lo off line; “cibercultura”; y hegemonía.

Al hablar, pensar o actuar sobre las “nuevas” tecnologías no estamos experimentando un nuevo mundo, diferente y desconectado de nuestras vidas cotidianas tal como surge al querer diferenciar nuestras acciones cotidianas (como ir al trabajo) de los momentos en que nos encontramos “navegando” la Red. Sino que experimentamos nuestras prácticas a partir de las *conexiones* que posibilitan las nuevas tecnologías desde diferentes contextos de interacción, en distintos espacios. Así, lo real y lo virtual no son realidades diversas: son parte de lo mismo, de la misma realidad. Lo que permiten las

tecnologías digitales es la aparición de nuevos espacios de acción, de participación, de socialización, de intercambio.

De este modo, los *weblogs* constituyen un espacio más dentro de los posibles que, en principio, permite la Red. Sin embargo, los blogs como espacios de socialización e interacción trascienden la Internet al consolidarse, por fuera de ella, diferentes lazos sociales entre los usuarios. Así, los blogs son percibidos por los sujetos que interactúan en él de diferentes maneras: como un diario personal, como currículum vitae, como un espacio para contactar otras personas, como un trabajo. De acuerdo a las percepciones que maneje cada autor de blog (o blogger) sobre su propio espacio es que se darán las acciones sobre el mismo.

Es decir, no es igual pensar el blog como un espacio para conocer a otros sujetos que como un currículum vitae. La primera percepción implica visualizarlo como un espacio de socialización, para formar vínculos sociales (sobre todo de amistad) y, de ahí, surgen determinadas prácticas como “visitar” permanentemente otros blogs “conocidos”, comentar entradas de otros bloggers, realizar entradas sobre otros blogs. En fin, se producen acciones que hacen del blog un espacio de “contacto”. Por otra parte, el blog concebido como un currículum genera prácticas específicas sobre ese blog, tal como las temáticas elegidas para las entradas -por ejemplo, si el autor es un economista el blog funcionará como espacio de publicación sobre economía-, la imagen y la estructura del blog (el uso de ciertos colores, imágenes y la forma de organizar el blog²⁸³).

En este sentido, encontré una diferencia entre los blogs analizados que resulta necesario explicitar. Por un lado, están los blogs insertos en diarios digitales que pertenecen al “medio”. Éstos son espacios de “profesionales”, más o menos reconocidos -periodistas del medio, cocineros, etc.-, que usan el blog principalmente como un espacio de trabajo donde publican o tratan determinados temas y perciben -en la mayoría de los casos- una remuneración a cambio. Pero existen también los blogs de la “comunidad” de Clarín que, si bien pueden ser escritos por “profesionales”, generalmente son pensados como “diarios personales” (espacios de publicación de, por ejemplo, poemas y pensamientos

²⁸³ Esta idea de organización estructural de un blog se relaciona a la posibilidad que tiene cada autor de elegir dónde colocar determinadas estructuras tecnológicas que vienen con el blog, como el “blogroll”, los hiperenlaces, las categorías para las entradas (tags), etc.

personales), espacios de “contacto” y “vidriera comercial” (donde publicar o ampliar el currículum vitae).

Esta diferencia determina, en primera instancia, cómo son usados los blogs por los autores (como mencioné antes: la organización del blog, las imágenes, los colores) y, en segunda instancia, por los lectores (los comentaristas). En general, los lectores de los blogs de los medios son más bien “seguidores” del autor sobre la base del reconocimiento social de los autores como “profesionales” acerca de la temática que tratan. En el caso de los blogs de la “comunidad de Clarín”, se constituyen como “amigos” del autor. En cierto sentido, esta diferenciación da cuenta de una jerarquía entre “seguidores” y “amigos” en tanto los lectores “amigos” se encuentran en una especie de horizontalidad: todos (o la mayoría) tienen un blog en la “comunidad” y se relacionan de acuerdo a esa pertenencia. En cambio los “seguidores” parecen ubicarse en una escala menor frente a la voz “especializada” y “referente” de los bloggers de los medios.

Con lo cual, antes de pensar si existe un mundo “virtual” posibilitado por las computadoras, nosotros, los investigadores sociales, debemos cuestionar las relaciones de poder que atraviesan esos espacios: los mecanismos de control sobre la información publicada; cuáles son los sujetos o grupos sociales que acceden efectivamente a esos espacios, y quiénes poseen la “voz autorizada” para publicar contenidos. De este cuestionamiento, surgen las ideas sobre *lo on line* y *lo off line* como conceptos apropiados para analizar las condiciones *reales* de acceso de los sujetos a las nuevas tecnologías.

Como establece Néstor García Canclini

“la desigual participación en las redes de información se combina con la desigual distribución mediática de los bienes y mensajes de aquellas culturas con las que estamos interactuando” (2004: 190)

Es decir, las tecnologías digitales al igual que los medios audiovisuales (como la televisión, la prensa, la radio) se encuentran distribuidas de modo desigual alrededor del

mundo. Por lo tanto, para comprender los procesos socioculturales que emergen con ellas debemos pensar quiénes detentan su manejo y, por ende, su control.

Por ejemplo, si bien en la Red interactúan sujetos con diversos idiomas, el inglés es el idioma predominante, sobre todo, en materia de lenguaje informático o tecnológico para actualizar o manejar *softwares*. De este modo, cualquier sujeto que desee aprender a programar una computadora de modo independiente (como usar programas de software libre –Linux-) debe tener conocimientos de inglés porque es más probable encontrar espacios, como foros, donde se hable inglés en vez de foros en otros idiomas. Esto se debe a que la penetración de Internet en Norte América es del 76%²⁸⁴, por lo tanto, la producción de programas en inglés es mayor que en otros idiomas. Pero no se trata sólo de la producción de programas: estamos familiarizados con el uso de términos en inglés cuando “navegamos” por la Red. Si queremos bajar algún archivo de Internet aparece la palabra “download” o para subirlo, “upload”; al enviar un mensaje de texto por teléfono celular encontramos la palabra “send”; si precisamos revisar nuestro “mail” – correo electrónico-; o si queremos abrir nuestro propio “weblog” –bitácora-; entre otros miles de casos en que el inglés parece ser el idioma universalmente difundido.

Así, el análisis social debe atender, por un lado, las desiguales condiciones de “conectividad” a la Red y, por otro lado, los grupos que pueden acceder a esas condiciones. En este sentido, me parece interesante rescatar en estas conclusiones la idea de *conexión* o conexiones para pensar los nuevos modos en que nos relacionamos y pensamos el mundo. La Red está basada en los *links* o hiperenlaces y, por lo tanto, nuestra forma de “navegar” por ella y de pensarla se halla determinada por esos links; de ahí aparece el *movimiento* como el corazón de la Internet y las nuevas tecnologías. La posibilidad de movernos por diversos contextos de un modo casi simultáneo en cualquier momento (ya sea a través de una computadora o un teléfono celular) es una de las principales características que llama la atención de los nuevos medios: la “conectividad”²⁸⁵.

²⁸⁴ Fuente: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

²⁸⁵ García Canclini (2007) establece que no es lo mismo hablar de conectividad e interactividad, dado que implican diferentes cuestiones. Mientras conectividad se refiere, según él, a las posibilidades concretas de acceso a la Red, interactividad implica un paso más al referirse a la *agencia* de los usuarios en Internet.

De este modo, estar “conectado” o “desconectado” implica una serie de cuestiones más profundas que el sólo hecho de atravesar o no un mundo “virtual”, de fantasía. Retomo a García Canclini quien propone:

“La sociedad, concebida antes en términos de estratos y niveles, o distinguiéndose según identidades étnicas o nacionales, es pensada ahora bajo la metáfora de la red. Los incluidos son quienes están conectados, y sus otros son los excluidos” (op.cit: 73)

Es decir, las ideas de *lo on line* y *lo off line* nos conducen a pensar las condiciones de inclusión y exclusión emergentes que atraviesan a, y son atravesadas por, las nuevas tecnologías. Pero, como vimos, “estar conectado” no garantiza un acceso “total”, “libre”, a los contenidos que circulan en la Red, sino que aparecen formas de jerarquización y control social que establecen qué voces están legitimadas para “hablar” en la Red. Estas cuestiones sobre la conexión y el control social involucran, por otro lado, la emergencia de conceptos que buscan legitimar modos de actuar y de relacionarse en la Red como “nuevas” o “diferentes” formaciones culturales: las *ciberculturas*.

El problema que acarrea el término de *cibercultura* o *ciberculturas* es que surge (sobre todo desde los estudios comunicacionales) como herramienta de análisis para explicar, en términos culturales, las experiencias y los imaginarios de los “usuarios” de Internet soslayando los mecanismos hegemónicos sobre los contenidos, las prácticas y las representaciones que circulan en y sobre la Red²⁸⁶. Así, se usa la idea de *ciberculturas* como análoga a la de “cultura”, siendo la mediación tecnológica la que la caracteriza. O sea, se utiliza como si fuese una “subcultura” definida por lo “ciber”, por lo tecnológico. Es decir, usar la idea de “cibercultura” para explicar los procesos simbólicos, que se dan con las nuevas tecnologías, descontextualizados de los procesos de poder y resistencia que suceden en otros espacios de interacción social, da una visión parcial y reducida de esos procesos. En este sentido, prefiero dejar de lado la idea de “cibercultura” para el

²⁸⁶ Cabe destacar que esos mecanismos hegemónicos también actúan sobre los conceptos científicos que son usados para explicar los procesos socioculturales. Es decir, resulta necesaria la complejización de los términos usados para analizar los procesos que emergen con las nuevas tecnologías dado que ellos son productos de negociaciones y disputas dentro de la academia. Por ejemplo, la perspectiva de repensar el concepto de lo que es la etnografía, y por ende, cuestionar el método etnográfico “clásico” para la investigación de dichos procesos.

análisis de los procesos de socialización e interacción que se dan en los weblogs y pensar en términos de hegemonía y conflicto (Moya y Vázquez, 2009).

De este modo, tomando como caso los blogs insertos en diarios digitales, di cuenta de dos mecanismos hegemónicos que los atraviesan: su incorporación a las páginas web de tres grandes medios²⁸⁷ y la “moderación” dentro de los weblogs.

El análisis de esos mecanismos permitió profundizar las prácticas de los usuarios de blogs sobre esos espacios y mostrar el conflicto entre esas prácticas y el ideal de la “democratización de la información y el conocimiento” que pareció ser posible con las nuevas tecnologías (y que tiene que ver con las categorías de lo on line y lo off line en tanto la accesibilidad a la Red permite a “todos” los sujetos disponer de la información “libremente”).

“En última instancia, el incremento conectivo no producirá ni siquiera aquel resultado que se la ha atribuido [a las tecnologías digitales] como específico: conocimiento pleno” (García Canclini, op.cit: 194)

En otras palabras, si bien el desarrollo de las nuevas tecnologías ha permitido un incremento de las posibilidades de conexión e interacción entre sujetos ubicados en diferentes lugares del planeta, ese incremento no significa que esos sujetos accedan masivamente a la información, o bien, que produzcan contenidos.

Como vimos al comenzar a delinear esta tesis, en el contexto mundial globalizado los medios audiovisuales conectan sujetos, espacios y mensajes. Estas conexiones implican pensar la globalización como redes y flujos basados en el *movimiento* potenciado por las nuevas tecnologías. Pero pensar sólo en estas conexiones opaca el hecho de que los medios se constituyen, además, en empresas o *megamedios* que seleccionan qué acontecimientos y productos son de importancia. Es decir, determinan cuáles son las informaciones y los conocimientos “válidos” para ser transmitidos.

²⁸⁷ Digo “grandes” debido a la circulación de ejemplares que tienen y por la cantidad de medios (canales de televisión, frecuencias radiales, empresas de tv por cable, etc.) que poseen.

Estas selecciones sobre los contenidos remiten a fines (sociales, económicos, políticos, culturales e ideológicos) específicos de los grupos que detentan el poder de esos megamedia. Dean Alger (1998) define los *megamedia* como “corporaciones gigantes” que concentran el control de la agenda mediática y de varios medios audiovisuales como las revistas, los periódicos, canales y programas de televisión y frecuencias radiofónicas.

En este sentido, dentro del análisis de esta tesis quedó pendiente la discusión acerca de cómo entra en juego la influencia del Estado para determinar lo que es “publicable”.

A meses de haberse aprobado la propuesta de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, proyecto presentado por el actual gobierno argentino, resulta interesante pensar dos cuestiones. La primera cuestión tiene que ver con el rol del Estado en la planificación y ejecución de políticas públicas que regulan la actividad de los megamedia, definen los tiempos de las tandas publicitarias o bien abren la posibilidad de acceso de pequeños grupos a la producción de mensajes mediáticos.

En segundo lugar, y asociado a la primera cuestión, es necesario indagar acerca de los intereses políticos e ideológicos del Estado sobre la agenda mediática. Estos intereses involucran la posesión de frecuencias y emisoras que generan productos mediáticos que “compiten” o se muestran como “alternativas culturales” a los productos “masivos” de los grupos privados.

Por ejemplo, consideremos la presencia de productos “culturales” en canales estatales como el programa “Entornos Invisibles de la Ciencia y la Tecnología” de Juan José Campanella en Canal Encuentro. Este programa tiene por fin “enseñar” al público “los estudios y recursos de las ciencias básicas y la tecnología que se aplican cuando se proyectan, construyen y utilizan los grandes escenarios de la vida cotidiana”²⁸⁸. Cabe destacar que los canales como los programas estatales dependen del Ministerio de Educación, por lo tanto, se puede suponer que el objetivo principal que guía la selección de los productos mediáticos recae en la “educación” de las audiencias, es decir, se ve el uso de la televisión como “educadora”. A diferencia de los productos “culturales”

²⁸⁸ Fuente: <http://www.encuentro.gov.ar/Event.aspx?Id=263>

estatales, en general, los grupos privados crean o reproducen²⁸⁹ programas de entretenimiento pautados por los tiempos de las publicidades y los ratings de audiencias. Así, pensar el papel del Estado y las políticas públicas sobre los medios y los mensajes mediáticos conlleva indagar sobre las formas concretas en que el Estado interviene en la Red. En este sentido, pienso cómo el Estado se puede apropiarse de esa Red que “conecta” sujetos, espacios y contenidos. Es decir, hoy en día el Estado posee una frecuencia televisiva a partir de la cual emite varios canales estatales como Canal 7 y Canal Encuentro, así como una frecuencia radial: Radio Nacional. Vemos que hay una acción directa sobre dos medios específicos: la televisión y la radio, pero, ¿qué pasa en Internet?

Actualmente sólo se piensa en dos acciones desde el ámbito político sobre la Red. Por un lado, aparece la “ciberpolítica” como una práctica que realizan los funcionarios y candidatos políticos para desplegar sus proyectos a un público “usuario” de la Red; en pocas palabras, como forma de “captar” votos. Por otro lado, vemos el uso de páginas web por parte de las instituciones estatales, principalmente, como modos de difusión de proyectos puestos en marcha, de actividades organizadas o promovidas por esas instituciones, de noticias sobre la agenda política, etc. Fuera de eso, el Estado no tiene una fuerte presencia en Internet. De ahí me pregunto, ¿por qué ese “quedar” afuera de Internet? O, en su defecto, ¿existen propuestas concretas – que no son conocidas– provenientes del ámbito estatal y que buscan apropiarse de ciertos espacios en la Red?

De este modo, queda pendiente analizar cómo el Estado interviene sobre la Red y, en consecuencia, los procesos que conducen a la ausencia o presencia de políticas públicas que regulen las acciones y los productos de los megamedia, así como las informaciones y conocimientos que circulan por y desde los medios audiovisuales.

²⁸⁹ Dado que muchas veces son productos “comprados” a determinadas productoras y adaptadas a la sociedad en donde se van a mostrar. De modo usual, las adaptaciones se hacen sobre los chistes de humor, las referencias a determinados acontecimientos sociales ocurridos en los países de origen, etc.

BIBLIOGRAFIA

General

- Alger, Dean (1998) *Megamedia: How Giant Corporations Dominate Mass Media, Distort Competition, and Endanger Democracy*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield
- Anderson, Benedict (1993) *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, México, F.C.E. Introducción y Capítulos I y II.
- Ardèvol, Elisenda (1996) "La representación audiovisual de las culturas. Representación y cine etnográfico" en *Qaderns de L'ica*, número 10. Barcelona. Pp. 125-167.
- Ardèvol, Elisenda (1998) "Por una antropología de la mirada: etnografía, representación y construcción de datos audiovisuales" en *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares del CSIC*, L. Calvo, Perspectivas de la antropología visual. Madrid. Pp. 217-240.
- Askew, Kelly y Wilk Richard (2002) *The Anthropology of Media: A Reader*. Oxford: Blackwell. Introducción y Capítulo 2.
- Batallán, Graciela y García, José F. (1992) "Antropología y participación. Contribución al debate metodológico" en *PUBLICAR-en Antropología y Ciencias Sociales*, año 1, No 1, Mayo. Pp.79-89.
- Bayardo, Rubens y Lacarrieu, Mónica (1999) *La dinámica global/local. Cultura y comunicación: nuevos desafíos*. Buenos Aires: Ciccus.
- Bayardo, Rubens y Lacarrieu, Mónica (2003) *Globalización e Identidad Cultural*. Buenos Aires: Ciccus. 4ta edición
- Berger, Peter y Luckmann, Thomas (1968) *La construcción social de la realidad*. Madrid: Amorrortu.
- Bohannon, Laura (1993) "Shakespeare en la selva" en Velasco, H. (comp.): *Lecturas de Antropología Social y Cultural. La cultura y las culturas*. Madrid, Universidad Nacional de Educación a Distancia. Pp. 83-93
- Boivin, Mauricio, et al (2007) *Constructores de otredad. Una introducción a la Antropología Social y Cultural*. Antropofagia - 4ª edición. Buenos Aires.
- Bourdieu, Pierre y Wacquant, Loïc (1995), "La práctica de la antropología reflexiva" en *Respuestas por una Antropología Reflexiva*. México: Grijalbo. pp.159-191
- Bourdieu, Pierre (1998) *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama. 2da edición. Prefacio y Capítulo 1. Pp. 7 – 53.
- Clifford, James (1999) "Prácticas espaciales: el trabajo de campo, el viaje y la disciplina de la antropología" en *Itinerarios transculturales*. Barcelona: Gedisa. Pp 71-119.

Chomsky, Noam (2000) "El control de los medios de difusión: los espectaculares logros de la propaganda" en Actos de Agresión. Barcelona: Crítica. 4ta edición.

Evans Pritchard, Edward E. (1973) "Trabajo de campo y tradición empírica" en Antropología Social. Buenos Aires: Editorial Nueva Visión. Pp. 79-100

Ferrada, Mariela (2006) "Etnografía: un enfoque para la investigación de weblogs en Biblioteconomía y Documentación" en Biblios, año 7, n° 23, enero – marzo 2006.

Gadamer, Hans-Georg (1988) Verdad y método. Salamanca, Sígueme, Acápite 3 del Capítulo 11; pp 439-458

García Canclini, Néstor (2004) Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad. Barcelona: Editorial Gedisa.

García Canclini, Néstor (2007) Lectores, espectadores e internautas. Buenos Aires: Ed. Gedisa.

García Canclini, Néstor (2007) "El consumo sirve para pensar" en Boivin, et al (comp) Constructores de otredad. Una introducción a la Antropología Social y Cultural. Antropofagia - 4ª edición. Buenos Aires. Pp. 334-339

Geertz, Clifford (1983) "Desde el punto de vista del nativo: sobre la naturaleza del conocimiento antropológico" en Conocimiento Local. Barcelona: Ediciones Paidós. Pp. 73-90.

Geertz, Clifford (1987) "La descripción densa" en La interpretación de las culturas. Barcelona: Gedisa, pp. 19-40.

Ghasarian, Christian (2008) De la Etnografía a la Antropología Reflexiva. Nuevos campos, nuevas prácticas, nuevas apuestas. Buenos Aires: Serie Antropológica, Ediciones del sol.

Ginsburg, Faye (1995) "Cultura/Medios. Una (tibia) polémica" en *Causas y Azares*, N° 2, Otoño. Pp.104-110

Ginsburg, Faye (2002) "Mediating Culture: Indigenous Media, Ethnographic Film and the Production of Identity" En Askew and Wilk (comp.): *The Anthropology of Media: A Reader*. Oxford: Blackwell. Pp 210-235

Goldberg, Alejandro (2004) *Ser inmigrante no es una enfermedad. Inmigración, condiciones de vida y de trabajo. El proceso de salud/enfermedad/atención de los migrantes senegaleses en Barcelona*. Tesis Doctoral en Antropología Social y Cultural. Departamento de Antropología, Filosofía y Trabajo Social, Universidad Rovira y Virgili.

Grimson, Alejandro y Varela, Mirta (1999) Audiencias, cultura y poder. Buenos Aires: Eudeba.

Guber, Rosana (2005) El Salvaje Metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo. Buenos Aires: Editorial Paidós. Capítulos X y XI

Hall, Stuart (1997) *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. Londres: Sage. Capítulos 1 y 4. Pp. 15-51 y 223-279.

Hammersley, Martyn y Atkinson, Paul (1994) "¿Qué es la etnografía?" en *Etnografía*. Barcelona: Editorial Paidós. Pp.15-40.

Hatch, Elvin (1975) "El ascenso del Anti-intelectual" en *Teorías del hombre y la cultura*. Buenos Aires: Prolam. Pp. 11-46.

Hebdige, Dick (2004) *Subcultura. El significado del estilo*. Barcelona: ed. Paidós. 3ra edición.

Herman, Edward y Chomsky, Noam (1988) *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.

Hockings, Paul (1995) *Principles of Visual Anthropology*. Berlín: Mouton de Gruyter.

Holy, Ladislav (1984) "Teoría, metodología y proceso de investigación" en Ellen, R. (ed.) *Ethnographic research: a guide to general conduct*. London: Academic Press.

Hopenhayn, Martín (2001) "Integrarse o subordinarse? Nuevos cruces entre política y cultura" en *Estudios Latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización*. Daniel Mato. CLACSO. ISBN: 950-9231-62-2. Disponible en: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/mato/hopenhayn.pdf>

Kuhn, Thomas (1978) *La estructura de las revoluciones científicas*. México: F.C.E.

MacDougall, David (2001) "Renovando el cine etnográfico. El video digital, ¿está transformando el género?" en *Anthropology Today*, volumen 17, n° 3, junio 2001.

Malinowsky, Bronislaw (1967) "Conceptos y métodos de la Antropología" y "¿Qué es cultura?" en *Una teoría científica de la cultura y otros ensayos*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana. Pp. 26-48.

Malinowsky, Bronislaw (1986) *Los argonautas del Pacífico Occidental*. Barcelona: Planeta-Agostini. Introducción: Objeto, método y finalidad de esta investigación. Pp. 19-42.

Manheim, Bruce y Tedlock, Dennis (1995) *The Dialogic Emergence of Culture*. Chicago; University of Illinois Press. Introducción, pp. 1-23.

Marcus, George (1995) "Etnografía del sistema mundo: la salida de la Etnografía multi-situada" en *Annual Reviews. Antropología*. (Traducción 2007: Quadri, A. e Hidalgo, C. para el Seminario de Investigación Anual de la carrera Ciencias Antropológicas, UBA. Buenos Aires)

Margulis, Mario (2009) *Sociología de la cultura. Conceptos y problemas*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

Martín-Barbero, Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México, G. Gilli

Martín-Barbero, Jesús (2002) "Tecnificadas, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo" en *Revista Diálogos de la comunicación*, n° 64, noviembre 2002. Departamento de Estudios Socioculturales, ITESO, Guadalajara, México. Pp. 8-24. Disponible en: http://www.dialogosfelafacs.net/75/dialogos_epoca-64.php (2/5/2008)

Martín-Barbero, Jesús; Ochoa Gautier, Ana M. (2001) "Políticas de multiculturalidad y desubicaciones de lo popular" en *Estudios Latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización*. Daniel Mato. CLACSO. ISBN: 950-9231-62-2. Acceso al texto completo: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/mato/barbero.pdf> (6/7/2008)

Mead, Margaret (2000) "Antropología Visual en una disciplina de palabras". En Sel, S. (comp.): *Etnografías Fílmicas*. Ficha de Cátedra. OPFyL, UBA. Trad. Marián Moya

Mill, John Stuart (1970) *Sobre la libertad*. Madrid: Alianza Editorial. Introducción

Minh-ha, Trinh T. (1984) "Mechanical Eye, Electronic Ear and the Lure of Authenticity" en *Wide Angle*, Vol.6 No.2. p.58-63

Morley, David (1992) *Televisión, Audiencias y Estudios Culturales*. Buenos Aires: Amorrortu. Caps. 8, 12 y 13

Moya, Marian y Álvarez, Camila (2006) "Panorama de la Antropología Visual en Argentina 1983-2005" en *Anuario de Estudios en Antropología Social*. Centro de Antropología Social, Instituto de Desarrollo Económico y Social, Antropofagia. Buenos Aires.

Rockwell, Elsie (1980) *Antropología y Educación. Problemas del concepto de cultura*. México, DIE (mimeo)

Rockwell, Elsie (1989) *Notas sobre el proceso etnográfico (1982-1985)*. México, DIE. I parte (mimeo).

Rouch, Jean (1995) "The Camera and Man" en Hockings (ed) *Principles of Visual Anthropology*. Berlín: Mouton de Gruyter. Pp. 79-98

Spadafora, Ana M. (1999) "Nuevas tecnologías, cultura y globalización" en Bayardo y Lacarrieu (comp) *La dinámica global/local*. Buenos Aires: Ciccus.

Stocking, George (1968) *Race, Culture and Evolution. Essays in the History of Anthropology*. New York: The Free Press. Capítulo 9 "Franz Boas and the culture concept in the Historical Perspective".

Terrero, Patricia (2003) "Innovaciones tecnológicas y planetarización cultural" en Bayardo y Lacarrieu (comp.) *Globalización e Identidad cultural*. Buenos Aires: Ciccus. Pp. 201-216

Tylor, Edward (1975) "La ciencia de la cultura" en Khan, J. S. (comp.) *El concepto de cultura: textos fundamentales*. Barcelona: Ed. Anabra, Biblioteca Anabrama de Antropología.

Villavicencio, Susana (ed) (2003) Los contornos de la ciudadanía. Nacionales y extranjeros en la Argentina del centenario. Buenos Aires: Eudeba.

Williams, Raymond (2009) *Marxismo y Literatura*. Buenos Aires: Las Cuarenta.

Wolf, Mauro (1996) *La Investigación en la Comunicación de Masas. Crítica y Perspectivas*. Buenos Aires: Paidós.

Wright, Susan (2007) "La politización de la cultura" en Boivin et al (comp) *Constructores de otredad. Una introducción a la Antropología Social y Cultural*. Antropofagia - 4ª edición. Buenos Aires. Pp. 168-186

Estudios Sociales sobre Nuevas Tecnologías

Anta, José L. y Palacios, José (2005) "Internet como simulacro cultural. Malentendidos y reflexiones al respecto de las cibersociologías" en *Revista digital Investigaciones sociales*, año IX, n° 15, pp. 427-438. UNMSM/IIHS. Lima

Benedikt, Michael (2008) "Cityspace, Cyberspace, and the Spatiology of Information" en *Journal of Virtual Worlds Research. An open Access, peer-reviewed, transdisciplinary journal*. Volume 1, Number 1. ISSN 1941-8477. Disponible en: <http://jvwresearch.org> (5/4/2008)

Bittarello, Maria Beatrice (2008) "Another Time, Another Space: Virtual Worlds, Myths and Imagination" en *Journal of Virtual Worlds Research. An open Access, peer-reviewed, transdisciplinary journal*. Volume 1, Number 1. ISSN 1941-8477. Disponible en: <http://jvwresearch.org> (5/4/2009)

Castells, Manuel (2001) "Internet y la Sociedad Red". En Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento. Barcelona: UOC.

Dómenech, Miquel y Tirado, Francisco J. (2002) "Lo virtual y lo social" en *Revista Athenea Digital*. N° 1, primavera 2002. Disponible en: <http://antalya.uab.es/athenea/num1/Mdomenech.pdf> (22/8/2008)

Grillo, Oscar (2007) "Internet como un mundo aparte e Internet como parte del mundo" en *Revista de Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires*. Dossier "Nuevas Tecnologías". Buenos Aires. Pp. 59-65

Márquez, María Teresa (1998) "La construcción social de la Tecnología" en *Revista FAMECOS*. Porto Alegre. N° 9. Dezembro 1998.

Martínez Restrepo, Carlos y Hurtado Vera, Guido (2005) "Nuevas tecnologías y construcción de representaciones sociales" en *Revista del Instituto de estudios superiores en Educación*. Universidad del Norte. N° 6, diciembre. ISSN 1657-2416

Moya, Marian (2007) "El acceso (diferencial) a las nuevas tecnologías en condiciones reales de producción y consumo cultural" en *Revista de Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires*. Dossier "Nuevas Tecnologías". Buenos Aires. Pp. 52-58

Piscitelli, Alejandro (1992) "Tecnología, antagonismos sociales y subjetividad. Explorando las fronteras del diálogo hombre-máquina" en *Revista Diálogos de la Comunicación*. Nº 32. ISSN 1813-9248. Disponible en: www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/32-05AlejandroPiscitelli.pdf (2/5/2008)

Piscitelli, Alejandro (1995) *Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Paidós.

Piscitelli, Alejandro (1997) "Del Pull al Push. Internet y la venganza de la televisión" en *Revista Diálogos de la Comunicación*, nº 50. ISSN 1813-9248. Disponible en: www.dialogosfelafacs.net/dialogos.../50-04AlejandroPiscitelli.pdf (2/5/2008)

Urresti, Marcelo (ed) (2008) *Ciberculturas juveniles*. Buenos Aires: Editorial La Crujía.

Yúdice, George (2007) *Nuevas tecnologías, música y experiencia*. Barcelona: Gedisa.

Zanoni, Leandro (2008) *El imperio digital. El nuevo paradigma de la comunicación 2.0*. Buenos Aires: Ediciones B.

Antropología e Internet

Amaral, Rita. "Pesquisa e campo no meio virtual" en *Os Urbanitas. Revista digital de antropología urbana*. ISSN 1806- 0528. Disponible en: <http://www.aguaforte.com/antropologia/osurbanitas/revista/pesqnet1.htm> (12/7/2008)

Ardévol, Elisenda (2002) "Cibercultura/Ciberculturas: la cultura de Internet o el análisis cultural de los usos sociales de Internet". Ponencia. IX Congreso de Antropología de la Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español (FAAEE. Barcelona

Ardévol, Elisenda y Vareyda, Agnés (2002) *Identidades en línea, prácticas reflexivas*. Seminario sobre La identidad en la era digital, 10º festival Internacional de video y multimedia de Canarias Canariasmediafets, Las Palmas de Gran Canarias, 25 de octubre de 2002. Disponible en: <http://www.grancanariacultura.com/canariasmediafest/seminario.htm> (2/7/2008)

Ardévol, Elisenda; et al (2003) "Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea" en *Athenea Digital*, número 3, 72-92. ISSN 1578-8946. Disponible en: <http://antalya.uab.es/athenea/num3/ardevol.pdf> (2/8/2008)

Ardévol, Elisenda y Estalella, Adolfo (2007) "Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de Internet" en *Forum Qualitative Social Research*, volume 8, Nº 3, article 2. ISSN 1438-5627. Disponible en: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/3-07/07-3-2-s.htm> (12/11/2008)

Ardévol, Elisenda y Roig, Antoni (2009) "Researching media through practices: an ethnographic approach" en *Revista Digithum*, Iss. 11. Mayo 2009. Dossier. ISSN 1575-2275. UOC. España. Disponible en: <http://digithum.uoc.edu> (5/5/2009)

Arriazu Muñoz, Rubén (2007) "¿Nuevos medios o nuevas formas de indagación?: una propuesta metodológica para la investigación social on-line a través del foro de discusión" en *Forum Qualitative Social Research*, volume 8, Nº 3, article 37. ISSN 1438-5627. Disponible en: <http://www.qualitative-research.net/fqs/> (12/09/2008)

Axel, Brian K. (2006) "Anthropology and the New Technologies of Communication" en *Cultural Anthropology*. Volumen 21, Issue 3, pp. 354-384. ISSN 1548-1360. American Anthropological Association. Disponible en: www.anthrosource.net (12/11/2007)

Bonilla Urvina, Marcelo (2003) "Hacia una Antropología de la representación de los sistemas globales" en *Íconos, Revista de Ciencias Sociales*, nº 17. Pp. 151-160. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Quito, Ecuador. ISSN (versión impresa) 1390-1249.

Carvalho da Rocha, Ana L. y Eckert, Cornelia (2004) Antropologi@web. En: *Horizontes Antropológicos*, nº 21, año 10, enero – febrero. Puerto Alegre. ISSN 0104-7183

Dominguez, Daniel, et al (2007) "Etnografía Virtual" en *Forum Qualitative Social Research*, volume 8, Nº 3. ISSN 1438-5627. Disponible en: <http://www.qualitative-research.net/fqs/> (11/7/2008)

Escobar, Arturo (2005) "Bienvenidos a Cyberia. Notas para una Antropología de la Cibercultura" en *Revista de estudios Sociales*. nº 22. Diciembre 2005. Pp. 15 a 35.

Faura i Homedes, Ricard (1998) "La cultura local en el ciberespacio. El papel de las Freenets". Ponencia. 1er Congreso Virtual de Antropología y Arqueología. Ciberespacio, Octubre de 1998. Disponible en: <http://www.naya.org.ar/congreso> (24/6/2008)

Faura i Homedes, Ricard (2000) "Cibercultura, ¿realidad o invención?". Ponencia. 2do. Congreso Virtual de Antropología y Arqueología. Disponible en: http://www.naya.org.ar/congreso2000/ponencias/Ricard_Faura.htm (12/6/2008)

Finkelievich, Susana y Schiavo, Ester (1998) La ciudad y sus TICs. Tecnologías de Información y Comunicación. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.

Hine, Christine (2000) Virtual Ethnography, London: Sage. Introduction.

Jungblut, Airton (2004) "The heterogeneity of an on-line world: reflections upon virtual media, a computer mediated communication, and cyberspace" en Carvalho Da Rocha y Eckert (comp) Antropologi@Web. Porto Alegre. Año 10, Nº 2. Pp. 97-122

Kozinets, Robert (1997) "'I want to believe": a netnography of the x-philes' subculture of consumption", in *Advances in Consumer Research*. Vol 24, eds. Merrie Brucks and Deborah J. MacInnis, Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages: 470-475.

Kozinets, Robert (1999) "E-Tribalized marketing?: the Strategic Implications of Virtual Communities of Consumption" in *Europe Management Journal*. Vol 17, nº 3. June 1999. Pp. 252-264

- Lins Ribeiro, Gustavo (2002) "El Espacio público virtual" en *Série Antropologia*, 318. Brasília
- Isabella, Simona (2007) "Ethnography of Online Role-Playing Games: The role of Virtual and Real Contest in the Construction of the field" en *Forum: Qualitative Social Research*. Volumen 8, nº 3, article 36. ISSN 1438-5627. September 2007. Disponible en: <http://www.qualitative-research.net/fqs/> (12/5/2008)
- López Martínez, Sergio y Vargas Figueroa, María E. (2000) "Internet como medio y objeto de estudio en Antropología" en *Revista Observatorio para la Cibersociedad*. Disponible en: <http://www.plazamayor.net/antropologia/archtm/internet/index.html> (2/8/2008)
- Mayans i Planells, Joan (2003) "El ciberespacio, un nuevo espacio público para el desarrollo de la identidad local". Conferencia inaugural del III Encuentro de Telecentros y Redes de Telecentros, Peñafiel, Valladolid, Octubre de 2003. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=158> (3/7/2008)
- Miller, Daniel y Slater, Don (2004) "Etnografía on e off line: cibercafés em Trinidad" en Carvalho Da Rocha y Eckert (comp) *Antropologi@Web*. Porto Alegre. Año 10, Nº 21. Pp. 41-66
- Moya, Marian y Vázquez, Jimena (2009) "De la cultura a la cibercultura: la mediatización tecnológica en la construcción de conocimiento y en las nuevas formas de sociabilidad". Ponencia. VIII Reunión de Antropología del Mercosur. Buenos Aires.
- Navarro i Barba, Gustau (2007) "Hegemonía y Subalternidad en la Red Internet". Institut Català d'Antropologia (I.C.A.). Disponible en: <http://www.antropologia.com.ar> (2/7/2008)
- Pereira da Silva, Adelina (2004) "Ciberantropología. O estudo das comunidades virtuais" en *Revista Textos de la CiberSociedad*. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/textos> (3/8/2008)
- Picciuolo, José L. (1998) "Dentro y fuera de la pantalla. Apuntes para una Etnografía del Ciberespacio". Ponencia. 1er Congreso Virtual de Antropología y Arqueología. Ciberespacio, Octubre de 1998. Disponible en: <http://www.naya.org.ar/congreso> (1/4/2008)
- Rybas, Natalia y Gajjala, Radhika (2007) "Developing Cyberethnography Research Methods for Understanding Digitally Mediated Identities" en *Forum: Qualitative Social Research*. Volumen 8, nº 3, article 35. ISSN 1438-5627. September 2007. Disponible en: <http://www.qualitative-research.net/fqs/> (15/12/2007)
- Rocha, Luiz A. (2004) "Interactions between humans and digital data in virtual environment" en Carvalho Da Rocha y Eckert (comp) *Antropologi@Web*. Porto Alegre. Año 10, Nº 21. Pp. 155-180
- Rueda Ortiz, Rocío (2008) "Cibercultura: metáforas, prácticas sociales y colectivos en red" en *Revista Nómadas*. Nº 28. Abril 2008. Colombia: Universidad Central. Pp. 8 -20. Disponible en: <http://www.nomadas@ucentral.edu.co> (21/3/2008)

Sade-Beck, Liav (2004) "Internet Ethnography: Online and Offline" en *International Journal of Qualitative Methods*, volume 3, Issue 2, article 4. Disponible en: http://www.ualberta.ca/iiqm/backissues/3_2/pdf/sadebeck.pdf (20/10/2008)

Segato, Rita (2003) "La economía del deseo en el espacio virtual: hablando sobre religión por Internet" en *Las estructuras elementales de la violencia. Ensayos sobre género entre la antropología, el psicoanálisis y los derechos humanos*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes – Prometeo. Pp. 149-180.

Téllez Infantes, Anastasia (2002) "Nuevas etnografías y ciberespacio: reformulaciones metodológicas". Ponencia. 1er Congreso ONLINE del Observatorio para la CiberSociedad "Cultura & Política @ CiberEspacio". Septiembre de 2002. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/congreso> (1/3/2008)

Uimonen, Paula (1998) "Cyberanthropology: the Global Expansion of the Internet". Ponencia. 1er Congreso Virtual de Antropología y Arqueología. Ciberespacio, Octubre de 1998. Disponible en: <http://www.naya.org.ar/congreso> (16/12/2007)

Sobre weblogs

Estalella, Adolfo (2005) "Anatomía de los blogs: la jerarquía de lo visible" en *Revista Telos, Cuadernos de comunicación e innovación*, nº 65, octubre- diciembre 2005. Disponible en: <http://www.campusred.net/telos/articulocaderno.asp?idarticulo=9&rev=05> (13/12/2007)

Estalella, Adolfo (2005) "Weblogs, la utopía de una propuesta alternativa a los mass-media". Ponencia. X Congreso de Antropología de la Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español (FAAEE). Sevilla, septiembre. Disponible en: <http://www.somia.wordpress.com/articulos-academicos/> (13/12/2007)

Estalella, Adolfo (2005) "Pobrecito hablador. Conflictos por la libre participación en una comunidad colaborativa" en *Athenea Digital*, número 7, primavera 2005. ISSN 1578-8946. Disponible en: <http://www.antalya.uab.es/athenea/num7/estalella.pdf> (13/12/2007)

Estalella, Adolfo (2006) "La construcción de la blogosfera. Yo soy mi blog (y sus conexiones)" en *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Cerezo, J. (com). Colección Biblioteca Fundación Orange. Disponible en: http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/publi_253_9.asp (1/6/2008)

Ferrada Cubillos, Mariela (2006) "Etnografía: un enfoque para la investigación de weblogs en Biblioteconomía y Documentación" en *Revista Biblios*, año 7, nº 23, enero – marzo de 2006.

Flores Márquez, Dorismilda (2008) "En busca del sujeto extraviado: reflexiones en torno al estudio de blogs" en *Revista Diálogos de la Comunicación*, nº 76, enero – junio de 2008. Disponible en: www.dialogosfelafacs.net/76/articulos/pdf/76DorismildaFlores.pdf (12/10/2007)

Frascaroli, Manuel (2006) "El fenómeno de los weblogs: algunas implicancias para las ediciones digitales de los diarios" en *Hologramática*- Facultad de Ciencias Sociales- UNLZ- año

III, numero 4, V1, pp 69-86. ISSN 1668-5024. Disponible en:
<http://www.cienciared.com.ar/ra/doc.php?n=375> (23/4/2008)

Noguera Vivo, José M. (2008) “La percepción mediática de los blogs: del miedo al intrusismo al intrusismo de los medios”, en *Revista Diálogos de la Comunicación*, n° 76, enero – junio de 2008. Disponible en: www.dialogosfelafacs.net/76/articulos/pdf/76JoseNoguera.pdf (3/5/2008)

Qian, Hua y Scott, Craig (2007) “Anonymity and self-disclosure on Weblogs” en *Journal of Computer-Mediated Communication*. Volume 12 (4), article 14. Disponible en:
<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/qian.html> (2/4/2009)

Rengel López, Irene (2005) “La utilización periodística y la integración del formato blog en diarios digitales europeos tradicionales. Los casos de ‘Edmundo.es’ y ‘Guardian Unlimited’” en *Atenea Digital*, n° 8, otoño. Disponible en <http://antalya.uab.es/athenea/num8/rengel.pdf> (15/3/2008)

Schmindt, Jan (2007) “Blogging practices: An analytical framework” en *Journal of Computer-Mediated Communication*. Volume 12 (4), article 13. Disponible en:
<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/schmindt.html> (15/1/2008)

Páginas Web consultadas

www.clarin.com

<http://blogs.clarin.com> (página de la “Comunidad” de Clarín)

www.lanacion.com

www.tn.com.ar

www.criticadigital.com

www.perfil.com

www.mercadolibre.com

www.mapuexpress.net/ (sitio Mapuche)

<http://es.wikipedia.org>

www.movistar.com.ar/

<http://secondlife.com/>

<http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogsphere>

www.techcrunch.com/

www.lofdigital.org.ar/ (sitio Mapuche)

www.blogger.com

<http://www.eldsd.com/> (sitio periodístico Diario sobre Diarios)

www.internetworldstats.com (sitio de una consultora que realiza estadísticas sobre Internet)

www.coto.com.ar/

www.disco.com.ar/

www.cia.gov (sitio de la Agencia Central de Inteligencia- EE.UU)

www.encuentro.gov.ar/ (sitio del Canal Encuentro)

Blogs consultados

Weblog sobre weblogs: <http://weblogs.clarin.com/weblogs/archives>

El Ciberespacio: <http://olivettiandres.blogspot.com/>

Contexto: <http://estalella.wordpress.com/>
Los blogs insertos en la página de Clarín: <http://www.clarin.com/weblogs/>
Cibercultura, un blog de la comunidad de Clarín: <http://blogs.clarin.com/cibercultura>
Fumado: <http://www.criticadigital.com/fumado/>
Psi Grupo 5: <http://psi-grupo5.blogspot.com/>
El Blog Ana: <http://miraomeublog.obolog.com/>
El Rincón de Opaito: <http://www.elrincondeopaito.com/>
Barrapunto: <http://barrapunto.com>
Mundo Locutorio: <http://weblogs.clarin.com/mundolocutorio/>
Retrovisor: <http://weblogs.clarin.com/retrovisor/>
Sin Serif: <http://sinserif.blogspot.com/>
La Propaladora: www.lapropaladora.com/
Como Vacas: <http://comovacas.blogspot.com>
Blog de Tamara Di Tella: <http://weblogs.clarin.com/tamaraditella/>
La Peleadora: www.criticadigital.com/lapeleadora/
Como dejar de fumar: www.criticadigital.com/comodejardefumar/
Internet Política: <http://internetpolitica.com>
ECuaderno: <http://www.ecuaderno.com/>
Mangas Verdes: <http://mangasverdes.es/>
Ciberprensa: <http://ciberprensa.com/>

Notas Periodísticas leídas

“Condenados a estar conectados” en *Revista VIVA*. Suplemento del Diario Clarín. Publicada el 26 de agosto de 2007. Edición Impresa. Autora: Sarlo, Beatriz.

“Los nuevos dueños del saber”. La Nación. Publicada el 21 de junio del 2009. Edición digital. http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1141111

“Los floggers dejaron el Abasto y ahora revolucionan San Bernardo”. Clarín. Publicada el 11 de enero de 2009. Edición digital. <http://www.clarin.com/diario/2009/01/11/sociedad/s-01837537.htm>

“Quienes son los floggers. La tribu urbana que nació frente a la pantalla de la PC gracias a las fotos digitales”. Clarín. Publicada el 22 de diciembre de 2008. Edición digital. <http://www.clarin.com/diario/2008/12/22/sociedad/s-01826832.htm>

“Luto virtual en el sitio de Cumbio, referente nacional del grupo”. Clarín. Publicada el 22 de diciembre de 2008. Edición digital. <http://www.clarin.com/diario/2008/12/22/sociedad/s-01826833.htm>

“Una alternativa a los libros de quejas”. La Nación. Publicada el 14 de octubre de 2007. Edición digital. http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=952685

“Tenemos que lograr que la gente nos ayude a informar mejor”. Clarín. Publicada el 19 de noviembre de 2009. Edición digital. <http://www.clarin.com/diario/2009/11/19/sociedad/s-02044040.htm>

“Blog, el sueño del medio propio”. Clarín. Publicada el 4 de junio de 2005. Suplemento Cultura. Edición digital. <http://www.clarin.com/suplementos/cultura/2005/06/04/u-988739.htm>

“La vida en un blog”. El País. Publicada el 5 de noviembre de 2007. Edición digital. http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/vida/blog/elpeputec/20071105elpeputec_1/Tes

“La fauna de Internet”. La Nación. Publicada el 29 de septiembre de 2009. Edición digital. http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1180190

“Televisión: el público informa a través de Internet”. Clarín. Publicada el 5 de diciembre de 2006. Edición digital. <http://www.clarin.com/diario/2006/12/05/espectaculos/c-00501.htm>

“Papel Prensa: Clarín y La Nación incumplieron un fallo judicial”. Política y Medios. Publicada el 10 de marzo de 2010. Edición digital. http://www.politicaymedios.com/medios/Papel_Prensa_Clarin_y_La_Nacion_incumplieron_un_fallo_judicial_20100310202228.php

“La pelea por Papel Prensa va al Congreso”. Crítica Digital. Publicada el 25 de noviembre de 2009. Edición digital. <http://www.criticadigital.com/imprensa/index.php?secc=nota&nid=34491>