

LA RIVADA
investigaciones
en ciencias sociales

Revista
electrónica
de la Secretaría
de Investigación

FHyCS-UNaM

Nº 18 JULIO 2022




Universidad Nacional de Misiones

► www.larivada.com.ar

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Misiones.

Decano: Esp. Cristian Garrido

Vice Decana: Dra. Zulma Cabrera

Secretaria de Investigación: Dra. Beatriz Rivero

Secretaria Adjunta de Investigación: Mgter. Natalia Otero Correa

Director: Dr. Roberto Carlos Abinzano

(Profesor Emérito/Universidad Nacional de Misiones, Argentina)

Consejo Asesor

- Dra. Ana María Camblong (Profesora Emérita/ Universidad Nacional de Misiones, Argentina)
- Dr. Denis Baranger (Universidad Nacional de Misiones, Argentina)
- Dra. Susana Bandjeri (Universidad Nacional del Comahue/Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina)

Equipo Coordinador

- Carmen Guadalupe Melo (Universidad Nacional de Misiones, Argentina)
- Christian N. Giménez (Universidad Nacional de Misiones, Argentina)

Comité Editor

- Débora Betrisey Nadali (Universidad Complutense de Madrid, España)
- Zenón Luis Martínez (Universidad de Huelva, España)
- Marcela Rojas Méndez (UNIFA, Punta del Este, Uruguay)
- Guillermo Alfredo Johnson (Universidade Federal da Grande Dourados, Brasil)
- María Laura Pegoraro (Universidad Nacional del Nordeste, Argentina)
- Ignacio Mazzola (Universidad de Buenos Aires-Universidad Nacional de La Plata)
- Mariana Godoy (Universidad Nacional de Salta, Argentina)
- Carolina Diez (Universidad Nacional Arturo Jauretche, Argentina)
- Pablo Molina Ahumada (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina)
- Pablo Nemiña (Universidad Nacional de San Martín, Argentina)
- Daniel Gastaldello (Universidad Nacional del Litoral, Argentina)
- Jones Dari Goettert (Universidade Federal da Grande Dourados, Brasil)
- Jorge Aníbal Sena (Universidad Nacional de Misiones, Argentina)
- María Angélica Mateus Mora (Universidad de Tours, Francia)
- Patricia Digilio (Universidad de Buenos Aires, Argentina)
- Mabel Ruiz Barbot (Universidad de la República, Uruguay)
- Ignacio Telesca (Universidad Nacional de Formosa, Argentina)
- Froilán Fernández (Universidad Nacional de Misiones, Argentina)
- Bruno Nicolás Carpinetti (Universidad Nacional Arturo Jauretche, Argentina)
- María Eugenia de Zan (Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina)
- Juliana Peixoto Batista (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Argentina)
- Lisandro Rodríguez (Universidad Nacional de Misiones, Argentina /CONICET)
- Natalia Aldana (Universidad Nacional de Misiones, Argentina)

Consejo de Redacción

- Julia Renaut (Universidad Nacional de Misiones, Argentina)
- Julio César Carrizo (Universidad Nacional de Misiones, Argentina)
- Lucía Genzone (Universidad Nacional de Misiones, Argentina/CONICET)
- Marcos Emilio Simón (Universidad Nacional de Misiones/Universidad Nacional del Nordeste)
- Romina Inés Tor (Universidad Nacional de Misiones, Argentina/CONICET)
- Emiliano Hernán Vitale (Universidad Nacional de Misiones, Argentina)

Asistente Editorial

- Antonella Dujmovic (Universidad Nacional de Misiones, Argentina)

Corrector

- Juan Ignacio Pérez Campos

Diseño Gráfico

- Silvana Diedrich
- Diego Pozzi

Diseño Web

- Pedro Insfran

Web Master

- Santiago Peralta

La Rivada. Investigaciones en Ciencias Sociales.

Revista electrónica de la Secretaría de Investigación. FHYS-UNaM

La Rivada es la revista de la Secretaría de Investigación de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Misiones. Es una publicación semestral en soporte digital y con referato, cuyo objeto es dar a conocer artículos de investigación originales en el campo de las ciencias sociales y humanas, tanto de investigadores de la institución como del ámbito nacional e internacional. Desde la publicación del primer número en diciembre de 2013, la revista se propone un crecimiento continuado mediante los aportes de la comunidad académica y el trabajo de su Comité Editorial.

Editor Responsable: Secretaría de Investigación. FHYS-UNaM. Tucumán 1605. Piso 1. Posadas, Misiones. Tel: 054 0376-4430140

ISSN 2347-1085

Contacto: larivada@gmail.com

Artista Invitado

Teffo Krumkamp
www.instagram.com/
teffokrumkamp/



RESEÑAS

Un discurso alternativo para entretener.
YouTube, youtubers, estrategias y el
humor como otra forma de entender
nuestra realidad

Por Emmanuel López del Valle

Crónicas de plusvalía tarefera: la
investigación periodística de A. Varela
en los yerbales de Misiones a principios
de 1941

Por Javier Gortari

Decálogo para el nacimiento de una
mujer detective

Por Héctor Osvaldo Mazal

Un discurso alternativo para entretener. YouTube, youtubers, estrategias y el humor como otra forma de entender nuestra realidad

Reseña de la Tesis de Licenciatura *Para Divertir, Nada más. Análisis discursivo-comunicacional de las producciones audiovisuales de los youtubers misioneros Jorge y Nacho.*

Departamento de Comunicación Social, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. UNaM.

Tesista: Fátima Dutra.

Directora: María del Rosario Millán.

Co-directora: Sonia Alfaya.

Defendida y aprobada el 2 de junio de 2021.

Posadas, Misiones.

Por Carlos Emmanuel López Del Valle

Licenciado en Comunicación Social. Ayudante en las cátedras de Introducción a la Comunicación Social e Introducción a la Semiótica en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, UNaM. Especializando en Comunicación Pública de la Ciencia y Periodismo Científico (UNC). E-mail: emmanuellopezdelvalle@gmail.com



UNaM
Universidad Nacional de Misiones

Ingresado: 09/12/21 // Evaluado: 25/02/22 // Aprobado: 15/03/22

De todos los sitios de Internet existentes en la web, uno de los que más ha crecido y ha ganado terreno en los últimos quince años es YouTube. El sitio donde se pueden observar videos en *streaming* fue sumando cada vez más usuarios que, actualmente, llegan a los mil millones, casi un tercio del número que usa Internet. Allí se almacena y ofrece una extensa gama de géneros para mirar al tiempo que el usuario así

lo decida: informativo, reality, suspenso, música, entretenimiento, comedia, drama, entre otros. Casi a la par de los inicios de la plataforma, nació una figura que genera contenidos exclusivos para YouTube y que se convirtió en referente para quienes lo consumen: el youtuber.

Ejemplos de youtubers hay varios, de todas las partes del mundo y con opciones variadas. La mayoría se dedica a hablar de características o experiencias que atañen a la vida misma: amor, parentescos, amistades, crisis, trabajos, etcétera. En Argentina, hay diversos exponentes del mundo youtuber y Misiones cuenta con dos figuras que persiguen una misión: “(...) *nuestras parodias es totalmente para divertir y nada más*”, (Dutra, 126) definición expresada por Jorge y Nacho, dos youtubers de Posadas, la capital provincial.

Esa misma expresión fue la utilizada para titular la tesis de Licenciatura en Comunicación Social de Fátima Dutra, que resulta de gran interés ya que propone analizar el discurso comunicacional de las producciones audiovisuales de los youtubers misioneros y, a partir de allí, navegar en un campo emergente tan extenso como complejo que, a su vez, ofrece una alternativa al mundo real con una finalidad: entretener. Ese entretenimiento genera una importante capacidad de adhesión por parte de los usuarios y tiene un gran nivel de convocatoria. Esas características fueron el interés de la tesista para ahondar en este campo que crece cada vez más en contenidos que se exhiben en la plataforma YouTube.

Y como ella menciona en su trabajo, los misioneros Jorge y Nacho se ganaron algo muy importante para todo aquel que quiere comunicar: la escucha. “Contar lo que nos toca, para pensar con nuestra propia cabeza y ganarnos la escucha, eso es comunicación” (Rincón, 2009). Al igual que otros youtubers, poseen un lugar de enunciación privilegiado y desde sus videos interpelan a miles de jóvenes que consumen ese producto audiovisual y, a partir de allí, dan lugar a múltiples prácticas comunicacionales. En este sentido, el hilo conductor de la tesis tiene que ver con las estrategias de comunicación que emplean los youtubers, que es el principal interés de Dutra.

El trabajo está dividido en cinco capítulos que brindan detalles exhaustivos sobre YouTube, sus características y su modelo de negocio, además de luego focalizarse en el análisis propio de los youtubers Jorge y Nacho.

Pero antes del desarrollo de los capítulos en sí, la tesis cuenta primeramente con un apartado denominado ‘Presentación’ en el que se cuenta el interés de la tesista en el mundo youtuber, que se remonta a un período anterior a su incursión en la carrera de grado. El consumo de otros productores de contenidos de la plataforma y la familiaridad con temas de la vida cotidiana fueron el punto de partida para encarar el trabajo. Luego, toma a la Comunicación Social como práctica de producción de sentidos como la base para comprender y entender el quehacer de los youtubers, haciendo hincapié en el discurso y cómo a partir de allí se teje un diálogo que juega un rol fundamental en la constitución de la cultura; discurso que no escapa de la dimensión económica. Es que el hecho de subir y exhibir determinado contenido audiovisual a la plataforma tiene como lógica el generar dinero a partir de las reproducciones en el sitio.

Y en esta presentación de la tesis también se señala cuál es el corpus de análisis que, en este caso, tiene como objetivo tomar en consideración los videos más vistos y más comentados del canal. Además de esta selección, el recorte fue aún más allá, delimitándose dos géneros que predominan en los contenidos que exhiben los her-



manos misioneros: la parodia y el sketch. Es por ello que se trabajó con las parodias de otros videos puestos en la plataforma, como el videoclip 'Chantaje' de Shakira y 'Cazando vendedor de drogas termina mal', y el sketch 'Cómo civilizar a un turro'. A partir de allí, propone hacer una aproximación al discurso youtuber de Jorge y Nacho para comprender el funcionamiento y las interpretaciones de las prácticas.

Una vez hecha la presentación, el trabajo comienza con el capítulo uno que, como refiere su nombre, da una 'bienvenida' a YouTube explicando en una primera instancia la historia de la plataforma, desde sus orígenes en 2005 hasta la modificación de la iconografía en 2017. Asimismo, plantea una definición sobre qué es YouTube, al cual José Van Dijck en su texto *La cultura de la conectividad una historia crítica de las redes sociales* (2016) define como un medio social que permite el intercambio de contenidos generado por los propios usuarios. También reconoce las formas con las que la plataforma obtiene ganancias, por ejemplo, a través de servicios exclusivos como pasa con YouTube Premium, que ofrece ver videos sin publicidad, pero para ello se tiene que pagar un determinado monto por mes.

Luego, en el capítulo 2, hace un recorrido histórico sobre el mundo youtuber, planteando como punto de partida los primeros videos subidos a la plataforma, que eran de carácter amateur, hecho que marcó la principal característica de producción de los youtubers el de hacer filmaciones caseras y sin grandes producciones por detrás. En el primer lustro de YouTube, fueron varios quienes incursionaron en la producción de contenidos que ganaron adeptos y se convirtieron en fieles seguidores, destacándose la figura de PewDiePie, quien logró un éxito rotundo a través de videos en los que él mismo se muestra jugando diferentes videojuegos. En este sentido, plantea también que el fenómeno de la producción de contenidos fue creciendo y trascendiendo las fronteras, llegando incluso a Misiones, con varios referentes. Después de este recorrido, se esboza una definición sobre el ser youtuber, entendiéndolo como un productor de contenidos que posee un gran número de seguidores en el país y el mundo y que aplica determinados saberes y competencias técnicas para la elaboración de los videos que quedan almacenados en la plataforma. A partir de allí, también pone en discusión si ser youtuber implicaría un trabajo, dado el rédito económico que genera.

A continuación, en el capítulo 3, se hace una descripción en detalle del canal de YouTube de los misioneros Jorge y Nacho, al que, previamente, le antecede una caracterización de los jóvenes oriundos de Posadas. En este punto, se explica cómo es la imagen de presentación en la plataforma, mediante caricaturas de los hermanos, el isotipo/marca que los representa, la página principal, los videos, listas de reproducción, comunidad y los canales. Este apartado es clave para resaltar porque ofrece, de manera minuciosa, elementos que permiten conocer la lógica de funcionamiento de un canal de YouTube.

En ese mismo capítulo, el trabajo plantea una dimensión interesante, de poder conocer en palabras de los propios protagonistas qué se siente ser youtuber y cómo conciben ese mundo en el cual están inmersos. En este punto, se plasman algunas declaraciones de los hermanos Jorge y Nacho, quienes brindan su parecer sobre los modos de interacción con los seguidores y cómo se establece ese vínculo que no solo se limita al canal sino a otras redes sociales, como Instagram. La posibilidad de acceder a una entrevista con los jóvenes youtubers misioneros es, sin dudas, un eje fundamental del trabajo, ya que permite saber y (re)conocer desde su perspectiva



cómo trabajan y hacen humor; entender desde su lugar el quehacer y ese mundo en el cual están inmersos.

Parte de ese diálogo también marcará el eje del capítulo 4, que habla exclusivamente de los contenidos que producen los jóvenes. Allí, se hace referencia en términos generales a los géneros que predominan en el canal de la plataforma, uno de los cuales es el humor. A través de sketches, Jorge y Nacho hacen una reversión de videos de moda, de cantantes populares en las redes o de situaciones que se viralizan en cierto momento, pero con una impronta orientada 'a lo misionero', a rasgos que son propios de la cultura de la tierra colorada por el empleo de términos en lengua guaraní, como por ejemplo 'yaguá', 'yegua', 'tereré', por citar algunos. También se hace referencia a cómo es el trabajo de la pre-producción, producción y posproducción de los videos. Es que no se tratan de meras improvisaciones, sino que llevan un trabajo creativo y de guión consensuado entre los hermanos. Desde su perspectiva, cuentan con lujo de detalles esa antesala que el público, tal vez, desconoce.

Y ya en el capítulo 5 se analizan exclusivamente los tres videos que conforman el corpus de análisis, cuyos criterios se mencionaron anteriormente. A partir de allí, retoma el concepto de enunciación de Maingueneau (2002), relacionándolo con el propio discurso youtuber: "*Se trata de la cotidianidad y sus reservorios de sentidos*" (Dutra, 97). En este punto, se observa una comparación entre los videos originales que Jorge y Nacho parodian y hacen la reversión misionera, tanto en el uso de determinadas palabras como también en lo que refiere a la escenografía utilizada tanto en el video 'real' como en el parodiado; las dos caras de una misma moneda. En ese análisis minucioso que se realiza en la tesis se retoman las nociones de humor y cómo a partir de esa categoría se construyen nuevos discursos que se viralizan inmediatamente y terminan confluyendo en un nuevo discurso que circula entre los jóvenes, principales consumidores y público al que apunta la producción de los youtubers misioneros.

En general, la tesis de Dutra resulta interesante por el análisis de un nuevo tipo de discurso que se conformó en la última década, en el que confluyen rasgos del lenguaje audiovisual y se apela al humor para narrar situaciones de la vida cotidiana, y exhibir en la plataforma esas cosas que les ocurren a los jóvenes en diferentes ámbitos como, por ejemplo, en el amor, en la amistad, en el trabajo, entre otros. Asimismo, el trabajo muestra el quehacer de los youtubers. Detrás de todo video hay un trabajo de producción necesaria, que muestra que nada está hecho al azar; todo lo contrario: cada detalle está bien pensado.

Pero en este punto es fundamental destacar un fragmento del escrito. Hacia el final cita a Gerard Imbert (2003) y plantea el objetivo de este nuevo tipo de discurso en pleno auge:

Se trata de divertir, es decir, presentar un mundo alternativo al real, con el humor que, en tanto escena genérica, es la principal arma para lograrlo. Sin embargo, se trata de un humor que no es crítico. Pues se está ante una enunciación que se hincha de la mano de formas comunicativas infladas que abarcan totalmente los modos de decir, pero que adelgaza de forma notable lo que se dice. En tanto hay una exacerbación y teatralidad desbordantes -con la corporalidad en "primera plana"-, que apuntan a la construcción de ese mundo que nace de los sucesos más ordinarios para derrocar ciertas frialdades que asocia estereotípicamente a la adultez, buscando escapar de ella. No tanto contradi-



ciendo sus discursos, sino más bien -como ya se dijo- sus formas de ser/habitar el mundo. (Dutra, 130).

Es que el discurso youtuber no está para nada alejado del discurso televisivo, que tiene esa característica de oficiar de “espejo” del público, un “reflejo de la cotidianidad”, como refiere Imbert en su libro, en el afán de generar una identificación y, sobre todo, por la finalidad de que ese público pase tiempo frente a esa pantalla. La lógica de los youtubers es idéntica: que el usuario quede mirando por horas los contenidos y oficiar de escape a esa realidad que nos toca enfrentar diariamente. Una calma en medio de tanto caos.

A partir de este punto, de la identificación con el youtuber, se puede observar otro campo de estudios que en la tesis no se evidencia pero que sí podría ser motivo para futuras investigaciones: el del consumo, indagando en la recepción de los posibles contenidos de las producciones audiovisuales, particularmente de la plataforma YouTube.

La tesis en general realiza un importante aporte a los estudios de la comunicación, ya que otorga una forma posible de analizar los contenidos que circulan en la plataforma YouTube; también caracteriza el mundo youtuber, un campo incipiente y con grandes posibilidades de análisis para entender cómo se elaboran los videos y con qué finalidades. En este caso puntual se hizo hincapié en la producción misionera tomando como ejemplo a Jorge y Nacho. Además, brinda una forma de comprender los discursos que se ponen en circulación desde la plataforma y que son parte del consumo cotidiano de los jóvenes, que representaría también una posibilidad de comprensión del mundo actual.

Referencias bibliográficas

RINCÓN, O. (2009) “Haciéndonos cargo de lo que nos toca” en *Entre saberes desechables y saberes indispensables*. Martín-Barbero, et al. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Pp.161-174.



UM
Universidad Nacional de Misiones

Cómo citar esta reseña:

López del Valle, Carlos Emmanuel (2022) “Un discurso alternativo para entretener. YouTube, youtubers, estrategias y el humor como otra forma de entender nuestra realidad”. Revista La Rivada 10 (18), pp 105-109. <http://www.larivada.com.ar/index.php/numero-18/resenas/345-un-discurso-alternativo-para-entretener>



www.larivada.com.ar

LA RIVADA
investigaciones
en ciencias sociales