



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

LAS MADRES TOMAN LA PALABRA. ANÁLISIS DEL FENÓMENO DE LOS BLOGS DE MADRES.

Visa Barbosa, Mariona
Departament de Filologia Catalana i Comunicació
Universitat de Lleida
marionavisa@filcat.udl.cat

Crespo Cabillo, Cira
Departamento de Ciències de l'Antiguitat i l'Edat Mitjana
Universidad Autònoma de Barcelona
ciracrespo@gmail.com

RESUMEN:

Esta comunicación analiza la utilización de las redes sociales, y particularmente la blogosfera, como punto de encuentro comunicativo de las mujeres del siglo XXI. La proliferación de un gran número de blogs sobre maternidad, donde las madres expresan sus reflexiones y experiencias en torno al embarazo, la lactancia y la crianza, supone la creación de un nuevo espacio maternal para las mujeres. A raíz de su incorporación al mundo laboral en la industrialización y después de siglos en que los procesos ligados a la maternidad han estado en manos masculinas, las mujeres vuelven a reunirse y reivindican su propia toma de decisiones.

Para poder realizar el análisis se han estudiado los 10 blogs sobre maternidad escritos en castellano que tienen más seguidores. A partir de aquí, podremos enumerar las características más destacadas entre éstos, como son la concepción de las madres como "prosumers", el sentimiento de "tribu virtual", la tendencia al narcisismo y a la exhibición personal, la revalorización de la infancia, el retorno a lo primitivo y el aumento de la incerteza en los tiempos actuales de sobreabundancia de información. Elementos todos ellos que nos llevan a poder hablar de una nueva forma de vivir y sentir la maternidad en nuestra sociedad actual hipermoderna.

PALABRAS CLAVE:

mujer, maternidad, hipermodernidad, blogosfera.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente, en las redes sociales de Internet, existen un gran número de páginas personales y blogs escritos por mujeres que tienen como tema central la reflexión acerca de la crianza y la maternidad. Estos blogs mantienen una alta actividad, con una gran frecuencia de publicaciones, y gozan de gran popularidad. El foro *Madres blogueras*, creado a principios de 2011, y que agrupa a muchas de las mujeres que escriben blogs, cuenta a finales de este mismo año con 83 usuarias registradas.

La presente comunicación tiene como objetivo contextualizar este fenómeno actual de las madres blogueras, definiendo sus características y puntos de unión.

En la primera parte se hace un repaso al concepto de maternidad a través de la historia y se enumeran los distintos espacios de encuentro que las mujeres han tenido para sí en las distintas épocas. En la segunda parte, se estudian los blogs de maternidad y se relacionan sus características con las de nuestra era actual hipermoderna.

Para ello, hemos analizado los 10 blogs escritos en castellano que tienen más seguidores: *Tenemos tetas* (777 seguidores), *Mamacontracorriente* (497), *Creciendo con David* (448), *Una mamá española en Alemania* (432), *Mi vida con hijos*, (409), *Ahora la madre soy yo* (259), *Con la teta hemos topado* (258), *La mama vaca* (256), *Me gusta ser mama* (232) y *Una maternidad diferente* (184).

De todos ellos se ha realizado un análisis descriptivo y enunciativo, en el que se han anotado tanto los datos referentes a la personalidad y presentación pública del autor cómo los referentes a su uso de la tecnología y las formas de comunicación presentes en cada página personal.

De cada blog se han escogido cinco entradas, referidas cada una a los cinco temas más expuestos por el autor (datos que se han extraído a partir de valorar las "etiquetas" más utilizadas). Éstas entradas o *posts* se han analizado desde una metodología textual y narrativa. Así, hemos podido estudiar y valorar el lenguaje y la exposición de las entradas vinculadas a los temas más comentados en cada blog, como pueden ser la lactancia, el colegio o el sueño del niño.

A partir de este análisis encontramos varias características en común, que nos hablan de un nuevo tipo de madre, una madre que reflexiona acerca de su maternidad y que siente la necesidad de comunicarse e intercambiar opiniones con otras mujeres.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

2. CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICA DEL FENÓMENO DE LOS BLOGS MATERNALES

2.1 Surgimiento y evolución del concepto maternidad.

Parece ser que en euskera no existe una palabra para designar el color verde. Una posible explicación de este hecho sería que las lenguas se adaptan al entorno y las palabras aparecen para explicar aquello que se ve y se puede definir. Pero no se puede definir una cosa que le envuelve todo, y donde se habla euskera el paisaje es todo el verde, así que decir verde es como no decir nada. De la misma manera, el término maternidad (*maternitas*) no existió en la Europa Occidental hasta el siglo IX, pero en esa ocasión solo servía para designar la tierra donde se había nacido, sinónimo de tierra nativa, es decir sin relación con la actual definición de maternidad. No fue hasta la Edad Media cuando empieza a definirse la maternidad tal y como lo entendemos en la actualidad, pero siempre en un contexto de la Madre Iglesia o la maternidad de María (Tombeur 2005:147; Knibiehler 2002:25ss). La palabra no se aplicaba a las mujeres corrientes. En la época de las Luces empezaron a configurarse las definiciones actuales de maternidad, a construirse la idea de amor maternal y a la función nutricia de la madre se le suma la educativa (Palomar Vereá 2005: 41; Knibiehler 2002:59-80).

Pero cuando se clarificó el significado del término maternidad fue con el inicio de la incorporación de la mujer y del hombre al trabajo asalariado. En el momento que alguno de los miembros de la familia sale de casa para ir a trabajar a la fábrica resulta evidente la disgregación de la vida familiar y profesional (Neyrand 2004:3). Fue entonces cuando los contornos y significados de la palabra maternidad empezaron a perfilarse. Es en ese momento cuando los límites y espacios se clarifican. Surge la separación del ámbito privado del público y allí fueron enviadas las mujeres, y se decidió que este nuevo ámbito, lo privado, sería su lugar. La crianza de los niños se definió como su responsabilidad primaria, al mismo tiempo que esta tarea se privatizaba y se devaluaba cada vez más. Se devaluaba porque, si bien se consideraba que el sitio de la mujer era dentro de la casa (nunca antes se había puesto en cuestión) lo cierto era que cada vez más mujeres trabajaban fuera de casa, en trabajos asalariados. Podríamos decir que antes de que supiéramos que era ser madre, se definió como eran las malas madres⁷⁷⁵. La nueva sociedad que prefiguraba la economía capitalista empezaba a enfatizar valores como el individuo que chocaban frontalmente con otros que requerían la crianza: colectividad, colaboración, ayuda mutua y experiencia. Eso sin duda se ha ido incrementando a lo largo de estos siglos.

⁷⁷⁵ Sobre la concepción de la "mala madre" vid. Palomar Vereá (2004)



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

2.2. Espacios maternos a lo largo de la historia. De la marginalidad a la intervención masculina.

Hasta ese momento nadie se había ocupado de lo que hacían las mujeres con sus hijos los primeros años de su vida. Así que las mujeres hablaban entre ellas, aprendían de la experiencia de las otras. De sus madres, de sus vecinas, de sus amigas. Y eso nos lleva a otro tema, relacionado con el anterior y fundamental para entender el fenómeno de las madres blogueras. Las mujeres, hemos encontrado sitios de relación al margen de la luz pública, de la oficialidad. Espacios marginales que han ayudado a configurar lo que podríamos llamar una cultura propia donde la conversación, el intercambio de impresiones, la palabra en definitiva, forma una parte fundamental. Evidentemente no estamos diciendo que las mujeres seamos “por naturaleza” más habladoras, sino que las maneras en como nos hemos relacionado en el seno de las sociedades patriarcales ha llevado a escenarios de convivencia propios donde era necesario hablar y aprender de las demás. No contamos con información sobre los conocimientos transmitidos en esos contextos, porque han sido siempre no oficiales, no formales y, por lo tanto, no se han escrito. Lo que sí que tenemos son indicios que nos permiten suponer que la palabra era la protagonista. Contamos con múltiples versos y canciones que han llegado hasta nosotros, concebidos en esos momentos de encuentro (Madrigal 2008). De hecho, algunos especialistas consideran que el origen de la lírica tradicional medieval tiene como germen estas voces femeninas (Masera 1993). Así pues, como dice E. Madrigal “ lírica e historia coinciden en que las mujeres convivirían unas con otras, en intimidad suficiente para conversar (...)dentro de un ámbito privado, al mismo tiempo que colectivo, y con sus propios códigos”(Madrigal 2008:97)

Como decíamos, uno de los conocimientos no formales que tradicionalmente han sido competencia de las mujeres es todo lo relacionado con la maternidad. Generaciones y generaciones de madres hicieron caso tan solo a las palabras transmitidas por otras mujeres, ya fueran de su familia o de su entorno cercano. Momentos como el parto y la lactancia eran su competencia, hasta hace poco. Con la industrialización se profesionalizó e instrumentalizó todo lo relacionado con el nacimiento y la crianza. A la vez que se emprendía una verdadera campaña de desprestigio hacia estas figuras femeninas con poder en estos ámbitos como, por ejemplo, las comadronas⁷⁷⁶. Detrás de estos escritos y actitudes no había tan solo un interés por el futuro bebé, sino que se vislumbraban las habituales conductas misóginas.

A partir de entonces los hombres-médicos se fijaron en como hacían de madres las mujeres y empezaron a juzgar. Centrarón su atención en el papel de la madre en el desarrollo del niño. La

⁷⁷⁶ Ya en 1646 podemos una diatriba contra las comadronas titulado *A voice in Rhama or the crei of Women and Chlidren* (Hutter Epstein 2010: 37)



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

madre ya no era dueña del hogar y al mismo tiempo se le empezó a exigir una responsabilidad capital en el bienestar emocional del niño. Anteriormente se consideraba que la función principal de la madre sería la de nutrir, alimentar. Ahora la responsabilidad abarcaba todos los ámbitos, hasta el desarrollo emocional (Knibiehler 2002:106). Las madres y la sociedad en general, adoptaron las nuevas modas y actitudes, desechando en muchas ocasiones las tradiciones anteriores y dejando en el olvido parte del patrimonio maternal femenino.

2.3 La maternidad hoy en día. El proceso de reelaboración de redes maternas.

Después de la Segunda Guerra Mundial las mujeres entraron a gran escala en el mundo laboral y con ello se desarrollaron centros de cuidados para niños. A la vez que la sociedad de consumo inventaba gran cantidad de utensilios que permitieran mejorar la vida de los niños y la menor implicación de la madre. La maternidad cada vez más se delegaba e instrumentalizaba al servicio de la producción. La fijación definitiva del concepto de familia nuclear (una pareja y sus hijos aislados en un hogar)⁷⁷⁷ y la entrada en la sociedad de consumo son los elementos básicos para entender la maternidad en la actualidad.

Hoy en día la responsabilidad de la crianza sigue siendo en gran medida de la mujer. El no asumir esa tarea de manera consciente, con todo lo que supone, puede acarrear problemas a nivel social y personal para la mujer y sus hijos. Como dice Cristina Palomar, convertirse en madre sin cuestionarse los motivos puede ser la fuente de consecuencias emocionales muy serias para estas mujeres, sus hijos o hijas y para quienes conviven con ellas. Vivir la presión de un embarazo, un parto y una crianza sin desearlo o sin saber afrontarlo (o sin recursos para hacerlo) puede desembocar en situaciones conflictivas (Palomar Vereá 2005:14).

Pero aunque la elección sea consciente y querida, poner en los hombros sólo de las mujeres todo el proceso de educación y crianza conlleva una carga difícil de sostener. En la actualidad nos encontramos con mujeres que han decidido afrontar la maternidad de manera consciente, con ganas y energía. Es una responsabilidad a la cual no quieren renunciar, porque ayudar a crecer a una persona es también una tarea gratificante y enriquecedora. Pero las principales responsables del bienestar de los hijos se han quedado solas en sus casas. Porque como decía K. Vonnegut, "un marido, una esposa y algunos niños no son una familia. Son una unidad de supervivencia terriblemente frágil". Se necesita a más gente.

No sólo eso, la entrada de médicos, especialistas y demás personal "cualificado" en el mundo de la crianza, consiguió, con gran esfuerzo, acabar de romper con los hilos que nos ataban con el conocimiento femenino de la maternidad, toda una red difícil de tejer de nuevo. Así que son

⁷⁷⁷ La idea de familia nuclear surgió de la ideología propia de las clases medias decimonónicas, pero con el tiempo este concepto se clarificó e extendió. Al final del proceso se consiguió que ésta idea de familia se considerara "natural" y deseable. A la vez que se consideraba este tipo de familia el marco de relaciones personales privadas independiente del área pública (Moore 1991:144-145)



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

muchas las mujeres que saben que los pediatras no les pueden ayudar en todo y que no encuentran en casa, hablando con las madres de la familia, las respuestas que necesitan, simplemente porque ellas no las conocen. Ante esta situación muchas mujeres han buscado una salida individual al problema. Y aquí es donde aparece el fenómeno de las madres en red.

Como decíamos, las mujeres a lo largo de la historia nos hemos relacionado con la conversación, unas con otras y aprendemos hablando y conociendo experiencias de las demás. También hemos creado con las palabras. Retomando esta herencia, un grupo numeroso de madres que se han encontrado con la necesidad de comunicar, hablar sobre su experiencia más allá de su entorno más cercano. En muchas ocasiones porque ni tan solo hay un entorno cercano con el que hablar. Recomponer los hilos que se habían roto y re-conocer como paren otras mujeres, como amamantan, y a partir de allí tomar las propias decisiones. En la soledad de su piso muchas mujeres han entendido a la perfección el proverbio africano "se necesita una tribu para cuidar un hijo", y han decidió encontrar su tribu 2.0 gracias a la creación de blogs personales.

3. ANÁLISIS DE LOS BLOGS DE MATERNIDAD

A partir de analizar los 10 blogs escritos en castellano que tienen más seguidores, hemos encontrado varias características en común, que nos hablan de este nuevo tipo de madre, una madre que toma las riendas de su maternidad y que siente la necesidad de compartirla con otras mujeres. Y este nuevo tipo de madre recoge muchas de las características de nuestra época actual hipermoderna. Vamos a analizar con detalle estas nuevas características de las madres, definiendo previamente los estamentos básicos de la hipermodernidad.

Autores como el francés Gilles Lipovetsky (Lipovetsky, 2004) o el polaco Zygmunt Bauman (Bauman, 2007) han definido la época actual como una evolución de la etapa posmoderna experimentada a partir de los años 60 del siglo XX, dónde los valores imperantes eran el narcisismo, el individualismo y el auge del consumo y de la comunicación de masas. Actualmente, a partir de finales del siglo pasado, una vez pasados los momentos de máxima exaltación del hedonismo y del presentismo propios del posmodernismo, estamos viviendo una nueva recomposición de valores que Lipovetsky ha convenido en llamar hipermodernidad. Así, seguimos todavía en la misma era posmoderna, pero un pesimismo difuso parece haberse instalado entre nosotros y han entrado en cierta crisis la fascinación, el progreso y la libertad, que eran los grandes pilares de la modernidad, las bases de su imaginario. A la vez, en el marco de estas últimas décadas, el hombre y la mujer occidentales han desarrollado unas preocupaciones por el trabajo, la salud y la familia a las cuáles Lipovetsky se ha referido bautizando el individuo actual como un "*Narciso neurotizado*". (Lipovetsky, 2007).



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Esta nueva tendencia empezó durante el último tercio del siglo XX, coincidiendo con muchos cambios de la sociedad. La caída del muro de Berlín el año 1989, la crisis ambiental y la revolución informacional, entre otros factores, conllevaron una variación de las grandes ideologías. Igualmente, una progresiva “descomunitarización” de los marcos que hasta ahora eran vividos como comunitarios; debido sobretodo a la complejidad social, el sensualismo, la desacralización del mundo, el racionalismo moderno y la secularización propias de la sociedad en esta última etapa del modernismo (y que han estado apuntados por Joaquim Capdevila (Capdevila, 2011: 28), desemboca en una necesidad de afirmación de la identidad personalizada de los individuos.

Y es en este contexto social dónde las mujeres han encontrado una nueva forma de comunicación y reunión: la difusión de experiencias y reflexiones personales a través de Internet a otras mujeres que, sin ser conocidas, sienten cercanas y comparten las mismas formas de crianza.

Pasamos a analizar a continuación cuáles son los puntos de unión entre estos blogs y estas mujeres para poder conocer mejor esta nueva tendencia social. Las características básicas que hemos encontrado son las siguientes: la concepción de las madres como “prosumers”, el sentimiento de “tribu virtual”, la tendencia al narcisismo y a la exhibición personal, la revalorización de la infancia, un retorno a lo primitivo y un aumento de la incerteza en estos tiempos de sobreabundancia de información.

3.1 Las madres como “prosumers”

Como hemos señalado, una de las características de la época actual es la necesidad que sentimos los individuos de expresar singularizadamente nuestra identidad. Buscamos unos referentes que nos diferencien fuertemente, que nos singularicen respecto a los demás. Esta personalización extrema de las identidades se beneficia de un fenómeno básico de la hipermodernidad: la emergencia de una nueva dimensión de la comunicación, caracterizada por la privatización de la experiencia comunicativa que suponen las nuevas plataformas de comunicación personal aparecidas en las últimas décadas en Internet, como twitter, facebook, o, en el caso que nos ocupa, blogger. Los individuos nos hemos alejado cada vez más del espacio público, nos aislamos en la esfera privada y, desde allí, nos presentamos públicamente al mundo a través de nuestros ordenadores. Actualmente, el contenido generado por los usuarios de Internet es casi la mitad del contenido desarrollado por las instituciones o empresas, y esta tendencia va en aumento.

La mujer y madre actual ya no es únicamente consumidora pasiva de los medios de comunicación, sino que ha devenido una mujer “prosumer”, la cual cuenta con opciones ilimitadas de elección de productos, de acceso a las informaciones y de difusión de opiniones propias que tienen influencia sobre fabricantes y anunciantes. El término “prosumer” fue acuñado



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

por el futurólogo Alvin Toffler en su obra "*La tercera ola*", a partir de la fusión de las palabras PROducer (productor) y conSUMER (consumidor), hecho que ya predecía la aparición de un nuevo tipo de consumidor activo.

Las autoras de los blogs analizados son todas mujeres, aunque cabe decir que también hay padres que escriben sobre crianza como los autores de los blogs *Historias de papá lobo* o *Aprendiz de padre*, pero mayoritariamente, las personas que hablan e intercambian consejos sobre maternidad son mujeres, hecho que no ha sido usual anteriormente en la historia. Incluso unas cuantas madres blogueras se han atrevido a traspasar la frontera de Internet y han publicado un libro titulado "*Una nueva maternidad*", en el que en el prólogo ya avisan que es el primer libro de estas características escrito por mujeres. También la autora del blog *Mi vida con hijos*, Isabel García-Zarza, ha publicado un libro que recoge sus reflexiones en la red: *Diario de una madre imperfecta*.

Estas "prosumers" son, además de mujeres, jóvenes (la mayoría están en la treintena) y de profesión y procedencia muy variada. Ya no hace falta estar en las grandes ciudades para ser influyente. Incluso existe el caso del blog de *Una mamá española en Alemania*, la autora del cual compara las costumbres de los dos países en torno a la crianza. Y existen más blogs de madres que relatan su experiencia maternal desde otros países. No hay fronteras para este nuevo consumidor y productor de contenidos, y, si las hay, lejos de suponer un obstáculo, sirven para enriquecer las experiencias de la comunidad.

Una de las características comunes es su alto nivel académico, muchas de ellas con títulos universitarios y presumiblemente procedentes de un estrato social medio-alto. Así, es un fenómeno que se gesta en las capas que tienen un mayor acceso a la información.

La plataforma mayoritariamente utilizada es blogger. También hay un caso de wordpress y otro de una página web personal, sobretodo en el caso de blogs que tienen un gran número de seguidores y que con el tiempo han dado el salto a plataformas distintas del blogger original con el que habían empezado (es el caso de los blogs *Una mama(contra)corriente* y *Creciendo con David*). Y 9 de los 10 blogs analizados tienen también enlaces a otras plataformas, como twitter o facebook, por lo que se observa la voluntad de estar lo más presente posible en el mundo virtual.

Esta voluntad de llegar a la gente se manifiesta también en la legibilidad de los diferentes *posts*, que utilizan un lenguaje formal en su mayoría, así como distinciones como palabras en mayúsculas, cursiva o enumeraciones para hacer más fácil la comprensión del mensaje. También la inclusión de imágenes en los post, en 25 de los 50 analizados, ya sean fotografías (en 18 ocasiones), ilustraciones (en 5), fotomontajes (1) o tablas (1) refuerzan esta idea.

También es relevante comentar que este espíritu de actuación no se queda en el ámbito del propio blog y que, además de los casos de los libros ya comentados, también se impulsan iniciativas sociales. Una de las que consiguió mayor participación fue el manifiesto a favor de que



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Habiba (una mujer a la que los servicios sociales de Madrid habían separado de su hija por darle lactancia a demanda) volviera a estar con su hija. A raíz de estos hechos e creó la página de facebook: "*Queremos que el IMMF permita que Habiba amamante a su hija YA.*". Y iniciativas similares se han producido en el llamamiento a escribir cartas al director del diario *El mundo* para quejarse sobre un artículo sobre maternidad, así como posts que invitan a participar activamente en la Semana Mundial de la Lactancia Materna. Los sorteos propios que hacen los blogs para celebrar un número determinado de entradas, de visitas, o de seguidores también se inscriben en este fenómeno.

3.2. La "tribu" virtual:

Anteriormente hemos hablado de la soledad con la que las madres actuales viven la maternidad y la crianza de nuestros hijos, debido a la progresiva descomunitarización de la sociedad. Los nuevos modelos de familia propician grupos nucleares más pequeños y la falta de referentes y disminución de la ayuda que esto conlleva ha provocado que muchas madres busquen estos referentes en las redes sociales. Y los han encontrado.

Así, la blogosfera maternal actúa en cierta manera como los "virtual large groups" de los que habla Haim Weinberg (Weinerg, 188), donde los individuos se apoyan y crean vínculos comunitarios entre sí. Weinberg describe concretamente las características de los chats, pero muchas de éstas son extraplorables también a los blogs. En los blogs no hace falta que los usuarios permanezcan constantemente on-line para poder "hablar" (o en el caso que nos ocupa, dejar comentarios), pero existe igualmente la sensación de formar parte de un grupo, de ser una comunidad. En los blogs analizados encontramos gran cantidad de rasgos que hacen suponer esta pertenencia a un grupo superior y que demuestran que cada blog no es un elemento aislado. Los blogs amigos que se enlazan en la parte derecha de la página principal de un blog, por ejemplo, son un claro indicativo de la concepción de todos los blogs como un grupo al que se forma parte. A la vez, los constantes premios y cuestionarios que los autores se otorgan entre ellos es una forma de reconocerse y de saber más de cada miembro.

Van Vliet and Burgers (1987) nos daba las pistas de los elementos básicos compartidos por toda comunidad, entre los cuáles se encontraban los siguientes: interacción social, un sistema de valores compartido y un sistema simbólico compartido.

Las comunidades de madres en el ciberespacio contienen estos tres elementos. La interacción social se observa en las numerosas veces que las autoras de los blogs se citan entre ellas, en la costumbre de responder los comentarios de los distintos usuarios (en 7 de los 10 blogs analizados el autor siempre responde a los comentarios), en la posibilidad de plantear preguntas al autor del blog y la visibilidad del mail del autor en la página (que se muestra en 6 ocasiones).



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

La segunda característica de la comunidad, el hecho de compartir un sistema de valores se puede apreciar en el auge de la crianza natural que una gran cantidad de páginas personales profesa, así como el gran número de textos e imágenes reivindicativas sobre el tipo de crianza que se defiende que muchos de ellos comparten y que serán referidas posteriormente.

Finalmente, el uso de un mismo sistema de símbolos se puede ver en las etiquetas compartidas como marcador de los temas más tratados en el blog, en el uso de emoticonos, de abreviaciones y de un lenguaje similar en cuanto al registro y formalidad.

Como dice Weinberg, puede haber miembros activos o pasivos en un gran grupo, pero todos ellos desarrollan la sensación de pertenecer a él. Así, se incluirían en este grupo de madres 2.0 también las madres que no tienen un blog propio pero que son lectoras habituales de estas. Y por lo que se desprende del número de seguidores de cada blog analizado (788 el que más y 188 el que menos) son muchas.

El grado de implicación en el grupo depende del número de comentarios dejados en otros blogs y también de la frecuencia de actualización del propio blog, hechos que dependen del momento y varían en el tiempo. Hay periodos de tiempo donde ciertos individuos parecen tomar el liderazgo de las discusiones (o de los *posts*), para pasar a ser más silentes en otras épocas, donde nuevos usuarios toman el rol de liderazgo.

3.3. Narcisismo o la exhibición del yo

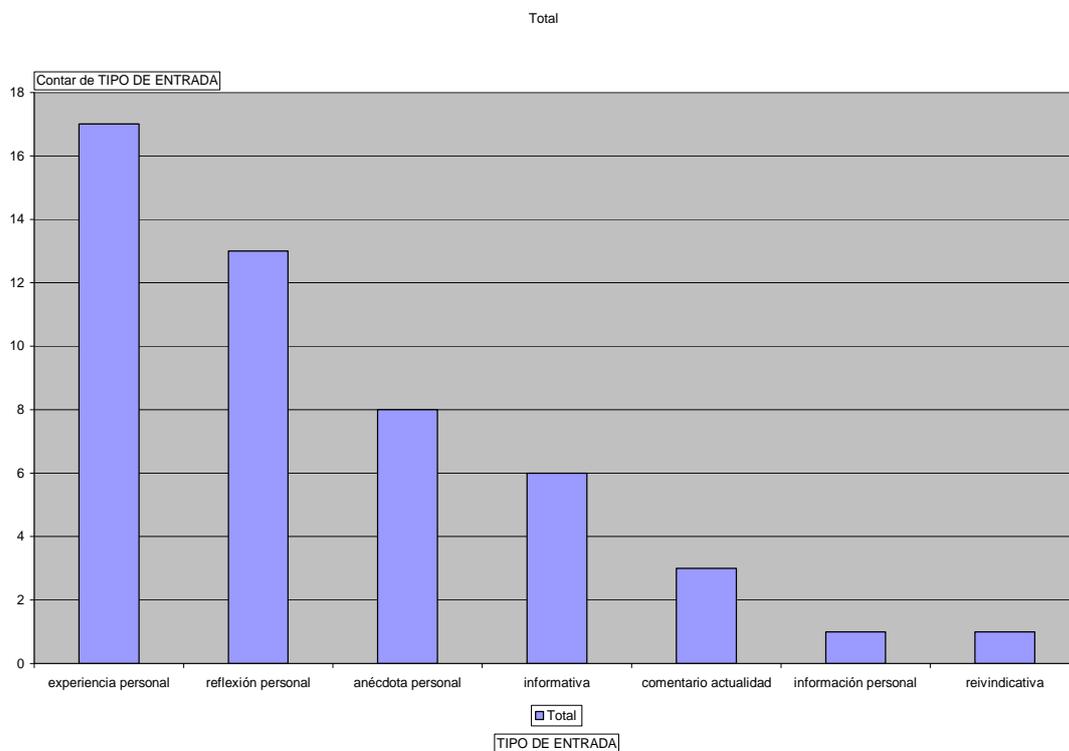
Otra de las características hipermodernas observadas en los blogs de maternidad es la tendencia actual de hablar de uno mismo en las redes sociales, de convertir la propia persona y su vida cotidiana en el tema central de un blog.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

En el estudio realizado, la mayor parte de los blogs tienen como protagonista central a la madre, que nos habla sobretodo de sus hijos pero también de los cambios que la maternidad ha conllevado a su vida. Así, se explican anécdotas y experiencias personales a la vez que se difunde información. En la siguiente tabla podemos ver cómo la mayoría de entradas remiten a experiencias, reflexiones o anécdotas personales y cómo son menos las dedicadas a transmitir información o comentarios sobre la actualidad.



En la blogosfera también encontramos otros tipos de blogs, dónde el autor convierte al hijo en sujeto de la página y habla en boca de él. En el estudio que hemos realizado, hay un post que reúne estas características, en el blog *Con la teta hemos topado*, dónde el niño explica sus experiencias con la retirada del pañal, llamado: "Operación ACLEDJ" y subtítulo "la operación pañal" o lo que es lo mismo o así ha rebautizado mi mamá, operación "acabemos con las existencias del jabón Lagarto" .

De hecho, el auge de los blogs personales, de los photoblogs y otras páginas dónde los usuarios difunden contenidos muy personales a personas que no conocen físicamente se inscribe dentro del fenómeno llamado "the stranger in the train effect", descrito por McKenna el 2002 y analizado entre otros por Sonia Livingstone el 2007. Según este efecto, en ocasiones los individuos tendemos a explicar nuestra vida con más detalle y de manera más desinhibida a



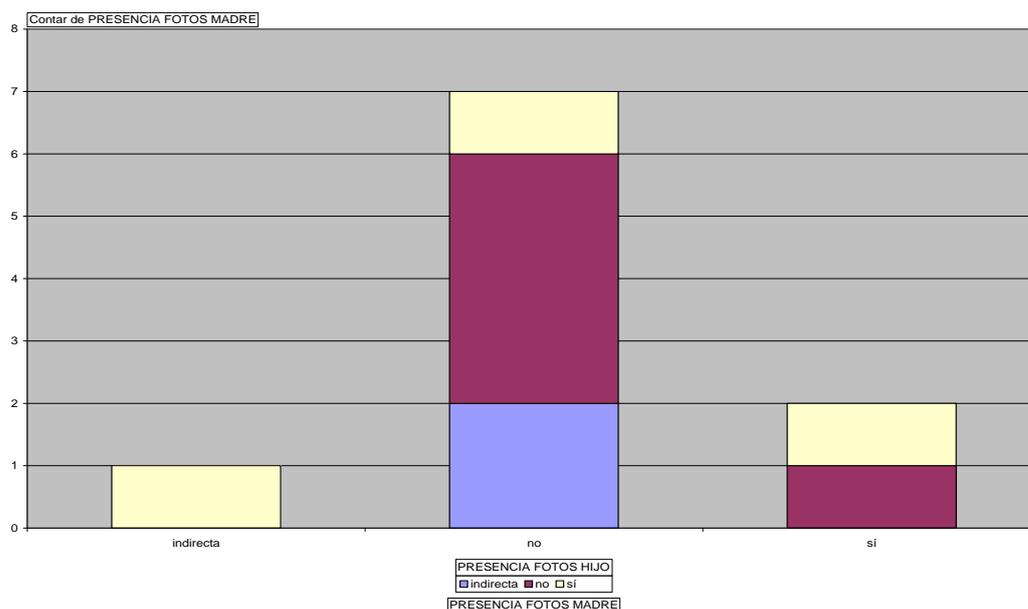
I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

personas no vinculadas con nuestro entorno que a nuestros propios familiares. El anonimato real o la sensación de éste que tenemos cuando difundimos informaciones y fotografías personales a través de la red hacen que mostremos parte de nuestra vida que nunca contaríamos presencialmente a personas conocidas.

Por lo que refiere al anonimato, 4 usuarias optan por dar un nombre personal, que ignoramos si es el real o no. Y los otros seis son anónimos, utilizando seudónimos como "mamareciente", "una mama española en Alemania", "la teta reina", "Lady A" o "mamá contra corriente".

Por lo que respecta a las fotografías mostradas, los hijos aparecen fotografiados en cinco de los blogs: en tres de manera directa y en dos de manera indirecta (sin que se les vea la cara). Por lo que respecta a la presencia de fotografías de la madre, ésta sólo aparece en 2 blogs. En los blogs donde las madres aparecen, en uno aparece también el hijo y en el otro no. En los blogs donde no aparecen las madres, en dos aparecen los hijos de manera indirecta, en cuatro no aparecen y en uno sí.



Los nombres de los hijos se dicen en pocas ocasiones y en sólo un caso aparece en el mismo nombre del blog. En tres blogs las madres se dirigen a su hijo a través de genéricos (mi hijo, los niños), otros tres tienen nombre real y los otros tienen un sobrenombre como "chiquinini", "boliche", "el rubio", "destroyer" o "el del rizo".



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

3.4 La revalorización de la infancia

La conversión de la crianza en un tema tan profuso del que hablar, así como la preocupación excesiva por la correcta realización del papel de madres es un signo de la revalorización de la infancia en la época actual. En este hecho se puede ver la contribución de un aspecto básico de la hipermodernidad: la fuerte identificación de los padres con sus hijos en tanto que factor de singularización y preservación de la propia identidad.

Paradójicamente, esta presencia masiva de los niños en los blogs de maternidad contrasta con su progresiva desaparición de la sociedad contemporánea, en el curso de la cual los estilos del niño y del adulto tienden a fusionarse, a homogeneizarse, y el niño como tal tiene cada vez menos presencia.

En la sociedad actual, los niños no se diferencian de los adultos en cuánto a intereses, lenguaje, alimentación o vestuario. Y es que como apunta Postman (Postman, 1990), a medida que disminuye la categorización de infancia como etapa diferenciada, disminuyen también sus señales simbólicas. Parece como si en la sociedad actual hipermoderna los niños no manifestasen su deseo de ser niños eternamente, sino al contrario, pronto demuestran sus ganas de crecer y conseguir un cuerpo adolescente.

Así, en un mundo dónde la adolescencia empieza cada vez más pronto y termina cada vez más tarde, preservar la corta etapa de la infancia puede ser uno de los motivos del auge de blogs que versan sobre la temática del niño en su más tierna infancia.

3.5. El retorno a lo primitivo

En la introducción del libro de Gilles Lipovetsky sobre los tiempos hipermodernos, Pierre-Henri Tavoillot define la hipermodernidad como el tiempo en que no sólo se representan los valores narcisistas y la pérdida de los fines, sino también como la época de la consolidación de una serie de sentimientos y valores tradicionales. (Lipovetsky: 2006, 8).

Observamos en la gran mayoría de los blogs analizados una preocupación por la crianza natural y por vivir la maternidad de manera consciente y tranquila. Este factor, visible en muchos otros aspectos de nuestra sociedad, es definido por Eloy Fernández Porta a través del fenómeno estético 'Urpop', que sería la emergencia inesperada de figuras, valores o emociones primitivos en un espacio ultramoderno. (Fernández Porta, 2008: 14).

El resurgimiento de nuevos modelos de crianza más naturales y conscientes respecto el proceso del embarazo, del parto y de la lactancia suponen un retorno a este primitivismo, dónde lo natural se impone por encima de los avances científicos. Tras unas décadas (los años 70 y 80), dónde las mujeres optaban mayoritariamente por alimentar con biberones a sus hijos (hecho que se publicitó como una liberación de su maternidad), se esta volviendo a una crianza natural en la



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

que las madres viven cada etapa de sus hijos de manera intensa y emotiva. La lactancia materna exclusiva durante los primeros seis meses de vida del bebé, así como la prolongación de ésta hasta los dos años o más, es actualmente cuestionada en algunas esferas sociales. En cambio, en los blogs las madres intercambian estas experiencias con naturalidad y se sienten apoyadas. Como ejemplo de esta revalorización de lo natural, encontramos dos casos en los que el nombre que se da a los comentarios que pueden dejar los usuarios se ha cambiado por el de "muuugidos" o "gotitas de leche", con claras referencias a la lactancia materna.

Las cinco etiquetas más repetidas en los 50 posts analizados son maternidad, colecho, lactancia, lactancia materna y alimentación. La lactancia aparece, pues, de dos formas distintas y es el tema estrella indiscutible. Así, la temática más repetida es la maternidad (en 9 ocasiones), seguida de la lactancia (7), la alimentación (3) y el papel del padre en la crianza, el colecho, el sueño y el colegio (2 respectivamente).

Como vemos, en la época de la crisis de la comunicación o de la "dieta comunicativa" de la que habla Sebastià Serrano (Serrano: 2006) también tiene cabida la revolarización de espacios de comunicación entre madre e hijo, como la lactancia (que es contacto, comunicación). Una generación de madres se ha dado cuenta de que la inversión en afecto, en contacto, es prioritaria y reportará en un futuro grandes beneficios.

Si durante la modernidad se quería hacer tabla rasa del pasado, ahora se rehabilita. *"Al exaltar el más mínimo objeto del pasado, al apelar a los deberes del recuerdo, al reactivar las tradiciones religiosas, la hipermodernidad no está estructurada por un presente absoluto, sino por un presente paradójico, un presente que no deja de exhumar y redescubrir el pasado"*. (Lipovetsky: 2006, 90). De todas maneras, cabe destacar que no encontramos presencia de ritos tradicionales como el bautizo o otros ritos religiosos en los blogs analizados, por lo que este retorno a lo natural y a la revalorización de los tiempos pasados se referiría sólo a los factores estrechamente ligados a la crianza y supervivencia como son la alimentación, la movilidad y el sueño.

3.6 Mayor información, mayor incerteza

Gilles Lipovetsky nos advierte de que los individuos de la sociedad actual *"están a la vez más informados y mas desestructurados, son más adultos y más inestables, están menos ideologizados y son más deudores de las modas, son más abiertos y más influenciados, más críticos y más superficiales, más escépticos y menos profundos"*. (LIPOVETSKY; 2006: 29).

Así encontramos muchos *posts* informativos sobre nuevos libros o corrientes de crianza, que demuestran que las madres están muy bien informadas, citando a profesionales como Carlos González (el que más, citado en 4 ocasiones en los posts analizados), el doctor Estivill (en tres ocasiones, aunque desfavorablemente) y a otros profesionales como Rosa Jové o Laura Gutman.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Esta información ayuda a que la emoción general que se desprende de nueve posts sea la determinación, la seguridad de que las madres están obrando bien con el tipo de crianza elegido. Esta determinación tanto puede ser real como una pose o forma de transmitir seguridad y autoconvencerse. Ocho *posts* transmiten también un sentimiento de indignación, de rebelarse contra alguna forma de actuar de la sociedad que no es satisfactoria desde el punto de vista de la crianza natural, o rebatiendo las creencias de algunos pediatras o autores.

Pero a pesar de esta información y ejemplificando la cita de Lipovetsky del inicio, existen también posts en los que el sentimiento general es la indecisión y la interrogación sobre si la forma propia de actuar es correcta. 5 posts tienen como título una pregunta: "*Vacunar: ¿sí o no?*", "*¿Rabenmütter?*", "*¿Bañarle cada dos semanas?*", "*¿Nuestros hijos y su futuro nos pertenecen?*", "*¿Y si los primeros meses no fueran los peores?*". Observamos pues desde las preguntas más trascendentales a las más banales, pero todas ellas comentadas con indecisión en el post. En otro encontramos una confesión de una madre que no cree ser "buena madre" ya que alega que su casa no está siempre perfecta.

Esta indecisión es también la causa de que un gran número de posts verse sobre la definición y explicación de ayudantes para las madres. Así, tanto la narración de experiencias personales, como el intercambio de informaciones sobre lactancia materna y las recomendaciones de libros que se hacen entre las madres desempeñan un gran papel de ayuda y de soporte. De ánimo para las madres, que las ayuda a sentirse más seguras. Como se desprende del análisis narrativo de las entradas, en 16 ocasiones la función del post es definir un "adyuvante" (Greimas: 1976, 275) y, en 8, definir un oponente, en el que normalmente las madres se basan en la comparación con otros tipos de crianza.

Encontramos también un personaje antítesis o antisujeto, que sirve para reforzar la identidad de las madres como grupo, así como para reforzar positivamente la manera de crianza escogida. Este personaje antítesis es referido en varias entradas, y pueden ser tanto las madres que no crían con apego (en 8 ocasiones) como las madres demasiado perfectas (en 2).

3.7 Una nueva concepción de la maternidad

Como hemos visto, una cuestión visible en la mayoría de blogs es la gran divulgación de la lactancia materna.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Del total de imágenes utilizadas en el avatar que representa a las autoras, tres imágenes se refieren a la lactancia, ya sea un icono, una fotografía de un hijo siendo amamantado o una ilustración sobre el tema.

Si nos fijamos en las connotaciones del nombre del blog, vemos como tres de ellos se refieren a la lactancia como "*Tenemos tetas*", "*La mamá vaca*" y "*Con la teta hemos topado*". Las otras connotaciones del nombre del blog pueden verse en esta tabla:

CONOTACIONES DEL NOMBRE DEL BLOG	Total
lactancia	3
crianza	2
nueva maternidad	2
aprendizaje	1
felicidad	1
maternidad exiliada	1
Total general	10

A parte de este regreso a lo natural ya comentado en el punto cinco, también puede verse la voluntad de las madres de construirse una identidad, de etiquetarse. Cinco blogs tienen una descripción de éste debajo del título. Uno referente a la lactancia y los otros resumiendo un poco la temática del blog y el carácter de los posts. Así se puede leer "*una maternidad impúdica*" o "*una visión irreverente de la maternidad*". Y siete de los blogs tienen imágenes reivindicativas del tipo: "*Soy lactivista*", "*En mi cama somos tres*", "*Pro-crianza con apego*", "*El parto es nuestro*" o "*Conciliación real ya*". El más usado "*Soy lactivista*", es presente en 4 de los 10 blogs analizados. También hay tres autoras que forman parte de "*El club de las madres felices*" y otras 4 que participan en el foro "*Madres blogueras*".

Esta nueva maternidad que se observa en Internet recuerda a la que Lipovetsky evocó en su libro *La tercera mujer*, de 1997, dónde el filósofo francés llamaba a la nueva mujer que empieza a surgir a finales del siglo XX cómo la "mujer sujeto". En este tipo de mujer, los valores tradicionales, lejos de desaparecer, siguen perdurando, y no por inercia histórica sino por su posibilidad de concordar con los nuevos referentes de autonomía individual. Así, "*la tercera mujer ha conseguido reconciliar a la mujer radicalmente nueva y a la mujer siempre repetida*". (Lipovetsky: 1999, 12).



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

En los blogs de maternidad, la mujer y madre actual no habla del trabajo del hogar y del cuidado del hijo con el tono sacrificial y moralizador que imperaba a principios de siglo en los manuales de la buena esposa y de la buena madre. Traer hijos al mundo y educarlos no es visto actualmente como una misión que implica un sacrificio por parte de la madre, sino como un enriquecimiento. Actualmente las temáticas que preocupan son las relacionadas con el bienestar del bebé. Su alimentación, el período de sueño, su desarrollo cognitivo... Y también hay una parcela para las reflexiones de las madres acerca de su papel, dónde expresan sus motivaciones y ideas en otros sectores alejados de la maternidad, como la lectura, el deporte, la cocina o los estudios. Así mismo, el trabajo es un tema del que se habla mucho, en especial acerca de su conciliación.

Es una generación de madres que se autodenominan "*buenas madres*" de "*niños felices*" a sí mismas, aún sin saber coser y reconociendo que su hogar no está siempre limpio y apunto para recibir visitas.

Como la tercera mujer de Lipovetsky, las madres blogueras ejemplifican un tipo de mujer que por primera vez en su historia no se halla subordinada al hombre. Es una mujer que puede elegir, y por tanto se interroga, a la vez que puede inventarse a sí misma y proyectar un futuro indeterminado. Y a la vez son mujeres que no desean perder el poder materno. "*La primera mujer está sujeta a sí misma; la segunda mujer era una creación ideal de los hombres; la tercera supone una autocreación femenina*". (Lipovetsky: 1999, 219).

4. CONCLUSIONES

Consideramos que la definición de maternidad es una construcción social, eso significa que aquello que consideramos buena o mala madre y, en consecuencia, las maneras como han actuado las madres están relacionadas con el momento histórico y social en el que se encuentran. Para entender la maternidad en la actualidad, hay que tener en cuenta entre otras cosas las nuevas formas de expresión y relación, donde juega un papel fundamental el mundo virtual. Nosotras nos hemos centrado en los blogs maternos, donde son las mismas madres las protagonistas y las que definen su propia condición.

Por un lado, pensamos que la necesidad de expresión y relación entre mujeres entronca con una tradición femenina de espacios donde el intercambio y la comunicación formaban una parte fundamental. La palabra era protagonista y nos ha dado a las mujeres una especial preferencia por relacionarnos a partir de las conversaciones. También existe una voluntad de recuperar los conocimientos maternos que se basan en la experiencia y el intercambio de impresiones; un saber que quedó roto con la industrialización. El ejemplo más claro en este sentido es el de la lactancia. Toda una generación de madres alimentó preferentemente a sus hijos con biberón. Ahora, con la recuperación y revalorización de la lactancia materna, las madres se han



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

encontrado que ninguna mujer sabe como amamantar y los profesionales no se han formado en este sentido, porque es un tipo de conocimiento que tiene más que ver con la experiencia que con lo que se puede aprender en un libro. Como decíamos, hay que tejer de nuevo las redes de la experiencia y eso es difícil en la soledad del hogar. Por eso nos encontramos en el centro de relación por excelencia de nuestro siglo; el mundo virtual.

Entre todos los modos de expresión que se pueden utilizar en Internet hay una preferencia por los blogs, y este hecho responde plenamente a las características de lo que se ha venido llamando hipermodernidad. Por un lado, las madres participan activamente en el intercambio y en la creación de experiencias comunicativas, dejando de ser un consumidor pasivo que acata las decisiones de otros para convertirse en una mujer que produce sus propios contenidos, cuestiona las opiniones de los demás e impulsa iniciativas. Igualmente es una mujer que, consciente de la soledad de las madres en la sociedad actual, busca un espacio de reunión y de encuentro con otras mujeres que se encuentran en la misma situación. Para sospegar las alegrías y las dificultades que conlleva su maternidad no se pone únicamente en manos de los profesionales (normalmente masculinos) sino que busca un interlocutor igual, con el que poder hablar de tú a tú e intercambiar experiencias.

La madre convierte así la crianza de sus hijos en el tema central de los blogs, dónde la exposición e exhibición de las diversas vivencias personales, manifiesta también una tendencia al narcisismo y a una preocupación en ocasiones extrema hacia la figura del niño y su desarrollo. Además, el hecho de vivir en la llamada sociedad de la información y de ser mujeres que tienen un fácil acceso a ésta no excluye que en muchas ocasiones sus escritos estén llenos de dudas e interrogantes.

Finalmente, hemos observado también como se ensalza el retorno a los modelos de crianza naturales, este retorno a lo natural se ejemplifica perfectamente con las nuevas reivindicaciones a favor de la lactancia materna, el colecho y la necesidad de los padres de criar en exclusiva a sus hijos el máximo tiempo posible. Por otro lado, hay que señalar que no han faltado las voces críticas hacia estos presupuestos que podríamos cualificar "de retorno"; otras madres que cuestionan algunas de las características de la llamada "crianza natural" considerando que a la vez se está encumbrando una imagen de la mujer como naturalmente inclinada a la maternidad, como si la maternidad (es decir, las maneras de actuar de las madres) no fuera un producto social e histórico más, sino una inclinación intrínseca de la condición femenina.

En todo caso, pensamos que el fenómeno es esencial para entender y analizar la maternidad contemporánea o como lo llaman las mismas autoras, la nueva maternidad, que es el reflejo de algunas de las características de nuestra sociedad actual hipermoderna. A nuestro entender, el blog otorga a las madres una plataforma pública y de relación que aprovechan para tomar la palabra y cuestionar el rol que las sociedad les ha otorgado y reivindican su capacidad de decidir lo que, usando la terminología propia de los blogs maternos, podríamos cualificar de empoderamiento maternal. Eso es en todo caso positivo ya que pocas veces en la historia las



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

madres han tenido unas herramientas tan potentes para relacionarse, pensar sobre su condición de manera comunitaria y vivir su proceso de empoderamiento de manera tan consciente.

BIBLIOGRAFÍA

AAVV. (2011): *Una nueva maternidad*. Ed. Ob Stare, Tenerife.

Bauman, Zygmunt (2007): *La sociedad individualizada*. Ed. Catedra, Madrid.

Capdevila, Joaquim. (2010): *Construcció de les identitats (g)locals i noves tecnologies de la informació i de la comunicació*. Ajuntament de Lleida, Lleida

Fernández Porta, Eloy (2008): *Homo sampler. Tiempo y consumo en la Era Afterpop*. Anagrama. Barcelona.

Greimas, J. (1976): *Semántica estructural*. Madrid, Gredos.

Hutter Epstein, R., (2010). *¿Cómo se sale de aquí? Una historia del parto*, Turner Noema, Madrid

Knibiehler, Y., (2002): *Histoire des mères et la maternité en Occident*, Paris.

Lipovetsky, Gilles. (1999): *La tercera mujer*. Anagrama, Barcelona

Lipovetsky, Gilles (2006): *Los tiempos hipermodernos*. Anagrama, Barcelona.

Livingstone, S., & Helsper, J. E. (2007). "Taking risks when communicating on the internet. The role of offline social-psychological factors in young people's vulnerability to online risks." *Information, Communication & Society*, 10, (619-644).

Madrigal, E., (2008): "Quehaceres placenteros: canciones de trabajo del a mujer en la lírica detipo Popular" *Lemir*, 12, 93-112.

Masera, M., (1993): "Yo, mi madre, yo, que la flor de la villa me so: la voz femenina en la antigua lírica popular hispánica", a *Voces de la Edad Media (Actas de las Terceras Jornadas Medievales)*. México.

Moore, H. L., (1991). *Antropología y feminismo*, València.

Neyrand, G., (2004). "La reconfiguration contemporaine de la maternité", a *Maternité et parentalité*, eds

Y. Knibiehler i G. Neyrand. Paris,



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Palomar Vereá, C. (2004). "Malas madres: la construcción social de la maternidad". *Debate Feminista*, 30, 12-34.

Palomar Vereá, C., (2005). "Maternidad: Historia y cultura". *La Ventana*, 22, 36-67.

Postman, Neil. (1990) *La desaparició de la infantesa*. Interseccions 12. Barcelona.

Serrano, Sebastià. (2006). *Els secrets de la felicitat*. Ara Llibres. Barcelona.

Shcneider, S. & Weinberg, H. (2003). *The large group re-visited*. Jessica Kingsley Publishers.

Tombeur, P., (2005). "*Maternitas dans la tradition latine*". *Clio. Histoire, femmes et sociétés.*, 21, 139-149