

EL VLOG COMO GÉNERO DISCURSIVO: ALGUNOS APORTES PARA SU DEFINICIÓN

José Luis De Piero

Centro Interdisciplinario de Investigaciones en Comunicación

Facultad de Filosofía y Letras – UNT

1. Introducción

Desde la creación de YouTube en 2005, muchos usuarios en la web han comenzado a utilizar este sitio como herramienta para crear espacios de vinculación. YouTube no es sólo un sitio web que almacena y distribuye videos sino que también puede ser considerado como una red social en la cual se configuran comunidades en torno a los intereses o a los procesos productivos allí desarrollados.

En este trabajo queremos brindar una aproximación a la definición de uno de los tipos o géneros de videos que se producen en la web: Los video-web-logs o vlogs.

Partiendo de la idea de concebir al mensaje digital como un híper-género dentro de internet, concebimos al vlog como un género y dentro de él distinguiremos algunas categorías que permitirán sistematizar un análisis.

Este trabajo es instrumental y servirá para dar un apoyo teórico a una investigación mayor que consiste en la descripción de las comunidades discursivas que se forman en torno a esta práctica.

2. Hacia una definición del vlog.

La palabra “Vlog” no figura en el diccionario digital de la Real Academia Española, sí figura en la versión digital del diccionario Merriam Webster que lo define como “un blog que contiene material en video”¹ y afirma que está formado por las palabras Video + Blog.

En la edición inglesa de Wikipedia, al ingresar en la búsqueda el término Vlog, nos devuelve como resultado la entrada correspondiente para “Video Blogging” y lo define como:

“a form of [blog](#) for which the medium is [video](#), and is a form of [Web television](#). (...) Entries can be recorded in one take or cut into multiple parts. It is also a very popular category on [YouTube](#).”

¹ Diccionario de Merriam Webster, edición digital. Entrada en <http://www.merriam-webster.com/dictionary/vlog> disponible el 18 de febrero de 2012. “Traducción propia.

Video logs (vlogs) also often take advantage of [web syndication](#) to allow for the distribution of video over the Internet using either the [RSS](#) or [Atom](#) syndication formats, for automatic aggregation and playback on mobile devices and personal computers”²

Igarza (2008: 278) define al Videoblog o vblog del siguiente modo:

“Funciona bajo el mismo concepto que un *blog* (a partir de un post creado por el autor del *blog*, los usuarios lectores hacen sus comentarios), pero sus contenidos principales son imágenes audiovisuales dinámicas. Actúa como una galería de videos de corta duración. YouTube® funciona bajo ese principio.”³

Lo común en todas las definiciones es que es un tipo particular de blog presentado en forma de video, o en contenido audiovisual.

Un vlog puede ser entonces una galería de videos ordenados cronológicos o, desde nuestra postura, un video que constituye un tipo particular de mensaje digital, donde un autor expone sus ideas sobre algún tema y permite la interactividad con otros usuarios por medio de los comentarios y las respuestas en video, es un género particular de producción web.

El idioma inglés ya se ha apropiado del término y lo emplea tanto como sustantivo (a/the Vlog) y como verbo (to vlog, vlogging = hacer un vlog), y ha permitido por medio de la derivación la creación del término vlogger, que es quien realiza vlogs. Según el diccionario Merriam Webster el primer uso en inglés de este término fue en 2002. Con lo cuál esta palabra ya tiene una década de existencia.

3. Blog vs Vlog

Partiendo de la premisa de que un Video Blog es, al fin y al cabo un blog, analizaremos aquí algunas similitudes y diferencias.

Yus (2010), siguiendo a Lomborg (2009) pautó tres ejes sobre los cuales pueden ser incluidos todos los blogs. El eje del contenido (que incluye blogs de experiencias personales, *internos*, o los que incluyen aspectos externos, *tópicos*), el eje de la direccionalidad (donde se distinguen blogs monológicos y dialógicos) y finalmente el eje del estilo (que puede ser *íntimo* u *objetivo*). También concluye que “los *blogueros* están, en

² el 12 de febrero de 2012. “una forma de hacer blogs para el cual el medio es el video y es una forma de televisión web. (...) Las entradas pueden ser grabadas en una toma o cortadas en múltiples partes. Es una categoría popular en YouTube. También se aventajan de la redifusión de la web para poder distribuir los videos a lo largo de internet usando tanto los formatos de redifusión RSS como los Atom para añadir y reproducir videos en equipos móviles o computadoras.” Traducción Propia. Entrada de la edición inglesa de Wikipedia. Disponible en http://en.wikipedia.org/wiki/Vlog_el_02_de_Octubre_de_2012

³ El subrayado es del autor.

general, más interesados en la información que quieren comunicar (...) que en el diseño más o menos original del *blog*.” (127)

Enumera entonces los rasgos que debe tener el blog según el esquema mental interiorizado. Estos son, para Yus: Un diseño general del blog que tiene que ver con la columna de entradas y la barra lateral, el color de fondo y el tapiz, la referencia al bloguero, la palabra blog, las secciones del blog, el tipo de letra de las entradas, los elementos de las entradas (fecha, link permanente, la hora, los comentarios, etc.), los enlaces, el archivo del blog y los anuncios.

Finalmente, Yus presenta los elementos del blog orientados a la interactividad y que nosotros consideramos contribuyen al desarrollo de comunidades en torno a este espacio. Estos elementos son La entrada, los enlaces a los blogs, los rastreos de blogs, el enlace permanente, el tablón de etiquetas y el correo electrónico.

A partir de esta sucinta caracterización podemos pensar entonces en las similitudes y diferencias que presenta este género frente al Vlog.

Por un lado, el contenido del vlog se presenta de manera audiovisual. Es decir, la entrada no es un texto sino que es un video. Sin embargo, conserva los elementos propios de cualquier entrada, el título, la fecha y la referencia al usuario.

Por otro lado, existe un diseño general esperable y que tiene que ver directamente con la forma en la que YouTube presenta las páginas. Sin embargo no existe aquí escrita ni marcada la palabra Vlog, aunque algunos usuarios la incluyen en la descripción del video. Este elemento, la descripción, es además novedoso, pues es un resumen que en el blog no es necesario puesto que las publicaciones deben ser breves y no necesitan un resumen de su contenido.

Además, los enlaces sí se encuentran presentes y también los rastreos a otros blogs, y el enlace permanente. Hasta no hace mucho los Vlogs también hacían visibles las etiquetas, pero las ha eliminado hace un par de años de la presentación del Vlog.

Respecto a los elementos que contribuyen a la interactividad, se presentan similares, y añade además, en la página del canal del usuario con mucha frecuencia, enlaces a sitios web como Facebook, Twitter y un blog con los que el vlogger interactúa.

Sin embargo, una diferencia fundamental se da en la tendencia a primar el contenido sobre la forma. En el caso de los Vlogs, es de fundamental importancia la forma, el estilo, de qué manera se presenta la información. Esto tiene que ver directamente con el sistema de *partnership* (sociedades) que YouTube provee con el cual las empresas apadrinan a un vlogger a modo de mecenas pagándole por su trabajo.

Finalmente, el estilo, la creación de contenido original que no viole las reglas de Copyright, hacen que los vloggers comprometidos se esfuercen por generar videos donde tanto el contenido como la forma sean atractivos para los usuarios. Sin embargo, esto no ha impedido que se estandaricen ciertas formas, ciertos comportamientos, que nos permitan caracterizar al vlog como un género.

4. Los géneros de YouTube

Para Burgess (2011:5) existen en YouTube dos formas predominantes de géneros o de estéticas que le son propias y que dominan al sitio y que ella considera que pueden ser nombrados como los “géneros” de YouTube:

“The first such area is “Video blogging (vlogging) or live performance” where participants speak, sing or dance straight to the camera, frequently from a domestic setting; and the second is that of “spoofs, mashups and “viral” videos” – the sphere of activity associated with YouTube’s most visible, generative and problematic cultural products.”⁴ (2011: 5)

Nuestro interés está en el vlogging, del cual Burgess afirma: “live-to-camera performance has been a dominant mode of participation in YouTube; and in particular videoblogging or vlogging has become a key driver of the YouTube user’ “community”⁵. (2011: 6) para contraponerlo al otro “género” dentro de YouTube conformado por el grupo de parodias y videos virales.

5. El Vlog como género

En tanto género, es relativamente nuevo; los usuarios más prolíficos y conocidos forman parte de la comunidad de YouTube aproximadamente desde el 2007, con lo que recién está en una etapa de consolidación.

Ya hemos dicho que, en su historia, está íntimamente ligado al Blog, por lo tanto comparte algunas similitudes como la de presentar los videos ordenados de manera cronológica inversa, lo que permite abarcar una gran cantidad de temas y está abiertos a los

⁴ La primera gran área [de los géneros de YouTube] es la del “Videoblogging (vlogging) o actuaciones en vivo” donde los participantes hablan, cantan o danzan frente a la cámara, frecuentemente desde un espacio doméstico; y la segunda es aquella de “parodias, mezclas y videos “virales” – La esfera de actividad asociada con YouTube de los productos culturales más visibles, generativos y problemáticos.” Traducción propia.

⁵ “Las actuaciones en vivo han sido la forma dominante de participación en YouTube; y en particular el videoblogging o vlogging se ha convertido en una clave conductora de la comunidad de usuarios de YouTube.” Traducción propia.

comentarios⁶ de los usuarios. Las entradas en los blogs se corresponden con el video del Vlog.

Pero vamos a considerarlo en sus diversos aspectos siguiendo la propuesta de Cassany (2006): Aspectos contextuales y socioculturales, aspectos discursivos, aspectos gramaticales y léxicos. Presentamos a continuación una síntesis de dichos aspectos.

5.1. Aspectos contextuales y socioculturales

El Vlog es un género usado en todo el mundo. El contexto general en el que se inserta es el de la sociedad de la información y el conocimiento (SIC) que es el que presenta un adecuado paradigma de estudios para los fenómenos registrados en los nuevos medios.

Respecto a los autores de los videos, en general son jóvenes y adolescentes entre 15 y 25 años que se presentan a sí mismos en un entorno particular opinando sobre un tema. Sus destinatarios son los usuarios de internet, apelados directamente con deícticos personales. Es un género de entretenimiento, esa es su función principal, su objetivo es entretener, hacer reír, divertir, distraer. Sin embargo en algunas situaciones se puede utilizar con otros fines.

El género se ha vuelto muy popular en los últimos tiempos. Algunos de los vloggers posee más de un millón de suscriptores, y varios cientos de miles de reproducciones por cada video, esto nos permite pensar que es un género que está imponiéndose en la web.

5.2. Aspectos discursivos

Lo primero que hemos de tener en cuenta es la brevedad. Esto se debe en gran parte a un elemento impuesto por la página, que es la de la duración máxima de un video. Originalmente YouTube permitía videos de hasta 5 minutos, pronto extendió la duración a 10, y lo mantuvo largo tiempo hasta extenderla hace un par de años a 15 minutos. En promedio, los vlogs rondan alrededor de los 4 o 5 minutos para las comunidades inglesas y entre 8 y 12 minutos para las comunidades hispanas.

Existe una oscilación entre dos secuencias predominantes. Los vlogs oscilan entre las tramas narrativas y las argumentativas, en menor medida las explicativas o descriptivas. La brevedad implica precisión en el contenido, que además es cargado con las formas en las que se presentan dichos contenidos.

En cuanto a su estructura, es variable. Lo general es que haya una presentación del tema (a pesar de que puede ser deducida del título), un desarrollo y un cierre. Puede incluir

⁶ Sal Paz (2010) presenta al comentario del lector (en este caso el comentario del espectador) como un género discursivo estructurante de los medios interactivos.

segmentos como una presentación, un pequeño clip que se repite en todos los videos, del mismo modo con el cierre. Algunos vloggers tienen además segmentos dentro del vlog. Hay otro elemento que es el más prototípico del género Vlog y es el “corte directo”, resultado de cortar partes del video para acortar el tiempo o para dar una ligazón. El corte directo, además, es una señal de edición y planeamiento antes de ser publicado. Otro elemento que se debe tener en cuenta es el de la sincronía. White (2012) propone considerar las comunicaciones en internet bajo el concepto de Tiempo Real Diferido. Bajo esta idea, el video constituye un “texto” que permanece en internet y va más allá de su usuario y de su intencionalidad al momento de subirlo, trasciende esas barreras y se constituye, en algunos casos, un objeto independiente. Como tal, puede obtener respuestas inmediatas o respuestas a largo plazo. Por tanto, hablamos no de una comunicación sincrónica sino que posee diversos grados de asincronía pero con algunos límites.

5.3. Aspectos gramaticales y léxicos

El vlogger es consciente del contexto en el que su video va a aparecer, y es común que haga referencias a los botones más próximos y necesarios: “Suscribirse”, “Pulgar arriba” o “Me gusta” y los comentarios. A veces apelan a los espectadores para que dejen comentarios o lanzan preguntas para evaluar las respuestas y realizar más videos. Esto configura el léxico general que se emplea. En algunos casos se incrustan algunas frases provenientes de otros fenómenos de internet o citas con elementos de la cultura propia, como series de televisión, películas o videojuegos.

La sintaxis del video está determinada por la implementación del corte directo, sin embargo, las estructuras sintácticas de la lengua no se ven alteradas. Siempre se prefiere la variedad dialectal propia a pesar de usar una sintaxis simple y palabras comunes a todas las variedades, pues el objetivo es llegar a la mayor cantidad de usuarios, pero al mismo tiempo, parecer naturales. Por lo general, un usuario puede ver un vlog y comprenderlo sin problemas, si conoce la lengua en la que está filmado el vlog.

6. Oralidad escrita y escritura hablada.

En los vlogs, la existencia de cierto grado de planeación y de otros marcadores nos llevan a pensar en él como una especie de escritura oralizada. Maldonado (2011) siguiendo a Oesterreicher, dice que aquél,

“a partir de las nociones de oralidad y escritura realiza una doble distinción. Por una parte, teniendo en cuenta el medio o canal de transmisión del mensaje, caracteriza a la comunicación como fónica y gráfica (oral o escrita) por otra, considerando la

concepción que subyace al enunciado y a las modalidades lingüísticas que utilizan los usuarios de una lengua de acuerdo con sus necesidades comunicativas, la distinción entre lo oral y lo escrito no constituye una oposición, sino una diferenciación gradual, un continuo limitado por dos extremos que denomina oralidad o inmediatez comunicativa (lo hablado) y la escrituralidad o distancia comunicativa (lo escrito)” (2011: 132 - 133)

El vlog, siguiendo lo antes dicho, está en un canal oral o fónico, en video, se habla en él, pero es un género fijo, no se pierde, permanece el registro, no es volátil. En general, hay un interlocutor presente, que habla a un auditorio, pero en el momento de la grabación se encuentra hablándole a una cámara solamente. Por otro lado, existe una planeación previa. Se tiene un tema, se tiene una idea y, por otro lado, el video es susceptible de una edición. Esta edición, borrar y volver a escribir son algo propio de lo escrito, presente ahora en la oralidad. La marca más importante está, como anticipamos, en el corte directo. El espectador recibe el producto editado. Si en un video aparecen reparaciones, o correcciones, normalmente cumplen un papel estilístico que da una sensación de naturalidad.

Por otro lado, existe esta distancia comunicativa de la que habla Oesterreicher, la comunicación no es privada, no se conocen mutuamente los interlocutores, no están ambos presentes en el momento de la comunicación. Por todo esto nos parece que el vlog constituye un ejemplo de lo escrito hablado.

7. Conclusiones.

El Vlog es un género caracterizado por su medio de distribución, su formato típico y el empleo de algunos recursos particulares, principalmente, el corte directo.

Es un género oral, aunque podamos afirmar que pertenece a lo escrito hablado por el alto nivel de planeamiento con el que cuenta. Se basa en un pre-texto escrito del cual desarrolla un texto nuevo, oral, filmado y grabado que permanecerá en la web por un tiempo indefinido y donde hay una distancia temporal desde el momento de la filmación hasta el momento de la publicación y que espera con cierta asincronía sus respuestas.

Sus partes prototípicas son el saludo y presentación del tema, el desarrollo del tema, una conclusión y una despedida. Forman parte del vlog también el título y la descripción, que son la parte escrita fundamental del vlog. Es un texto complejo pues contiene muchas instancias de elaboración diferentes. El vlog se enriquece, por otro lado, con los comentarios de los usuarios que ven el video.

Cada vlog pertenece a un canal, a un usuario diferenciado, los enunciadore, o vloggers, que se dedican a esta actividad. Cada vlogger crea un espacio particular y, con el tiempo, va tomando conciencia de su impacto en la sociedad.

Los vloggers conforman comunidades. Una general dentro de YouTube y otras, según su lugar, su lengua, sus ideas, el tipo de contenido.

Finalmente, nos parece importante mencionar el hecho de que estos videos tienen un gran alcance, cosa que les permite a los vloggers difundir ideas de un modo distinto al que lo hacen la televisión y la radio, pues puede llegar a una audiencia mucho más diversa, trascendiendo las fronteras nacionales. Algunos usuarios explotan esta capacidad buscando lograr un producto de calidad que entretenga pero que además se convierta en un producto único, ícono de una generación y de una comunidad, por medio del cual se pueda difundir una cultura y un pensamiento.

Bibliografía

BURGESS, Jean (2011) "YouTube" en *Oxford Bibliographies Online*. Oxford, U.K.: Oxford University Press.

CASSANY, Daniel (2006) *Taller de textos, leer, escribir, contar en el aula*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

IGARZA, Roberto (2008) *Nuevos medios. Estrategias de convergencia. 3.0* Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

MALDONADO, Silvia (2011) *Representaciones sociales en prácticas discursivas de la colonia*. Tucumán, Argentina: Universidad Nacional de Tucumán.

SAL PAZ, Julio César (2010) *Periodismo digital en Tucumán. Perspectiva discursiva*. Tucumán, Argentina: Universidad Nacional de Tucumán

TISSERA, Alicia (2003) "Géneros y tipos textuales" en Mabel PARRA (coord.) *El texto desde el campo disciplinar al ámbito del aula* (pág. 60 – 67) Salta, Argentina: Universidad Nacional de Salta.

WHITE, David (2012) "The future is not quite real-time" en <http://tallblog.conted.ox.ac.uk/index.php/2012/07/05/the-future-is-not-quite-real-time/> (recuperado el 20/10/2013)

YUS, Francisco (2010) *Ciberpragmática 2.0 Nuevos usos del lenguaje en Internet* Barcelona, España: Ariel.