

Universidad	Universidad Tecnológica de Pereira
Programa Académico	Licenciatura en Comunicación e Informática Educativa
Nombre del Semillero	Semillero de investigación Lingüística, Semiótica, Discurso – LSD
Nombre del Grupo de Investigación (si aplica)	Lenguaje, Literatura y Política. Estudios Transversales.
Línea de Investigación (si aplica)	
Nombre del Tutor del Semillero	Teresita de Jesús Vásquez Ramírez
Email Tutor	tevara@utp.edu.co
Título del Proyecto	Construcción discursiva del sujeto y del auditorio que se da desde los YouTubers.
Autores del Proyecto	Andrea Carolina Londoño Osorio
Ponente (1)	Andrea Carolina Londoño Osorio
Documento de Identidad	1053850951
Email	Andrea123@utp.edu.co
Ponente (2)	
Documento de Identidad	
Email	
Teléfonos de Contacto	310 457 5763 – 300 597 1564
Nivel de formación de los estudiantes ponentes (Semestre)	Octavo semestre
MODALIDAD	PÓSTER
Área de la investigación (seleccionar una- Marque con una x)	• Propuesta de Investigación
	• Ciencias Naturales
	• Ingenierías y Tecnologías
	• Ciencias Médicas y de la Salud.
	• Ciencias Agrícolas
	X Ciencias Sociales
	• Humanidades
• Artes, arquitectura y diseño	

Construcción Discursiva del Sujeto y del Auditorio que se da desde los YouTubers.

Andrea Carolina Londoño Osorio¹

Resumen

El entorno de YouTube ha generado diferentes formas de expresión social, entre ellas están los llamados “YouTubers” que entran a ser parte del cotidiano de los jóvenes de entre 16 y 24 años aproximadamente, los cuales sienten cercanía con las temáticas y formas de expresión que un YouTuber desarrolla en sus videos. Este fenómeno ha transformado ciertas dinámicas colectivas, y por ende la forma en que se dan las relaciones sociales entre la población juvenil, lo que genera una adaptación y aproximación con cierto tipo de identidades sociales construidas a partir de la categorización de ciertas actitudes y redes conceptuales.

Palabras claves

YouTubers, Construcción discursiva, estereotipos en la identidad Social, redes conceptuales.

Problema de Investigación

La presente investigación busca entender el fenómeno de los YouTubers que actualmente está en auge, teniendo como base el público juvenil como mayor consumidor de sus contenidos audiovisuales. Es importante evidenciar ese papel que juegan los YouTubers en la construcción de las identidades juveniles actuales debido a que es tal su aceptación en el entorno digital que la televisión se ha visto relegada a un segundo plano, según el estudio desarrollado por IMS y ComScore en el año 2016 y citado por la revista semana (Semana, 2016) afirma que “en Colombia hay más usuarios de video que miran *Video On Demand* (Videos bajo demanda) que televisión abierta (80 % vs. 66 %)”. Esto está generando cambios en la manera como se ve el contenido audiovisual, en donde se ve y que se quiere ver, todo de manera asincrónica contrastado con la habitual rutina que tiene la televisión de horarios pre-establecidos. Un reporte de Google publicado en Vanguardia.com señala que del 2014 al 2015 en Colombia hubo un crecimiento del 75% de usuarios de Youtube (Youtube y COLPRENSA, 2016) reforzando de manera contundente el hecho de que YouTube es una plataforma que empezó a transformar dinámicas sociales que antes se formaban alrededor de un televisor.

Los YouTubers aparecen precisamente como una alternativa de visualización entre todos los videos que la plataforma YouTube tiene, nacen como una nueva forma de contar la vida fuera del ámbito televisivo. Como dijo la antropóloga Katarina Graffman en la celebración de los 20 años de ELTIEMPO.COM “los jóvenes no usan los medios, los viven” indica que no solo es una opción de ver contenido diferente, sino que además es hoy por hoy un nuevo estilo de vida juvenil.

María Elena López en un especial que realizó para el periódico EL TIEMPO (LÓPEZ, 2016) se plantea una pregunta clave que sostiene la importancia de esta investigación “¿será que los 24 millones de seguidores de Germán, los 17 de Rubius y los ocho del mexicano Wervevertomorro

¹ Licenciatura en Comunicación e Informática Educativa, Octavo Semestre, Universidad Tecnológica de Pereira, andrea123@utp.edu.co.

crean identidad y sentido de pertenencia, necesidades psicológicas de todas las personas, de forma real o son un espejismo que solo tiene lugar si es universal y alcanza estas cifras astronómicas?”

En el campo de la educación es de vital importancia tener claridad sobre que consumen los jóvenes actualmente y como se desenvuelven en una sociedad tan cambiante, cuáles son sus intereses y sus nuevas formas de relaciones sociales, asimismo, es importante comprender desde la investigación, este tipo de fenómenos comunicacionales por su impacto en la sociedad.

La importancia de esta investigación se basa en explorar las identidades y códigos que se forman a raíz de un YouTuber que crea una tendencia o la perpetua, por ello la pregunta que se plantea es

¿Cuál es la construcción discursiva del sujeto y del auditorio de los vídeos del YouTuber German Garmendia?

Referentes Teórico

Ruth Amossy, es una analista del discurso que desde su libro “Estereotipos y clichés” hace un recorrido histórico de cómo estos dos conceptos han sido utilizados con el pasar del tiempo, cuáles han sido sus definiciones y sus formas de uso en el ámbito social, como tal ha sido objeto de estudio desde las ciencias sociales que ven al estereotipo como representaciones cristalizadas que ayudan a la mediación de una realidad, y por ende ayudan en las relaciones sociales en cuanto a la búsqueda de una identidad social.

Philippe Hamon, es especialista en teoría literaria y desde su libro “Texto e ideología” plantea que un texto, un enunciado y la propia enunciación son producto de una adaptación ideológica del autor, que además no está limitada por lo que se da, sino que es y produce así mismo un “efecto-ideología”.

Objetivo general:

Analizar la construcción discursiva del sujeto y del auditorio en los vídeos del YouTuber German Garmendia.

Objetivos específicos:

1. Examinar que tipo de identidades estereotipadas refuerza el YouTuber a través de su discurso.
2. Analizar las relaciones sociales que se construyen entorno al YouTuber.
3. Analizar la red conceptual más recurrente en los videos del YouTuber.

Metodología

Este proyecto de investigación utilizará el método del análisis del discurso en los vídeos del YouTuber German Garmendia, teniendo como base de investigación la construcción de su discurso y al mismo tiempo como construye a su auditorio en el proceso es decir, la forma en la que aborda las temáticas de sus videos mediante la manifestación de estereotipos pre existente en el imaginario de su audiencia (su auditorio) desde la forma de expresión y utilización de vocablos.

Resultados esperados

Se espera que la investigación lleve a vislumbrar las relaciones sociales que se forman en el entorno YouTube, esto teniendo en cuenta que la identidad social se gesta en el seno de un reconocimiento del sujeto por pertenecer a un grupo, lo que le permite construirse con discursos adoptados de cierto

tipo de colectividades sociales y así, de esta manera, acomodarse en una realidad construida por representaciones cristalizadas.

Impactos

La presente propuesta de investigación pretende indagar en la construcción discursiva de las nuevas formas de entretenimiento en la red, los YouTubers, los cuales son ahora parte de unas realidades sociales y culturales de una juventud naciente que interpreta y ve de manera diferente las representaciones que le son dadas a través de los videos en YouTube. Su pertinencia se centra en la necesidad de entender la manera como la población se está reconstruyendo en la red, y así mismo la manera en las que construye su discurso para poder pertenecer a colectividades que le brindan un espacio de identidad. Este análisis de discurso abre las puertas a hablar de un tema que, a pesar de ser tan actual y pertinente, no se ha preguntado sobre su relación con la audiencia a la que va dirigida, es necesario que se logre entender las nuevas dinámicas sociales y como estas han transformado unos discursos contruidos con un objetivo.

Bibliografía:

Amossy, R. y Herschberg Pierrot, A. (2010). *Estereotipos y clichés*. 1st ed. Eudeba.

Hamon, P. (2012). *Texto e ideología*. 1st ed. Bogotá: Instituto Caro y Cuervo.

Referencias:

Semana, (2016). *Los colombianos prefieren Netflix y Youtube sobre la TV abierta*.

Recuperado de <http://www.semana.com/tecnologia/articulo/los-colombianos-prefieren-netflix-y-youtube-sobre-la-tv-tradicional/473071>

Youtube, C. y COLPRENSA, B. (2016). *Colombia tiene 24 millones de usuarios al mes en Youtube*. Recuperado de <http://www.vanguardia.com/mundo/tecnologia/377056-colombia-tiene-24-millones-de-usuarios-al-mes-en-youtube>

LÓPEZ, M. (2016). *Los 'youtubers', en perspectiva - Gente - El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/gente/el-fenomeno-de-los-youtubers-en-los-jovenes/16613916>

CONSTRUCCIÓN DISCURSIVA DEL SUJETO Y DEL AUDITORIO QUE SE DA DESDE LOS YOUTUBERS.

Andrea Carolina Londoño Oosorio
andrea123@utp.edu.co



Problema de Investigación

La presente investigación busca entender el fenómeno de los YouTubers que actualmente está en auge, teniendo como base el público juvenil como mayor consumidor de sus contenidos audiovisuales. Es importante evidenciar ese papel que juegan los YouTubers en la construcción de las identidades juveniles actuales debido a que es tal su aceptación en el entorno digital que la televisión se ha visto relegada a un segundo plano, según el estudio desarrollado por IMS y ComScore en el año 2016 y citado por la revista semana (Semana, 2016) afirma que "en Colombia hoy más usuarios de video que miran Video On Demand (Videos bajo demanda) que televisión abierta (80 % vs. 66 %)". Esto está generando cambios en la manera como se ve el contenido audiovisual, en donde se ve y que se quiere ver, todo de manera asincrónica contrastado con la habitual rutina que tiene la televisión de horarios pre-establecidos. Un reporte de Google publicado en Vanguardia.com señala que del 2014 al 2015 en Colombia hubo un crecimiento del 75% de usuarios de Youtube (Youtube y COLPRENSA, 2016) reforzando de manera contundente el hecho de que Youtube es una plataforma que empezó a transformar dinámicas sociales que antes se formaban alrededor de un televisor. Los YouTubers aparecen precisamente como una alternativa de visualización entre todos los videos que la plataforma Youtube tiene, nacen como una nueva forma de contar la vida fuera del ámbito televisivo. Como dijo la antropóloga Katarina Graffman en la celebración de los 20 años de ELTIEMPO.COM "los jóvenes no usan los medios, los viven" indica que no solo es una opción de ver contenido diferente, sino que además es hoy por hoy un nuevo estilo de vida juvenil.

María Elena López en un especial que realizó para el periódico EL TIEMPO (LÓPEZ, 2016) se plantea una pregunta clave que sostiene la importancia de esta investigación "¿será que los 24 millones de seguidores de Germán, los 17 de Rubius y los ocho del mexicano Wewertomorro crean identidad y sentido de pertenencia, necesidades psicológicas de todas las personas, de forma real o son un espejismo que solo tiene lugar si es universal y alcanza estas cifras astronómicas?"

En el campo de la educación es de vital importancia tener claridad sobre que consumen los jóvenes actualmente y como se desenvuelven en una sociedad tan cambiante, cuáles son sus intereses y sus nuevas formas de relaciones sociales, asimismo, es importante comprender desde la investigación, este tipo de fenómenos comunicacionales por su impacto en la sociedad.

La importancia de esta investigación se basa en explorar las identidades y códigos que se forman a raíz de un YouTuber que crea una tendencia o la perpetua, por ello la pregunta que se plantea es ¿Cuál es la construcción discursiva del sujeto y del auditorio de los videos del YouTuber German Garmendia?

Referencias

Semana. (2016). Los colombianos prefieren Netflix y Youtube sobre la TV abierta. Recuperado de <http://www.semana.com/tecnologia/articulo/los-colombianos-prefieren-netflix-y-youtube-sobre-la-tv-abierta/473071>

Wuolac, C. y COURENSA. (2016). Colombia tiene 24 millones de usuarios de video en Youtube. Recuperado de <http://www.wuolac.com/tema/tecnologia/377056-colombia-tiene-24-millones-de-usuarios-de-video-en-youtube>

LÓPEZ, M. (2016). Los 8.839 youtubers de RFP: un espejismo? Gente - El Tiempo. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/socio-cultura/gente/el-espejismo-de-los-youtubers-en-los-pantales/14415974>

Objetivo general

Analizar la construcción discursiva del sujeto y del auditorio en los videos del YouTuber German Garmendia.

Objetivos específicos

1. Examinar que tipo de identidades estereotipadas refuerza el YouTuber a través de su discurso.
2. Analizar las relaciones sociales que se construyen entorno al YouTuber.
3. Analizar la red conceptual más recurrente en los videos del YouTuber.

Metodología

Este proyecto de investigación utilizará el método del análisis del discurso en los videos del YouTuber German Garmendia, teniendo como base de investigación la construcción de su discurso y al mismo tiempo como construye a su auditorio en el proceso es decir, la forma en la que aborda las temáticas de sus videos mediante la manifestación de estereotipos pre existente en el imaginario de su audiencia (su auditorio) desde la forma de expresión y utilización de vocablos.

Resultados esperados

Se espera que la investigación lleve a vislumbrar las relaciones sociales que se forman en el entorno YouTube, esto teniendo en cuenta que la identidad social se gesta en el seno de un reconocimiento del sujeto por pertenecer a un grupo, lo que le permite construirse con discursos adoptados de cierto tipo de colectividades sociales y así, de esta manera, acomodarse en una realidad construida por representaciones cristalizadas.

Bibliografía

Amossy, R. y Herschberg Pierrot, A. (2010). Estereotipos y clichés. 1st ed. Eudeba.

Hamon, P. (2012). Texto e ideología. 1st ed. Bogotá: Instituto Caro y Cuervo.