

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A
DISTANCIA – UNED
FACULTAD DE EDUCACIÓN
MÁSTER UNIVERSITARIO DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN
EN LA RED**



**CONSTRUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN DE ESTEREOTIPOS
DE GÉNERO EN LA NARRATIVA *YOUTUBER***

Autora: Sara – Altair Rodríguez Palacios

Tutor: Roberto Matías Aparici Marino

Septiembre 2018

Agradecimientos

Siempre supe que, frente a todas las adversidades con las que me he encontrado, estaba muy bien rodeada de gente maravillosa a la que espero, algún día, poder devolver una parte de todo lo que me han dado. Sirva esta dedicatoria como pequeñísima muestra de su inestimable apoyo:

a mi hijo, Lorien, porque su sonrisa es una fuente de energía renovable;

a mi marido, por calentarme la cena hasta tres veces mientras trabajaba;

a mi madre y a mis hermanos, por estar ahí para cogerme cuando me tropiezo;

a mi padre también, por obligarme a llegar hasta donde hoy estoy;

a mis amigos, porque pasan meses sin verme y, aun así, yo los siento a mi lado (Laura, Jess, Anahí, María, Esteban, Ledy, Bea...);

a todos los profesores que han dejado su granito de arena en la persona que soy hoy (Alicia, Pilar, Bea,...);

a mi jefa, por ofrecerme el lugar en el que cualquiera querría trabajar;

y a todos los alumnos y ex-alumnos de la Academia Equipo, porque siempre tienen algo que enseñarme (Nico, Adrián, Yaiza, Antonio, Pepe...) y, sin ellos, el tema de este trabajo jamás habría cruzado mi mente;

a *MarginalMedia*, a *Fancylooks*, a *Rager Coffee*, a *La gata de Schrödinger*, a *Saranoguerolp Blog* y a *Papadry*, por dedicarme un ratito de su tiempo;

a mi tutor, Roberto Aparici y a David García Marín, por sus consejos y su comprensión;

y por si me he dejado a alguien, a todas aquellas personas que me han acompañado, paso a paso, hasta aquí. Gracias. Gracias infinitas a todos vosotros.

Contenido

1.  INTRODUCCIÓN	5
2.  MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. ESTUDIOS PREVIOS	6
2.1.1. Sobre los estereotipos de género	6
2.1.2. Sobre YouTube.....	8
2.1.3. Sobre los nuevos medios y el empoderamiento en la sociedad digital.....	9
2.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	9
2.3. HIPÓTESIS.....	10
2.4. OBJETIVOS.....	11
2.5. CONCEPTOS CLAVE Y ANTECEDENTES TEÓRICOS	12
2.5.1. Sobre los estereotipos	12
2.5.2. Sobre YouTube.....	31
2.5.3. Sobre el empoderamiento en los medios digitales	36
2.5.4. Sobre educación y comunicación	38
3.  DISEÑO METODOLÓGICO	41
3.1. UNIVERSO DE ESTUDIO.....	42
3.2. FASES DE LA INVESTIGACIÓN	45
4.  PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	48
4.1. ANÁLISIS DE CANALES	48
4.1.1. Análisis de aspectos generales.....	265
4.1.2. Los estereotipos de género en la narrativa <i>youtuber</i>	267
4.2. ANÁLISIS DE ENTREVISTAS CUALITATIVAS	288
5.  CONCLUSIONES.....	294
6.  LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	297
7.  BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA.....	299
8.  ANEXOS	305
8.1. Ficha-modelo para el estudio de los YouTubers.....	305
8.2. Formulario para la recogida y clasificación de ejemplos estereotípicos	306
8.3. Tabla de comparación de datos	307
8.4. Entrevistas a YouTubers	308
8.4.1. Entrevista a <i>MarginalMedia</i>	308
8.4.2. Entrevista a <i>Fancylooks</i>	317
8.4.3. Entrevista a <i>Rager Coffee</i>	332

8.4.4.	Entrevista a <i>La gata de Schrödinger</i>	336
8.4.5.	Entrevista a <i>Saranoguerolp Blog</i>	341
8.4.6.	Entrevista a <i>Papadry</i>	350

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo trata el tema de los *youtubers* y su repercusión en la sociedad y, más concretamente, la presencia en sus contenidos de estereotipos de género. Sobre este terreno, la definición de conceptos hará más sencillo introducirse en un tema de actualidad y de marcada importancia como es el de los *youtubers* y su uso de las nuevas plataformas de comunicación para difundir contenidos.

El acceso libre a medios de comunicación de masas que se ha dado en las últimas décadas ha facilitado el intercambio de conocimiento entre individuos sin importar su ubicación geográfica. Sin embargo, esta poderosa herramienta trae consigo diferentes problemáticas como son la barrera generada por el acceso a la tecnología por parte de los individuos, la sobresaturación de contenidos en la red como obstáculo para el conocimiento y la comunicación, o la interferencia de contenidos, involuntarios o voluntarios, que puedan repercutir en la educación de las nuevas generaciones de forma negativa y, por consiguiente, en la cohabitación de estos individuos en la sociedad.

Analizamos los estereotipos en la sociedad y nos centramos en los estereotipos de género y su extensión en los medios. A partir de ahí, se hace más sencillo ver la herencia que los nuevos medios parecen traer consigo. Por este motivo, la educación de un ojo crítico en los jóvenes es uno de los pilares de esta investigación, junto con la responsabilidad de los creadores de contenido a la hora de perpetuar actitudes retrógradas y, en definitiva, tóxicas para una sociedad que trata de abrir paso a la tolerancia y la igualdad entre individuos.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ESTUDIOS PREVIOS

Cada uno de los ejes respecto a los que se articula este trabajo ha dado, por sí mismo, lugar a innumerables investigaciones y estudios, especialmente el de los estereotipos, por la gran cantidad de ámbitos en las que se manifiestan y su pervivencia, como elemento de gran arraigo en la historia de las relaciones sociales. Por su parte y a pesar de ser un elemento mucho más novedoso en el tiempo, YouTube es, a día de hoy, el núcleo de una gran parte de los trabajos más recientes relacionados con los nuevos medios en la sociedad digital. En el campo de la sociología surgen también muchos trabajos relacionados con el papel de los nuevos medios en las relaciones interpersonales. Es por ello que, a la hora de recopilar información y ponernos al día en el estado de la cuestión, hemos dividido los trabajos en tres grandes grupos: sobre estereotipos de género, sobre diversos aspectos relacionados con YouTube y sobre el empoderamiento en la sociedad digital. Conviene señalar que algunos de los trabajos más recientes han empezado a establecer combinaciones, por lo que los incluimos en el grupo más representativo.

2.1.1. Sobre los estereotipos de género

Existen infinidad de trabajos relacionados con los estereotipos de género porque, como señalaba anteriormente, son una realidad con una gran trayectoria temporal y, además, está presente en todos los ámbitos que alcanzan las relaciones sociales en todas las sociedades. Autoras como Amossy, estrechamente vinculada a la retórica y al análisis del discurso, tienen una larga lista de publicaciones en las que presta atención a la conceptualización del estereotipo, entre los más destacados por su relación con este trabajo, *Estereotipos y clichés* (en colaboración con Herschberg, publicado en español en 2001). También González revisa en su trabajo (1999) el papel del estereotipo como factor de socialización en el género, mientras que Puleo contribuye a la aclaración del concepto de género y sus componentes, entre los que destacan los estereotipos y los roles (2007). Otros trabajos relacionados con los estereotipos de género y su identificación son los de Bosch y Ferrer (2003, 2008), Fernández (1998) o Williams y Bennett (1975), centrados en la configuración de los roles de género en la sociedad y su categorización, y el de Connel (1997), que revisa el concepto de masculinidad. Por su parte, Colás Bravo y Villaciervos

Moreno (2007) prestan atención a la forma en la que los estereotipos de género son interiorizados por los jóvenes.

Con relación a la construcción y transmisión de los estereotipos en diferentes medios de comunicación nos encontramos una gran cantidad de estudios que lo abordan de modo general (Charles, 1989; Núñez, 2011) o centrándose en algún aspecto en concreto, como:

- ✓ la publicidad (Aguaded, Hernando-Gómez y Tello Díaz, 2011; Carretero, 2014; Fanjul, 2008; Martín y Echazarreta, 2017, en Suárez, Guadarrama, Valero y Panarese; Pérez y Fernández, 2009; Urdaneta, 2009);
- ✓ las series de televisión (Fernández, 2017, en Suárez et al.; Galán, 2006, 2007; Instituto de la Mujer, 2007; Quispe, 2013);
- ✓ el cine (Inzunza, 2017, en Suárez et al.; Sangro y Plaza, 2010);
- ✓ los programas de entretenimiento (Cuesta, Gaspar y Menéndez, 2014; Martínez, 2017, en Suárez et al.);
- ✓ los informativos y la prensa (Gallego, 2002, 2003, 2007; López, 2001; Mateos, 2007; Matud y Rodríguez-Wangüemert, 2017; Rodríguez, 2017, en et al.);
- ✓ los blogs de moda como las nuevas revistas femeninas (Martín y Martínez, 2017, en Suárez et al.);
- ✓ los videoclips musicales (Echazarreta y Martín, 2017, en Suárez et al.; Martínez, 2014).

No obstante, existen otros ámbitos de incorporación de los estereotipos de género que también han sido objeto de diversos trabajos, como la educación (Ballarín, 1989), la literatura, tanto infantil como adulta (Ozäteş, 2002; Palmer, 1986; Porras, 2004; Serrano-Barquín, 2006), o la industria de los juegos y juguetes (Chaumier, 2007; De Coster, 2015) y de videojuegos (CIDE, Instituto de la mujer, 2004; Yee, 2008). Igualmente, el estudio y análisis de la imagen cobra una importancia fundamental, no solo en el ámbito de la publicidad, sino en cualquier otro entorno que utilice la imagen, como las ilustraciones de los libros, los vídeos o las páginas web (Aparici y García Matilla, 2008).

2.1.2. Sobre YouTube

Previo al estudio sobre YouTube, revisamos el marco existente en torno a la relación de los jóvenes con las redes sociales e Internet de forma más general, tanto desde una perspectiva de ocio (Muros, Aragón, Bustos, 2013) como desde las posibilidades educativas que ofrecen (Ibrahim y Alava, 2014), con la intención de poder ofrecer alternativas educativas para poder contrarrestar el efecto de los estereotipos de género en nuestra sociedad.

Igualmente, por las grandes posibilidades que ofrece la plataforma, revisamos artículos relacionados con los modelos de negocio que desarrolla el sitio (Larrañaga y Ruiz, 2009) y, en esta línea, por su relación directa con el papel que muchos *youtubers* adoptan en la red, consultamos otros que versan sobre los *influencers* como herramienta publicitaria (Martínez y del Pino, 2015).

En los estudios que hemos consultado, YouTube aparece como una red social (García, Kendall y Lima, 2013; Wattenhofer, Wattenhofer & Zhu, 2012), como una red principalmente comercial (Pérez-Rufí, 2011), como plataforma de la sociedad del espectáculo (Bañuelos, 2009), como artefacto sociotécnico, en el sentido de que una gran cantidad de elementos, desde administradores a usuarios y redes de equipos, construyen, configuran y definen el uso del espacio (Siri, 2008), como archivo que permite el almacenamiento de la memoria colectiva (De Cicco, 2008) o como televisión posmoderna (Murolo, 2010).

Otros estudios se han centrado en los agentes que intervienen en el proceso: los consumidores (Gallardo, 2013; Lavado, 2013) y los *youtubers* (Dias da Silva, García, 2012; Moreno, 2010; Sabich, Steinberg, 2017; Scolari y Fraticelli, 2016; Valls, 2015) y a la influencia que estos ejercen sobre los jóvenes (Westenberg, 2016). También se ha prestado atención a los canales con más suscriptores y a los vídeos más vistos (García, García, Kendall y Lima, 2013; Pérez-Rufí, 2013) y su relación con el fenómeno glocal (Gallardo y Jorge, 2012), a los nuevos formatos que se generan en ese entorno (Pérez-Rufí y Gómez, 2013) y a los diferentes comportamientos y relaciones que se establecen (Campos, 2007; Lange, 2008, 2014; Schneider, 2016).

2.1.3. Sobre los nuevos medios y el empoderamiento en la sociedad digital.

Tras una primera aproximación a la Web 2.0 (Cebrián, 2008; Fumero y Roca, 2007; Polo, 2009), a los nuevos medios (Álvarez, 2011) y a las nuevas formas de interactividad que surgen en el contexto de la sociedad digital (Cabrera, 2010; Jenkins, 2008; Moreno, 2002), tenemos que prestar atención al papel que juegan estos nuevos medios en la educación y comunicación (Aparici y García-Marín, 2017; Aparici et al., 2010; Aparici, 2010) como ámbito en el que los estereotipos se transmiten y perpetúan.

Para aproximarnos al poder y su conservación partimos siempre de los clásicos Bourdieu (1990, 1979), Foucault (1981) o los imprescindibles trabajos de Castells, especialmente, el libro *Comunicación y poder* (2011). McLuhan (1994) nos permite comprender los medios de comunicación y, en la misma línea, McQuail (2000) aborda, en distintos niveles de análisis, la comunicación de masas, donde encontramos especialmente interesante y útil para esta investigación los capítulos dedicados a los medios de comunicación y al poder de los medios de comunicación.

Ya centrados en el contexto digital, Segura y Barbas (Segura y Barbas, 2017; Segura, 2013) abordan la cuestión de los relatos digitales como sustentadores de la hegemonía cultural y los contrarrelatos como reacción alternativa a esa hegemonía.

2.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

En los últimos años, es remarcable el imparable auge de los *youtubers* y el amplio seguimiento que tienen por parte de un gran sector de la población. Si bien inicialmente el público mayoritario estaba constituido por jóvenes de entre 16 y 30 años, la franja de edad ha ido ampliándose progresivamente en los últimos años, abarcando ya desde niños de 8 años que van a *YouTube* a ver sus dibujos animados favoritos y los últimos trucos y estrategias para las partidas de *Minecraft* hasta personas de 50 años que buscan un tutorial para la realización de manualidades o recetas de cocina.

Este nuevo impulso de la plataforma, cada vez más presente en nuestra vida diaria, provoca que nos preguntemos a qué riesgos se enfrentan nuestros hijos y alumnos cuando acceden a ella, qué se pueden encontrar y cómo podemos afrontar dichos riesgos. En un contexto social todavía fuertemente masculinizado, este trabajo pone el foco en los

estereotipos relacionados con el género presentes en la plataforma de YouTube. Para una armoniosa convivencia social, es de vital importancia la detección y el análisis crítico de los estereotipos de género, puesto que influyen no solo en los espectadores adultos, sino especialmente en el público más sensible e influenciado: los niños y adolescentes. Asimismo, en los nuevos medios como Internet, es más difícil establecer un control debido, en primer lugar, a la libertad para decir y publicar cualquier cosa en la red y, en segundo lugar, por la presencia constante de Internet en la vida cotidiana de los jóvenes sin que sea posible acompañarlos o monitorizarlos de forma continuada.

Centrándonos en este trabajo, pretendemos identificar los estereotipos y clichés relacionados con el género presentes en los vídeos de los *youtubers* más seguidos entre los jóvenes y analizar la forma en la que se construyen. De esta forma, nos fijaremos en su discurso, pero también en sus actitudes, gestos, vestimenta y entorno.

No pretendemos, sin embargo, atender a todas aquellas informaciones que, sin duda, tienen alguna influencia en los jóvenes, puesto que el análisis de estereotipos relacionados con la edad o la nacionalidad, por ejemplo, darían lugar a otros trabajos por sí mismos. Hemos decidido concentrar nuestra atención en aquellas actitudes, expresiones, gestos, etc., que contribuyen a reproducir patrones sexistas de comportamiento. Teniendo esto en cuenta, acotamos nuestra investigación con una pregunta principal que guía nuestro trabajo: ¿De qué forma se construyen y se reproducen los estereotipos de género en los vídeos de *youtubers*?

2.3. HIPÓTESIS

Lógicamente, cuando decidimos investigar algo es porque consideramos que ahí existe una situación interesante o problemática que queremos comprender a un mayor nivel de profundidad, pero establecemos previamente algunas hipótesis que podrían explicar esa situación. Las hipótesis son puntos de partida sobre los que se barajan las posibilidades de respuesta. «Actúan como guía de la investigación, al llevarnos a responder ¿qué es lo que se quiere demostrar?» (Callejo y Viedma, 2006, p. 100). En este trabajo, partimos de que:

- Los estereotipos son construcciones sociales, presentes tanto en el ámbito cotidiano como en el profesional, que tienen una especial proyección en el discurso de agentes sociales de gran alcance, como los personajes públicos.

- Estos estereotipos presentes en el discurso y los comportamientos influyen, en mayor medida, en niños y jóvenes, y tiene consecuencias en su relación con el resto de la sociedad, especialmente con personas del otro sexo.
- Los estereotipos de género presentes en los vídeos de YouTube contribuyen a consolidar el status social femenino actual en todos los ámbitos (social, económico, etc.).

Dentro de este tema, pretendemos demostrar que muchos *youtubers* manifiestan conductas, actitudes y discursos sexualmente estereotipados, normalizando un discurso que realmente debería suscitar mucho debate y reproduciendo, por lo tanto, la configuración social preexistente. Se pretende proporcionar una visión crítica de la realidad que envuelve a los *youtubers* que capacite a padres, profesionales de la educación y jóvenes para ser capaces de valorar críticamente esta realidad identificando los estereotipos que presenta y adoptar actitudes conducentes a su eliminación.

2.4. OBJETIVOS

Los objetivos señalan los puntos clave que justifican la investigación, especialmente desde una perspectiva operativa, y señalan lo que se pretende lograr con ella. El objetivo principal o general es aquel que abarca todas las expectativas que el investigador se propone de forma global. Por consiguiente, el objetivo principal de este trabajo es:

- Identificar los procesos de construcción y reproducción de estereotipos en la narrativa *youtuber*.

Del objetivo general, se pueden desglosar una serie de objetivos secundarios, denominados objetivos específicos, que pretenden fragmentar o parcelar el objetivo principal para facilitar su consecución. Igualmente, posibilitan la evaluación del grado de consecución del objetivo general en comparación con los objetivos alcanzados. En esta investigación, nos proponemos los siguientes objetivos específicos:

- Conocer más profundamente la plataforma YouTube y sus contenidos.
- Conceptualizar los estereotipos de género y su concreta manifestación en los medios digitales.
- Confirmar que los *youtubers* manifiestan estereotipos de género en sus vídeos.

- Identificar y analizar la forma en que se manifiestan.
- Conocer la percepción de los *youtubers* acerca de los estereotipos presentes en sus vídeos y su intencionalidad.
- Promover una mirada crítica hacia la realidad *youtuber* para identificar los estereotipos utilizados y adoptar actitudes conducentes a la igualdad y la no-sexualización de los comportamientos.

2.5. CONCEPTOS CLAVE Y ANTECEDENTES TEÓRICOS

La clarificación conceptual de los términos que se van a utilizar a lo largo del presente trabajo es fundamental, dada la enorme cantidad de trabajos que hay que abordan, de forma directa o tangencial, el alcance y la repercusión social de los estereotipos o sobre YouTube. Del mismo modo, aunque los términos utilizados formen parte de nuestro léxico cotidiano, conviene tener presente que un concepto «es un elemento vinculado a una forma de aproximarse a la realidad social», de ver el mundo y que, a menudo, estos conceptos han dado pie a interesantes y encendidos debates.

El cuerpo conceptual de este trabajo se sostiene sobre los conceptos de *estereotipos* y, más concretamente, *estereotipos de género*, *youtubers* y *empoderamiento*. Estos conceptos se encuentran contextualizados en un marco de *comunicación y educación*. Una breve aproximación a su definición servirá de contexto y apoyo para la lectura e interpretación de esta investigación. Acompañamos la conceptualización con las aportaciones teóricas de otros estudios previos sobre los que se asienta nuestro desarrollo teórico.

2.5.1. Sobre los estereotipos

Los estereotipos

Para Lippmann (1922), precursor en la utilización del término como lo entendemos hoy en día, los **estereotipos** son ‘una imagen en nuestras cabezas’. Según este autor, representan el corazón mismo de nuestra tradición personal; son una imagen ordenada y más o menos consistente del mundo, a la que se ajustan nuestros hábitos, nuestros gustos, nuestras competencias, nuestros placeres y nuestras esperanzas. Amossy aborda de la misma forma el estereotipo en su obra, pero le concede una gran complejidad a esta

noción: para esta autora, el estereotipo surge de un proceso de categorización y de generalización (Amossy & Herschberg, 2011), pero «no deja de ser redefinido en función de los dominios de reflexión que lo adoptan y de los intereses a los que sirve» (Amossy, 1989, p. 29), adoptando una connotación negativa. De este modo, están conformados por prejuicios, ideas, actitudes y creencias, impuestas por el contexto sociocultural, y que se aplican a todas las personas de un colectivo; así, hay estereotipos en torno a nacionalidad y etnia, edad, sexo, orientación sexual, etc.

Según autores como González Gabaldón (1999, p. 79), el concepto de «estereotipo» es muy controvertido debido a la estrecha relación que mantiene con los **prejuicios** y la **discriminación** y la vinculación que estos mantienen, a su vez, con el concepto de «actitud». De acuerdo con la autora, la actitud es un fenómeno que se constituye mediante un componente cognitivo (lo que se sabe del asunto), afectivo (las emociones que suscita) y conductual (la conducta que se desarrolla como consecuencia). En su trabajo parte de la definición de «estereotipo» propuesta por Mackie (citado en González Gabaldón, 1999, p. 79), según la cual estos serían todas «aquellas creencias populares sobre los atributos que caracterizan a un grupo social y sobre las que hay un acuerdo básico», es decir, el componente cognitivo de la actitud. Define el «prejuicio» como «el conjunto de juicios y creencias de “carácter negativo” con relación a un grupo social» y se constituyen en base a los estereotipos. La discriminación, entendida conforme a la propuesta de León Rubio (citado en González Gabaldón, 1999, p. 80) como una «conducta de falta de igualdad en el tratamiento otorgado a las personas en virtud de su pertenencia al grupo o categoría social en cuestión sobre el que existe un cierto prejuicio», surge entonces como reacción conductual a dichos prejuicios.

Autores como Tajfel (1984) estudiaron la **función adaptativa** que cumplen los estereotipos en la sociedad, puesto que contribuyen a crear una visión simplificada de la realidad social que facilita la comprensión y nos proporcionan un esquema para una posible predicción de acontecimientos futuros. A nivel cognitivo y social, esto supone un ahorro en los esfuerzos de análisis y comprensión a la hora de enfrentarse a un contexto novedoso y cambiante.

Por otra parte, González Gabaldón (1999, p. 81) reconoce también una **función** facilitadora de la **identidad social**, considerando que al aceptar e identificarse con los

estereotipos asignados para el grupo social constituye una forma de integrarse en él. Esta función es especialmente significativa durante la infancia y la juventud, porque este proceso de asimilación se realiza de forma espontánea, contribuyendo a conformar la identidad de individuo.

En relación con los estereotipos ligados a la pertenencia a un grupo, los estudios de diversos autores, como Tajfel, Billig, Bundy & Flament (1971), centrados en la estereotipia como categorización «endogrupo» (propio) y «exogrupo» (ajeno), apuntan a que las diferencias con el exogrupo tienden a diluirse o suavizarse cuanto mayor es el contacto y la familiaridad con el otro grupo. Esto es especialmente visible en el caso de los estereotipos raciales o religiosos, por ejemplo, y es un factor imprescindible a tener en cuenta en el campo de la educación y la socialización de los niños y jóvenes.

Numerosos estudios confirman que los estereotipos tienen una fuerte tendencia a mantenerse inalterados con el paso del tiempo y a través de diferentes generaciones. Este anclaje social y, por tanto, la dificultad a la hora de combatirlos, pueden tener relación con el hecho de que los sucesos que confirman las expectativas estereotipadas previas son mejor recordados que los que las contradicen, sumado al peso del ambiente cultural (González, 1999, p. 81). No obstante, puede producirse un cambio en el estereotipo causado por razones adaptativas o de supervivencia, es decir, cuando se modifican los roles de un grupo, los estereotipos también se adaptan a ese cambio.

Algunos autores sostienen que los estereotipos cumplen una función social importante en tanto en cuanto nos permiten simplificar y categorizar la realidad cuando somos pequeños. Ahora bien, muchos autores consideran que, a medida que crecemos tenemos que ir dejando atrás los estereotipos como forma simplificada de la realidad para evitar los reduccionismos extremos, mientras que otros consideran que sigue siendo una forma de relacionarse con el entorno para el adulto.

Los estereotipos de género

Los elementos que constituyen los estereotipos son extremadamente importantes en todos los procesos educativos y socializadores por su papel fundamental en la construcción de la identidad social. Sin embargo, por su fuerte arraigo social y su amplísima proyección en todos los ámbitos de la vida cotidiana, cobran una relevancia especialmente significativa

cuando se trata de lo femenino o lo masculino. En su libro *Women Can't Park, Men Can't Pack* (*Las mujeres no saben aparcar, los hombres no saben empaquetar*), Geoff Rolls (2010) enumera una cantidad impresionante de **estereotipos ligados al género**, desde el propio título hasta el color de la ropa del bebé.

Para referirse a este tipo de estereotipos, en la literatura existente encontramos referencias a «estereotipos de género» y «estereotipos sexuales», «estereotipos de rol de género» y «estereotipos de rol sexual». De acuerdo con González (1999, p. 84), aunque a veces se utilicen indistintamente los términos de «sexo» y «género», la tendencia mayoritaria es utilizar «sexo» para referirse a las características biológicas que se vinculan con cada clase sexual y el término «género» para el conjunto de características psicosocial (rasgos, roles, motivaciones y conducta) asignados de forma diferencial a hombres y mujeres. Según Daréoux (2007, p. 90), la elección de «la utilización del término “estereotipo sexista” en lugar de “estereotipo de género” subraya la consecuencia descalificante, discriminante para el género femenino que ello implica sobre todo individuo, cualquiera que sea su género¹». De este modo, podemos describir el **género** como el carácter social que toma el sexo de cada individuo, «cada sociedad elabora unas clases sexuales» (Goffman, 2002, p. 47) y también se puede definir el género como «el construido» (Butler, 2005, p. 71), frente al sexo biológico atribuido en el nacimiento.

Los estereotipos de género son un subtipo de los estereotipos sociales en general. Podemos definirlos como «creencias consensuadas sobre las diferentes características de los hombres y mujeres en nuestra sociedad». Este conjunto de creencias que atañen a las categorías hombre y mujer, que llamamos género, tiene una gran influencia en el individuo, en su percepción del mundo y de sí mismo y en su conducta. (González, 1999, pp. 83-84).

Para Serrano-Barquín (2006), los **estereotipos de género** están constituidos por aquellas imágenes relacionadas con el hombre o la mujer, producto de una percepción sesgada acerca de su comportamiento y actitudes, lo que dificulta «alcanzar la cabal equidad entre mujeres y varones». Por su parte, Belmonte y Guillamón (2008) definen esta clase de estereotipos como un conjunto de «ideas acerca de los géneros que favorecen el

¹ Traducción propia de la cita original: *Le choix de l'utilisation du terme «stéréotype sexiste» plutôt que «stéréotype de genre» souligne la conséquence disqualifiante, discriminante pour le genre féminin que cela implique sur tout individu quel que soit son genre.*

establecimiento de roles fuertemente arraigados en la sociedad», recogiendo dos de las características básicas de los estereotipos: la representación simplificada de un aspecto de la realidad y la resistencia al cambio (Berganza y del Hoyo, 2006).

Numerosos autores (Ashmore, 1981; Deaux y Lewis, 1983, 1984; Spence, 1985) señalan que los estereotipos de género están compuestos por diversas dimensiones que, aunque independientes, se relacionan entre sí. Algunas de estas dimensiones son, por ejemplo, los rasgos de personalidad, las actitudes relacionadas con el rol, las ocupaciones laborales o la apariencia física.

La selección de los rasgos que constituirán los estereotipos se relaciona directamente con la interacción entre los diferentes grupos y el papel que estos ocupan en la sociedad. Podemos observar que en todas las sociedades se asignan diferentes roles a hombres y mujeres con la justificación de las diferencias fisiológicas y psicológicas existentes entre ambos sexos. En las sociedades occidentales, tradicionalmente el papel del hombre consiste en trabajar fuera del hogar, mientras que las mujeres se encargan de las tareas del hogar y el cuidado de los hijos.

Esta línea de pensamiento, centrada en la visión de la mujer y su relación con distintos aspectos de la vida, como el trabajo, el deporte, la maternidad y el feminismo, queda claramente expuesta en palabras de Gregorio Marañón: «...el varón será siempre el que haga la Historia. La mujer tiene reservado el destino, aún más trascendental, de hacer al hombre». En su obra *Tres ensayos sobre la vida sexual* (1926), sostiene ampliamente que las diferencias en los desempeños sociales tienen su origen en las diferencias biológicas. Así, la mujer tiene «el instinto de la maternidad y cuidado directo de la prole», mientras que el instinto del hombre es el «de la actuación social». Con respecto al físico, «si los músculos de la mujer son menos fuertes y se insertan en huesos más delicados, el rendimiento del trabajo corporal será más exiguo en ella y tendrá asimismo un evidente carácter sexual» (p. 24). Además,

Ésta no sólo no tiene tiempo, si es como debe ser, teóricamente, fecunda y múltipara, durante los años mejores de su vida, para otra cosa importante que para gestar y criar hijos; sino que, además, su organismo no tiene, en condiciones habituales, aptitud para la lucha con el medio, que podemos llamar para entendernos brevemente 'actuación social' (pp. 27-28).

No deja el autor de acudir a las sociedades prehistóricas, al reino animal e, incluso, a referencias bíblicas para ayudar a sustentar sus teorías, expresando así que:

El análisis fisiológico confirma así el símbolo escrito en la primera página del Génesis: Adán nace para el trabajo en el mismo momento en que Eva, la madre de todos, nace para la vida del sexo. Y Dios le marca a uno y a otra con toda claridad los dos caminos paralelos: tú, hombre, trabajarás; tú, mujer, parirás. (pp. 29-30).

En consecuencia, se presuponen una serie de rasgos de la personalidad diferenciados para hombres y mujeres relacionados con el rol que deben desempeñar. Así, para los hombres se reservan rasgos como la racionalidad, la orientación hacia el trabajo y la energía, mientras que para las mujeres se reservan la sensibilidad, la calidez o la suavidad. (González, 1999). A lo largo de los siglos, el estereotipo femenino se ha ido nutriendo de «todo un enorme listado de rasgos o características supuestamente propias de las mujeres, pero con un eje central muy claro: la inferioridad de éstas con relación a los hombres» (Bosch y Ferrer, 2003, p. 140).

Este estatus de inferioridad se ha sustentado en tres líneas argumentales: la inferioridad moral, la intelectual y la biológica (meridianamente ejemplificada en la argumentación de Marañón). Desde Aristóteles, la laxitud moral de la mujer y su falta de dotación intelectual han sido ampliamente abordadas a lo largo de la historia, despojándola de toda posibilidad de actuación sobre su entorno debido a su natural falta del criterio. Para dar fe, ¿qué mejor ejemplo que la primera mujer, Eva, salida de una costilla del hombre, que con su desobediencia trajo terribles consecuencias para toda la humanidad? A lo largo de la Edad Media y el Siglo de Oro, será utilizada en la literatura y en la educación como paradigma de la mujer, imperfecta, derivada de un hombre, sin juicio, débil ante los engaños... No sería hasta la Ilustración que, tímidamente, algunos autores empezaron a esbozar argumentos en favor de la igualdad entre los géneros (Poulain de La Barre), mientras que otros muchos sostenían la distinción entre sexos como algo natural (Rousseau, Moebius, Spencer...), explicándola a través de un amplio desarrollo teórico y comprobaciones clínicas. Este estado de inferioridad justificaría el orden jerárquico de dependencia de la mujer con respecto al hombre, encargado de protegerla y guiarla.

De este modo, el estereotipo asentado en la época retrata a las mujeres «como “naturalmente” destinadas a la vida privada, a la maternidad y al cuidado de la familia, y

poco interesadas por cualquier otra actividad, especialmente aquellas vinculadas al ámbito público» (Bosch y Ferrer, 2003) como, por ejemplo, el deporte:

El deporte es originariamente una actividad masculina [...], la mujer corriente pasa por los deportes como un meteoro, mientras es soltera o mientras no la ocupan demasiado los cuidados de la maternidad. Pero en cuanto esto ocurre, la feminidad verdadera se impone y la mujer deja sus hábitos deportistas, que son tan varoniles en su profundo sentido biológico como en el sentido aparente de la indumentaria. En el deporte, el papel que pudiéramos llamar fisiológico de la mujer es, [...], el de espectadora. (Marañón, 1926, pp. 56).

Recogiendo estos prejuicios y recubriéndolos de una apariencia científica, autores como Freud (1972), contribuyeron a la difusión y consolidación de este supuesto «orden natural» de las cosas en pleno siglo xx: «La niña, dada su incapacidad de sublimar sus instintos y el predominio de la envidia en su vida mental o anímica, posee escaso sentido de la justicia y débiles intereses sociales» (p. 317).

Diferentes autores, centrados en el estudio de los estereotipos de género, desarrollaron y utilizaron distintos listados de cualidades asignables a uno y otro sexo, como el *Sex Role Stereotype Questionnaire* (SRSQ) de Rosenkrantz et al. (1968) o la revisión que hicieron Spence et al., el *Personal Attributes Questionnaire* (PAQ) en 1974. Bosch y Ferrer (2003) presentan una tabla, basada en el trabajo de Williams y Bennett (1975) con los adjetivos que más frecuentemente aparecen en los estereotipos vinculados a uno u otro género:

Mujeres		Hombres	
Afectada	Frívola	Agresivo	Excitable
Atractiva	Gentil	Ambicioso	Fuerte
Complaciente	Habladora	Asertivo	Hábil
Coqueta	Llorona	Austero	Independiente
De corazón blando	Machacona	Auto-confiado	Lógico
Débil	Remilgada	Autocrático	Masculino
Dependiente	Sensible	Aventurero	No emotivo
Dócil	Sentimental	Con coraje	Racional
Emocional	Sofisticada	Cruel	Realista
Encantadora	Soñadora	Desordenado	Resistente
Estirada	Sumisa	Digno de confianza	Robusto

Excitable	Voluble	Dominante	Seguro
Femenina		Emprendedor	Severo
		Estable	

Tabla 1. Realizada a partir de la de Bosch y Ferrer (2003)

Entre ellos, el *Bem Sex Role Inventory* de Sandra Bem (citado en Bosch y Ferrer, 2003, p. 142) aporta como novedad la posibilidad de que una misma persona presente características masculinas y femeninas al mismo tiempo, al considerarse como dimensiones independientes que, además, admiten gradación desde «nada femenino/masculino» a «muy femenino/masculino». No obstante, como reconocen las autoras, realmente no hace nada por desmontar la existencia de unos rasgos típicamente masculinos y otros típicamente femeninos.

Otro aspecto interesante destacado por Bosch y Ferrer es que muchos de los rasgos atribuidos al modelo femenino se relacionan con los síntomas de la depresión, lo que las lleva a concluir que «socializar a las niñas enseñándolas a comportarse “de manera típicamente femenina”, conlleva, de alguna manera, enseñarles también a infravalorarse, a sentirse dependientes e inseguras, y, por tanto, a convertirse en más vulnerables ante la depresión» (p. 143).

Daréoux (2007, p. 94) sostiene que los estereotipos son importantes en la edad infantil, puesto que contribuyen a aprehender de forma simplificada del mundo que les rodea. Sin embargo, en un segundo momento del desarrollo, es preciso salir de ese esquema restrictivo que, en el mundo postinfantil sirve de soporte a la discriminación y contribuye a mantener la realidad dividida en dos sexos, en dos culturas diferentes y jerarquizadas, lo que tiene una repercusión directa en la promoción de la igualdad en nuestra sociedad.

Los estereotipos de género en...

Debido a que el estereotipo es creado y alimentado por nuestra sociedad, los encontramos en todos los **soportes mediáticos**, como la televisión, los carteles o la publicidad. Como fenómeno con importantes repercusiones en nuestra sociedad, se han realizado estudios sobre los estereotipos de género enfocados en la televisión, en el cine, en los informativos, en la prensa, en las películas infantiles, en los catálogos de juguetes infantiles, en los anuncios publicitarios (Garrido, 2008; Berganza y Del Hoyo, 2006; Correa, Guzmán y Aguaded, 2000) y en la literatura y las artes plásticas (Serrano-Barquín, 2006;

Özateş, 2002). Por supuesto, los vídeos de YouTube no son ajenos a estas construcciones, y cumplen un papel fundamental en su construcción y reproducción.

...la literatura

El estudio de Serrano-Barquín (2006) sobre los estereotipos femeninos en el texto y la imagen hace una revisión del reflejo de la mujer en la literatura del siglo XIX, prestando atención a la literatura especialmente escrita «para la mujer» y a las imágenes de este período. De este modo, se ve «en las representaciones de la mujer y de lo femenino a una mujer idealizada, estereotipada, sumida en una atmósfera de confinamiento (el hogar) y ausente de las tareas intelectuales y sin posibilidades de desarrollo personal». Esta tendencia no comenzó a cambiar hasta que la escolarización y la capacitación para el trabajo comenzaron a ofrecer, hacia final de siglo, algunas posibilidades de remuneración y, con ello, los primeros pasos hacia la igualdad. Aunque el estudio de Serrano-Barquín está especialmente centrado en el contexto mexicano, es fácilmente extrapolable cuando revisamos el rol socialmente asignado a la mujer en otras obras de la literatura europea de la misma época, como *Anna Karenina* de León Tolstói, *Orgullo y prejuicio* de Jane Austen, *Eugénie Grandet* de Balzac o *La Regenta* de «Clarín» o, incluso, estadounidenses, como la famosa novela *Retrato de una dama* de Henry James.

Özateş (2002) corrobora esta postura poniendo como ejemplo algunas obras de Balzac, Stendhal o Flaubert. Según este estudio, «toute la littérature n'offre à la femme qu'une alternative: être esclave ou infâme» y esta postura, como sabemos, no es exclusiva del siglo XIX, sino que viene de antes y prosigue después. Sin embargo, muchos de los estudios consultados acerca del papel de la mujer en la literatura se centran en este siglo por lo que la novela de esta época tiene de crónica social y por su reflejo de las relaciones entre individuo y sociedad. Sostiene Simone de Beauvoir (citado en Özateş, 2002, p.15) que toda la historia de las mujeres ha sido hecha por hombres, sin que ellas puedan intervenir más de una manera negativa y oblicua. Es por ello que los estereotipos se configuran, en la literatura, como una visión sesgada desde una perspectiva incuestionablemente masculina que, demasiado a menudo, ha reducido a las mujeres a una forma de mito o de objeto. En el trabajo de Özateş se revisan algunos de estos mitos de la feminidad:

- Uno de los más ampliamente explotados en el ámbito literario es el mito del caballero y la dama, a quien él rinde homenaje con su vida y cuya conquista será el premio más alto.
- La mujer de la novela del siglo XIX se presenta en los arquetipos más tradicionales: madre, esposa, amante y mujer frígida.
- La pasividad caracteriza a la mujer en la novela y en la vida real. Como sostiene Beauvoir (1986):

«les femmes sont des êtres que l'éducation prépare à n'avoir aucun rôle dans la société ; spectatrices, jamais puissantes, jamais juges, jamais actrices réelles du jeu du monde. Elles sont considérées dans la vie sociale comme des êtres fabriqués dont le seul dessein est de plaire au maître».

El mundo femenino depende directamente de los demás. A pesar de ser protagonistas en muchas de las obras, ellas son seres incapaces, pasivos, soñadores.

- Con respecto al amor, se trata de un sentimiento que rompe la rutina cotidiana, al que los hombres no sucumben. Para el hombre es una ocupación más; para la mujer, un destino social (Simone de Beauvoir, 1976). La pasión en la mujer es tan poderosa que incluso las heridas infligidas por el amado son recibidas con alegría (Mme. de Rênal es feliz de haber sido herida por su amado Julien Sorel en *Le Rouge et le Noir* de Stendhal).
- Los personajes femeninos son, habitualmente, ingenuos y puros, inexpertos ante la vida, ya que permanecen a salvo en el hogar. Del mismo modo, son ignorantes frente a su propia seducción, su inteligencia, sus pasiones y, por lo tanto, no son responsables de sus errores, sino víctimas.
- La maternidad aparece como un destino para la mujer y su papel más importante. El amor hacia los hijos se presenta como un sentimiento complejo que genera madres tiránicas, posesivas y sacrificadas, que aman a sus maridos solo por sus hijos.

- El matrimonio, por lo tanto, aparece como un destino que la mujer acepta pasivamente, en muchos casos, pese a la ausencia del sentimiento amoroso, para cumplir con los requerimientos que la sociedad le impone como mujer.

...la educación

La industrialización europea, iniciada en la mayoría de Europa en el siglo XVIII y, con ella la expansión de la educación pública, no llegará a nuestro país hasta muy tarde, entrado ya el XIX. No obstante, el proceso escolarizador no se desarrollará de forma uniforme en todos los territorios, para todas las clases sociales y para ambos géneros, sino que su primer impulso se centró en zonas urbanas y género masculino, con intención de cubrir las necesidades de instrucción que requería el mercado laboral urbano de la época. Partía del supuesto de la instrucción de la mujer no es un asunto público, sino privado, y sus fundamentos básicos están más orientados a la educación moral que a otro tipo de saberes, lo que daba lugar a un currículum diferenciado.

En el ámbito rural, existen diferencias en los roles asignados a hombres y mujeres, pero, lejos de permanecer confinada en el hogar como la mujer de la ciudad, la mujer del ámbito rural desarrolla una gran cantidad de actividades en el exterior: la fuente, el lavadero, el horno... «Toda esta serie de actividades genera todo un campo de saberes femeninos sobre la vida, la salud, la muerte... Conocimientos técnicos, médicos, sociales y simbólicos que sitúan a la mujer del medio agrícola en un plano diferente al masculino, pero no marginal» (Ballarín, 1989, pp. 246-247). No obstante, teniendo en cuenta las diferencias entre el ámbito rural y el urbano, el desigual proceso escolarizador fue produciendo un distanciamiento intelectual entre los hombres y las mujeres, que reforzará, una vez más, la dependencia femenina.

La instrucción de las niñas quedaba bajo el criterio de las Diputaciones o, incluso, de los propios maestros, y no será hasta 1857, con la aprobación de la Ley Moyano, que se establecerá la obligación de crear escuelas para niños y para niñas. Estas escuelas se encargarán de difundir y legitimar estas creencias, como reflejan los desarrollos curriculares completamente diferenciados por sexo, centrando la instrucción de las jóvenes en valores tradicionales relacionados con la castidad, la compostura y la discreción, entre otros, junto con «las tareas propias de su sexo» (fregar, cocinar, etc.). Estas enseñanzas se

mantendrían hasta bien entrado el siglo xx, sostenidas, en parte, por todo el imaginario que circundaba el régimen franquista, como se refleja en los manuales de la Sección Femenina de la Falange Española y de las JONS y que, evidentemente, constituyeron uno de los núcleos más importantes de reproducción de estereotipos.

Gracias a la presión de la lucha feminista en nuestra sociedad, los libros de texto han atenuado progresivamente la división de roles tradicional para incorporar a la mujer a la vida laboral de forma activa. No obstante, Daréoux (2007) señala la amplia oferta de profesiones que los personajes masculinos muestran en los libros, mientras que las mujeres se encasillan en las mismas profesiones: ama de casa, asistente del hogar o sirvienta, maestra, peluquera, dependienta, ..., en relación directa con las funciones tradicionalmente asignadas a las mujeres: la gestión y cuidado del hogar, la educación y crianza de los hijos, la estética y el cuidado del cuerpo. Todas las actividades prestigiosas, que representan la aventura, la creatividad, la ciencia o el liderazgo, como bombero, médico, artista, piloto, marino, astronauta, arquitecto, político, etc., son patrimonio exclusivo de los hombres.

...los cuentos infantiles

Ya en los pueblos primitivos encontramos la utilización de la literatura oral con una función pedagógica, dirigida tanto a adultos como a niños porque, por aquel entonces, la infancia no era considerada como sujeto educativo diferenciado (Rey Briones, 2007). Sin embargo, los cuentos han tenido siempre una importancia capital en la formación de los niños, por cuanto transmiten valores, creencias, formas de relacionarse... Desde la obligatoriedad de la educación, la literatura infantil ha estado en el foco de múltiples y encendidos debates en torno a aspectos como la conveniencia de modelos realistas frente a modelos fantásticos, el recurso a los cuentos de la literatura popular, ...; en definitiva, comienza a revisarse cuidadosamente la literatura infantil existente. Según Garralón (2001), «esta revisión crítica planteó a algunos escritores la necesidad de renovar temas y enfoques, así como de considerar la literatura infantil como algo específico de la infancia, capaz de transformar la visión del mundo» (p. 131). Uno de los principales movimientos de renovación surgió de las filas feministas y, como señala este autor, los primeros libros que no superaron la revisión fueron los de hadas, acusados de presentar imágenes estereotipadas y roles muy marcados, donde los hombres se presentaban siempre como

activos y aventureros y las mujeres aparecían o bien como sumisas y pasivas, o bien como malvadas brujas o madrastras.

En esta línea, constata Daréoux (2007) que los personajes masculinos tienen mayor presencia y un papel más importante que los personajes femeninos, tanto en los títulos de las obras (78% vs. 25%), como en las portadas y las ilustraciones (78% vs. 48%). Mientras que las actividades masculinas son trascendentes para el desarrollo de la acción (reflexionan, toman decisiones, combaten, buscan objetos...), las actividades femeninas son irrelevantes y vanas (pasean, se miran en espejos, cantan...). Las mujeres no son actrices de su propia historia, sino que dependen de personajes generalmente masculinos (el padre, el príncipe...), en tanto que la historia de los personajes masculinos está plagada de ritos de iniciación, proyectos, deseos... Cuando los deseos de los personajes femeninos son cumplidos, tampoco es gracias a sí mismos, sino gracias a la intervención del otro sexo. Tampoco se puede pasar por alto la importancia de la belleza de los principales personajes femeninos de los cuentos de hadas, llegando a constituirse en rasgo principal de la identidad del personaje.

Con respecto a los personajes animales, el sexo masculino es representado por animales más imponentes en talla y fuerza (elefantes, leones...), mientras que los femeninos serán de menor valor o tamaño (ratones, topos...). Considerando que el hombre es visto como el ser humano por excelencia, el animal masculino no necesita ningún tipo de caracterización adicional, mientras que los personajes animales femeninos llevan ropa o complementos relacionados directamente con el trabajo doméstico (un delantal, por ejemplo) o con la coquetería (maquillaje, joyas...).

En lo que respecta a las actividades asignadas en los cuentos a uno u otro género, la actividad profesional es casi exclusivamente masculina ofreciendo, además, una amplia variedad de ocupaciones. A esto hay que añadir que, normalmente, los padres comparten diversas actividades de ocio con sus hijos, mientras que el rol de la mujer es principalmente doméstico y, en los casos en los que aparece una actividad profesional, está normalmente ligada al sector sociosanitario (maestra, enfermera, etc.).

...los catálogos de juguetes

«¿Ofrecemos muñecas a las niñas y pequeños coches a los niños porque les gustan o les gustan esos juguetes porque nosotros se los ofrecemos?» (De Coster, 2005). Varios autores han estudiado y tratado de dar una respuesta a esa pregunta prestando atención al papel de los juguetes y los catálogos en los que estos se recogen (Chaumier, 2007; De Coster, 2005; Richardson & Simpson, 1982).

Según Chaumier (2007), durante los últimos quince años los catálogos de juguetes han evolucionado en cuanto a la aparición de nuevas marcas, a la utilización de nuevas técnicas en su concepción y fabricación, a la relación con el contexto de la sociedad del consumo y la comunicación, pero apenas han cambiado con respecto a las fronteras entre los sexos, más allá de una reinterpretación de los estereotipos tradicionales. Tras revisar más de cincuenta catálogos, afirma que su estructura responde a una división en diferentes dominios, de los cuales algunos son modelados según la construcción del género.

Sostiene que el análisis crítico de los catálogos de juguetes puede desarrollarse a dos niveles. En el primero, como reflejo de una organización social con unas particulares y establecidas relaciones sociales, donde se muestran los roles tradicionales de cada sexo. De este modo, los catálogos se constituyen como reflejos de una sociedad sexista y consumista. Un segundo nivel de análisis refleja una organización social imaginaria, en lugar de un retrato de la sociedad actual, donde ninguna mujer trabaja o se enfrenta a riesgos fuera del espacio privado. Evidentemente, en nuestros días, la mayor parte de las mujeres tienen una actividad profesional, por lo que no refleja exactamente el rol de nuestros días.

Lo que es indiscutible es que los catálogos reflejan una narrativa sostenida en espacios sociales sexuados. Por ejemplo, algunos de los títulos encontrados en los catálogos para los dominios femeninos son *Pequeña mamá*, *Muñecos-muñecas*, *Maniquí*; mientras que para los masculinos encontramos *Circuitos*, *Coches-trenes*, *Tractores-bicicletas*, *Obras*, ilustrados con fotos de niñas y niños, respectivamente, y un contexto de página relacionado con esta segregación a través de los colores seleccionados, el tipo de letra, los dibujos o adornos, etc.

Chaumier (2007, p. 100) destaca los tres ejes en torno a los que giran los juegos y juguetes destinados a las niñas, que responden a la narrativa lineal de la vida adulta femenina (ser seductora, ser mamá, ser buena ama de casa):

- la seducción, que se vincula con todos los accesorios de joyería, maquillaje y peinado;
- la maternidad, donde los muñecos son como bebés cada vez más realistas y tienen toda suerte de accesorios necesarios para su cuidado (la cuna, el baño, la alimentación, etc.);
- el mantenimiento del hogar, que incluye todos los juguetes relacionados con las compras de productos para el hogar y la alimentación, las cocinitas, los accesorios de limpieza...

Además, destaca el autor que ya desde pequeñas se inculca en las niñas el sentido del orden a través de complementos para facilitar la organización (2007, p. 91): la cama de la muñeca con cajones para guardar los objetos, la cocinita con estantes y cajones, el maletín de maquillaje con todo perfectamente compartimentado...

A través de esta narrativa, a las niñas se les atribuyen valores como la calma, la mesura, la dulzura, la ternura, los cuidados y la atención a los demás. El mundo femenino es el espacio privado, relacionado con el amor maternal y romántico (siempre heterosexual).

Para los niños se reserva todo lo demás: el espacio público, el mundo profesional, técnico y material, las ciencias, el ocio, el deporte y el arte. Su identidad se construye a través de valores relacionados con la competición, la rivalidad, la dominación, la violencia, la exclusión, etc.

...la publicidad y la televisión

Tradicionalmente, ha sido la mujer la más afectada por los estereotipos reflejados en los medios de comunicación (Aguaded, Hernando-Gómez y Tello-Díaz, 2011, p. 100), como recogen los abundantes estudios que se han realizado en los últimos años en todo el ámbito europeo. Estos estudios tienen por finalidad estudiar y analizar el reflejo de la mujer en los

diferentes medios de comunicación, para tratar de luchar contra la posición de inferioridad y dependencia que se reproduce en la sociedad.

Muchos de los estereotipos presentes en publicidad cumplen una función de reconocimiento, de identificación, ya que «si una imagen es totalmente original, el espectador puede tener dificultades para su comprensión» (Aparici et al., 2009), lo que condiciona inmediatamente la aceptación o el rechazo de la idea presentada y, por consiguiente, del producto publicitado.

De este modo, entre las prácticas publicitarias habituales, nos encontramos con la «cosificación» de la mujer y la utilización de su cuerpo como reclamo de venta, estrechamente relacionado con la desvinculación de la imagen utilizada con respecto al producto anunciado (Cepeda, 2017, en Suárez, Guadarrama, Valero y Panarese, eds.). No obstante, en los últimos años nos encontramos un cambio de tendencia que incluye abundantes imágenes masculinas estereotipadas y, por lo tanto, nuevos estudios que se centran en el hombre.

En esta línea, un estudio de Berganza y Del Hoyo (2006) concluye que un 60% de los **anuncios** expuestos en televisión durante una semana de 2004 expone los estereotipos de género más tradicionales: hasta el 80% de los papeles de autoridad y la mayoría de los relacionados con argumentos científico-objetivos eran ocupados por hombres, mientras que las mujeres desarrollan un papel de consumidor, argumentando en base a su experiencia personal y, por tanto, subjetivamente. Un 40% de los roles femeninos expuestos estaban relacionados con los papeles de ama de casa y esposa en situación jerárquica de dependencia, mientras que solamente un 9% de hombres aparecía en esa situación.

En el marco de un estudio realizado por Aguaded et al. (2011) para analizar los estereotipos de género entre personas con edades comprendidas entre los 15 y los 65 años, se constató que, a pesar de la diversidad de respuestas en torno al rol de la mujer en los **anuncios**, el factor común era que la inmensa mayoría tenían que ver «con el hogar, la moda, la belleza y la estética, así como productos de higiene femenina», mientras que «pocas respuestas muestran indicios de participación de mujeres en publicidad relacionada con el trabajo, los negocios, los coches o cualquier otro producto o servicio, donde el protagonismo es principalmente masculino». Esta conclusión no es exclusiva de los

anuncios televisivos, sino que es propio de la publicidad independientemente de cuál sea su soporte mediático.

No obstante, el mismo estudio revela que, a ojos de los encuestados, la televisión es el medio donde la publicidad refleja mayores diferencias entre géneros, seguida de revistas y de la prensa diaria y los periódicos. Algunas de las diferencias recogidas aluden al papel de la mujer como ama de casa o como pareja, al predominio del hombre en la clase política y de la mujer en los programas de prensa rosa. Entre las cualidades de la mujer aparecen «la belleza, la actitud enamoradiza, sexy o sumisa, y en menor proporción, aventurera o inteligente» y entre las del hombre «dominante, duro, héroe, fuerte, inteligente, protector o trabajador» (pp. 109-110).

Pérez y Fernández (2009, p. 2) constatan que en la publicidad televisada persisten representaciones sexistas, donde en las escenas familiares, laborales y de ocio las mujeres y los hombres mantienen roles estereotipados de género, lo supone un obstáculo importante para la consecución de la igualdad de oportunidades. Para ilustrarlo con algunas cifras (p. 29):

de cada 100 anuncios, 61 reflejan estereotipos femeninos a través de los cuales se presenta a la mujer como responsable exclusiva del cuidado de la ropa y de la casa, como cuidadora de la familia, ama de casa, con el deber de asumir las labores domésticas aun cuando desempeñe una profesión y como persona incapaz de controlar sus emociones y reacciones. [...] los estereotipos masculinos están presentes en el 33% de la muestra analizada y presentan al hombre como persona técnica o experta, torpe en la realización de las tareas domésticas y padre ideal.

En su trabajo, hacen una revisión del marco legal y deontológico para una publicidad no sexista y analizan el papel del Consejo Audiovisual de Andalucía y de la Oficina de Defensa de la Audiencia. Destaca que, de 312 quejas y sugerencias recibidas en esta oficina, casi un 9% están relacionadas con la protección de los derechos de las mujeres en relación con publicidad sexista, aparición de estereotipos sexistas y violencia de género en series de ficción, tratamiento informativo de casos de violencia machista y representación de modelos inadecuados para la igualdad de género (p. 22).

A pesar de que la mayor parte de las investigaciones centradas en los estereotipos de género han tenido como fuente principal de análisis los anuncios y los informativos, no han

sido pocos los que se han realizado enfocados a otros espacios de la pequeña pantalla, como las series de televisión.

Uno de los revisados para este trabajo (Galán, 2007) se centra en la construcción de los estereotipos de género en las **series de ficción** española entre 1999 y 2005, focalizando el análisis en las series *El Comisario* y *Hospital Central*. Este análisis reviste especial interés porque en estas series «las mujeres se representan en puestos profesionales tradicionalmente ocupados por hombres y se convierten en policías, detectives, doctoras o periodistas llegando, en algunas ocasiones, a ocupar puestos de responsabilidad» (p. 230), lo que pretende mostrar un reflejo de la sociedad. Igualmente, abordan tramas relacionadas directamente con el mundo femenino, como el retraso de la maternidad, la incorporación de la mujer a profesiones tradicionalmente masculinas y las dificultades que se encuentran, violencia de género y acoso sexual, la importancia del aspecto físico, la dificultad en la conciliación, etc.

Sin embargo, a pesar de las innovaciones temáticas, las representaciones siguen estrechamente vinculadas a las convenciones tradicionales, mostrando la profundidad del anclaje de los estereotipos en nuestra sociedad. Por ejemplo, la autora señala que, en ambas series, más de la mitad de los personajes son atractivos, lo que enfoca la belleza como un factor imprescindible para el éxito laboral y social de los personajes. Otro aspecto significativo es que, en la representación de personas divorciadas o viudas con hijos, las mujeres tienen problemas para conciliar su vida laboral con su vida familiar, reflejando amplios sacrificios en uno y otro ámbito (menos atención a los hijos, con problemas de actitud y estudio en el centro escolar; renuncia a puestos de mayor responsabilidad, etc.), mientras que los hombres no parece que tengan que hacer ningún tipo de sacrificio ni personal ni profesional. Se recurren a los mismos tópicos que venimos observando en el resto de los medios para configurar las personalidades de ambos sexos: la mujer es «débil, emotiva, dependiente, despilfarradora, sumisa, educada, insincera y habladora», mientras que el hombre es «dominante, agresivo, independiente, orientado hacia el trabajo y poco vinculado a lo doméstico».

...la radio y la música

Como sostiene Charles (1989, p. 62), la música se ha constituido en un referente importante de la cultura, especialmente de los jóvenes, con independencia de su grupo o clase social. En relación con las temáticas tratadas en las letras, una amplia mayoría se vinculan con el amor, ya sea platónico o violento, recíproco o rechazado.

Algunos estudios, como el de Martínez Noriega (2014, p. 63), ha tenido que centrarse forzosamente en el género musical conocido como reggaetón, debido al importante componente musical contenido en las letras, la sexualidad del baile (el «perreo») y los vídeos musicales y portadas de discos, que reflejan una imagen agresiva y dominante para los hombres, mientras que las mujeres, generalmente sumisas, aparecen como objetos sexuales. Analiza también las implicaciones que tiene entre los jóvenes y la influencia que dicho imaginario puede tener en las relaciones intergénero.

...las revistas femeninas

Este tipo de publicaciones recogen todo tipo de contenido «interesante» para la mujer, desde recetas de cocina hasta reportajes sobre la vida de algún famoso, pasando por las últimas tendencias en moda y maquillaje. Algunas, más especializadas, se centran solo en uno de los aspectos (moda, maquillaje, peluquería, asuntos del corazón, etc.), mientras que otras abarcan todos los contenidos por secciones. Sin embargo, todas tienen en común que en sus páginas se produce un bombardeo continuo de cómo mantener la juventud y la belleza para ser una mujer triunfadora. Sin un cuerpo delgado y sin imperfecciones, un bronceado perfecto, un maquillaje idóneo y una combinación de prendas de ropa acordes, no se puede triunfar. No hay más que ver que lo primero que se valora en una gala de premios de cine, por ejemplo, no es el trabajo de una actriz o una directora, sino el original modelo que lleva puesto y si la elección de los complementos es la más adecuada. Una vez cumplido este paso de forma pormenorizada, ya se pasa a comentar su trabajo de forma notablemente más sucinta.

Bosch y Ferrer (2003) apuntan incluso al aumento de los trastornos de alimentación y de las operaciones de cirugía estética, muy paralelos a las progresivas conquistas de la mujer en los distintos ámbitos de la sociedad. «Parece como si el peaje que las mujeres en su lucha por la emancipación tuvieran que pagar estuviera relacionado con el maltrato a su

propio cuerpo y con el mantenimiento de una batalla, imposible de ganar, contra el paso del tiempo» (Bosch y Ferrer, 2003, pp. 147-148).

2.5.2. Sobre YouTube

El estudio de los estereotipos de género ha sido ampliamente abordado, tomando como referencia multitud de soportes: desde la publicidad de juguetes hasta los dibujos animados, pasando por la literatura o las series de televisión para adultos. Sin embargo, teniendo en cuenta que la mayor parte de los jóvenes han desplazado sus tiempos de ocio frente a una pantalla desde la televisión convencional hacia los contenidos bajo demanda en internet, resulta especialmente relevante prestar atención a este contexto.

Un estudio realizado por Kredens y Fontar (2000) entre jóvenes franceses muestra, en este sentido, que Internet no ha revolucionado las actividades de ocio, es decir, que los jóvenes siguen jugando, escuchando música, viendo películas y series y hablando con sus amigos, sino que ha desplazado su lugar de desarrollo. «El escenario virtual puede convertirse en espacio de conflictos y confrontación de intereses, pero también de cultivo de narrativas lúdicas, educativas y de comunicación personal» (Muros, Aragón y Bustos, 2013).

Tomando como referencia más próxima las estadísticas del estudio francés con respecto al uso de Internet, un 91'1% de los jóvenes usa la red para ver vídeos, un 90'8% escucha música, un 82'3% juega, un 78'1% realiza distintos tipos de búsqueda, un 74'9% participa en foros de discusión y un 74'4% la usa para realizar búsquedas relacionadas con su estudio.

Según el Instituto Nacional de Estadística, en 2017 el uso de Internet ha sido una práctica mayoritaria entre los jóvenes de 16 a 24 años, con un 98,1% en los hombres y un 97,9% en las mujeres. Recientemente, elmundo.es ha publicado algunas cifras relacionadas con el uso de Internet en el móvil, donde destacan tres grandes bloques. El primero de ellos se relaciona con la búsqueda de información en Internet (92% de los jóvenes) y seguir webs o blogs (70%). El segundo se centra en la diversión y el entretenimiento: el 86% de los jóvenes ve páginas web (entre las que se encuentra YouTube) y un 49% juega a algún juego. El tercer bloque está asociado a la interacción personal y el uso de redes sociales: el 81%

mira los perfiles de los demás, el 74% comparte información y opiniones, el 72% sube fotos y vídeos y el 68% comparte información y novedades de otros (*retweet* o *compartir*).

A falta de cifras concretas sobre los jóvenes españoles que abarquen también el uso de otros dispositivos, podemos afirmar que uno de los usos más extendidos entre ellos es, como en el caso francés, la visualización de vídeos en Internet.

¿Qué es YouTube?

En nuestro país, entre otros, uno de los sitios web con mayor número de visitas es YouTube, portal fundado en 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim y adquirida en 2006 por Google Inc. Funciona compartiendo videos online de todos los géneros a través de una cuenta personal, que permite, además, la suscripción a canales y dejar comentarios. No obstante, es posible visualizar vídeos sin tener una cuenta. Es usado principalmente como canal de entretenimiento, pero también como forma de identificarse con el otro que, bien por su mensaje, bien por su ideología, su estética, u otros factores, atrae al público, especialmente juvenil.

Según O'Reilly, esta plataforma constituye uno de los ejemplos más representativos de la Web 2.0, en los que observar las manifestaciones de la cultura participativa (Jenkins, 2006). Sin embargo, describirla no es sencillo. Para algunos se trata de la sustitución de la televisión convencional; para otros, un paso más allá, un medio de comunicación novedoso; para otros, de un repositorio de contenidos que funciona las veces de memoria colectiva; para otros, de una red social...

En cualquier caso, la mayor parte de los autores que han focalizado su atención en esta plataforma coinciden en señalar que YouTube ha supuesto una revolución con respecto a los medios convencionales en varios puntos:

- La oferta flexible de contenidos.
- Una nueva relación con los medios. En los medios de comunicación convencionales, el contenido viene seleccionado y nuestra interacción se limita a cambiar de canal o apagar el dispositivo; mientras que en esta plataforma podemos transitar libremente de un contenido a otro entre las innumerables posibilidades que ofrece e, incluso, hacer nuestra aportación.

- En relación con el punto anterior, surge una nueva figura de consumidor: el usuario no solo «consume», sino que también «produce» (Scolari, 2008; Negroponete, 1995; Toffler, 1980). Se denominan «usuarios multitarea» (Pérez-Rufí, 2011), «produsuarios» (Bruns, 2008) o «policonsumidores» (Siri, 2008; Larrañaga y Ruíz, 2009).
- En relación con esto, se crea una diferenciación entre profesional y amateur, que se va a reflejar en los vídeos generados.
- Una selección de contenidos para ofrecer a cada usuario en relación con sus gustos tomando como referencia los algoritmos.
- La convivencia entre vídeos generados para la plataforma y vídeos y audios de otros medios reutilizados en esta plataforma.

Con respecto a los temas, el sitio Social Blade, que recoge diferentes tipos de estadísticas de diferentes redes sociales, clasifica los canales de YouTube en 16 categorías principales según su temática:

Autos & Vehicles	How to & Style
Comedy	Music
Education	News & Politics
Entertainment	Nonprofit & Activism
Film	People & Blogs
Gaming	Pets & Animals
Science & Technology	Sports
Shows	Travel

Tabla 2. Categorías de canales de YouTube presentes en SocialBlade

Como sostienen Scolari y Fraticelli (2016), la mayor parte de la producción de vídeos de los *youtubers* españoles se concentra en las categorías de *gaming* y entretenimiento; sin embargo, es prácticamente imposible cuantificar la distribución real por géneros puesto que, por una parte, muchos vídeos son fácilmente clasificables en varias categorías y, por otra, muchos *youtubers* combinan distintos tipos de vídeos en sus canales.

En relación con esto último, estos autores proponen una clasificación de los vídeos generados por los *youtubers* españoles en diferentes géneros, vinculados con las categorías temáticas del *gaming* y el entretenimiento, atendiendo a los diferentes rasgos retóricos, temáticos y enunciativos que presentan, a saber:

- Casteo: se trata de un vídeo en el que el *youtuber* muestra una partida en la que juega solo o en red representado por un avatar. Normalmente, en una esquina de la pantalla, podemos ver al propio *youtuber* jugando. Constituye un género narrativo que avanza en el relato propuesto por el videojuego. Puede ser grabado o en directo.
- Tutorial: este tipo de vídeo, generalmente grabado, que muestra diferentes procedimientos para realizar alguna actividad o superar alguna dificultad de un videojuego, con una enunciación fundamentalmente didáctica.
- Videoclip: es un vídeo musical grabado, muchos de ellos dedicados a los videojuegos. Los autores distinguen entre: la musicalización de una o varias partidas con una canción ajena al *youtuber*; el *mash up* de una canción conocida ilustrada con personajes de videojuegos, fragmentos de partidas o animaciones o un tema musical original centrado en los videojuegos.
- Entrevista: es un vídeo en el que el *youtuber* responde en directo a preguntas que sus fans les hacen en otras redes sociales alrededor de sus vidas privadas o planes futuros.
- Vlogs: en este tipo de vídeos, la narración gira en torno a un tema en concreto centrado en las experiencias vitales del *youtuber*, donde él suele ser el protagonista.
- Géneros televisivos: se trata de vídeos de diferente hechura que comparten una enunciación inspirada en la televisión donde hace cámaras ocultas, informes sobre convenciones y lanzamientos de videojuegos o productos relacionados, críticas y reseñas...

Por su parte, Ibrahim y Alava (2014), establecen una categorización centrada en los vídeos que los jóvenes, como creadores de contenido, pueden subir a la plataforma. Revisten especial interés los tres primeros por sus aspectos culturales y pedagógicos:

1. Vídeos de educación no formal en línea, donde se incluyen clases grabadas, tutoriales y *how to*.
2. Vídeos de expresión personal, que incluyen vídeos más íntimos, relacionados con las vivencias y experiencias personales.
3. Vídeos de creación artística, desde vídeos humorísticos hasta miniseries o vídeos musicales.
4. Vídeos de prácticas peligrosas, relacionadas con las conductas autolesivas, que incluyen el alcoholismo o el sexo.
5. Vídeos de prácticas violentas, en cuya categoría se insertan los vídeos con escenas humillantes o violentas hacia terceros.

¿Quiénes son los *youtubers*?

Para Berzosa (2017), el término *youtuber* «hace referencia a los creadores de contenido que graban en vídeo piezas sobre sí mismos o sobre su entorno, que protagonizan dichas piezas o que administran esos contenidos en un canal de YouTube», responsabilizándose de los contenidos que suben. García Cay, García Peña, Kendall y Lima (2013) sostienen que, según un estudio muy general sobre el consumo y perfil del usuario de YouTube realizado por la empresa TNS, el perfil medio de *youtuber* español sería hombre maduro, de clase media urbana y muy activo, tanto en el mundo real como en el virtual. Destacan también que, estudiando los 50 canales con mayor volumen de seguidores, se encuentran con que el 70% de los *youtubers* eran individuos inicialmente anónimos que han conseguido la fama a través de este portal, mientras que el 30% restantes ya eran conocidos por otros medios, como la industria musical o cinematográfica, blogs o webs o la industria deportiva.

Sobre el tema de los *youtubers*, se han realizado diversos estudios acerca de su repercusión y utilización como estrategia de marketing, entre los que podemos citar los de Castelló y del Pino (2015) o Montaña (2016).

Los *youtubers* de mayor éxito en términos de difusión y éxito económico funcionan gracias a una relación estrecha con su comunidad. Algunos mueven masas de personas, lo que permite establecer el paralelismo entre estos y los ídolos a lo largo de la historia, que

inflúan, como es sabido, en el comportamiento de la sociedad en general. Sobre los ídolos y su función, podemos revisar las teorías de Jung (1984) sobre los arquetipos en el proceso de maduración personal. Precisamente durante la adolescencia es donde se da la mayor influencia de los símbolos, pues es cuando el individuo, en el camino hacia la conformación de su personalidad, se enfrenta a mayor número de cambios, por lo que, en general, se puede considerar que son más vulnerables frente a este tipo de contenidos.

En nuestra búsqueda bibliográfica nos encontramos, asimismo, con trabajos que abordan la deconstrucción de los estereotipos tradicionales, sin embargo, se centra en los comportamientos originales y diferenciados de los *youtubers* que califican de «antihéroes» por su distancia física o moral con respecto a las típicas personas de éxito, como en Di Pietro et al. (2011).

2.5.3. Sobre el empoderamiento en los medios digitales

Según Segura y Barbas (2017, p. 197), «la vida social está atravesada por relatos que nos ayudan a configurar nuestra identidad y a comprender el mundo que nos rodea» y, por lo tanto, es a través de dichos relatos que un pueblo se configura a sí mismo. Los relatos constituyen así la herramienta de transmisión de los saberes que a su vez se enmarcan en un determinado contexto político-social (Lyotard, 2012). Siguiendo esta línea de pensamiento,

la naturalización de los relatos es uno de los mecanismos fundamentales por los que el poder se legitima a sí mismo, en la medida en que impregna las representaciones de los individuos convirtiendo a estos en portadores de los valores de su discurso (Segura y Barbas, 2017, p. 199).

Esta transmisión de los relatos depende directamente de la comunicación y es, frecuentemente producida a través de una «comunicación de masas», es decir, la comunicación a través de la cual un contenido es trasladado al conjunto de la sociedad. En la comunicación de masas, vinculada tradicionalmente con los medios de comunicación, el discurso es unidireccional, generado de uno a muchos, atendiendo a una estructura jerárquica de emisor (el medio de comunicación) y el receptor (la sociedad). Sin embargo, la combinación de diferentes elementos de la Web 2.0 y 3.0 han creado lo que Castells (2009, p. 101) denomina «autocomunicación de masas»:

[...] con la difusión de Internet, ha surgido una nueva forma de comunicación interactiva caracterizada por la capacidad para enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto, y con la posibilidad de usar la comunicación punto-a-punto, estando el alcance de su difusión en función de las características de la práctica comunicativa perseguida. (2009, p. 88)

Según el autor, se trata de comunicación de masas porque tiene la potencialidad de alcanzar una audiencia global, como cuando se sube un vídeo en YouTube, pero también es autocomunicación porque es uno mismo quien genera el mensaje, configura los posibles receptores y selecciona los contenidos. Tomando esto en consideración, la propia plataforma sostiene en [su web](#)



Nuestro objetivo es dar voz a todas las personas y poner el mundo a su alcance.

Imagen 1. Captura de la web de YouTube

Creemos que todos debemos tener la oportunidad de expresarnos, y que el mundo es un lugar mejor cuando escuchamos a los demás, compartimos información y creamos una comunidad a través de nuestras historias.

Imagen 2. Captura de la web de YouTube

Según lo cual, la plataforma pretende facilitar la toma de la palabra por parte de los usuarios, permitiendo que todo el mundo cuente con la posibilidad de hacer oír su voz. La misma web recoge también que sus valores se basan en cuatro libertades:

Libertad de oportunidades

Todo el mundo debe tener la oportunidad de darse a conocer, crear un negocio y triunfar en lo que le gusta. Sin intermediarios; son las personas quienes tienen que decidir lo que es popular.

Libertad de información

Todas las personas deben tener la oportunidad de acceder a la información de forma libre y sin trabas. Los vídeos son una herramienta muy importante para educar, generar conocimiento y documentar los grandes y pequeños acontecimientos que tienen lugar en todo el mundo.

Imagen 3. Captura de la web de YouTube

Libertad de expresión

Todas las personas deben tener derecho a hablar libremente, compartir sus opiniones y fomentar el diálogo abierto. Además, la libertad creativa genera nuevas voces, formatos y posibilidades.

Libertad de integración

Todas las personas deben tener la oportunidad de encontrar comunidades de apoyo, romper las barreras, traspasar las fronteras, y reunirse para disfrutar de sus intereses y gustos comunes.

Imagen 4. Captura de la web de YouTube

A priori, puede resultar una herramienta potentísima de empoderamiento para todas aquellas realidades sometidas o invisibilizadas, sostenida además sobre la cultura colaborativa creada en forma de comunidades alrededor de una temática o un canal, tal y como promulga el propio portal. Sin embargo, autores como Pérez Rufí (2011) sostienen que esa cultura colaborativa es un mito y que realmente se trata de un modelo de negocio.

Para poder analizar y comprender los medios de comunicación tradicionales y los más novedosos, la ideología constituye una categoría fundamental (Quin, p. 15), donde las áreas más significativas de análisis son el lenguaje, los textos y las representaciones y es aquí donde entra en juego el papel que cumple la ideología dominante. Althusser () sugirió que en todas las sociedades existe una ideología dominante, compuesta por las creencias y los valores compartidos por la mayoría, por lo que domina numéricamente, pero también sostiene los intereses de la clase dominante. La reproducción de esos intereses y su mantenimiento en la estructura social constituye la hegemonía cultural, que «hace referencia a la relación de poder y dominación simbólica que un grupo ejerce sobre otro con el fin de imponer su visión del mundo» (Segura y Barbas, 2017, p. 199).

Para algunos autores, como Jenkins (2006), los nuevos canales de participación surgidos con las nuevas tecnologías de la comunicación ofrecen muchas posibilidades, en las que la generación de contenido depende de la implicación de los usuarios de la red.

2.5.4. Sobre educación y comunicación

Los medios de comunicación son educadores permanentes y efectivos de la opinión pública. Comunicar es educar. Tanto los contenidos como las formas constituyen un caudal simbólico del imaginario social en el que se mira la ciudadanía para legitimar sus pautas de conducta (Suárez, Guadarrama, Valero y Panarese, 2017).

La mejora en la comunicación es una de las cuestiones que caracterizan los avances de nuestra sociedad hacia una sociedad del conocimiento. La tecnología ha servido al

conocimiento como medio de comunicación y transmisión, y el conocimiento ha servido a la tecnología para hacer que esta creciese y evolucionase cada vez más. La relación entre una sociedad del conocimiento y la educación parte del debate de qué llegó primero.

Es fácil pensar que el aumento del nivel de educación en la población es fruto de los avances tecnológicos, tanto como lo es la idea de que la innovación tecnológica es resultado de una mejora en el nivel educativo. Tal como indica Krüger (2006), si bien este debate no está resuelto, sí que aparecen indicadores de que ambos fenómenos son reales y existe una relación entre ambos. Uno de los indicadores que Krüger señala es el hecho de que la educación universitaria ha dejado de pertenecer a las élites para convertirse en una educación de masas.

En este sentido, las tecnologías como elementos de comunicación han tenido una utilidad crucial a la hora de compartir el conocimiento mejorar la educación y el acceso a la información. Sin embargo, en la sociedad actual existen dos problemas que vienen de la mano del aumento de la información y del aumento de la tecnología. Se generan barreras al conocimiento de dos maneras principalmente: la primera, un exceso de información que hace que encontrar en ella el conocimiento, llegar a conocer, se vuelve un trabajo muy complicado y puede llegar a causar fatiga y, más grave aun, desinformación y desconocimiento (Han, 2012); y la segunda, una barrera tecnológica, causada por la falta de recursos de ciertos países poco desarrollados e, incluso, dentro de un mismo país, causada por el nivel adquisitivo contrastado de las sociedades desarrolladas, a lo que Krüger (2006) llama *división digital*.

Además, aparece una nueva problemática que es la necesidad de una educación para los medios, que sirva para preparar a la población para los avances tecnológicos y, de este modo, poder acceder al conocimiento y participar de él. Sin esta necesidad cubierta aparece un nuevo tipo de analfabeto: aquel que no dispone de herramientas para decodificar la información de los medios (Aparici, 2008) y, por consiguiente, no tiene acceso al conocimiento.

Es muy fácil llegar a pensar que la información y la comunicación general conocimiento de forma automática, sin embargo, tal como señala García (2001) esto no es así. Conforme la tecnología avanza, la educación debe adaptarse a los nuevos medios. Además, se debe educar en un pensamiento crítico, que capacite al estudiante o a la

persona que quiera adquirir conocimiento, para discernir entre tanta información lo que es real y lo que no, y de lo que es partidista o pretende manipular, de lo que es información veraz y neutral. Si se tienen en cuenta estos factores, la capacidad de la tecnología a nivel comunicativo puede llegar a eliminar procesos y agilizar el acceso a la información, haciendo de la educación algo mucho más asequible en muchos sentidos. Así, se hace tan necesaria una educación para la comunicación como una comunicación para la educación.

3. DISEÑO METODOLÓGICO

El campo de la investigación en el ámbito de las ciencias sociales nos ofrece diferentes formas de aproximarnos a la realidad social, abordándola desde dos paradigmas metodológicos: el paradigma cuantitativo y el paradigma cualitativo. Entiende Kuhn (en Corbetta, 2007, p. 5) por paradigma una perspectiva teórica común y reconocida por los científicos de una disciplina concreta, basada en logros que preceden a la propia disciplina y que dirigen la investigación mediante: la identificación y elección de los hechos relevantes que se pretenden estudiar, la formulación de hipótesis para explicar el fenómeno y la preparación de las técnicas de investigación necesarias. Según Corbetta (2007), «un paradigma es más amplio y más general que una teoría: es una visión del mundo, una ventana mental, una pauta de lectura que precede a la elaboración de una teoría».

Lógicamente, cada uno de ellos dispone de su propia fundamentación teórica y, en consecuencia, de distintas técnicas e instrumentos, más o menos apropiados en función del objeto de estudio, el contexto del estudio y las preguntas a las que se pretende dar respuesta.

La presente investigación se contextualiza en un nivel exploratorio, en cuanto que nos permite aproximarnos al objeto de estudio y establecer hipótesis, y en un nivel comprensivo, en el cual se busca profundizar en el objeto de estudio a través de la interpretación y comprensión del fenómeno estudiado. Se enmarca, por lo tanto, en el paradigma cualitativo, puesto que, en lugar de medir, cuantificar y explicar datos desde la óptica de la causalidad, nuestro objetivo último es comprender el significado y las implicaciones de un fenómeno social: la construcción y la reproducción de los estereotipos de género en YouTube.

Bonilla y Rodríguez (1997, p. 84) sostienen que la investigación cualitativa se interesa por la realidad social a partir de la percepción que tiene el sujeto de su propio contexto, sus comportamientos, conocimientos, actitudes y valores, por lo que, en este procedimiento, se tienen en cuenta las intenciones, razones, expectativas y creencias de los youtubers como agentes sociales con poder de reflexión y decisión y no como simples objetos de estudio.

No hay una única forma de configurar una investigación cualitativa, aunque Denzin y Lincoln (1994) establecen unos elementos comunes como base para el proceso de investigación (teoría-método-análisis, también denominados, en otras bibliografías, ontología, epistemología, metodología), tras los que se encuentra la biografía del investigador, cuyas características y experiencias van a determinar el proceso de análisis. De este modo, cada investigador se va a enfrentar al objeto de estudio desde un conjunto de ideas, un marco (teoría) que plantea una serie de cuestiones (epistemología) que serán estudiadas de una forma determinada (metodología y análisis). En el presente trabajo, tomamos dicho esquema como referente o punto de partida para organizar la investigación; no obstante, hemos ido estableciendo los ajustes correspondientes que demandaba nuestra investigación, a medida que profundizábamos en diferentes aportaciones teóricas y comenzábamos la visualización del material seleccionado en YouTube.

3.1. UNIVERSO DE ESTUDIO

Para realizar esta investigación, se han seleccionado una serie de canales de YouTube con la intención de analizarlos. Sin embargo, debido al volumen casi inabarcable de vídeos, hemos realizado una selección previa a través de la web Social Blade (<https://socialblade.com/>) de los 500 vídeos con mayor número de suscriptores, para poder garantizar de algún modo su relevancia. Otras opciones disponibles eran el mayor número de visualizaciones o el SB Rank, un sistema configurado por el propio sitio web basado en varias métricas para poder valorar la influencia de un canal. Hemos optado por el número de suscriptores porque la suscripción conlleva, implícitamente, un cierto grado de «compromiso» con el canal, mientras que el número de visualizaciones presenta el inconveniente de que no tiene en cuenta si el vídeo se visualiza completo o no.

Dentro de este listado de 500 *youtubers*, hemos descartado los de habla no hispana, para poder analizar más detalladamente su narrativa y, además, porque no todos los jóvenes españoles ven vídeos en otro idioma.

Con respecto al género del vídeo, hemos descartado todos aquellos que no sirven a los objetivos de esta investigación: tutoriales sin audio, ya sean de cocina o manualidades, o aquellos con audio en los que no se ve al *youtuber* y las indicaciones que el autor hace son

meramente descriptivas del entorno que se muestra (muchos de estos tutoriales conciernen al funcionamiento de aplicaciones). También hemos descartado todos los vídeos musicales y de grandes corporaciones televisivas por varias razones. La primera y principal, es que no están protagonizados por *youtubers*, ya que en su mayor parte se trata de cantantes famosos y otras personalidades que se han hecho famosos en otros entornos junto con fragmentos de programas emitidos en televisión (y, por tanto, generados para otro medio) y, en segundo lugar, porque ambos darían, incluso por separado, material suficiente para un trabajo completo en sí mismo. Hemos dejado fuera también los canales dedicados a dibujos infantiles y cantajuegos por el mismo motivo y, además, por el público al que están destinados. De este modo, los géneros mayoritarios son, de acuerdo con la clasificación establecida por Scolari (2016) el *casteo* y los *vlogs*.

Hemos procurado que, en el listado definitivo, el 50% de los vídeos corresponda a *youtubers* hombres y el 50% a mujeres, con intención de analizar el discurso estereotipado en relación con el género del emisor. El listado resultante coincide, en gran medida, con muchos de los *youtubers* que mis alumnos y conocidos siguen de forma habitual y con gran presencia en las redes, lo que confirma su representatividad. Por otra parte, y dado que el estudio se centra en los *youtubers*, hemos decidido incluir bajo un mismo análisis el caso de los *youtubers* que tienen más de un canal².

Con intención de profundizar en el contrarrelato, hemos decidido incorporar a nuestra lista algunos *youtubers* que, a priori, mantienen un discurso contrario a los estereotipos de género. En primer lugar, conviene señalar que no hemos encontrado ningún canal de cierta relevancia destinado a combatir el uso de los estereotipos de género, por lo que hemos buscado *youtubers* que, aun desarrollando cualquier tipo de contenido, se manifiestan en sus declaraciones o comportamientos, contrarios a la reproducción de ciertos valores estereotipados o tópicos.

No obstante, hemos tenido que bajar muchos puestos en el ranking de *youtubers* para encontrar algunos que refuercen o contribuyan al contrarrelato de los estereotipos de género de forma consciente. El listado definitivo de los canales estudiados es el siguiente,

² Es bastante común que muchos *youtubers*, sobre todo los *gamers*, tengan una cuenta centrada en juegos y otra más personal o, como en el caso de *willyrex* una centrada en Minecraft y otra dedicada a otros juegos.

en el que señalamos con un asterisco los que, aparentemente, desarrollan un contrarrelato con respecto a los estereotipos de género:

1. HolaSoyGerman
2. ElrubiusOMG
3. Yuya
4. Luisito comunica
5. Werevertumorro
6. CaElike
7. Kimberly Loaiza
8. Willyrex
9. Juan de Dios Pantoja
10. Mariale
11. AuronPlay
12. Makiman131
13. DebRyan Show
14. Juanpa Zurita
15. Dalas Review
16. YosStoP
17. Wismichu
18. *Ami Rodríguez
19. Pautips
20. *LA DIVAZA
21. Katie Angel
22. Patty Dragona
23. Patri Jordan

24. Lizy P
25. *Killadamente
26. Dulceida
27. *Yellow Mellow
28. Jorge Cremades
29. *Malena Pichot
30. *Soy una pringada

3.2. FASES DE LA INVESTIGACIÓN

Como se ha señalado anteriormente, el proceso de investigación cualitativa no es completamente rígido, sino que requiere, frecuentemente, de revisiones y reformulaciones. Como punto de partida, hemos establecido un esquema de teoría-método-análisis (Denzin y Lincoln, 1994), pero esto no quiere decir que no hayamos vuelto a la teoría en otros momentos de la investigación, por ejemplo.

Nuestra investigación se ha iniciado con una primera fase de tipo exploratorio que ha incluido una amplia revisión bibliográfica en una doble vertiente. Por un lado, una revisión de las principales técnicas e instrumentos de investigación para seleccionar los más adecuados a nuestros objetivos y la mejor forma de aplicarlos y, por otra, una revisión ya centrada el contenido de la investigación, organizada en varios ejes: los estereotipos de género, el mundo de YouTube y el empoderamiento en los nuevos medios, contextualizado todo en la sociedad digital.

En segundo lugar, hemos previsualizado mucho contenido de YouTube para poder valorar de primera mano qué tipología de vídeos servía a nuestros propósitos y cuáles no (vídeoclips, tutoriales, etc.), como ha quedado expuesto en el punto anterior. Con esta previsualización hecha, ya estábamos en condiciones de seleccionar la lista de *youtubers* que constituiría la muestra de esta investigación. Para ayudarnos, contamos con la información recabada de manera informal en conversaciones con mis alumnos y conocidos y con un listado de Social Blade que, si bien servía de referencia, no ha sido utilizado de forma estricta, sino que, teniendo en cuenta que es un listado de los 500 *youtubers* con más seguidores, incluía muchos de habla no hispana y otros que, aun siendo de habla

hispana no están entre los más seguidos en nuestro ámbito geográfico, por lo que parecía oportuno sustituir estos por otros más representativos y por otros que ofrecieran el contrarrelato.

La tercera fase se centró en el análisis detallado de los vídeos de los canales seleccionados. Para ello, elaboramos una ficha que nos serviría, a modo de guion, para prestar atención a los datos imprescindibles para la investigación y a otros complementarios que contribuían a la configuración de la narrativa *youtuber* (ver ANEXO 1, p. 305). A medida que empezamos la visualización, nos vimos obligados a incluir nuevos apartados con intención de hacer un análisis más completo y exhaustivo. Además de tomar notas, hicimos capturas de pantalla y seleccionamos fragmentos representativos de nuestras observaciones, con intención de ilustrar y argumentar nuestras conclusiones. Para tomar nota de los estereotipos recogidos configuramos un formulario de Google que nos permita categorizar los estereotipos a medida que eran recabados (ver ANEXO 2, p. 306), generando después un documento de Excel que nos permitía hacer diferentes búsquedas y filtrados.

Con toda la información recogida, elaboramos un instrumento donde poder organizar toda la información relevante para poder analizarla, atendiendo a una primera parte más técnica relacionada con el nombre, género, temática, número de suscriptores, número de visualizaciones, etc. y a otra, más centrada en el contenido, tipo de lenguaje, posición ante la cámara y encuadre, uso de efectos, ejemplos concretos de estereotipos, etc.

En quinto lugar, realizamos un análisis de cada canal. Por un lado, realizamos una tabla para hacer una breve revisión de los datos generales (ver ANEXO 3, p. 307) y, por otro lado, realizamos un análisis de cada canal, presentado en el apartado 4 de este trabajo.

En sexto lugar, nos hemos puesto en contacto con varios *youtubers* con intención de conocer su visión como creadores de contenido de la plataforma y acceder a su opinión y sus percepciones acerca de los distintos focos de interés de este trabajo, lo que enriquecerá las reflexiones posteriores de este trabajo. Hemos entrevistado a *MarginalMedia*, *FancyLooks*, *Rager Coffee*, *La gata de Schrödinger*, *Sara NogueroLP Blogs* y *Papadry*.

Por último, se ha relacionado la información obtenida con el marco teórico previo, ofreciendo una serie de reflexiones derivadas de la constatación de las hipótesis y el logro

de los objetivos. Igualmente, se toma conciencia de todos aquellos problemas y perspectivas que podrían haberse abordado en la realización de este trabajo y que han quedado fuera como posibles trabajos futuros.

4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE CANALES

CANAL 1

Ficha técnica:



Nombre del canal: *HolaSoyGerman* (Germán Garmendia).

Descripción del canal: “Los Hombres De Verdad Usan Pantuflas De Perrito”.

País: Chile.

Categoría / temática del canal: Entertainment (SocialBlade). Experiencias y situaciones de la vida cotidiana en clave de humor.

Género discursivo: Vlogs.



Fecha de incorporación a la plataforma: 8 septiembre 2011.

Fecha del primer vídeo: 9 septiembre 2011.

Número de vídeos subidos: 137 vídeos.

Número de suscriptores: 34.423.361 suscriptores.

Número de visualizaciones: 3.607.508.812 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 5:24 minutos (la mayoría son vídeos cortos de entre 4 y 7 minutos).

Duración total del contenido: 12:20:39 horas.

Edad del youtuber: Nació el 25 de abril de 1990, por lo tanto, comenzó su canal con 21 y en la actualidad tiene 28 años.

Social Blade Rank: B+. Es el *youtuber* más famoso de la comunidad hispana y el 5º con más suscriptores del mundo.

Otros canales del youtuber: *HolaSoyGerman2* y *JuegaGerman*, su único canal activo en la actualidad.

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo y la imagen:

1. Plano o encuadre

Casi todos sus vídeos, especialmente los primeros, están filmados en primer plano, es decir, cortado a la altura de los hombros o el pecho de modo que se recoge perfectamente su estado de ánimo y su expresión, aunque también hay vídeos en plano medio (hasta la cintura). Utiliza el gran primer plano y el plano detalle de forma esporádica para enfatizar y dar mayor dramatismo o comicidad a la escena y para centrar la atención en un objeto o en una parte de sí mismo.



Imagen 5. Ejemplos de diferentes encuadres: primer plano, plano medio, gran primer plano, plano detalle

2. Punto de vista y angulación

En los primeros vídeos, se encuentra sentado frente a la cámara, pero muy pronto comienza a filmarse de pie y a combinar los cortes del montaje del vídeo con una distinta colocación frente a la

pantalla: más centrado, más hacia la izquierda o la derecha, más hacia atrás o hacia delante. También cambia su colocación frente a la pantalla cuando interpreta diferentes personajes en un diálogo ficticio.



Imagen 6. Sentado frente a la cámara, ligeramente girado



Imagen 7. De pie, moviéndose por la estancia frente a la cámara



Imagen 8. Diferentes posiciones de pie frente a la pantalla

3. Efectos

Utiliza de forma habitual diversos VFX³ con distinta finalidad. Por un lado, acostumbra a usar la aparición de palabras, a veces tan solo como un *flash*, para reforzar o contradecir con intención cómica el discurso oral que sostiene. Por otra parte, usa el contraste entre la imagen en blanco y negro y la imagen en color como una forma de expresar una situación real y una imaginada o hipotética. Juega también con la saturación de color para algunos momentos dramáticos y en algún vídeo usa la alternancia de la imagen en los colores rojo, azul, verde y amarillo acompañado de canciones movidas a modo de discoteca. Por último, utiliza otros tipos de efectos como la superposición de imágenes, la duplicación de su imagen en pantalla, el efecto de creación de brillos o destellos en una lente o la aparición de diferentes elementos en la pantalla (arco iris, corazones, unicornios...). Por ejemplo, en varios vídeos relacionados con la temática amorosa, utiliza la superposición de imágenes en un acercamiento progresivo combinado con un efecto de creación de brillos, con una intención de ambientación romántica o sensual. En los vídeos *Canciones*, *El Cine* o *Los vecinos* se combinan varios de los efectos descritos.



Imagen 9. Uso del blanco y negro

³ VFX: visual effects.



Imagen 10. Uso de diferentes efectos: brillos o flares, dibujos en pantalla y duplicación de su imagen

Con relación a SFX⁴, se utilizan principalmente sonidos de sala (*foley*) y onomatopeyas: diversos efectos de golpes (bofetadas, puñetazos, tocar a la puerta...), de aplausos, pedorretas, sonidos de pájaros, ruido de motor de coche, distintos efectos sonoros dramáticos y de suspense e, incluso, la distorsión de la voz. En el vídeo *Sustos* se ejemplifican varios de estos efectos.

4. Música

Es habitual que utilice música instrumental de fondo mientras expone el tema del vídeo y desarrolla el hilo argumental del vídeo y suele detenerse cuando lo ejemplifica representando una escena. En algún caso suenan melodías especialmente reconocibles para los usuarios como el *Aleluya* de Haendel, la base musical de *Thriller* de Michael Jackson o la película de Misión Imposible (como en *Los Vecinos*).

5. Sintonías

Utiliza una sintonía instrumental al inicio y otra basada en un fragmento del tema *Heartless* del grupo Feeling Every Sunset, que él mismo formó junto a su hermano Diego y otros miembros.

6. Uso de cabeceras y cierres

Casi siempre inicia sus vídeos con la frase *Ho-hola, soy Germán, y te apuesto [un objeto] a que [apuesta]*. A continuación, aparece una intro compuesta por una sucesión de imágenes de Germán con un fondo musical.

La mayoría de sus vídeos finalizan con una pantalla en la que se muestra un enlace a vídeos anteriores del canal con las direcciones de las redes sociales mientras suena *Heartless* de Feeling Every Sunset.

7. Uso de separadores



Imagen 11. Ejemplos de separadores de diferentes vídeos

Hace uso de separadores especialmente en aquellos vídeos en los que hace una clasificación o una enumeración, para separar los diferentes tipos o elementos. Normalmente se trata de un fondo de

⁴ SFX: sound effects.

color plano o con motivos con unas letras llamativas, como en la primera imagen, o de un meme con efectos (sale una explosión en el centro), como en la segunda.

8. Miniaturas

En las miniaturas de su canal normalmente solo aparece él en primer plano, aunque a veces aparecen palabras relacionadas con la temática del vídeo.



Imagen 12. Miniaturas del canal HolaSoyGerman

Aspectos relacionados con el entorno:

Prácticamente todos sus vídeos están grabados en interior, en una habitación de su propia vivienda. Cambia con cierta frecuencia de «escenario», pero él mismo explica que se ha mudado en muchas ocasiones. Normalmente, no muestra mucho el entorno en el que graba, suele dejar la cámara fija, por lo que no se ve mucha decoración ni muchos objetos.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

La mayoría de sus vídeos siguen una estructura semejante: introducción-desarrollo-despedida. La introducción, como señalamos anteriormente, se compone de su saludo característico y una breve cortinilla con sintonía.

El cuerpo o desarrollo de sus vídeos consiste en dar su opinión sobre distintas situaciones de la vida cotidiana en clave de humor o en representarlas imitando a diferentes personajes, para lo que cambia el tono de voz o se disfraza. Por ejemplo, es característico que, cuando imita a personajes femeninos, se ponga una toalla en la cabeza a modo de peluca.

Para finalizar el vídeo, tras un “eeeeen fin” muy recurrente, anima a los usuarios que lo ven a participar en comentarios y dando *likes*, a aquellos que aún no se hayan suscrito, que lo hagan. Pronto empieza a trabajar su presencia en otras redes sociales, para lo que incorpora al final de sus vídeos un “recordatorio” de su Facebook y su Twitter y su canal secundario de YouTube. Al ir acompañado de una canción de su propio grupo, el cierre del vídeo se convierte en una estrategia de marketing a varios niveles, enfocando a su faceta como *youtuber* y como músico.

No suele utilizar palabras malsonantes y él mismo sostiene en sus vídeos que pretende hacer humor blanco e inocente. No hace publicidad en sus vídeos en este canal y ha hecho vídeos solidarios. Una de sus características es que habla extremadamente rápido, especialmente en los últimos vídeos.

- **Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto:**

1. «Obviamente, hay muchos tipos de ex. ¿Cómo diferenciarlas? Fácil. Según la reacción que tienes tú cuando las ves después de un tiempo». Según esto están: la poco agraciada, la sexy, la que engordó, la que nunca olvidaste (*diferentes escenas para ejemplificarlas). Se centra especialmente en la última. (*Ex Parejas*)
2. Al final del vídeo propone la pregunta de «¿De qué te disfrazarías en Halloween?» para responder en los comentarios y él mismo responde: «Yo, personalmente, les sugiero a las mujeres que se disfracen de conejitas Playboy. Pero no solo en Halloween, sino que en toooodo el año, toooodo el día, a tooooda hora. La calle llena de conejitas Playboy todo el año, poorfi». (*Halloween o Noche de Brujas*)
3. «-¿Reclamando, weón? ¡Mataste a mi esposa y a mi hijo!
-Espérate, en primer lugar, tu esposa era entera maraca⁵.
-¿Y qué? Por lo menos no le tengo ganas a mi propia hermana.
-¿Me podéis culpar acaso? ¡Está entera buena!» (*Hollywood EXAGERA !!*)
4. «...por ejemplo, cuando ves una película como el Club de la Pelea o Rocky. Uno ve ese tipo de películas y después sales a la calle como... como agresivo. Andai buscando que te mire el feo para pegarle». «Esa bolita me miró feo». (*Hollywood EXAGERA !!*)
5. «Otro asunto con las apariencias en las multitiendas son las promotoras o las personas que te atienden. ¿Se han dado cuenta que esas mujeres parecen modelos? ¿Y eso para qué lo hacen? Para esto:
-Hola, buenas tardes. Quiero solicitar un avance, por favor.
-(*gesto sensual con la melena-pañuelo) -Hola, buenas tardes.
-(*suspiro de enamoramiento y cara de embobado).
-Bueno, por ley nuestra empresa está obligada a recordarle a nuestros clientes (*se enfoca al hombre, que la sigue mirando embobado) que cuando cancelen su avance deberán pagar un 1000% de interés. Si usted no paga en un plazo de 10 minutos, le quitaremos la casa, el auto, la esposa y además le venderemos el alma al diablo. ¿Acepta usted estas condiciones?
-(*Piensa: Mierda, no le escuche nada. Diré que sí para parecer inteligente.) -Ehm, sí». (*Las Apariencias*)
6. «La apariencia es muy importante a la hora de conocer a otra persona, en especial si es del sexo opuesto. Por ejemplo, si eres hombre, ¿qué es lo primero que le miras a una mujer? (*gesto de hacer pechos con las manos). Todas o casi todas las personas tenemos un prototipo de persona que nos atrae. En el caso de los hombres, para el 99'9 (*pausa con cara pensativa) ... 99,999% de los hombres, el prototipo perfecto de mujer sería algo así como una mezcla entre Susan Coffee y Megan Fox...». (*Las Apariencias*)
7. «Y cuando cambió tu mamá: -Pero si antes era tan rica y ahora está tan arrugada». (*Cambios*)
8. «-Mi amor, ¿estoy gorda?
-(*grita mentalmente con cara de susto:) Nooo, estás preciosa.
-¡Ay, qué lindo! Deme un beso.
-¡Aaaahhh! ¡Aléjate, monstruo feo!» (*Mentiras Mentirosas*)
9. «-Oye, ¿tú qué es lo primero que le miras a una mujer?
-(*mira el pecho con cara embobada:) ¿Ah? Ehm... los ojos». (*Mentiras Mentirosas*)
11. «-Mira, mira, la mina⁶ fea que va ahí, que tiene cara de tsunami reventao.
-Es mi pareja.

⁵ En Chile, se utiliza para referirse a las prostitutas, pero también a las mujeres consideradas «fáciles» o «promiscuas».

⁶ En Chile y otros países como Argentina, 'chica' o 'mujer'.

-¡Es hermosa!». (*Mentiras Mentirosas*)

10. (Lista con las principales 10 cosas que nunca se le deben decir a una mujer):

«-Mira, amor, lo que encontré, una foto mía de hace cinco años.

-A ver... jajaja, ¡qué linda! ¡Mich! Así que antes erai delgada...» (*Mujeres / Women*)

11. «-A ver... ¡qué bien tu papá! Es como todo musculoso, poderoso, así con bigote...

-Esa es mi mamá.

-Ooooouuuh... ¡Es hermosa!» (*Mujeres / Women*)

12. «-Eres tan linda (*mira los pechos).

-Mis ojos están aquí (*gesto de señalar). -Sí, lo sé». (*Mujeres / Women*)

13. «Otro asunto super raro es cuando se trata del pelo. En el colegio te obligan a ir con pelo corto, como si tener el pelo largo te quitara inteligencia o algo por el estilo. A las mujeres nunca nadie las molesta por el pelo, aunque sí las molestan por el maquillaje y los accesorios.

-A ver, alumna, ¿usted qué hace vestida de esa forma?

-Ay... es lo que está de moda.

-No, no. Aquí nada de modas. Se me quita todas estas tonterías y se me va de la sala de inmediato.

-¡Ay, ya! ¡Qué amargado! Se nota que a alguien no le tocó anoche...». (*Mujeres / Women*)

14. «Algunos tips para conquistar son hacer cumplidos, como «¿Sabes? Si te miro de lado, así como de reojo, no te ves tan gorda». (*Como Conquistar*)

15. En muchas películas de terror hay un grupo de personajes, en el que se incluye «una rubia sexy a la que todos se quieren ponchar⁷, un tipo rudo que secretamente es gay, la personaje principal que siempre es virgen y el personaje principal que siempre es atractivo y honesto, que siempre salva a la virgen y se queda con ella». (*Películas De Terror*)

16. «Algo que siempre pasa... a un amigo, es que hace flexiones de brazos o abdominales por 10 minutos y ya se está mirando al espejo para ver qué tanto crecieron sus músculos o qué tanto se marcaron sus abdominales». (*Hombres (Macho Que Se Respeta)*)

17. «La inseguridad está directamente relacionada con nuestros complejos. Generalmente, se cree que son solo las mujeres las que se fijan en este tipo de detalles, pero los hombres también tenemos complejos. En las mujeres se nota porque hablan de eso, los hombres no. ¿Se imaginan lo raro que sería si los hombres habláramos de esas cosas?

-Oye, amigo, estoy triste (*voz grave)

-¿Por qué? ¿Qué pasó?

-Estoy un poco deprimido porque mi trasero es flácido.

-Sí, la verdad es que está bien flácido.

-Sí, no como el de Pedro, que lo tiene como roca.

-Sí, mejor vamos al gimnasio a ejercitarnos.

-Tienes razón.

-Y de paso me cuentas cómo terminó la novela esa "Soltero otra vez".

-Sí, y cuando terminemos nos damos unos besitos.

-¿Eh?

-Ehem... nada». (*Complejos e Inseguridades*)

⁷ En Chile, «poncharse a alguien» equivale a tener relaciones sexuales.

18. «-¿Que si estás gorda? Déjame decírtelo en tu idioma: «Muuuu» (*gesto de cuernos)» (*Y Por Eso Estoy Soltero...*)
19. «¿Hace cuánto que no te depilas las piernas?» (*Y Por Eso Estoy Soltero...*)
20. «Con ese maquillaje pareces pu...puerta» (*Y Por Eso Estoy Soltero...*)
21. «Si te miro de lado pareces hombre porque no tienes nada (*señala la zona del pecho con las manos)». (*Y Por Eso Estoy Soltero...*)
22. «También te empiezas a poner peludo y ahí te das cuenta que vivimos en una sociedad machista, o sea, los hombres nos empezamos a poner peludos y está bien, pero las mujeres no. Las mujeres conocen a una pequeña amiga que las acompañará por el resto de su vida: la depilación». (*La Adolescencia*)
23. «-Suegra, dicen que hay que ver a la madre para ver cómo será la hija en un futuro, así que, mi amor, mañana mismo te meto a un gimnasio». (*Queridos Suegros*)
24. «-Suegra, ¿por qué no se afeita los bigotes?» (*Queridos Suegros*)
25. «@GermanGarmendia Cuando te haces una foto al lado de Mickey Mouse, ¿el hombre de dentro del disfraz está sonriendo? No, si eres mujer, mientras tú te sacas la foto con Mickey Mouse el tipo que está dentro del disfraz te está mirando las bubis⁸». (*Preguntas de Twitter 3*)
26. «Número 1. Físico. El primer paso para ser sexy es tener un buen físico y para eso tienes que hacer mucho ejercicio». (*Como Ser Sexy*)
27. «Por ejemplo, todos tenemos a ese amigo que es medio prendido (*tose) caliente. Todas le parecen atractivas y, si fuera por él, se las poncharía a todas y cuando digo a todas... es a TODAS. Esa prima lejana que no se baña, que tiene estrías y tiene bigote, también...». (*MALOS AMIGOS*)
28. «(*se huele una axila:) Huelo a hombre». (*MALOS AMIGOS*)
29. «Si cuando sale contigo no se arregla: no le gustas». (*¿Le Gusto O No Le Gusto?*)
30. «¿Qué importa si no tienes una cara bonita o un cuerpo perfecto si tu sonrisa ilumina hasta la más oscura habitación?... o mejor... usa Photoshop». (*Fotografías PAL FACEBOOK*)
31. «Oh... si es tan hermosa, si es como un ángel caído del cielo, es taan femenina. Si la perfección tuviese forma sería exactamente igual a ella. Su piel es tan suave como la seda. Es tan fina y delicada como una rosa. Una mujer así solo se puede tocar con el pétalo de una rosa». (*Amores Platonicos*)
32. «Te ves taaan varonil (*piensa: báñate y afeitáte, cerdo)». (*Indirectas*)
33. «¿Bajaste de peso? / (*piensa: antes parecías vaca)». (*Indirectas*)
34. «Hay que verse más altas, así que usamos unos zapatos con plataformas de dos metros que no son para nada cómodas». (*Desventajas De Ser MUJER*)
35. «O, por ejemplo, la apariencia. Un hombre nace peludo, hediondo a poto⁹, ni se baña... ¡está bien! Pero nosotras tenemos que pasar torturas para vernos bien, cosa que los hombres no tienen que hacer». (*Desventajas De Ser MUJER*)
36. «Otra gran decepción es una que pasan las mujeres. Yo no tengo idea, pero me han contado y es una decepción que empieza cuando son niñas, así como cuando tiene 14 o 15 años.
-Mamá, mamá.
-Dime, hija.

⁸ En Chile, México y otros países, 'pechos femeninos, tetas'.

⁹ «Poto»: 'trasero, culo'.

-¿Por qué a mis amigas ya le crecieron las bubis y a mí no? Todos los chicos andan detrás de ellas y a mí nadie me mira.

-Hija, algunas niñas se desarrollan más luego que otras. Ya verás, cuando tengas 20 años serás toda una mujer.

-¿En serio, mamá?

-Ya verás.

(5 años después)

-¡Todavía soy una tabla! (*en pantalla: error 404: bubis no encontradas)». (*DECEPCIONES*)

37. «-Menos mal que soy hombre.

-Ah, ¿eres hombre? No se nota.

-Que sí soy.

-Si fueses hombre tendrías músculo.

-Sí tengo, pero está escondido, es tímido». (*DECEPCIONES*)

38. «Las relaciones a distancia igual tienen cosas buenas, en especial para las mujeres.

-Amiga, extraño a mi novio.

-Ay, sí, yo también al mío.

-No lo veo hace tanto tiempo...

-Sí, yo también. Odio esta relación a distancia.

-Sí, pero igual ¿hace cuánto que no te depilas?

-Como... hace tres meses.

-¡Oh, chócalas!

No hay nada más feliz en este mundo que una mujer que no se tiene que depilar, pero cuando la pareja regresa...

-¡Fuera peloos!» (*Relación A Distancia*)

39. «Ahora sí, Germán, mañana comenzarás una gran aventura. ¿No quieres unos pectorales como roca y unos brazos bien fuertes? Seré el hombre más sexy y saludable que pueda haber». (*EL GIMNASIO*)

40. «A lo que realmente va la gente a la playa es el cuerpo (*gesto de cuerpo esbelto de mujer), lo cual, si eres mujer, se agradece. Y están las otras personas que no tienen nada que mostrar, como yo, que vamos simplemente a mirar». (*El Verano Y El Primer Día De Clases*)

41. «@GermanGarmendia de que se acabara el mundo??

Ustedes saben que los hombres somos asquerosos. Olemos mal, somos desordenados y somos peludos, mientras que las mujeres huelen bien y tienen la piel suavcita. Las mujeres se están dando cuenta de esto y cada vez hay más mujeres que están con mujeres». (*Preguntas De Twitter 3*)

42. «No oler bien. Chicos, es una regla básica. Vas a salir con una chica: BÁ-ÑA-TE. No es tan difícil. Pero es no es lo grave, no no no. Lo grave es cuando hacemos esto:

(*se huele una axila) -Estoy como... como hediondo (*se echa mucho desodorante por encima).

Créanme que el desodorante no reemplaza la ducha». (*LOS MATAPASIONES*)

- **Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes:**

1. «Por ejemplo, digamos que te encuentras a tu ex en una especie de reunión social, ya sea en el colegio, una fiesta, un carrete¹⁰ o lo que sea. Este serías tú conversando con una amiga cuando tu ex no está cerca (*simula una conversación normal. Sobre el fondo, letras: "teniendo una conversación madura y coherente) y este

¹⁰ En Chile, hace referencia a ir a algún evento o fiesta, por lo general, nocturno, que se prolonga hasta altas horas de la noche.

serías tú hablando con la misma amiga, pero sabiendo que tu ex está por ahí (*simula distraerse mirando para su ex y, a continuación, se ríe de forma exagerada). OK, vas ganando, pero cuidado, se te puede salir el tiro por la culata. "De verdad, eres super graciosa, no como mi ex, era super fóbica, tú eres super graciosa (*imita a la ex, mirando y, celosa, le da un beso a otro. Él la ve y le grita "puta" y disimula mirando a otro sitio)». (*Ex Parejas*)

2. «Si terminaste con tu pareja recientemente, probablemente aún estés muy pendiente de lo que ella hace (*escrito: "psicópata... de nuevo"), lo cual a veces puede ser muy malo porque puedes topar con cosas que no querías saber. Por ejemplo, uno de los riesgos más grandes es ver su foto de perfil y estado de Facebook. OK, entraste un día y tenía todo normal: su foto de perfil era una foto de ella y su estado era: "Ufff, hace calor". ¡OK! Todo bien, no hay para qué preocuparse. Pero entraste otro día y las cosas cambiaron un poco: ahora su estado dice cosas como "Nuevo sol amanece en mis días...agdkgh... refortaleza en mi corazón... muchos corazones y weás. Luego miras su foto de perfil y es una foto de ella dándose un beso con otra persona. (*Zoom dramático y cambio en el filtro de la imagen y el sonido).

Voy a darles una explicación bien gráfica de lo que está pasando en ese momento. Vamos a pretender que esta galletita en forma de corazón representa tu corazón y yo vendría siendo ella. En ese momento, ella tomó tu corazón, lo puso en sus manos, lo dejó reposar por un segundo, lo miró, recordó aquellos momentos juntos y luego... (*puñetazo a la galletita, la pisa...): adiós capacidad para sentir algo.» (*Ex Parejas*)

3. «Los niños salen a pedir dulces con trajes muy bien hechos» (*escrito en la pantalla «por sus mamás»). (*Halloween o Noche de Brujas*)

4. «Otro asunto cuático¹¹ son las películas de terror. ¡OK! Algunas dan miedo y algunas no, pero hay algunas que de verdad dan miedo, y no importa qué tan macho seas». (*Hollywood EXAGERA !!*)

5. «...pero nadie toma en cuenta que para tener una mujer así hay que ser una especie de Brad Pitt o tener mucho dinero...». (*Las Apariencias*)

6. Hablando de las ventajas: «Número 1: Mirar a quien quieras en la calle (*escena en la que dos chicos van por la calle y miran a una chica, ladeando la cabeza, embobados), pero ¿cómo sería si eso pasara estando en una relación? (*escena en la que un chico va mirando bajo, y ella le dice: "¿Ya le estai mirando el poto a esa mina? ¡Estúpido!" y le da una bofetada.

Número 2: Nadie te cela. (-Ya poh, Natalia. Entonces ¿nos vemos mañana? ¿Ya? Besito, cuídate, bye bye.), pero la cosa sería totalmente diferente si estuvieses en una relación: (tras la conversación su novia lo mira muy fijamente y le pregunta "¿Con quién tai hablando? Yo te tengo cachao, siempre te gustó esa mina. Eres un desgraciado, eres igual que toodos, weón. ¿Sabes qué? ¡Ándate a la mierda! ¡Cómetela, weón! ¡Tíratela! ¡Púdrete!») (*Las Ventajas De Estar Soltero*)

7. Anuncio: «Ey, tú. ¿Te dejaron hace poco y estás teniendo problemas para sobrevivir? ¡Ja ja! ¡Perdedor! Deja de llorar como un bebé escuchando canciones cortavenas. Compra ya el nuevo DVD "Sobrevive a la soltería", en el cual te enseñaremos a lavar la loza, a hacer las camas, cocinar, barrer, sacar al perro, entrar al perro, darte placer jugando PlayStation, sentarte en una silla y mucho más». (*Las Ventajas De Estar Soltero*)

8. «Como he dicho antes, el Año Nuevo es la excusa, pero es que perfecta, para ir a tomar. Si a eso le sumas la idea de que el Año Nuevo significa una vida nueva y si a eso le sumas que tu pareja terminó contigo hace muy poco, el resultado no es bueno. Básicamente, solo eres tú, ebrio, tratando de conquistar a cualquier cosa que se mueva (*pausa para pensar:) del sexo opuesto (*pausa para pensar:) casi siempre. (*Escena:) -Hola, ¿cómo estás?

¹¹ «Cuático»: según el contexto hace referencia a algo exagerado, grande, llamativo, inesperado o asombroso.

-(**Ella aparta un poco a cara por el olor a alcohol:*) Bien, gracias.

-Oye, ¿te gustaría bailar conmigo?

-¿Sabes? Me encantaría, pero a mi pareja, que está por allá, que es cinturón negro, no creo que le guste mucho la idea.

-¿Cuál? Pfff... ¿ese chiquitito, así enclenque, con cara de globo desinflado?

-No, ese no, el que está al lado.

-¿Ese musculoso de un metro noventa que me está mirando superfeo y que viene para acá?». (*Año Nuevo, Vida Nueva*)

9. «Aquí te encuentro, poh. ¿Tú eres el tipo que se metió con mi pareja o no?» (*Series, Telenovelas, Etc... !!*)

10. «Huir como marica» (*Series, Telenovelas, Etc... !!*)

11. «...la tele está llena de realities, chiquillas por mover el poto en la tele ganan más que ingenieros y profesores...» (*Pasado, presente y futuro*)

12. «-Mi amor, ¿qué me vas a regalar por San Valentín? [...] Aunque ella te diga "-Nah, lo material no importa", con su mirada te está diciendo "Si no me compras algo, te voy a engañar con el primer tipo que me compre un chicle en la esquina" y si no lo haces, bueno... pasa esto:

-Amor, no existe objeto material que pueda demostrar el amor que yo siento por ti, así que decidí hacerte un regalo mucho más especial. (**Él empieza a cantarle una canción y ella le interrumpe:*)

-A ver, esperáte, esperáte, déjame ver si entendí. ¿Esto quiere decir que no hay rosas, ni chocolates, ni auto nuevo?

-Es que esas son cosas materiales y yo decidí demostrarte mi cariño de una forma mucho más...

-Pfff... Sabía que tenía que quedarme con el ingeniero y no con el músico muerto de hambre...». (*El Día De San Valentin*)

13. «Noo la dejes ver películas que incluyan romance (...). Otro problema de ver películas de este tipo en San Valentín y, de hecho, no solo en San Valentín, es que te pueden... comparar y, obviamente, en esta comparación, tú siempre saldrías perdiendo. Imagínala a ella, mirando al actor principal de la película, un tipo de dos metros, carismático, inteligente, musculoso y, posiblemente, millonario. Luego ella mira para el lado y estás... tú». (*El Día De San Valentin*)

14. «-¿Acepta usted a esta mujer como esposa en la enfermedad y la salud, en la riqueza y la pobreza y serle fiel hasta que la muerte los separe?

(**Hombre:*) -Acepto. (**Piensa:* Ni cagando)». (*Mentiras mentirosas*)

14. (**Hombre*) «Yo jamás jamás jamás jamás jamás jamás jamás jamás he sido infiel (**piensa:* o al menos nunca me han pillado)». (*Mentiras mentirosas*)

15. «Así que voy a hablar de las mujeres desde mi punto de vista, o sea, desde el punto de vista de un hombre. No es secreto para nadie que muchas veces las mujeres para los hombres son un misterio, y lo peor de todo es que cada mujer es un mundo diferente. Simplemente no hay una mujer igual a otra. Para un hombre, hacer feliz a una mujer es tooodo un logro y, de hecho, es casi imposible y no como con un hombre». (*Mujeres / Women*)

16. «Porque todos sabemos que hacer feliz a un hombre es muy fácil. Solo se necesitan cumplir estos tres pasos: Número 1: sexo: solo denos sexo mínimo tres veces a la semana y quedamos como un puerco en un chiquero. Número 2: comida: tripa llena, corazón contento, dicen, y ni siquiera tiene que ser buena comida, con unos huevos con fideos estamos al otro lado. Número 3: entretención y con esto me refiero, obviamente,

a una Play3 o una Xbox. Mujer, si sigues estos tres pasos tienes a cualquier hombre aquí (*gesto: señala la palma de la mano)». (*Mujeres / Women*)

17. «(Contesta el teléfono) ¿Aló, amor?

-Hoda. ¿Cómo estás, mi coquita apretable más linda, mi cochita más linda de todo este mundo?

-Bien, bien... pero ¡habla bien, mierda!» (*Mujeres / Women*)

18. «Como uno no tiene ni idea de por qué carajos se enojó, la opción más lógica es preguntarle.

-Ya, póh, amor, dime, ¿por qué te enojaste ahora?

-Noo, por nada.

-Amor, dime...

-No, oye, si no estoy enojada...

-Ya, mira si estás enojada, ni siquiera me quieres hablar.

-¡Te dije, aborto fallido, que no estoy enojada!

La otra opción es no insistirle y dejar que el enojo se le pase solo.

-Ya, amoooo, dime. ¿Por qué te enojaste?

-Ay, no... Si da lo mismo, filo.

-Pfff. Ok, mejor hablamos cuando se te pase, ¿ok?

-Ay, viste... Si ni siquiera te importa como me siento, no te importa nada de mí. Lo único que te importas es a ti mismo con tu juego de Play y tu amigote». (*Mujeres / Women*)

19. «Cuando una mujer se "relaciona" con bastantes hombres. Ante los ojos del mundo, ella puede ser vista como una... cómo decirlo para que no suene tan fuerte... bueno, la palabra empieza con "pu" y termina con "ta": PUedequeellaalverunahabitaciónllenadahombresnoquierasalirporlapuerTA. [...] El asunto es que, mientras las mujeres son vistas de esta forma por eso, por otro lado, los hombres "relacionados" con muchas mujeres son vistos como ganadores. Quedamos como los wachos perros bros con más flow de la población. Déjenme decirles que, el que sea visto así, en parte es su culpa. Si ustedes en la disco no bailaran como un mono alcohólico con distemper al ritmo de canciones machistas, entonces no pasaría. ¿Se imaginan a Pablo Neruda recitando algunas de esas canciones?» (*Hombres Versus Mujeres*)

20. «Una vez al mes, las mujeres pasan sus días y esto las pone un "poquitito" cambiantes. A veces, los cambios son tan repentinos y tan inentendibles para nosotros que la mayoría del tiempo nos provoca querer sacarnos las tripas, amarrarnos al cuello y colgarnos». (*Hombres Versus Mujeres*)

21. «Me mata mucho las pasiones que una mujer diga en exceso la palabra "weón". Aquí, en mi país, nosotros ocupamos mucho esa palabra, prácticamente al final de cada oración, pero es algo que se da más entre amigos, y cuando una mujer me habla de la misma forma en la que me habla un amigo, no puedo evitar imaginármela así (tirada en la silla, con la mano en la entrepierna, rascándose el pecho, escupiéndolo y oliéndose la axila)». (*FRIEND ZONE*)

22. «Para no ser dejado en la *friend zone*, tienes que tener confianza en ti mismo. Tienes que proyectar eso, que salga por tus poros y tienes que hacerlo desde el primer momento. Digamos que te pusiste de acuerdo con ella para salir a algún lado y tienes que ir a buscarla a su casa. Cuando ella abra la puerta, lo primero que tiene que ver es algo así (*chico con gafas de sol, apoyado en la pared en actitud chulesca), un tipo seguro de sí mismo, un tanto ridículo, pero seguro de sus ridiculeces». (*FRIEND ZONE*)

23. «Cuando finalmente consigues que esta persona se fije en ti, viene el siguiente paso: hacer que no se te escape. Hace algún tiempo atrás hubiese recomendado romperle las piernas con un martillo y amarrarla a la cama, pero después tienes que lidiar con los abogados, los jueces, las órdenes de restricción... así que personalmente no os lo recomiendo» (*Como Conquistar*)

24. «Demostrar preocupación: «¿Sabes? El cáncer de mama es bastante común, así que voy a palpar para ver si no hay ningún cáncer maligno». (*Como Conquistar*)
25. «No importa lo que hagas, no importa cómo la trates. Nada de lo que dije en este vídeo importa si su mejor amiga te tiene mala, porque una mujer basa el 90% de una decisión en la opinión de su mejor amiga». (*Como Conquistar*)
25. «-Oye, sabes... Hace bastante que no dejo de pensar en ti.
-Oh, eres super tierno.
-Sí, bueno... La verdad es que me gustas.
-¡Ohhh! Gracias. Chao.
(*se queda asombrado y dice:) -Debe ser lesbiana. Sí, eso debe ser». (*La Realidad*)
26. «-Oye, está super rico el plátano.
-Mmm... Gay gay gay gay». (*La Realidad*)
27. «En Disney, las mujeres se hacen princesas porque se agarraban al príncipe, pero antes estaban bastante lejos de ser de la realeza». (*AMOR*)
28. «Los hombres, en comparación con las mujeres, somos bastante simples, o mejor dicho, somos más directos. Por ejemplo, cuando una mujer dice sí, en realidad quiere decir no y cuando dice no, en realidad quiere decir sí; en cambio cuando un hombre dice no, en realidad quiere decir no. Cuando una mujer dice: tengo hambre, hay que buscarle el trasfondo al asunto. Por "hambre" quizás se refiere a las ganas de estar contigo y por "tengo", quizás se refiere a "no tengo". En resumen, cuando ellas te dicen tengo hambre, lo que en realidad quiere decir es que está aburrida de ti, que se encontró a otro, que se va a quedar con tu casa, que te pegó el sida y que tu mamá nunca le cayó bien. En cambio, un hombre cuando dice "tengo hambre" es porque vio un anuncio del McDonalds y le dio hambre». (*Hombres (Macho Que Se Respeta)*)
29. «-Ay, amor, parece que comí demasiado. Voy al baño y me voy a echar la media ca...
-Eeeey (*interrumpe) Las mujeres para lo único que ocupan el baño es para maquillarse o peinarse.
-Nooo, nosotras también nos sentamos en el baño y echamos la media ca...
-Lalaalala (*interrumpe y se tapa los oídos para no escuchar)». (*Hombres (Macho Que Se Respeta)*)
30. «"Cómo ser un verdadero macho". ¿Cansado de ser un marica? El DVD "Macho que se respeta" es la solución. Para ser un verdadero macho debes seguir ciertos ejemplos» como no preguntar una dirección; no bailar, sino que bailan para él; tirar pedos; no plantar «plantitas maricas en FarmVille»; no afeitarse con afeitadoras de niñitas, sino arrancarse los pelos con las manos; no llorar, mear por los ojos; no cantar afinado... (*Hombres (Macho Que Se Respeta)*)
31. «Por eso, el mejor despertador sigue siendo tu mamá:
-Ya, hijo, despierte, que si no va a llegar tarde.
-Gracias, madre, por despertarme». (*Las Madres*)
32. «-Mamá, ¿qué vamos a comer?
-Comida.
Como que no les agrada esa pregunta, y algunas mamás se esfuerzan un poquitito más y te mandan una respuesta más elaborada:
-Mamá, ¿qué vamos a comer hoy día?
-Un plato muy especial que te estoy haciendo.
-¿Cómo se llama?
-Se llama "come y calla"». (*Las Madres*)

33. (La adolescencia) «Y por supuesto, la etapa en donde las peleas con tu mamá se multiplican por mil: Mamá, ¿por qué me ordenaste la pieza?; Mamá, ¿por qué no me dais permiso esta tarde?; Mamá, ¿por qué me agregaste a Facebook?; ¡Mamá, si a todos les fue mal en la prueba!; ¡Mamá, siempre me mandas a comprar pan a mí!; ¡Mamá, no me gustan los protos!».
- (*Las Peleas (PELEA, PELEA, PELEA)*)
34. «Por ejemplo, no todas, pero existen ciertas mujeres que siempre dicen esta frase: “Todos los hombres son iguales, lo único que quieren es sexo”, y tú entras en su perfil en Facebook y tienes fotos más o menos así (*poses eróticas y sugerentes). Con esa clase de fotos, ¿qué clase de hombres crees que se te van a acercar? ¿Sacerdotes? (*escrito en pantalla: “strippers?”)».
- (*Personas De Mier... Molestas*)
35. «Aparte basta con estar diez minutos en Tumblr para darse cuenta de que los hombres estamos cada vez más sensibles y que las mujeres están cada día más rudas. A este paso, vamos a ser los hombres los que quedemos embarazados».
- (*Personas De Mier... Molestas*)
36. «Otras personas molestas «ponen una foto de perfil y dicen: “Salgo fea, no me gusta”. Si no te gusta la foto, ¿POR QUÉ LA SUBES? Esa persona pone eso en la foto para recibir un montón de comentarios diciéndole lo contrario».
- (*Personas De Mier... Molestas*)
37. «¿No se te cansa la boca de tanto hablar?»
- (*Y Por Eso Estoy Soltero...*)
38. «(*bosteza) Ah, ¿aún no terminabas de hablar?»
- (*Y Por Eso Estoy Soltero...*)
39. «La mayoría de los hombres piensan todo en doble sentido, siempre pensando en la maldá. Ustedes saben, cualquier pequeño comentario lo podemos tomar como una invitación a tener sexo.
- Oye, me encantaron tus pantalones.
 -Esta tipa quiere seeeexoo.
 -Oye, ¿me puedes decir la hora?
 -La hora de tener seeeexoo.
 -¡Uf! Estoy tan cansada.
 -De tener seeexoo.
 -¡Holaaa!
 -¡Seeeexooo!».
- (*Y Por Eso Estoy Soltero...*)
40. «No entiendo el misterioso lenguaje en el que hablan las mujeres, cuando una mujer te intenta decir algo, te está tratando de decir algo completamente diferente y eso... eso yo no lo entiendo».
- (*Y Por Eso Estoy Soltero...*)
41. «-Papá.
 -Dime.
 -Quiero ser músico.
 -¿Qué... qué cosa?
 -Que quiero ser rockstar.
 -Aaaaah... (*le pega)
 -Mi hijo no va a ser un músico muerto de hambre.
 -Pero papá, yo quiero rockear.
 -(*le pega de nuevo) ¿Aún quieres ser músico?
 -Sí.
 -(*le pega de nuevo) ¿Aún quieres?
 -Noo... ya no, ahora voy a ser abogado».
- (*Y Ahora, ¿Qué Hago Con Mi Vida?*)
42. Huyendo en apocalipsis zombie, la chica tropieza y se cae:

«-¡Ah! ¡Cresta¹²! ¡Oh, Johnny, ayúdame!

-No te preocupes, yo te salvaré.

(*música de The Bodyguard de Whitney Houston y balas, mientras ella piensa: "es mi héroe")». (*El Fin Del Mundo*)

43. «-Suegros, ¿aún tienen sexo? Porque... wow... a su edad debe ser asqueroso». (*Queridos Suegros*)

44. «Yo primero correría en círculos como una nena». (*Queridos Suegros*)

45. «Número 4. Peligroso e indomable. No hay nada más sexy que un rebelde sin causa. Tienes que ser rudo, rudo, rudo, rudo». (*Como Ser Sexy*)

46. «(Número 6) Decidido. No hay nada más sexy que un hombre decidido, un hombre que sabe lo que quiere y no titubea, un hombre que ve lo que quiere y lo obtiene». (*Como Ser Sexy*)

47. «@GermanGarmendia ¿Que harías si te encontraras a Megan Fox por la calle borracha? #PreguntasDeTwitter

Ahhh... (*gesto de embobamiento amoroso). La abrigaría, la llevaría hasta su casa, la acostaría y le daría un beso de buenas noches en la frente (*pausa). ¡Y luego la violaría!» (*Preguntas De Twitter 4*)

48. «Yo, por ejemplo, cuando escucho un ruido en la casa, salgo a averiguar como todo el macho cabrón pecho peludo que soy».

49. «Ya saben lo que dicen: el amor duele. Si esa persona especial no te parte la cara con un fierro, no te ama». (*Tipos De Parejas*)

50. «En el momento tienes que hacerte el arrepentido, pero cuando cuentas la historia es diferente:

-Y así fue como me metí con ella y con su hermana.

-Ohhh...

-Por eso, nietos míos, su abuelo es un ganador.

-(*aplauden)». (*Terminar Una Relación*)

51. «Digamos que es su mesiversario. Un tipo normal regala rosas, peluches, chocolates o qué sé yo, pero yo:

-Amor, te tengo un regalo de mesiversario.

-Ay, no tenías que hacerlo.

-No, no, no... Sé que querías un auto, sé que querías viajar a París, pero lo que te compré es mucho, mucho mejor.

-Ay, amor, no tienes que molestarte, te juro que...

-Taráaaan (*saca una escoba)

-¿Una escoba?

-Sí, ahora... ¡Ponte a limpiar mierda!». (*SOY EL PEOR NOVIO DEL MUNDO*)

52. «El problema de tener un amor platónico es que uno lo idealiza mucho. Uno tiende a imaginar que son perfectos, en especial si son personas que uno no va a llegar a conocer en persona, como a los famosos. Por ejemplo, yo amaba a Emma Watson. Me la imaginaba perfecta, hermosa... hasta que un día me di cuenta de que ella también va al baño. También se sienta en la taza del baño y puja». (*Amores Platonicos*)

53. «Esas películas que te provocan una lagrimita loca que va saliendo por ahí, películas que son tan emotivas que no puedes evitar echar una lagrimita. Para las mujeres no es problema, que una mujer lllore mientras está viendo una película es tierno, pero un hombre ¡no! Y ahora digamos que estás viendo una película de este tipo con un amigo:

¹² En Chile, exclamación de dolor, susto o molestia repentina.

-Oye, está superbueno la película.

-Sí.

-(**piensa*: ¡Oh, por Dios, qué triste! Ya, pero olvídale, no puedes ponerte a llorar, eres un hombre y los hombres no lloran. ¡Aguanta! ¡Tú puedes! ¡Aguanta! ¡Aguanta aunque sea muy triste! ¡Aguanta! ¡Puedes!
(*llanto)

-¿Estás llorando?

-No, si me entró algo al ojo.

-¡Uhhh! ¡Estás llorando! ¡Gay, gay, gay!». (*Las Películas*)

54. «La única razón por la que los hombres aún vemos películas de terror es para invitar a una chica al cine. ¿Por qué? Porque así, cuando la chica se asusta con la película, nos abraza y si nos abraza, existe la posibilidad de poder ponchársela después». (*Las Películas*)

55. «Amor, ¿por qué te agregé esa tipa a Facebook? / (**piensa*: Elimina a esa perra)» (*Indirectas*)

56. «Amor, encuentro un poco raro que tengas más amigos hombres que amigas mujeres / (**piensa*: ¡eres una zorra!)». (*Indirectas*)

57. «Creo que sería muy diferente si mi hijo fuera hombre o mujer porque, hay que admitirlo, hay diferencias. Por ejemplo, si tuviese un hijo hombre y me dijera esto:

-Papá, perdí la virginidad.

-¡Ese es mi hijo! ¡Hijo de tigre!

Todo bien, pero si fuese mi hija:

-Papá, perdí la virginidad.

-(**escopeta y cara de enfado*) ¿Quién fue el puto?» (*Seré un Padre TERRIBLE*)

58. «...porque ser hombre tiene sus desventajas, por ejemplo, somos el sexo fuerte, tenemos que hacer todo el trabajo pesado. Si hay que mover un mueble de la casa, el hombre; hay que cambiarle la rueda al auto, el hombre; hay que destapar la taza del baño, el hombre...». (*Desventajas De Ser HOMBRE*)

59. «Otra desventaja es que somos totalmente controlables: una mujer puede hacernos hacer lo que quiera y cuando quiera, solo tiene que usar la palabra mágica llamada "sexo". Si ella dice esa palabra, nos convertimos automáticamente en pequeñas marionetas. (**escena en la que él quiere sexo y ella le dice que, quizá si limpia el piso le apetezca y, cuando está limpio, le dice que no*)». (*Desventajas De Ser HOMBRE*)

60. «Otra desventaja de ser hombre es que somos fríos, o sea, no fríos, poco románticos. No somos sensibles». (*Desventajas De Ser HOMBRE*)

61. «Lamentablemente, vivimos en una sociedad machista, donde el hombre es el genial y la mujer no. ¿Por qué digo esto? Digamos que pasa un fin de semana en el que te fuiste de fiesta. Este sería un hombre que le cuenta a su amigo lo que paso:

-Oye, el finde la pasé genial.

-Bueeena, ¿y qué hiciste?

-Estuve como con diez mujeres.

-¡Ohh! ¡Maestro! ¡Grande! ¡Ídolo! (**le aplaude*)

Pero si eres mujer:

-Amiga, te tengo que contar.

-Dime.

-Ayer fui a una fiesta y estuve con cinco hombres.

-¡Fuera de mi casa, suripanta!

Raaaro. Un hombre con muchas mujeres: un ganador. Una mujer con muchos hombres: suelta, indigna, más fácil que la tabla del 1». (*Desventajas De Ser MUJER*)

62. «Otra desventaja de ser mujer es que no podemos confiar en nadie. Todos son posibles violadores: vas a tomar un taxi en la noche, el taxista te puede violar; vas a comprar a la tienda de la esquina, el de la tienda te puede violar; vas a la casa de tu amiga, su hermano te puede violar. ¡Todos te pueden violar! Y los hombres no tienen ese riesgo». (*Desventajas De Ser MUJER*)

63. «Pero no hay nada más horrible que conocer a la actual pareja de tu ex. No importa cuán macho pecho peludo seas, conocer a la actual pareja de tu ex, te mata». (*Como Sobrevivir A Una Ruptura*)

64. «Ya saben cómo las mujeres dicen que los hombres somos unos perversos, que lo único que hacemos es pensar en sexo... Bueno, es verdad. Y para los hombres es una continua decepción, como que todo lo que nos dice una chica lo transformamos. Si una mujer dice:

-Hola, ¿cómo estás?

Nosotros escuchamos:

-Papito sexy, ven p'acá y hazme tuya». (*DECEPCIONES*)

65. «Porque no importa si tu pareja te dice:

-No me compres nada, esas son cosas materiales.

Sabes perfectamente que, en realidad, quiere decir:

-Si no me compras nada, te las corto mientras duermes». (*ROMANTICISMO*)

66. «¡Oh, sí, dámelo todo, papi! ¡Soy tu potra salvaje! ¡Soy una cochina, una cochina bien sucia! ¡Ahh! ¡Castígame, castígame por sucia!...

Al otro día:

-Hola, vecino.

-Hola, señora Claudia.

-Señorita Claudia, yo soy una dama.

-Claaaro... Ahora es una dama...» (*LOS VECINOS*)

67. «Wow, estuvo superbuena la película. (*piensa: ando con ganas de pelear, ojalá alguien me asaltara o algo así para darle una golpiza. Le partiría la cara a golpes)

-Esto es un asalto. (*Grito de mujer y sale corriendo)» (*El Cine*)

68. «Aparte, donde uno pone el brazo es el mismo lugar donde la persona que está al lado tuyo pone su brazo y por eso es lógico que a veces pasen este tipo de cosas:

(Dos hombres ven la película. Uno tiene su brazo apoyado y, cuando el otro lo apoya, se miran en una escena romántica)

-¡Sale, cochino!

Eso me pasa seguido y siempre es un gordo hediondo, nunca una rubia sexy». (*El Cine*)

69. «El cine también sirve para detectar un verdadero macho que se respeta. Por ejemplo, si un amigo te dice:

-Ayer fui a ver una película con una chica super sexy.

-¡Bueeena, campeón! ¿Y qué hiciste?

-Ehmmm... ver la película.

¡Gay!

Pero si te dice:

-Ayer fui a ver una película con una chica super sexy.

-Ahh, ¿y cómo estuvo la película?

-Pfff... ¡no sé! Estuvimos toda la película besuqueándonos.

¡Macho que se respeta! (Aparecen en pantalla Chuck Norris, Sylvester Stallone, un Lamborghini y una chica en bikini)». (*El Cine*)

70. «Si un chico y una chica van al cine, el chico siempre tiene que pagar todo, como que se asume que tiene que ser el hombre. Bueno, ahora no, pero antes sí, y hace algunos años, a mí me pasó algo super raro:

(*chica pregunta:) Oye, ¿vamos al cine?

-Me gustaría, pero ahora no tengo dinero.

-Ay, pero no te preocupes, yo invito. (*Suenan el "Aleluya" de Haendel)» (*El Cine*)

71. «Otra cosa que nunca, nunca, pero que nunca en la vida tienen que hacer es responder a esta pregunta:

-Oye, adivina mi edad.

-¡Nooooooooo!

Las mujeres son muy sensibles con la edad y digas lo que digas, siempre vas a cometer un error». (*Cosas Que NUNCA Debes Hacer*)

72. «Ser demasiado romántico. Ser romántico está bien. Está bien tener un lado femenino y sensible. Pero ojo, es un lado. Ser femenino y sensible siempre está mal. Un hombre demasiado en contacto con sus emociones mata las pasiones. (*escena) Sí, a las mujeres le gustan los hombres bien hombres». (*LOS MATAPASIONES*)

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones:**

1. «Me encantan esas películas que son como de superación de personas que empiezan de abajo y van escalando, van escalando y llegan arriba, y las comedias románticas, que son como mi lado más cursi». (*Hollywood EXAGERA !!*)

2. «Yo creo que este tipo escucha música de hombre, obviamente, así que Iron Maiden». (*Las Apariencias*)

3. «Claro que la cosa sería totalmente diferente si la otra persona fuese mujer (*gesticula mucho y de forma torpe con el mando):

-¡Ay, ya me aburrí!

-Pfff... yo igual.

-Mmmm... comámonos.

-¡Bien! (*gestos con la lengua)

Claro que para eso primero tendría que encontrar una mujer que le guste jugar Play, porque juro que el día en que la encuentre, me caso». (*El Verano Y El Primer Día De Clases*)

4. «La música puede ser muy útil a la hora de conquistar a una mujer. Dime, ¿a qué mujer no le encanta que le canten?» (*La Música*)

5. «-Amor, si tuvieras que elegir entre tu PlayStation y yo, ¿a quién elegirías?

-El Play.

-¿Qué?

-No, no, discúlpame, no escuché la segunda opción.

-¡Ah! La primera opción era tu PlayStation y la segunda soy yo.

-¡Ah! ¡Haberlo dicho antes! El Play.» (*Mujeres / Women*)

6. «Hablando de la Play: "Un hombre tiene sus prioridades"» (*VideoJuegos*)

7. «Hablo de las primeras consolas que existieron. Tenían unos cables así (*gesto con los dedos índices para indicar que eran muy cortos), así que había que tener mucho cuidado para que no te pasara algo así:

-Ya. Entonces ¿con cuál salto?

-Con el de abajo, con la X.

-Ah, ok (*mueve mucho los brazos).

-Ya, pero no tienes para qué mover el control.

-¡Pero déjame aprender a mí! (*sigue moviendo mucho los brazos)

-Pero con cuidado, que el cable es corto.

-Ay, pero no te preocupes si... (*sigue moviendo mucho los brazos y tira del cable de la consola y cae al suelo.

-¡AAAAHHHHHHHH! (*se queda con la boca abierta y cara de susto)

-¡Uy, Germán, lo siento! De verdad que fue un accidente.

-(**sigue con la boca abierta y cara de susto*)

-De verdad que fue un... Ge-Germán, ¿estás bien?» (*VideoJuegos*)

8. «Las mujeres nunca han logrado entender el gusto de los hombres por los videojuegos, y con esto no me refiero a que a las mujeres no les guste jugar, pero es un hecho de que cuando se trata de ser adictos, los hombres ganamos por mucho». (*VideoJuegos*)

9. «Algo que realmente le encanta a las mujeres es un hombre que se sabe mover». (*Como Conquistar*)

10. «Si eres mujer y viste "The Notebook" está bien, es normal, pero si eres hombre y ocupaste dos horas de tu vida para ver esa película... Adivina: ENAMORADO». (*AMOR*)

11. «Diez minutos de ejercicio contra litros de cerveza y tardes enteras jugando Play». (*Hombres (Macho Que Se Respeto)*)

12. «Algunos hombres toman cerveza, yo tomo lechita». (*Terminar Una Relación*)

13. «-¡Qué buena cámara!

-¡Gracias! Me la compró mi papi.

-Está superbueno. Es profesional, ¿cierto?

-Sí.

-Ay, no sé si lo sepas, pero esa es una de las mejores cámaras que hay. Imagina las fotos espectaculares que podrías sacar con una cámara así.

-Sí, uno puede sacar grandes fotografías con una cámara así. Grandes fotografías... ¡pal Facebook! ¿WTF? No entiendo porque hay personas que gastan 4000\$ en una cámara para sacarse fotos frente al espejo». (*Fotografías PAL FACEBOOK*)

14. (**Juegan Play:*)

«-¡Jaja! ¡Te gané! ¡Perdiste! ¡Jaja! ¡Amor, eres supermalo! ¡Te gané! ¡Te gané, te gané! Ay, amor, ¿qué se siente perder contra una mujer? ¿qué se siente perder contra una mujer?

(Él le pega)

-Oh... ¿estai inconsciente? ¿Qué se siente estar inconsciente?» (*SOY EL PEOR NOVIO DEL MUNDO*)

15. «Mujer, si tienes pareja y quieres conservarla, nunca le ganes en un videojuego, es como un golpe en la entrepierna, directo en el orgullo masculino». (*SOY EL PEOR NOVIO DEL MUNDO*)

16. «O por ejemplo, si mi hijo me dijera:

-Papá, me gusta el Metal.

-Bien, hijo, escucha música de hombre.

Pero si me lo dijera mi hija:

-¡AAAHH! ¡Música del demonio! (*gesto de cruz con los dedos) ¡Satáaan!». (*Seré un Padre TERRIBLE*)

17. «Pero el punto es que lo disfruto, pero esta sería una persona tomando un trago muy fuerte:

-Cantinerero, lo de siempre (**voz grave, de hombre rudo*).

-¿Me das otro, por favor?

No entiendo». (*Cosas Que No Entiendo*)

18. «Y siguiendo con lo mismo, no entiendo cuando te dicen:

"No eres hombre si no tomas"

Aparentemente si no tomas, no eres hombre.

Según mi profesor de educación sexual es otra cosa lo que me hace hombre, pero ¡ay, la teoría del alcohol también es muy válida!» (*Cosas Que No Entiendo*)

19. «5 de la tarde (*juega a videojuegos)

-Ok, cinco minutos más y hago el trabajo.

8 de la tarde (*juega a videojuegos)

-¡Ay, gordo feo! Ok, 5 minutos más y termino el trabajo». (*Cosas Que No Entiendo*)

20. «¿Qué fue lo último que viste en el cine? Yo fui a ver Barbie, el castillo encantado... digo, digo... ¡300! Una película de hombre, así...» (*El Cine*)

21. «Y a parte esta necesidad del hombre es la principal razón de que haya tantas páginas para adultos -porno-. De hecho, estoy convencido de que si borrasen todas las páginas, quedaría solo una página y se llamaría www.quevuelvaelporno.com». (*Relación A Distancia*)

22. «Pero algo que nunca va a cambiar son los deseos de un padre. Siempre, siempre, pero siempre, un padre quiere que su hijo se dedique al fútbol». (*El Mundial De Futbol*)

23. «Si en algo podemos estar de acuerdo es que a casi todos los hombres les gusta el fútbol y algunos son más adictos que otros». (*El Mundial De Futbol*)

24. «Pero mis amigos me han contado que no hay nada más molesto, NADA MÁS MOLESTO, que ver un partido de fútbol junto a una mujer... que no le guste el fútbol». (*El Mundial De Futbol*)

25. «Otra cosa que no entiendo son las canciones "metal". Todas las personas que escuchan "metal" son hombres, ¡machos! ¡rudos! grrr... y ¿por qué? ¿acaso hay una especie de campo de fuerza que impide a los "no machos" a escuchar "metal"? Porque esto nunca pasa:

-¡Soy una mariposa!

-Eh, oye, ¿y qué estás escuchando?

-Ay, o sea, obviamente estoy escuchando dead metal». (*CANCIONES*)

2. Tono

En esta modalidad discursiva, que se produce en diferido con respecto al tiempo y espacio, el enunciador se dirige al público, los usuarios de la plataforma YouTube que lo están viendo en ese momento, de una forma cercana y amistosa. Como sostienen Scolari y Fraticelli (2016), todos los vídeos de YouTube «presentan una acentuada función fática (Jakobson, 1960) que reafirma constantemente el vínculo entre el enunciador YouTuber y sus enunciatarios espectadores». Este vínculo se refuerza con la mirada constante a cámara, como si mirase directamente a cada uno de los espectadores, y con las constantes referencias a un «nosotros» global: «A todos nos ha pasado que...», «Seguro que a ti también te ha pasado...», «¿Quién no conoce...?», etc. También predomina la afectividad, puesto que nos habla de sus gustos, de sus aficiones, de sus vivencias personales, etc., que favorecen una sensación de diálogo con un amigo, sin olvidar el tono humorístico y la naturalidad con los que expresa sus vivencias cotidianas.

3. Gestualidad



Imagen 13. Ejemplos de gestualidad

El hecho de filmar de pie le permite una mayor movilidad y dota a sus vídeos de mucho dinamismo. Una de sus características principales es que gesticula enormemente: mueve los brazos constantemente, gesticula todo el tiempo con las manos, señala objetos o partes de su cuerpo... También trabaja mucho con la expresión de la cara.

Feedback con el público:

Habitualmente pide a sus suscriptores que respondan a alguna pregunta que hace en el vídeo en los comentarios del mismo vídeo o que le den *like* si ellos pasaron alguna situación relacionada con el tema del vídeo, por ejemplo. Tiempo más tarde, cuando expande su actividad a otras redes sociales como Twitter o Facebook, empieza a interactuar a través de ellas, proponiendo retos, preguntas, que le envíen dibujos o fotos, etc.

Cada cierto tiempo, dedica un vídeo a responder preguntas que los seguidores le hacen en otras redes sociales.

CANAL 2



Ficha técnica:



Nombre del canal: *elrubiusOMG* (Rubén Doblas Gundersen).

Descripción del canal: «Bienvenidos a mi canal! Esto es una descripción. Y en la descripción se supone que tengo que poner algo sobre lo que trata mi canal...

PUES BIEN. Mi canal es de Gayplays de Minecr... Wait. No. Mi canal es de Gayplays en general, pero nunca juego a nada predefinido. Algun día os encontrareis con juegos de terror, otro con juegos divertidos, otro juegos indie, etc. pero no solo subo Gayplays! Soy mas conocido por mis montajes "random" de GTA V, Skyrim (Que llevo eones sin subir), Garrys Mod, Juegos en 1 minuto y mucho mas! A veces también me da por trollear y hago montajes de los mejores momentos en Chatroulette, Trollefono, cámaras ocultas, etc. A veces también me pongo tierno y os enseño mi lado mas sessy y personal en los Meet The Rubius y los Epic Vlogs. Mejor me callo y empezas a descubrir tu de que va el canal. Por que esto de la descripción ya esta pareciendo mas bien la teletienda donde te intento vender la moto. COMPRA MI MOTO».

País: España.

Categoría / temática del canal: Comedy (SocialBlade). Combina partidas de diferentes juegos con vlogs de experiencias, *challenges* y situaciones diversas.

Género discursivo: Combina principalmente el casteo (grabado y en directo) con vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 19 diciembre 2011.

Fecha del primer vídeo: 3 enero 2012.

Número de vídeos subidos: 778 vídeos.

Número de suscriptores: 30.581.265 suscriptores.

Número de visualizaciones: 6.823.233.508 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 16:13 minutos (tiene vídeos muy breves, de menos de un minuto, y vídeos muy largos, de más de 4 horas).

Duración total del contenido: 210:10:57 horas.

Edad del youtuber: Nació el 13 de febrero de 1990, por lo que cuando empezó su canal tenía 21 años.

Social Blade Rank: A.

Otros canales del youtuber: *elrubius*

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre



Imagen 14. Diferentes escenas de gameplay

En los primeros vídeos, se muestra solamente la pantalla con el juego al que está jugando. Normalmente, adopta un punto de vista objetivo con respecto al personaje, viéndolo desde detrás en muchos juegos, lateralmente en otros. En otros casos, utiliza la vista subjetiva para meterse en el papel del personaje, aunque hay que decir que no todos los juegos ofrecen esta opción. Poco

después, comienza a incorporar una ventana en la parte superior (izquierda o derecha), donde se le puede ver jugando.

En los vlogs normalmente utiliza el característico primer plano frontal o ligeramente ladeado, acercando o alejando la pantalla para enfatizar su expresión acerca del tema o mostrar mayor grado de seriedad al dar su opinión.



Imagen 15. Diferentes planos en vlogs

En exteriores y eventos es habitual que haga un gran plano general para mostrarnos la cantidad de gente que hay en un evento o unas vistas del sitio en el que se encuentra.



Imagen 16. Gran plano general en diversos eventos

También podemos encontrar planos generales y primeros planos, dejando los planos medios y americanos para ocasiones puntuales.



Imagen 17. Plano general, plano medio y primer plano

2. Punto de vista y angulación



Imagen 18. Diferentes angulaciones y puntos de vista

Normalmente, como ya se ha señalado, utiliza un plano frontal para los vídeos de interior, donde la cámara está fija y alineada con la posición del *youtuber*. Sin embargo, en exteriores grabados con el móvil o una cámara de mano observamos la ligera tendencia al picado y contrapicado típicos de

grabarse a uno mismo. En otras ocasiones, es otra persona quien le graba, ofreciéndonos también puntos de vista laterales y dorsales.

3. Efectos

En sus primeros vídeos apenas utiliza efectos de ningún tipo. Con respecto a los efectos de sonido, utiliza pedorretas (*EL NINJA MAS RETRASADO | Sword with Sauce* o *E3 - Juega con tus nalgas*), distorsión de la voz (*Skyrim - Flechipollas*), mientras que los efectos visuales consisten, principalmente, en la aparición de elementos en pantalla (fotos de personajes conocidos u objetos y palabras), el uso de cámara lenta o el zoom rápido de la cámara y efectos de sacudida, en consonancia con la música que pone.



Imagen 19. Uso de efectos de inserción de elementos

En muchos casos, la inserción de elementos, especialmente palabras, constituye un mensaje estereotipado sexista, como en los anteriores y en el siguiente ejemplo:



Imagen 20. Inserción de mensajes estereotipados

4. Música

Normalmente, no utiliza música en los *gameplays* mientras él habla, sino que utiliza canciones o melodías en determinados momentos para provocar un efecto épico o cómico. Algunas canciones que utiliza son *Remix Cuernostep* de StarkinDJ, *I FINK U FREEKY'* de DIE ANTWOORD, *Religion* de Black Tiger Sex Machine & Lektrique, *Suck my dick* de DJ Valentino, *Trap Remix* de SpongeBob.

5. Sintonías

Usa algunas sintonías en los vídeos de *Meet the Rubius*, donde utiliza *Refreshing Elevator Music* de Chris Rae. Para el cierre de sus vídeos empezó a utilizar una [canción](#) «Susususcribete y dale like si quieres...».

6. Uso de cabeceras y cierres

En muchas ocasiones utiliza partes graciosas del vídeo o “tomas falsas” a modo de cierre, con enlace a otros vídeos. En los vídeos de *Meet the Rubius* cuenta con una cortinilla en la que aparece el título, una imagen que se va aproximando, acompañando de la melodía señalada.

7. Uso de separadores

No usa separadores en los vídeos observados. En los vídeos en los que aborda varios temas, hace una transición natural en la oralidad o, cuando responde a diferentes momentos del día o a diferentes partes del evento, simplemente se perciben los diferentes cortes.

8. Miniaturas



Imagen 212. Miniaturas de los inicios del canal



Imagen 223. Miniaturas recientes del canal

La evolución técnica del canal se refleja tanto en la mejor edición progresiva que, ya inicialmente era bastante buena en este canal, como en las miniaturas, mucho más complejas y llamativas.

Aspectos relacionados con el entorno:

Normalmente graba en interior, tanto los *casteos* o *gameplays* como los vlogs, aunque también hace vlogs de su asistencia a eventos, reuniones con otros YouTubers y viajes.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

Ya desde sus primeros vídeos, configura el que será su saludo característico: *¡Muy buenas, criaturitas del señor!* Su discurso se caracteriza, fundamentalmente, por emplear una gran cantidad de groserías y palabras malsonantes, sin apenas filtro ni autocensura por su parte. Aunque inicialmente el canal estaba destinado a subir *gameplays* de diferente duración de una amplia variedad de juegos (Skyrim, Battlefield, Grand Theft Auto, Sims, Diablo 3, Scribblenauts, etc.), progresivamente fue incorporando otro tipo de vídeos como las bromas por Chatroulette o los de *Meet the Rubius*, que lo aproximan, a nivel afectivo, a sus suscriptores y favorece su expresión natural. En todos ellos utiliza abundantes insultos, bromas machistas y ridiculizaciones relacionadas con el aspecto físico, fundamentalmente, aunque él sostiene que se trata de humor (*RUMORES ESTUPIDOS SOBRE RUBIUS*). A continuación, tenemos algunos ejemplos.

- Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto

1. Dirigiéndose a un hombre: «You like penises? Tú tienes cara de que te gustan los penises». (*Chatroulette / HACIENDO HAMIJOS MULTICULTURALES | TROLEANDO LIKE A BAUS*)

2. Al ver a un dibujo de una mujer: «¡Coño, qué pechotes! ¡Qué pechotes tiene esa mujer!». (*McPixel | EL GATO HATER Y LOS ALIENS PORREROS | Ep.2*)
3. «A ver, Señora Pechotes, ¿te puedo tocar el pecho derecho?». (*McPixel | EL GATO HATER Y LOS ALIENS PORREROS | Ep.2*)
4. Dirigiéndose a una mujer real al verla: «¡Oh! ¿Qué pasa, tetitas de azúcar?». (*Chatroulette | HOMBRES CON TETAS Y MAS HAMIJOS | Ep. 2*)
5. Dirigiéndose a una persona transexual: «Show me your tits». (*Chatroulette | HOMBRES CON TETAS Y MAS HAMIJOS | Ep. 2*)
6. «¡Hostia, una china! Pobrecita... ¿Quieres que te adopte o algo? (*Chatroulette | HOMBRES CON TETAS Y MAS HAMIJOS | Ep. 2*)
7. «¿Qué cojones? Eres más gay que tu perilla». (*Chatroulette | EL TROLL SIENDO TROLEADO Y NUEVOS HAMIJOS! | Ep. 3*)
8. Al dirigirse a una mujer y preguntarle por su edad: «¿17? No, por favor, he tenido pensamientos sexuales contigo... A la cárcel voy a ir a ya, pero es que eres muy guapa». (*Chatroulette | EL TROLL SIENDO TROLEADO Y NUEVOS HAMIJOS! | Ep. 3*)
9. Al ver a un personaje femenino: «¡Qué pechotes, qué pechotes!». (*Skyrim - Especial de Navidad*)
10. Hablándole a una mujer por webcam: «Señora, déjame plantar mi nabo en tu huerto, te lo pido por favor». (*Chatroulette | BATALLA DE GALLOS CON GUIRIS | Ep. 6*)
11. Al ver a una pareja de chicos jóvenes: «Jojojo, qué gays somos, ya está el otro con la boca abierta preparado para recibir». (*Chatroulette | BATALLA DE GALLOS CON GUIRIS | Ep. 6*)
12. Al ver a un grupo de mujeres disfrazadas: «Ah no, no os vayáis, yo también os quiero, bye, no puedo trabajar así, yo también te quiero, no te vayas, voy a seguirte hasta casa». (*COCHES, INFECTADOS Y MOAR HEMBRAS | The Crew / The Division*)
13. En una imagen del protagonista bailando con una mujer aparece un texto: «Con esta me conformo». (*COCHES, INFECTADOS Y MOAR HEMBRAS | The Crew / The Division*)
14. «Esta está buena. Ven aquí, ven aquí, ¿te gusta el bukkake? Sí, sí que le gusta y lo sabe». (*UN DIA NORMAL EN LA PLAYA | GTA V*)
15. En referencia a un personaje femenino: «Oh una bitch, una bitch. Acabo de abrazar a esa bitch, acabo de abrazar a esa bitch». (*HAZ EL MAGIKARP PARA LIGAR! | Skate 3*)
16. En referencia a personaje femenino: «Liberty Lee, ¿es ella? Oh, es la chica gamer, pero está buenísima ahora ¡Holy shit! ¡Madre mía como te daba!». (*DEMASIADAS MUJERES A LA VEZ! | Sims 4*)
17. Dirigiéndose a un personaje masculino: «Hijo de puta ¿qué haces con esta rubia? La había visto yo antes». (*DEMASIADAS MUJERES A LA VEZ! | Sims 4*)
18. Un personaje femenino en referencia a uno masculino: «Éste si es un hombre de verdad y no como ese maricón con boina». (*DEMASIADAS MUJERES A LA VEZ! | Sims 4*)
19. Al ver a una chica de Perú en webcam: «Oh, Perú... Esposa ¿hablas español? *Next picture* a ver, a ver... oh, ¡que culo!». (*BUSCANDO NOVIA EN CHATROULETTE*)
20. Hablando con una mujer: «¿Qué quieres que haga? O sea, me pones esas fotos y no quieres que me excite sexualmente». (*BUSCANDO NOVIA EN CHATROULETTE*)

21. Poniendo voz a personaje femenino: «Oh soy una princesita, soy una princesita, una princesita con cara de puta». (*SOY UNA PRINCESITA BARBIE | Clasicos Animados*)
22. «¿Qué mejor manera que empezar esta lista con uno de mis personajes femeninos más favoritos de la historia? Bayonetta, ¡madre mía, qué culo tiene esta mujer!». (*TOP 7 MEJORES CULOS DE LOS VIDEOJUEGOS*)
23. En referencia a un personaje masculino: «Madre mía, qué culo tiene este hombre... Mmm ¡qué apretadito!». (*TOP 7 MEJORES CULOS DE LOS VIDEOJUEGOS*)
24. En referencia a personaje femenino: «Vale, vale, vale, eso es una animación gluteal perfecta ¿Habéis visto como se mueven esas nalgas?». (*TOP 7 MEJORES CULOS DE LOS VIDEOJUEGOS*)
25. Con relación a un personaje femenino: «Existe solo un culo en toda la galaxia que podría volver loco a Sheppard, y ese culo, damas y caballeros, es el de Miranda». (*TOP 7 MEJORES CULOS DE LOS VIDEOJUEGOS*)
26. Refiriéndose a un personaje femenino: «Sólo me cojo a este personaje por el buti que tiene». (*TOP 7 MEJORES CULOS DE LOS VIDEOJUEGOS*)
27. En referencia a personaje femenino: «Madre mía, madre mía, este para mí es el mejor culo que he visto en mi vida». (*TOP 7 MEJORES CULOS DE LOS VIDEOJUEGOS*)
28. Al ver a un personaje femenino en el juego: «Eh, eh, eh, perraca, perraca, perraca que entra, que entra una perraca a casa». (*MI CASA SE LLENA DE FRESCAS | Sims 4*)
29. «Esa es Miley Cyrus, a esa no me acerco ni con un palo, tío». (*MI CASA SE LLENA DE FRESCAS | Sims 4*)
30. «¿Quién es esta lesbiana tan mona y cuán apretado tiene el coñito?». (*SNOWBOARD, CAIDAS Y FAILS | Snow Vlog*)
31. Describiendo un maid café japonés: «Es como una cafetería donde hay sirvientas haciendo cosplay». (*El día mas feliz de mi vida*)
32. Vestido de mujer: «Vámonos para casa que me pica ya el coño, que me pica ya el coño». (*El día mas feliz de mi vida*)
33. «En serio, me habéis pedido que juegue con la gorda esta miles de veces, pero no puedo, o sea, no avanza, va a velocidad de abuela». (*Happy Wheels Ep.3 | Papel Higienico para tocarme*)
34. En pantalla, letras sobre imagen: «Parezco una guarrilla con ese chicle». (*Cosas Random en Madrid*)

- **Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes**

1. Dirigiéndose a un personaje femenino: «Sé pacífica que te conozco, que eres muy bruta, eres más bruta que estos gigantes». (*skyrim no sabe dialogar con gigantes*)
2. Texto en pantalla dirigido a una mujer «A fregar». (*skyrim no sabe dialogar con gigantes*)
3. «¿Pero qué coño haces? No te escapes, me tienes que servir. Maldita zorra, ¡despiértate! ¡Me tienes que servir!». (*skyrim no sabe dialogar con gigantes*)
4. «Aquí me han dicho que hay una buena zagala, que te friega los platos y tal». (*Skyrim eligiendo a la mujer perfecta*)
5. «Las camareras no, las camareras son unas guarras». (*Skyrim eligiendo a la mujer perfecta*)
6. Dirigiéndose a un personaje femenino: «¿A dónde vas? ¿A dónde vas? ¡A fregar! ¡A fregar!». (*Skyrim eligiendo a la mujer perfecta*)
7. «Venga mujer, te he comprado esto, una plancha para que planches y hagas cositas, cositas de mujer, cositas de mujer». (*Skyrim un regalo para mi mujer*)

8. «Me da miedo, luego me hago pipí ahí en la esquina de mi habitación y mi madre tiene que venir al día siguiente a fregarlo. No mola, tío, no mola». (*Primera partida EVER followed by death*)
9. Establece el objetivo de su personaje: «Conocer a una hembra, ligársela, tirársela y follársela». (*Los Sims 3 Virgen y gordo a los 40 Ep.1*)
10. Animando al personaje: «Te vas a hartar de follar. Dilo: “voy a follar, voy a follar, voy a follar”». (*Los Sims 3 Virgen y gordo a los 40 Ep.1*)
11. Dirigiéndose a su personaje «A las hembras con esto les haces maravillas, en las zonas de ahí abajo». (*Los Sims 3 Virgen y gordo a los 40 Ep.1*)
12. Dirigiéndose a dos mujeres reales: «Hipster, que eres una hipster, otra alemana, guter braten, a ti te gustan las guter braten». (*Chatroulette | HACIENDO HAMIJOS MULTICULTURALES | TROLEANDO LIKE A BAUS*)
13. Dirigiéndose a un hombre: «Oh dios mío, este es un pedófilo del futuro, oh dios mío». (*Chatroulette | HACIENDO HAMIJOS MULTICULTURALES | TROLEANDO LIKE A BAUS*)
14. Se dirige a un personaje femenino: «Tú deja de jugar al WOW que estoy hablando sobre ti, guarrilla que eres una guarrilla». (*Sims 3 | Virgen y gordo a los 40 Ep.7 NIÑOS EXTREMOS*)
15. «¡Ah! esto es lo mejor que me ha podido pasar en la vida, que se me haya muerto el hijo, así puedo llamar a Claire Waveright y decirle: “ahhhh, se me ha muerto el hijo”, y seguro que me cae una mamada o algo». (*Sims 3 | Virgen y gordo a los 40 Ep.7 NIÑOS EXTREMOS*)
16. «Guarra, te has llevado a mis hijos». (*Sims 3 | Virgen y gordo a los 40 Ep.7 NIÑOS EXTREMOS*)
17. «He visto la casa un poco sucia y he pensado: que mejor que regalarle a mi mujer una escoba para que limpie todo eso». (*Skyrim - Especial de Navidad*)
18. Dirigiéndose a su compañero en el juego: «Eh, que se ha ido mi puta. Se ha ido la puta, tío, ya la has liado». (*UN DIA NORMAL EN LA PLAYA | GTA V*)
19. En referencia a un personaje femenino: «Que viene a por mí, quiere un poco de mi p..., quiere un poco de mi p...». (*HAZ EL MAGIKARP PARA LIGAR! | Skate 3*)
20. En relación a un personaje femenino: «La bitch quiere un poco de p, la bitch quiere un poco de p, la bitch no quiere p, hija de puta». (*HAZ EL MAGIKARP PARA LIGAR! | Skate 3*)
21. «Mira puta, me estás tocando los cojones ya, eh». (*HAZ EL MAGIKARP PARA LIGAR! | Skate 3*)
22. Dirigiéndose a mujer: «Venga, baila, sí, sí, sí, no tengas miedo. Baila, haz twerk o algo». (*BUSCANDO NOVIA EN CHATROULETTE*).
23. «La puta que estaba llorando me ha encerrado». (*ATRAPADO CON UNA LOCA | ARAYA DEMO*)
24. «¿Ya empezamos con las niñas? ¿Ya empezamos con las niñas hijas de puta?». (*ATRAPADO CON UNA LOCA | ARAYA DEMO*)
25. Tras golpear a un personaje: «Wow, mi polla en tu cara». (*EL NINJA MAS RETRASADO | Sword with Sauce*)
26. En un momento en el que el personaje masculino del juego queda encerrado con otro femenino en un cuarto de baño, el personaje masculino del protagonista se abalanza sobre la mujer y empieza a emitir gemidos sexuales. (*L4D2 Hay droga en mi sopa*)
27. «Las putas de Papadopoulos están por todas partes, o sea es flipante». (*MI CASA SE LLENA DE FRESCAS | Sims 4*)
28. «Vale, mi mujer siempre muere, eso no pasa nada». (*VACACIONES EN FAMILIA | Guts and Glory*)

29. «No te tapes con la mano, no te tapes con la mano, soy tu esposo y tengo derecho a mirarte las braguitas». (VACACIONES EN FAMILIA | *Guts and Glory*)
30. «Hola nena, ¿te gustan las salchichas noruegas?». (VACACIONES EN FAMILIA | *Guts and Glory*)
31. En referencia a personaje masculino: «Yo quería tirarme en su ojete». (MALOS AMIGOS | *Human Fall Flat (Momentos Divertidos)*)
32. Dirigiéndose a otro personaje masculino: «Te he cogido por el escroto chaval, te he cogido por el escroto». (MALOS AMIGOS | *Human Fall Flat (Momentos Divertidos)*)
33. Canta al ritmo de la canción «Ai si eu te pego» de Michel Teló: «Esposa, esposa, así no se me plancha. Ai, si te fusro, ai ai si te fusro». (*Skyrim - Flechipollas*)
34. En pantalla, en letras blancas sobre fondo negro: «-No seas una vagina- Apaga la luz mientras ves esto». (*Ju On - Grititos de nena con Facecam*)
35. En un juego de miedo: «¿Quiero ser una mujer? No, quiero ser un hombre. Soy un macho». (*Ju On - Grititos de nena con Facecam*)
36. «Ese grito de nena...». (*Ju On - Grititos de nena con Facecam*)
37. «Mira mi cara. Ay ay... Me gusta chupar pollas... Ah... Ah... Cuántas pollas». (*Troleando en San Andreas Roleplay con EDDISPLAY | Pt2. | Cuantas pollas!*)
38. «-O si no contratamos a una chacha. Bue... no... podemos... Tenemos muchos fans, tío, podemos... podemos decir... si alguien si alguien quiere...
-...fregarnos.
-...fregar... limpiarnos, fregarnos a nosotros...
-O sea, queremos que una mujer nos friegue, otra que nos cocine, o sea... queremos cuatro tías.
-¿Tienen que ser mujeres? ¡Eso es machista! (*tono de burla) Eso no me gusta». (DIRECTO | INDEPENDENCE DAY w/Mangel)
39. «Para empezar a las niñas de hoy en día les gusta las [sonido] más que a un tonto los palotes. Puedes ir a una discoteca, o sea, y por muy feo que seas puedes irle y decirle "Oye, te apetece follar". Te va a decir que sí, te va a decir que sí, te va a decir que sí. Nah, bueno, igual te hace falta un poquito de alcohol, pero ya está, ya está, lo tienes hecho». (*Meet The Rubius | VIRGEN EN LA FIESTA MAS GRANDE DE NORUEGA?*)

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones**

1. Refiriéndose al juego de pc: «Un juego de nenas». (*Los Sims 3 Virgen y gordo a los 40 Ep.1*)
2. «Esta es Barbie, Barbie, le encantan las pollas». (*SOY UNA PRINCESITA BARBIE | Clasicos Animados*)
3. Nos encantan las pollas a todas, las pollas grandes, pero así pequeñas, no». (*SOY UNA PRINCESITA BARBIE | Clasicos Animados*)
4. «Es lo más gay que he visto en mi vida, en serio». (*Diablo 3 | Ositos, Ponys y Ranas transexuales*)
5. «-Mira mira mira.
-Oh, my little pony.
-Gaaaaay». (*Diablo 3 | Ositos, Ponys y Ranas transexuales*)

2. Tono

El tono del canal se caracteriza por el desenfado y la osadía, en la que las bromas y el respeto parecen no tener los límites muy definidos. Con sus *gameplays* no pretende enseñar a nadie a hacer algo o conseguir un determinado logro, son realmente momentos de entretenimiento y no tutoriales, lo

que lo distancia de otros *gamers* más «serios». El uso y la selección de la música y la buena edición de sus vídeos le dan un toque personal muy característico y juvenil, considerado muy innovador en sus inicios en YouTube.

3. Gestualidad

Aunque en la mayoría de sus *gameplays* y vlogs domésticos se encuentra sentado, gesticula abundantemente con las manos cuando no está jugando. No obstante, si hay algo que caracteriza a este *youtuber* es su completísima expresión facial: está constantemente poniendo caras, moviendo los ojos, levantando las cejas, etc., lo que contribuye y enriquece enormemente su discurso.

Feedback con el público:

Inicialmente, la interacción con sus suscriptores se limitaba principalmente a Twitter y a pedir a los suscriptores que se suscribiesen (en la pantalla de cierre, no oralmente) y fav (*fap*, como él dice) si les había gustado el vídeo. A medida que se incrementa el número de suscriptores, comienza a hacer vídeos de preguntas y respuestas y *Meet the Rubius* con la intención de aproximarse más a sus seguidores. En algún caso, desmiente incluso rumores que circulan en internet sobre él. En otras ocasiones, pide a sus seguidores que le envíen vídeos con sus preguntas (*MI PEOR IDEA*). Tiene cuentas de Facebook, Twitter, Google+ y una página web propia, aunque la mayoría de su actividad con su público se concentra en Twitter.

CANAL 3



Ficha técnica:



Nombre del canal: Yuya (Mariand Castrejón Castañeda).

Descripción del canal: «VIDEOS NUEVOS, TODOS LOS MIERCOLES Y VIERNES».

País: México.

Categoría / temática del canal: Howto (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog / Tutorial.

Fecha de incorporación a la plataforma: 20 septiembre 2009.

Fecha del primer vídeo: 23 julio 2010.

Número de vídeos subidos: 568 vídeos.

Número de suscriptores: 21.969.881 suscriptores.

Número de visualizaciones: 2.275.946.884 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 9:39 minutos.

Duración total del contenido: 91:25:16 horas.

Edad del youtuber: Nació el 13 de marzo de 1993 y cuando publicó su primer vídeo tenía 17 años.

Social Blade Rank: B+.

Otros canales del youtuber: yuyacst y Punto y Aparte.

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre

En este canal no se utilizan una gran variedad de encuadres. Teniendo en cuenta que la mayoría de los vídeos consisten en tutoriales de maquillaje y peinado, de manualidades y de sencillas recetas de cocina, predominan ampliamente los primeros planos, los grandes primeros planos y los planos detalle.



Imagen 23. Primer plano y gran primer plano



Imagen 24. Ejemplos de planos detalle

En los últimos vídeos, donde aparece sentada en diferentes localizaciones, comienza a utilizar más frecuentemente el plano medio corto. Esporádicamente, encontramos planos generales y americanos.



Imagen 25. Plano medio corto

2. Punto de vista y angulación

Predomina la vista frontal a la altura de los ojos o ligeramente picada. No obstante, encontramos ejemplos de punto de vista lateral y dorsal, con diferente finalidad.

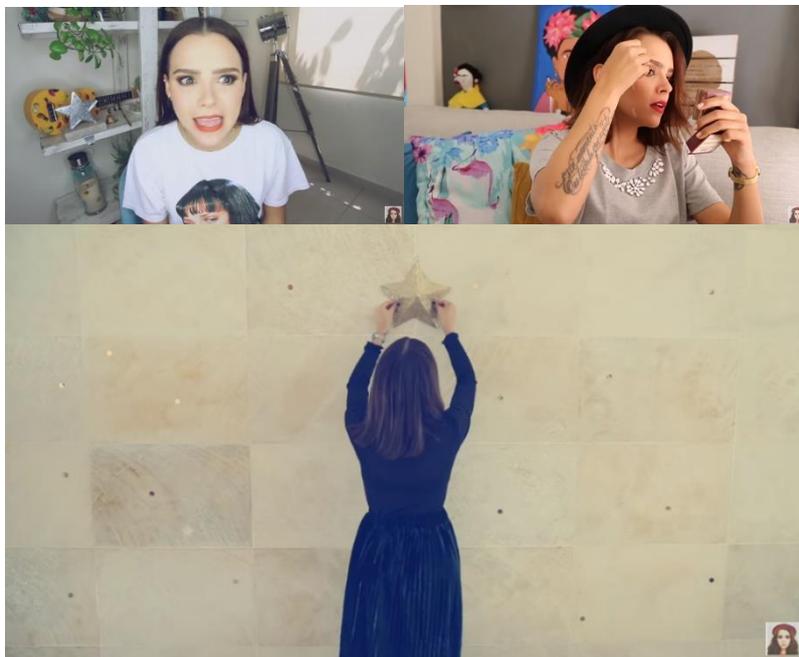


Imagen 26. Diferente punto de vista y angulación

3. Efectos

Los efectos de sonido no tienen un papel destacado en este canal, sino que aparecen de forma esporádica en sus vídeos y, cuando lo hacen pueden ser sonidos de animales (mugidos, graznidos, etc.). Con respecto a los VFX, utiliza muchos filtros de imagen: desde el blanco y negro más básico a filtros más próximos a una tonalidad única o una mezcla de tonalidades.



Imagen 27. Uso de filtros y efectos de color

También recurre con cierta frecuencia a la incorporación de elementos en pantalla: tanto palabras como dibujos de trazo sencillo y colores suaves, en armonía con las tonalidades suaves que predominan en todo el canal. Es interesante decir que, especialmente en los últimos años, los vídeos prestan mucha atención a la iluminación, lo que se nota en el acabado de edición tan característico del canal.

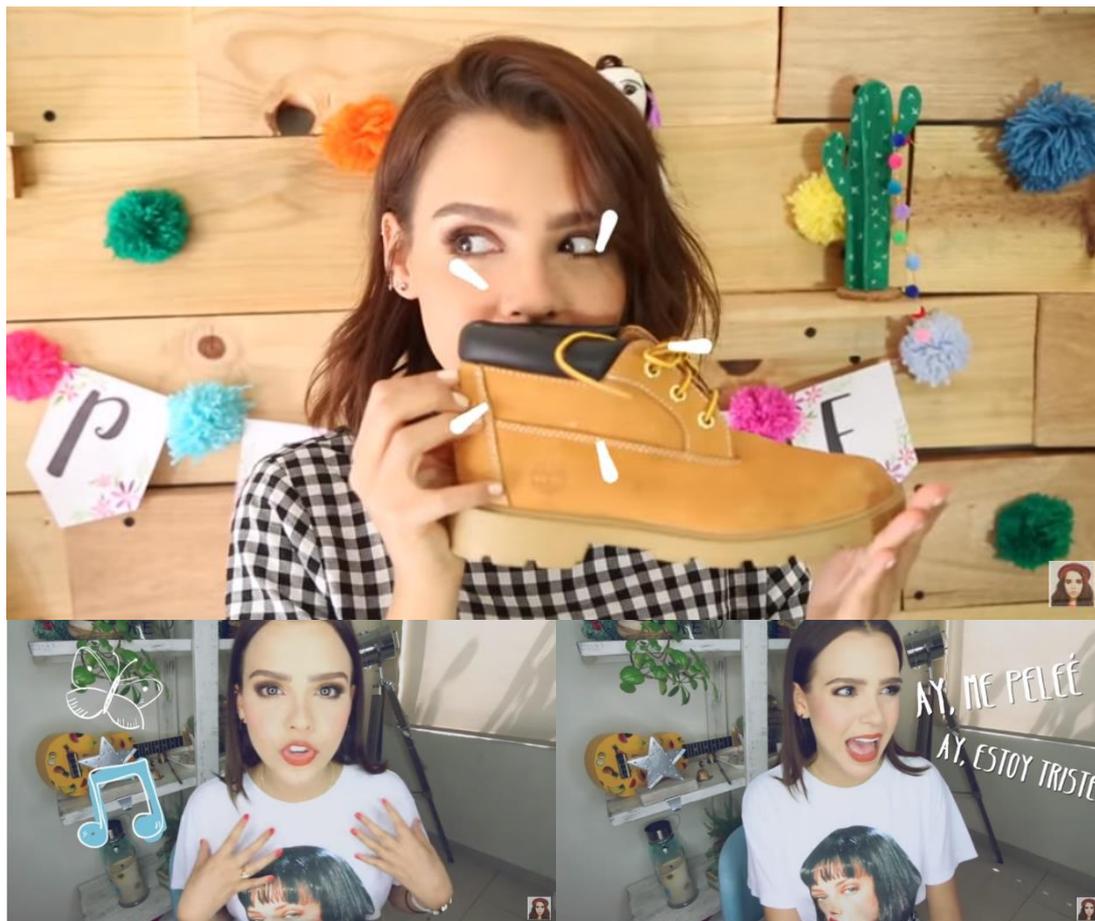


Imagen 28. Incorporación de elementos de VFX

4. Música

Normalmente utiliza diferentes melodías instrumentales suaves para acompañar su discurso en los vídeos y que no se oiga ese efecto de «vacío» tan típico de los vídeos de interior. Muchas de las canciones que utiliza son de Silent Partner: *Spring in my step*, *Summer Smile*, *Blue Skies*, *Whistling down the road*, *Sophomore Makeout*, *The Only Girl*.

5. Sintonías

Generalmente, durante cada etapa, tiene una sintonía que acompaña a la animación de la intro y del cierre; no obstante, del mismo modo que ha ido cambiando las animaciones, también ha ido cambiando las sintonías.

6. Uso de cabeceras y cierres

Como la mayoría de los *youtubers*, sus primeros vídeos no contaban con grandes elaboraciones técnicas. Así, inicialmente no contaba con cabecera y cierre; sin embargo, más adelante, su canal conoció varias cabeceras y cierres relacionadas con diferentes etapas del canal. Se trata de intros animadas en las que van apareciendo los diferentes elementos (el fondo, las letras, los objetos) acompañados de una melodía de fondo.

Con respecto al cierre, no todas las etapas cuentan con animación de cierre, sino que, en su lugar, tras la despedida en la que recuerda la posibilidad de suscribirse y sus redes principales, recoge algunas «tomas falsas» de los vídeos.



Imagen 29. Capturas de diferentes intros del canal

A veces cambia la intro con ocasión de alguna fecha señalada, como Navidad o Halloween.



Imagen 30. Intros especiales

7. Uso de separadores

Alterna entre el uso del corte en el vídeo para cambiar de tema, de escenario o de fase de un proceso, con el empleo de animaciones o efectos de transición.



Imagen 31. Capturas de efectos de transición

De forma mucho más esporádica utiliza separadores con letras más tradicionales.



Imagen 32. Uso de separadores

8. Miniaturas

Con respecto a las miniaturas, cabe destacar una evolución desde las primeras, mucho más sencillas y en las que dominan los colores suaves y las letras uniformes y de trazo simple, a las actuales, en las que predomina la superposición de imágenes y letras con colores muy vivos y llamativos en los que destacan los titulares escandalosos o que incitan a la curiosidad, con la intención, lógicamente, de reclamar la atención de los usuarios.



Imagen 33. Contraste entre miniaturas de los inicios (primera fila) y actuales (segunda fila)

Aspectos relacionados con el entorno:

Generalmente, se trata de escenarios de interior, de la propia vivienda en su mayoría, en los que cambia la decoración frecuentemente y predominan los ambientes cuidados y coloridos, los que da jovialidad al canal.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

El saludo más característico de Yuya es «¡Hola, guapuras! ¿Cómo están el día de hoy? Yo soy Yuya» (o Yuyita). Sus vlogs siguen la estructura canónica de una exposición: introducción, desarrollo y conclusión o desenlace y, en aquellos vídeos que podríamos considerar tutoriales, desarrolla una estructura instructiva: señala los ingredientes o utensilios que son necesarios, expone los pasos del proceso y, finalmente, aporta trucos o variantes para obtener otros resultados.

Podemos decir que se trata de una *youtuber* que cuida bastante su lenguaje y, a pesar de que se trata de un canal que, por su contenido, asociamos fundamentalmente con un público femenino, ya desde muy pronto observamos el uso de un lenguaje inclusivo, dirigiéndose habitualmente a «todos y todas». Su peculiar voz, su naturalidad y su indiscutible carisma constituyen la esencia de este canal.

- Estereotipos de género relacionados con el físico y el aspecto

1. «Para fiestas en la noche, claro que uso tacones». (Tag ♡♡)

- Estereotipos de género relacionados con comportamientos y actitudes

1. «Este consejo te lo doy de hombre a hombre: si tu invitás a una chava a salir, ella espera que le pagues la cuenta». (NOS BESAMOS EN LA PRIMERA CITA #ELAMOR 1)

2. «¿Qué hago? No puedo quedar como un cobarde ahora. Él estaba al fondo con todos sus amigos, sentado en una mesa. Antes de llegar tragué saliva, porque él estaba más grandote que yo y le agarré fuerte por aquí

(*señala), de eso me acuerdo, y le dije: ¡Oye! ¿Te pasa algo con mi novia? ¿Quieres algo con mi novia? ¿Te gusta mi novia o que te pasa? (*¡ESTOY ENFERMA DE CELOS! #ElAmor*)

3. «La caballerosidad. Yo antes decía: ay, no, o sea, yo puedo hacer mis cosas, pero no. Siempre es super lindo, super lindo, que un hombre..., o sea, sentirte protegida como mujer, en verdad. Eso es algo que inconscientemente valoramos mucho». (*¿SE PUEDE SER AMIGA DEL EX-NOVIO? (PREGUNTAS)*)

4. «Hace algunos días se me ocurrió abrir esta sección majestuosa que se llama plática de niñas. Algo que, de verdad, yo le agradezco a Dios, es ser mujer. Me encanta ser mujer, creo que las mujeres somos preciosas, divinas, tremendas, también somos traviesas... Oigan, no, no, ya, fuera de bromas: me encanta. Pero algo que me fascina es ver a otras mujeres platicar con mis amigas, esas pláticas que tenemos cuando no hay hombres, ustedes saben de qué hablo chicas». (*¡ESTOY ENAMORADA EN POCO TIEMPO! ¿ES NORMAL? #PlaticaDeNiñas*)

5. «Cuando salgo con un hombre no me gusta que siempre pague un hombre». (*Tag ♡♡*)

6. «No me da gusto mandar besos. Los hombres de verdad no mandamos besos aplastantes. Yo mando besos seductores». (*ME CORTÓ MI NOVIO #ELAMOR 2 ♡*)

- Estereotipos de género relacionados con gustos y aficiones

1. «Me habían estado preguntando qué podían regalarle a sus novios y yo pensé que podían regalarle el FIFA 13, porque a ellos les encanta». (*¿LABIOS BESABLES? ♡ FÁCIL*)

2. Realizando publicidad del FIFA: «-Me gustó mucho porque viene en esta caja de metal muy chula, como lista para regalar. Aparte trae un disco con música muy padre». «Por cierto, pueden jugar con Pumas, América, Barcelona, Real Madrid y todas esas cosas que a ellos les encantan». (*¿LABIOS BESABLES? ♡ FÁCIL*)

3. «-Hacer lo que a tu pareja le gusta para que lo pasen superpadre, porque cuando complazco a mi novia me complazco a mí mismo.

-Si a él le gusta el fútbol, siéntate y ve fútbol, si a ella le gusta ir al cine y ver pelis ridículas de niñas, acompáñala». (*ME CORTÓ MI NOVIO #ELAMOR 2 ♡*)

2. Tono

Podemos decir que el tono que predomina es su canal de didáctico y afectivo al mismo tiempo. Por una parte, ofrece guías y modelos de cómo maquillarse o peinarse para determinado evento, cómo hacer un disfraz, cómo preparar pasteles... etc. con una clara finalidad instructiva y, por otro, aporta consejos o vivencias personales que recuerdan a una amiga o a una hermana mayor que te aconseja sobre un tipo de persona, un tipo de atuendo, etc. Predomina la positividad y la jovialidad en su canal, muy favorecido por el empleo del color y la iluminación que señalaba anteriormente.

3. Gestualidad

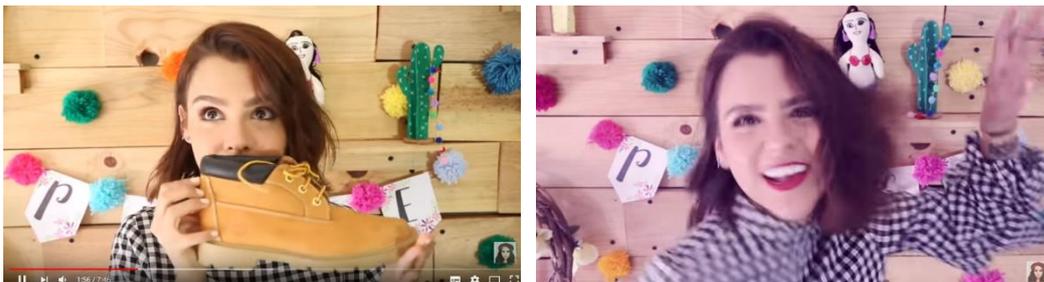


Imagen 34. Gestualidad y expresión facial en un mismo video

Aunque desarrolla sus vídeos fundamentalmente sentada, gesticula enormemente tanto con las manos como con la cara, abriendo mucho los ojos o, incluso, pegando pequeños saltos en el asiento. En los vlogs es común que coja los objetos que tiene alrededor, como cojines, y se incline, se tape la cara con ellos, etc.

Feedback con el público:

Recibe un amplio *feedback* tanto en los comentarios de YouTube como a través de las redes sociales. Durante una época, al final del vídeo mandaba un saludo personalizado a los diez primeros que le escribiesen en Facebook o en Twitter, entre los que se encontraba un gran número de hombres. Habitualmente, pide a los suscriptores que comenten en la parte inferior del vídeo acerca de sus propias experiencias y dedica un tiempo considerable al final de sus vídeos a despedirse, recordar sus principales redes sociales y la suscripción.

CANAL 4



Ficha técnica:



Nombre del canal: *Luisito comunica* (Luis Arturo Villar Sudek).

Descripción del canal: Un canal de YouTube DEMASIADO cool.

País: México.

Categoría / temática del canal: Comedy (SocialBlade). Diferentes experiencias.

Género discursivo: En sus inicios, combinaba las entrevistas por la calle donde trataba principalmente temas sexuales, con vlogs sobre distintas situaciones cotidianas y con tutoriales de diferentes bebidas para fiestas. También

desarrollaba algunas series de vídeos como la de Bruno (un hípster que critica lo mainstream) o la del Provinciano. En la actualidad, su canal recoge principalmente vlogs de viajes por diferentes países y distintos tipos de experiencias.

Fecha de incorporación a la plataforma: 14 abril 2012.

Fecha del primer vídeo: 3 mayo 2012.

Número de vídeos subidos: 524 vídeos.

Número de suscriptores: 17.716.745 suscriptores.

Número de visualizaciones: 2.017.702.527 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 09:51 minutos.

Duración total del contenido: 13:59:44 horas.

Edad del youtuber: Nació el 20 de marzo del 1991, por lo que empezó su andanza *youtuber* con 21 años.

Social Blade Rank: A.

Otros canales del youtuber: *LouieArtie* y *OciodeLuisito*, ambos inactivos.

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre

En interiores, predominan los primeros planos frontales o ligeramente ladeados, para dar un cierto aspecto de seriedad. En los exteriores presenta una mayor variedad: desde planos generales y medios, sobre todo en viajes y entrevistas, a los grandes primeros planos de los vídeos de viajes donde se graba a sí mismo y los planos detalle de las cosas que ve.

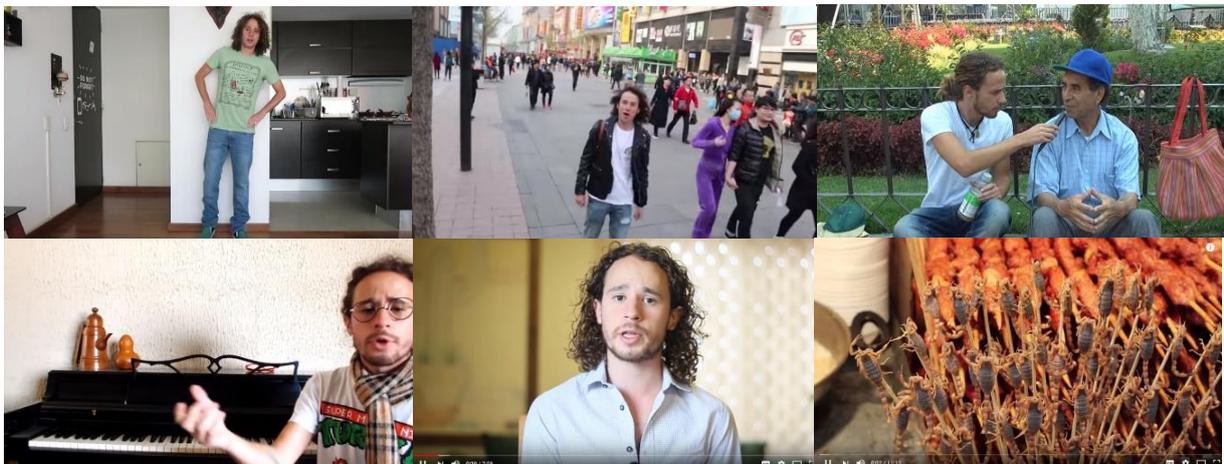


Imagen 35. Mosaico de planos: Plano general, plano americano, plano medio, primer plano, primer plano centrado, plano detalle

2. Punto de vista y angulación

Combina la variedad de encuadres con una variedad de angulaciones, donde predominan el ángulo medio y el contrapicado típico de grabarse con la cámara frontal del teléfono móvil, especialmente en los vídeos de formato documental en los que visita diferentes lugares que, además, destacan por tener una edición bastante cuidada. En general, se percibe un uso muy profesional de encuadres y angulaciones, incluyendo alguna escena de enfoque indirecto, como a través de una lavadora, por ejemplo.



Imagen 36. Enfoque indirecto



Imagen 37. Diferente grado de ángulo picado



Imagen 38. Diferente grado de ángulo contrapicado

3. Efectos

En sus vídeos no se usan prácticamente efectos, ni de imagen ni de sonido. Lo más habitual es la aparición de palabras y frases en pantalla con diferentes movimientos y formatos de letra con la intención de reforzar el discurso. En algún caso, también aparece alguna ilustración.



Imagen 39. Uso de efectos.

También se observa el uso del blanco y negro y filtros que juegan con la intensidad y la saturación del color de forma muy puntual.



Imagen 40. Uso de efectos relacionados con el color

4. Música

Es común poner alguna melodía de fondo durante los momentos discursivos para acompañar la voz en los vídeos de interior y en aquellos de interior en los que pasa más rápido la acción para ir de un sitio a otro o muestra paisajes en sus viajes. Algunas de las canciones que utiliza son de Andrés Digital (*Danza Negra, Qué calor en la ciudad o Noches de amor*), de El Barba Dub (*Fakin Nigga, La Culisuelta Remix*), Ussi (*Ojalá*), Adrián Shake (*Tango*) y Kevin McLeod (*Celtic Impulse, Lord of the Land, Gregorian Chant*).

5. Sintonías

No tiene ninguna sintonía asociada al canal.

6. Uso de cabeceras y cierres

En la mayoría de los vídeos, hace una introducción directa al tema del vídeo, aunque en algunos vídeos utiliza una cortinilla de inicio y de cierre.



Imagen 41. Cortinillas de apertura y cierre.

7. Uso de separadores

Habitualmente no utiliza separadores propiamente dichos, sino que emplea la aparición de palabras comentada anteriormente, para organizar o clasificar el contenido.

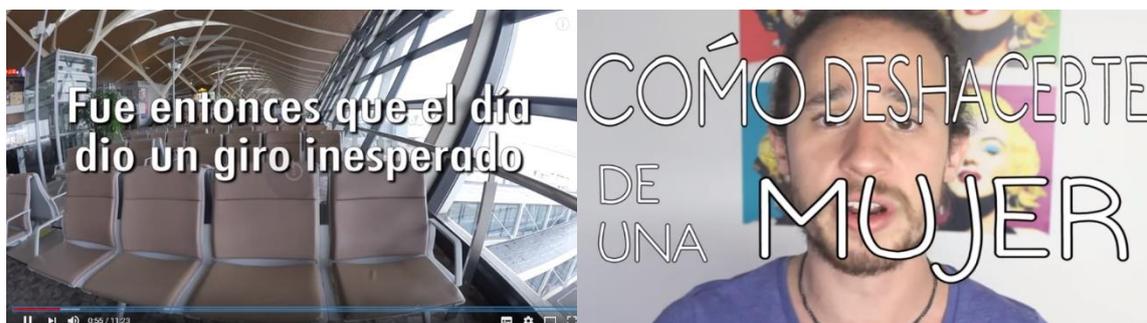


Imagen 42. Uso de separadores

8. Miniaturas

Las primeras miniaturas de este canal incluían en muchas ocasiones palabras que acompañaban a una imagen, en la que, generalmente, podíamos ver a Luisito.



Imagen 43. Miniaturas de los comienzos del canal

En sus últimos vídeos de los dos últimos años lo habitual es que la miniatura prescindiera de rotulación y nos muestre solamente alguna imagen representativa del contenido del vídeo.



Imagen 44. Miniaturas recientes del canal

Aspectos relacionados con el entorno:

Una gran mayoría de los vídeos de este canal son realizados en exteriores, no solo los de entrevistas, sino también muchos de los vlogs de reflexión personal y prácticamente todos los de viajes. En cambio, los tutoriales, por requerir de material específico y procedimientos se desenvuelven en la vivienda. Es muy habitual que en el entorno se vean diferentes objetos o marcas y, en muchos casos, aprovecha el momento de enfoque para hacer publicidad de un determinado producto.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

Cuando saluda como Bruno, el Hipster, personaje con el que inicia una serie, utiliza la frase: «¿Qué onda, *dudes*?». Posteriormente, se establece su, ya característico, «¡Hoola amigos, sean bienvenidos... a una aventura más!».

En sus visitas a diferentes lugares de la geografía se mezcla con la gente, desarrollando unos contenidos a caballo entre la experiencia personal en forma de videoblog y el acercamiento a otras culturas, más propio del documental.

Predomina la afectividad, en la medida en la que pretende que los usuarios de la plataforma que lo ven empaticen con él, proponiendo diferentes temáticas cercanas a los usuarios y entrevistando a gente de la calle. En las entrevistas, normalmente relacionadas con algún aspecto sexual, utiliza los dobles sentidos y el coqueteo como estrategia para incomodar a las personas entrevistadas.

Tiene varios vídeos en los que clasifica diferentes tipos de mujeres como en *Mujeres en tu vida* (la mustia, la chica-difícil, la friend-zoneitor, la feíta re-buen pedo, la secreta, la exnovia para la cual siempre vas a estar, la gordita buen pedo, la rebelde, la inocente...) o en *Mujeres nefastas* (la que te da largas, las calienta-huevos, la cock-blocker...). También tienen vídeos para clasificar a los hombres (*Weyes nefastos*).

Su estilo discursivo se caracteriza por la naturalidad, el lenguaje cotidiano y sencillo y salpicado de argot juvenil y abundantes mexicanismos. Entre su léxico específico destaca la tipificación del hombre varonil y conquistador como *papilord*, *león marino*, *halcón*, *tigrillo del amor*, *macho-alfa* o *galán*, mientras que las mujeres siempre son *conejitas*, *ratoncitas* o *pingüinitas*, en una clara metáfora perteneciente al mundo de la caza o la depredación. También son *mujeres* o *féminas potables*.

Además, es habitual que aproveche los primeros o los momentos finales del vídeo para hacer publicidad de determinados productos (tiendas de camisetas, de tecnología, etc.), reforzada con los diferentes enlaces a las webs, colocados en la descripción del vídeo.

- **Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto**

1. «-Me gusta la ropa muy brillante y de colores vivos.
-¿Como ese rosa, acaso?
-Sí, era más rosa, pero se despintó.
-Pero me gusta, se ve bien. Se ve sexy, vaya.
-(*la chica se ríe, nerviosa). Gracias». (*Entrevistas Chistosas sobre Talentos*)
2. «Acudí con unos amigos a un pool party, chicas potables, ropa escasa o sumamente ajustada y muchas ganas... muchas ganas de fiestear, claro está». (*CÓMO DESHACERTE DE UNA MUJER*)
3. «Si en tu estado, municipio, junta auxiliar no conocen el término "potable" es simplemente una mujer atractiva, una mujer guapa, una mujer empotrable, en su caso». (*CÓMO DESHACERTE DE UNA MUJER*)
4. «Así que un amigo con el que íbamos (nosotros íbamos 4 en total) decidió acudir a lo que se llama guerrereo, gateo (gateando se aprende a caminar), acudir a mujeres no tan guapas, para buscar unas si pasan, ¿no?». (*CÓMO DESHACERTE DE UNA MUJER*)
5. «Uno llega justo a la culminación del coito para encontrarse a su amigo abrazando a una mujer ancha... a una gran mujer expresando dos palabras tartamudeantes... te-a-mo». (*CÓMO DESHACERTE DE UNA MUJER*)
6. (Refiriéndose a una mujer gorda:) «Nuestro amigo abraza a este ente pega su boca a su oído...». (*CÓMO DESHACERTE DE UNA MUJER*).
7. «Uno podría preguntarse: -Oh, Luis, papilord, que estás parado enfrente de la cámara en estos momentos, viéndote sumamente atractivo: ¿y por qué no las edecanes de Cerveza Sol y Cerveza Indio de la feria? ¿Por qué no las edecanes de Capitán Morgan que están en los antros, que están potabilísimas? ¿Por qué no las edecanes de Mercedes Benz de las exposiciones de autos?». (*EDECANES DE WAL *MART*)
8. Y en dicho stand vas a ver, por lo general, a dos personas: un hombre, que va a ser alto y mamado y a otra mujer, que va a estar indudablemente potablísima. No quiero ser vulgar, pero va a tener un buen busto y un buen trasero y va a estar maquillada de una manera impresionante. (*EDECANES DE WAL *MART*)
9. «Ahora, no te voy a negar que estas mujeres son sumamente atractivas y que son, en teoría, lo que todos estamos buscando, pero no es algo real. Es alguien que, sin todo el maquillaje y sin la ropa severamente ajustada y los tacones de 14 cm. no se va a ver de la misma manera». (*EDECANES DE WAL *MART*)
10. «...que son productos para la persona de la vida cotidiana, entonces su imagen va a ser de la persona de la vida cotidiana, así que van a poner como imagen de su producto a una niña guapa». (*EDECANES DE WAL *MART*)
11. «La feíta re-buen pedo: la mujer que no te gusta físicamente, pero es re-buen pedo.
-Re-buen pedo.

-¿Y qué significa ser re-buen pedo, Luis?

-Que simplemente eres buenísimo pedo, eres muy muy buen pedo, eres muy buena onda, pero que sabes que... pues... está culerita.

-Que está culerita, pues... bueno, yo le haría el favor, ¿sabes?

-Exacto, o sea, ya mientras están en la acción te puede contar unos cuantos chismos y ahí muero, o sea, está chido.

-Y digo, es de esas mujeres feas que sí le presentas a tus amigos, porque sabes que le va a caer muy bien a tus amigos». (*MUJERES EN TU VIDA*)

12. «-La gordita buen pedo. Tal vez no es alguien con quien vayas a salir. En toda bolita de mujeres siempre va a haber una gordita buen pedo. Digamos que tú estás saliendo con una mujer en esta bolita de amigas y ella es la que te va a aconsejar, te va a decir "la estás cagando», te va a decir qué hacer, qué no hacer, etc. Nunca te la agarrarías, pero es muy muy muy buen pedo». (*MUJERES EN TU VIDA*)

13. «-A ti te gustan las gorditas, ¿por ejemplo?

-Algo, algo.

-Las gordibuenas». (*Halloween es del Diablo (Entrevistas Chistosas) | #SemanaDelPapilord 1/7*)

14. «-¿De qué te vas a disfrazar?

-De diablita.

-Una diablita muy sexy». (*Halloween es del Diablo (Entrevistas Chistosas) | #SemanaDelPapilord 1/7*)

15. «Está también la clásica amiga que funciona también como una cock-blocker, que es la mejor amiga y nunca deja que te agarres a su amiga. La amiga quiere tener relaciones contigo, quiere darse un beso contigo, quiere tener un agarre contigo, pero la mejor amiga dice "No, no" y te jala y no te permite poder ligar con esa chica.

-Y la amiga, la neta, namás lo hace como por ardida.

-Claro, porque no te la quieres coger a ella.

-La mayoría de veces, la amiga es una gorda fea.

-Sí, sí, sí». (*MUJERES NEFASTAS | #SemanaDelPapilord 2/7*)

16. «Los abuelos, por ejemplo, usan fragancias de lavanda. Ese aromita que simplemente lo hueles y dices: "Huele a abuelo"» (*La importancia de oler bien...*)

17. «También existen los perfumes que simplemente huelen a zorra, perfumes que huelen a fichera, ¿no? Y no sé realmente qué características tenga, pero simplemente los hueles y dices: "Hmmm... Aquí huele a burdel, vaya, a fichera"». (*La importancia de oler bien...*)

18. «Fiel seguidor de esta red social con filtros tan atractivos, con fotos hermosas de paisajes y, sobre todo, con fotos de féminas severamente potables. No sé qué tenga esta red social que simplemente hace que las mujeres se vean mucho más atractivas. Serán los filtros, será el constante enfoque hacia las bubis, pero simplemente cualquier mujer se ve mucho más potable en esta red social». (*#Gente #Cagante #En #Instagram*)

19. «Veremos hasta la niña más nice, más uf de todo tu condado, tomándose fotos en el espejo como (*hace una pose de foto, con mano delante de la boca). Igual es algo muy común que según esto se toman fotos de su sonrisa, así con este encuadre (*señala con los dedos), pero, seamos sinceros, esta foto no es de la sonrisa, es de las bubis». (*#Gente #Cagante #En #Instagram*)

20. «Igual es algo muy común que nos quieren presumir qué tan largo está su pelo, y ya les llega como hasta aquí, pero ¡mis polainas! Esa foto no es de su cabello. No quieren mostrarte qué tan largo está, quieren mostrarte su trasero». (#Gente #Cagante #En #Instagram)

21. «Hoy en día es completamente aceptable que un hombre utilice ropa de color rosa, que un hombre utilice aretes, que un hombre tenga una preciosa, hermosa, cabellera larga». (Cosas que los hombres NO deberíamos hacer (pero hacemos))

22. «Ok. Sonará muy gay (no lo soy, aclaro, cabe aclarar): eres atractivo». (¿Sexualmente Atractivo en Zona Rosa?)

23. «¿Me dejarías ser tu chambelán de caramelo, suave por dentro, macizo por fuera?». (¿Sexualmente Atractivo en Zona Rosa?)

24. «-Compra un jugo de guayaba.

-Jugo de guayaba porque es rosa.

-Suponemos que las princesas mean rosa». (BEBIDA DE PRINCESA (para la fiesta))

- **Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes**

1. «Y ya quiero que acabe la entrevista para tener una cita ardiente con él», subtitula las palabras de la joven, una chica rubia. (Entrevistas Chistosas sobre Talentos)

2. «-¿Y no han perreado entre ustedes?

-Noo, ella con su novio, yo con el mío y ya.

-Ah... ¿las dos tienen novio?

-Sí.

-Oh, ¡qué gran desilusión!

-¿Por qué?

-Yo esperaba invitarlas a una cita ardiente a las dos después de esto. Los tres al mismo tiempo, padre.

-No.

-Platicamos sobre algo bonito y nuestra noche acaba en algo muy loco.

-No lo creo». (Entrevistas Chistosas sobre Talentos)

3. Entrevista a un chico sobre el perreo: «-Oye, y el perreo así, cochino, tiene que ser hombre y mujer o puede ser dos hombres, por ejemplo.

-Pueden ser dos hombres.

-¿Lo has hecho con algún hombre?

-Sí.

-Y ¿qué tal, eh?

-Pues... es otra sensación.

-¿Otra sensación en qué sentido?

-Hmm... vives otra sensación, como que lleva a otros extremos». (Entrevistas Chistosas sobre Talentos)

4. Entrevista a un chico: «-Vi que tienes un piercing ahí, ¿de qué se trata? (*el chico enseña la lengua) ¿Y te da algún tipo de habilidad especial?

-No, ninguna.

-¿Cómo no? Seguramente con las chicas te da muchos puntos.

-Bueeno, algo así. (*en la pantalla: MACHO ALPHA)». (Entrevistas Chistosas sobre Talentos)

5. «-¿Has tenido muchas chicas?

-¿Chicas? Algunas... algunas... lo que pasa es que ya no me fuman mucho, pero... jajaja... yo también me ocupo más de mis cosas (*hace un gesto con la mano). (*Entrevistas Chistosas sobre Modas*)

6. «En la vida es algo muy bonito salir con personas diferentes, conocer a gente nueva, vaya, tener una cita romántica con aquel chico o chica que te gusta, con aquella fémina, ratoncita, pingüinita, podría recalcarse, que simplemente tiene algo que te atrae...». (*5 Citas Románticas ASQUEROSAS*)

7. «Cosas que ni siquiera un halcón papilord (porque caza ratoncitas) tiene la capacidad de comprender». (*5 Citas Románticas ASQUEROSAS*)

8. «Salí con una chica, igual asistimos a una fiesta a sandunguear un poco. Yo iba dispuesto a sacar mi instinto de león marino (porque cazo pingüinitas)». (*5 Citas Románticas ASQUEROSAS*)

9. «Para aquel que no lo sepa, es mucho más barato y mucho más eficiente llevar a una mujer a beber en vez de llevarla a cenar (*sale en pantalla #Consejos_De_Halcón). Le digo:

-No te preocupes, fémina potable, todo está en orden». (*5 Citas Románticas ASQUEROSAS*)

10. «-¿Ustedes no son princesitas moxitas?

-No.

-¿No se consideran eso?

-Yo sí.

-¿Por qué más o menos? Cuéntame.

-Porque, principalmente, eso es como... un amarse a uno mismo, ¿no? Y para mí, yo soy eso. Aunque, digo, también no soy una reina o una modelo y todo eso, pero mientras yo me ame y me acepte tal cual soy, eso es más que suficiente». (*PERREO en Semana Santa*)

11. «Pero seamos sinceros: a menos que tú tengas o mucho dinero o seas sumamente atractivo o tengas, en dado caso, mucho verbo, jamás vas a hablar con esas mujeres». (*CÓMO DESHACERTE DE UNA MUJER*)

12. «Si quieren librarse de una mujer sin lastimar a nadie, realmente, díganle "te amo" al oído». (*CÓMO DESHACERTE DE UNA MUJER*)

13. «Ellas van a coquetear con todo el mundo para que compren más y más. Es su trabajo». (*EDECANES DE WAL*MART*)

14. «Intentarte ligar un edecán en un antro es sumamente complicado, como tú hay cien weyes que están planeando exactamente lo mismo». (*EDECANES DE WAL*MART*)

15. «Si alguna vez lo lograste, vaya, te lo aplaudo. Claramente eres un papilord de renombre, pero en un supermercado tienes más posibilidades de realmente conseguir una cita». (*EDECANES DE WAL*MART*)

16. «Salir con una edecán es algo excelente, es algo que a mí me encanta porque, generalmente, son mujeres maduras, que han estado trabajando desde los 16 o 17 años, que conocen el verdadero significado de ganar su propio dinero y que tienen experiencias infinitas que contarte». (*EDECANES DE WAL*MART*)

17. «-¿Y qué están potables las mujeres o no?

-Sí, sí.

-¿Y como qué porcentaje dirías tú que están así chidas?

-Pues un 90.

-¿En serio?

-Pues sí.

-O sea, tú no le niegas a nadie, vaya.

-Uno es como la gasolina, ¿no? Que arrasa con todo». (*VICIOS (Entrevistas)*)

18. «Acudí a una fiesta de universidad gringa. Para aquel que no sepa déjenme aclararles que son realmente como las películas las muestran: cerveza barata por doquier, féminas potables abundantes...». (*FISH: El Nuevo YOLO*)
19. «Cabe recalcar que ambos somos papilords de renombre, entonces sabemos de qué estamos hablando». (*MUJERES EN TU VIDA*)
20. «-La mustia. Esta es la mujer que tu creíste que te iba a costar muchísimo trabajo y, a la mera hora, fue más fácil que hacer una sopa malucha.
-Más fácil que comerse un taco. Hasta te viene con instructivo.
-Es como un robochito, un juguetito nuevo que acabas de comprar, de huevo kinder, ¿no?». (*MUJERES EN TU VIDA*)
21. «-Por otro lado, tenemos a la chica difícil.
-Esa es con la que sales y sales y sales muchas veces, lo intentas demasiado y no pasa nada.
-Es una mujer con la que haces tu lucha. Lo peor de todo es que esta mujer, la susodicha, vaya, accede a salir contigo, y no solo en una ocasión, sino en repetidas ocasiones y, sin embargo, nada pasa.
-La cabrona sabe qué pedo, o sea, nada más te está usando, solamente quiere que la invites cosas». (*MUJERES EN TU VIDA*)
22. «La friend-zoneitor: la que te tiene friendzoneado. No nos hagamos pendejos, a todos nos pasa». (*MUJERES EN TU VIDA*)
23. «-La secreta: Puedes mantenerla en secreto porque está fea o puedes mantenerla en secreto porque, tal vez, tienes un pasado abrupto con ella. Simplemente, no quieres que te vean en público con ella.
-Tus amigos te podrían tachar de pendejo, de idiota.
-Hoy en día no puedes hacer eso.
-Es así como de "Oye, mira, se te cayó...", "¿Qué?", "Tu dignidad". No, no puedes estar dejando que eso pase con tu vida». (*MUJERES EN TU VIDA*)
24. «La ex-novia para la cual siempre vas a estar. Esa ex-novia que te marcó, tú siempre vas a estar ahí para esa persona, ¿por qué?
-Por pendejo». (*MUJERES EN TU VIDA*)
25. «-La rebelde, con la cual no te quieres ver pendejo. Vaya, si tú tomas, ella se droga, ¿sabes? Ella siempre va a ir un paso más adelante que tú.
-Ella toma por los ojos, como la Rosa de Guadalupe.
-Ella es otro nivel de rebeldía.
-Le vale madre la vida». (*MUJERES EN TU VIDA*)
26. «La inocente:
-Tú tal vez eres un pequeño hijo de puta en tu interior, pero te quieres ver inocente.
-Para que ella piense que eres lindo». (*MUJERES EN TU VIDA*)
27. «La que te da largas. A mí me caga la morra, wey, que siempre la estás invitando a salir, invitando a lugares, intentando convivir con ella, pasar un rato con ella, conocerla mejor, pero que te dan largas, wey, o sea, te dan largas y te dan largas y te dan largas. "Sí sí sí, salimos" y al mero día "¿Sabes que no voy a poder, wey?".
-Se la pasa picándote toda la semana, pero a la mera hora nunca sale contigo porque está castigada o porque no puede». (*MUJERES NEFASTAS | #SemanaDelPapilord 2/7*)
28. «Las calienta-huevos:

-La chava que te está picando toda la noche, te está así así como medio tentando y, a la mera hora, ¡bum!
Nada pasa.

-Digo, no siempre al final no haga nada, o sea, te puede estar tirando la honda toda la noche, mandando indirectas de que quiere que existe una relación coital y que, a la mera hora, no sé, tenga el pretexto de que "estoy cansada", "estoy muy peda"...

-Tienes que irse así como así... medio erguido porque no quieres que se note...

-¡La erección, la erección! Y tienes que llegar a tu casa a desahogarte viendo una película porno». (MUJERES NEFASTAS | #SemanaDelPapilord 2/7)

29. «O la morra¹³ que no sabe lo que quiere (la indecisa). De repente te está tirando la honda a ti, pero también a tu amigo, wey, o sea, les vale verga, o sea... en la cara, ¿sabes?

-A ver con cuál pega. ¿Qué pasa? Un día quiere algo y al otro día quiere otra cosa y uno, como hombre, no se siente chido, no sabe cómo llegar. Eso caga mucho en las mujeres». (MUJERES NEFASTAS | #SemanaDelPapilord 2/7)

30. «La interesada. También está la mujer que solo liga contigo cuando necesita un favor.

-Cuando el novio las deja, te hablan, pero cuando están de huevos, ¡qué pedo!». (MUJERES NEFASTAS | #SemanaDelPapilord 2/7)

31. La interesada 2.0: «Es aquella que te encuentra en una fiesta, la neta ni te llevas con ella bien, no te llevas chido con ella, pero ve que tienes pomo, o sea, ve que tienes chupe o lo que sea, y llega... y se queda contigo como bailando, entonces chupa, se empeda y llega a unos pedos y se va con otro wey.

-La que ve que tienes carro bonito, o tienes botella o tienes algo que le conviene, se arrima contigo.

-¿Por qué creen que los feos con dinero siempre tienen unos pollotes de morras?». (MUJERES NEFASTAS | #SemanaDelPapilord 2/7)

32. «La insaciable: «la morra que tiene novio, pero te anda prendiendo el boiler, wey, o sea, teniendo novio te busca, wey, te dice así de "no, quiero estar contigo" y de repente, pum, "no, es que ¿sabes qué?, sí quiero a mi novio"». (MUJERES NEFASTAS | #SemanaDelPapilord 2/7)

33. «-El wey que viene de intercambio. Es cagante porque así esté feo, el cabrón, como es de otro país, las morras van a estar de putas, wey.

-Es lo nuevo, es lo nuevo, es lo original...

-Y no es mexicano, entonces es como "yo quiero ahí".

-Quiero probar el chile importado.

-Exactamente. Uno nunca sabe si el habanero de aquí es el mismo que el de Estados Unidos, ¿no?

-Y es culero¹⁴, wey, porque muchas veces la vieja con la que tú te esforzaste un chingo¹⁵, wey, y no pudiste y este wey, ¡bum! "¡Soy extranjero, pruébalo, nena!". (WEYES NEFASTOS | #SemanaDelPapilord 6/7)

34. «-Los weys faroles, que se pueden definir de muchas maneras. Un farol simplemente es alguien que pretende ser algo que no es.

-Y que presume.

-Presume de algo que realmente no tiene». (WEYES NEFASTOS | #SemanaDelPapilord 6/7)

35. «El wey intenso. Son esos batos que les dan tantito, wey, tantita atención, y ya valiste verga, porque te van a estar intensiando, como cuando estás en un antro y platicas con alguien y de repente, ya está intensando

¹³ 'Chica'.

¹⁴ Dicho de una cosa, se usa cuando es algo negativo, algo mal.

¹⁵ «Un chingo»: mucho.

mucho, te está empezando a platicar que su papá es noséqué y que puede ser millonario». (WEYES NEFASTOS / #SemanaDelPapilord 6/7)

36. El wey que te cock-blokea. «...te bloquean el miembro, no dejan que el miembro se introduzca en, lo que viene siendo la vagina.

-El clásico amigo de la chica con la que tú quieres y que no te permite ligar con ella». (WEYES NEFASTOS / #SemanaDelPapilord 6/7)

37. «El todas-mías. El clásico wey que dices: "Oye, wey, mira, esa vieja ¿qué tal? ¿Cómo se te hace?" "Ya me la agarré" "¿Neta?" "Oye, mira esta otra, Juana, está bien guapa" "Ya me la chupó".

-"Ya me la succionó"». (WEYES NEFASTOS / #SemanaDelPapilord 6/7)

38. «O simplemente no ser envidioso y decir, bueno, a lo mejor me gustan las tres, pero pues a mi amigo le gusta también, por qué no cedérsela al amigo, ¿no? Hay que ser compartido». (WEYES NEFASTOS / #SemanaDelPapilord 6/7)

39. «Me puse a pensar en lo complejo que es ligar en un antro, o sea, no es algo que yo haga tan seguido, así de tipo cada semana, pero sí de repente se antoja hacerlo. Atacar. Domar a la nutria. Elevar a la ratoncita por los cielos como una lechuza rapaz». (*Ligar en un antro*)

40. «Si tú eres de esos que ligas a la primera, pues se nota que eres un halcón papilord de renombre. Me quito el sombrero ante ti». (*Ligar en un antro*)

41. «Hace unos días me encontraba yo en una fiesta, en un party, sandungueando intensamente, y un amigo llegó a presentarme a una chica. Vaya, ustedes saben que yo no tengo ningún inconveniente con eso, que soy un león marino cuya alimentación primaria son las pingüinitas». (*Ser vegetariano para presumir*)

42. «Un tip básico para que puedas conseguir pingüinitas». (*Tips para fiestas y bares*)

43. «Nos situamos en el borde de la mesa a nuestra elección, atoramos la chelita¹⁶ ahí, le damos golpecitos... Se ha abierto sin herramientas, porque somos hombres». (*Tips para fiestas y bares*)

44. «Y me gusta, me gusta el hecho de que son cosas que los hombres ya podemos hacer abiertamente. Aun así, yo siento que hay cosas que los hombres no deberíamos de hacer».

45. Cantar "No soy una señora" en el antro. «Y en verdad vas a ver a muchos hombres cantando así, con sentimiento "no soy...". Claramente, no eres una señora; claramente, tienes un miembro masculino; claramente, tienes menos de 40 años». (*Cosas que los hombres NO deberíamos hacer (pero hacemos)*)

46. Tomarse *selfies*: «hay que admitir que no es la cosa más varonil, o sea, tomarse fotos, así como (*gesto: con el brazo extendido) acá, presumiendo tu belleza, tu potabilidad». (*Cosas que los hombres NO deberíamos hacer (pero hacemos)*)

47. «Hablar de una manera tierna es algo que tampoco deberíamos de hacer: "Hola, chiquita, pechochita, ¿cómo estách?". Es algo común que estás con tus amigos, así como tomando cerveza de barril, jugando fútbol, dominando una pelota mientras tomas una cerveza, cosas severamente varoniles, vaya, y en eso alguno del grupo le habla a su novia y ahí es cuando vale todo madre, cuando las cosas pasan de estar del 1 a estar del 0: "Hola pechocha, ¿cómo estách? Chi, te extaño, chi chi chi"». (*Cosas que los hombres NO deberíamos hacer (pero hacemos)*)

48. «El uso excesivo de los emoticones en whatsapp. Todos usamos emoticones, caritas sonrientes, tristes, gatitos traviesillos por ahí... Si le escribes a la conejita, a la pingüinita que es de tu agrado, no debemos de

¹⁶ Cerveza.

hacer eso, debemos ser como más varoniles, más directos». (*Cosas que los hombres NO deberíamos hacer (pero hacemos)*)

49. «También suele pasar que estás así como en alguna alberca con tus amigos, o sea, nadie tiene playera y te dan ganas de tomarte una foto, así como todos abrazados, así como "Ey, somos cuates, somos amigos". Pero es muy común que nos tomemos la foto como hasta acá (*gesto señalando) hasta el ombligo, entonces parece que estamos teniendo una... un festival de salchichas, que todos estamos desnudos en ese momento, y es algo que no nos hace ver, en lo absoluto, varoniles». (*Cosas que los hombres NO deberíamos hacer (pero hacemos)*)

50. «Un pito fest es una reunión de hombres, de amigos, es algo mágico, en verdad. Ahora, no digo que esto no lo hagamos, o sea, es en verdad algo muy divertido tener un pito fest. Lo que no debemos de hacer y que todos los hombres hemos hecho alguna vez es que, si sabes que vas a ir a un pito fest, ¿por qué llevas a una mujer como acompañante? Harás que se sienta incómoda, harás que se sienta violada, harás que sienta la necesidad de tomar como albañil junto con todos tus amigos». (*Cosas que los hombres NO deberíamos hacer (pero hacemos)*)

51. «El día de hoy vamos a averiguar si la gente piensa que yo soy una persona atractiva, si soy un león marino digno de cazar pingüinitas, una lechuza rapaz digna de cazar conejitas o a ver qué opinan estos muchachos de la zona rosa». (*¿Sexualmente Atractivo en Zona Rosa?*)

52. «Si yo fuera tu sol, ¿me dejarías darte todos los días?». (*¿Sexualmente Atractivo en Zona Rosa?*)

53. «-¿Te gusta que un hombre llegue y te robe un beso? Así, como tal...

-No.

-Te quiero robar un beso, ¿puedo? (*se acerca de forma intimidante)

-No, te doy una cachetada, pues». (*¿Sexualmente Atractivo en Zona Rosa?*)

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones**

1. «-Chicas sobran. Cada vez hay más mujeres y muy guapas, eh. Las mujeres mexicanas... guau.

-¿Dónde has visto las más guapas?

-En todos lados». (*Entrevistas Chistosas sobre Talentos*)

2. «-En cuestión de morras potables, ¿crees que están más potables en España o acá en México?

-Yo prefiero las españolas, es que aquí en México os gusta el culo más gordo». (*VICIOS (Entrevistas)*)

3. "En referencia a la poesía:

«-Con esa habilidad tú has de tener muchas chicas, ¿no?

-Sí y no. Sí, porque hay muchas que les gusto, pero no, porque... pues es que yo, como soy poeta, pues no... Debo decirte, compañero, que yo... solo tengo amoríos con las diosas». (*Entrevistas Chistosas sobre Modas*)

4. «...a diferencia de las rosas y globitos y ositos de peluche que a mí se me hace de lo más repugnante que puedes comprar». (*EDECANES DE WAL*MART*)

5. «¿Wey, es verdad que los hombres se divierten viendo esto? Me impresiona lo fácil que es divertir a un hombre. Tipo... son como simios que les gusta ver a coches yendo rápido, a zorras que, la neta, no están tan buenas, pero bueno... ahí cada quien con sus gustos. Me impresiona, neta, me decepciona cómo les puede divertir ver esas cosas». (*Mujeres después de ver RÁPIDOS Y FURIOSOS 7*)

6. «-Estamos llevando el ser "galanes de balneario" a otro nivel completamente. Solos los galanes de balneario en Hungría. Imagínate una peda aquí, estaría súper épica, o sea, nenorras en bikini, ¿no? Galones de balneario por doquier.

-Dj's, alcohol...

-y caliente el pedo así. De repente quieres ponerte aquí íntimo y te vas a la neblina». (*Galán de Balneario Húngaro | EUROPA*)

2. Tono

Percibimos una evolución en el tono del canal directamente relacionado con la evolución de las temáticas, que pasan de ser principalmente humorísticas y picantes a más serias y/o informativas, centradas en visitas a diferentes lugares (*No creí que BÉLGICA fuera tan divertido* o *EL METRO EN RUSIA*), en comparaciones de productos y servicios (*Hamburguesa CARNE FRESCA vs LLENA DE CONSERVADORES* o *Aerolíneas MÉXICO vs ESTADOS UNIDOS*) o experiencias variadas de situaciones (*¿Qué se siente flotar en el Mar Muerto?* o *Probando el LETAL TACO DE TARÁNTULA de \$500*) aunque mantiene su humor personal.

3. Gestualidad

La gestualidad, aunque presente, como en la mayor parte de la comunicación oral, no resulta excesiva ni especialmente llamativa. Gesticula con las manos especialmente en aquellos momentos en los que explica o aclara su punto de vista con respecto a algo y en los momentos en los que enfatiza con frases como *eres un papilord de renombre*, en las cuales acompaña la cadencia de la frase con el movimiento vertical de la mano que, para esta expresión, suele unir pulgar e índice en un círculo.

Feedback con el público:

Es muy habitual que, tras haber publicado el vídeo, agregue algún comentario en la parte de comentarios de debajo del vídeo. Cada cierto tiempo dedica un vídeo a responder a mensajes que recibe en otras redes sociales, dedicando bastante tiempo a los *haters* con un cierto tono de humor. Ha hecho varios vídeos y publicaciones donde recoge los mejores memes hechos por sus seguidores.

CANAL 5



Ficha técnica:



Nombre del canal: *Werevertumorro* (Gabriel Montiel Gutiérrez).

Descripción del canal: "Werevertumorro es un canal de comedia que inició en el 2007. Aquí encontrarás sketches, cortometrajes, videoblogs, series y contenido variado para hacerte sonreír. No olvides suscribirte para que los vídeos te lleguen antes que a nadie".

País: México.

Categoría / temática del canal: Howto (SocialBlade).

Género discursivo: Videoclips, vlogs y géneros televisivos (parodias de anuncios de publicidad, documentales, series, tanto con personajes reales como de animación, cortometrajes, montajes con clips humorísticos de Internet).

Fecha de incorporación a la plataforma: 27 febrero 2007.

Fecha del primer vídeo: 8 marzo 2007.

Número de vídeos subidos: 1033 vídeos.

Número de suscriptores: 16.023.625 suscriptores.

Número de visualizaciones: 2.502.416.118 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 9:09 minutos. La mayoría de sus vídeos son inferiores a 15 minutos.

Duración total del contenido: 156:50:46 horas.

Edad del youtuber: Nació el 23 de septiembre de 1989, por lo que tenía 18 años cuando subió su primer vídeo.

Social Blade Rank: A-.

Otros canales del youtuber: *Gaborever, AtuLadoEsMejor, Werevertumorro2, camaragabo, w2mcrew.*

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre

Utiliza una gran cantidad de encuadres diferentes, teniendo en cuenta la diversidad de géneros que crea en el canal. En los cortos y series hay más variedad que en los vlogs, donde predominan los primeros planos frontales.



Imagen 45. Plano detalle de objeto, plano detalle facial, gran primer plano



Imagen 46. Planos medios (corto y largo) y plano americano

2. Punto de vista y angulación

Igualmente, debido a la diversidad de géneros ya comentada, también nos encontramos un amplio abanico de ángulos y puntos de vista combinados con los diferentes encuadres. El punto de vista más utilizado es el punto de vista objetivo, pero también hay punto de vista subjetivo e indirecto. Además del punto de vista objetivo frontal, más centrado o hacia uno de los lados, encontramos puntos de vista de perfil, dorsales, contrapicados, etc.



Imagen 47. Punto de vista frontal, de perfil y dorsal



Imagen 48. Combinaciones de puntos de vista y angulación: dorsal picado, frontal contrapicado y de perfil contrapicado

Incluso podemos ver un plano indirecto, generado a través de la grabación del espejo en el que se está mirando.



Imagen 49. Plano indirecto

3. Efectos

Encontramos VFX como la sobreimpresión de imágenes, el granulado, la distorsión o el blanco y negro que, en el corto *Intento* combina con algún elemento en rojo para destacar la simbología (un corazón, una carta, una rosa). También usa la aparición de palabras en pantalla mediante diferentes efectos de movimiento. En algunas ocasiones, pone la imagen en rosa o azul para representar una conversación entre hombre y mujer.



Imagen 50. Uso de diferentes efectos: sobreimpresión y distinto grado de granulado



Imagen 51. Uso de diferentes efectos relacionados con el color en la imagen: blanco y negro, rosa, azul

También hace uso de filtros y efectos que nos recuerdan a una televisión antigua, como la presencia de rayas horizontales en toda la pantalla o el ligero granulado con alguna raya vertical negra.



Imagen 52. Uso de diferentes efectos de televisión antigua.

Con respecto a los SFX, en algunos vídeos utiliza la reverberación del micrófono, para dar sensación de que habla en un auditorio o un lugar amplio ante multitudes (*PARTNER!*) y en relación, sonidos de multitudes (*FOBIA AL TRABAJO! BITCH!*), la distorsión de la voz, pedorretas (*3 MESES DE WEREVERTUMORRO*), sonidos de rebobinar o adelantar una cinta, sonidos de pájaros y motores (*FOBIA AL TRABAJO! BITCH!*) o de monos (*LA ESTUPIDEZ VENDE!*).

4. Música

En casi todos los vídeos utiliza música para poner de relieve algún momento. En algún caso, se trata de canciones conocidas, como *El Himno de la Alegría* de Beethoven o *Don't Stop Me Now* de Queen (en *CUANDO TE PASA...*). Algunos vídeos, como el corto *Intento*, es exclusivamente musical.

5. Sintonías

Algunas sintonías del canal son las canciones *Perra arrabalera* y *El Musical* del propio *Werevertumorro*, que utiliza en muchos vídeos como cierre mientras se expone un mosaico de otros vídeos del canal o de colaboradores. Cuando ya lleva un tiempo haciendo vlogs, comienza a poner una sintonía de fondo durante el discurso (*Instant forever*, presente en iMovie) y otra sintonía mientras dura el separador que anuncia el tema del vlog.

6. Uso de cabeceras y cierres

En sus primeros vídeos no utiliza cabeceras ni cierres. Después, en muchos de sus vlogs empieza a introducir una cabecera con una imagen fija mientras se oye "Próxima estación: Werevertumorro". También en algunos vídeos empieza a incorporar cierres. En algunos casos, utiliza un cierre

“característico” que consiste en él bailando sin camiseta, mientras que en otros un mosaico de otros vídeos del canal con música de fondo.

Las series, como *Mexican Power*, sí que suelen tener una cabecera y un cierre característico.

7. Uso de separadores

A veces utiliza separadores para distinguir la introducción del desarrollo del contenido, frecuentemente letras blancas sobre fondo negro. Otras veces, para cortar una parte en la que se empiezan a decir palabras malsonantes o le da la risa, cortan con un separador que nos recuerda al medio televisivo.



Imagen 53. Ejemplos de separadores

8. Miniaturas

Las miniaturas en el canal han vivido, con el paso del tiempo, una transformación hacia una mayor complejidad estética. Inicialmente, consistía en una imagen del vlog, del corto o del capítulo de la serie, que nos remitía, de alguna forma a su contenido, prescindiendo de acompañamiento textual. Progresivamente, fue incorporando mayor cantidad e intensidad de color y rótulos con texto que reclaman la atención por su formato o por su contenido.



Imagen 54. Capturas de miniaturas de momentos diferentes del canal

Aspectos relacionados con el entorno:

Graba muchos vídeos de diferente temática con su grupo de amigos en el exterior (principalmente buenos ratos entre amigos: en una montaña rusa, jugando al fútbol, bailando en el campus, etc.). La mayoría de vlogs son en interior, mientras que los cortos y otros géneros alternan en función del contenido.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

Este canal incluye una gran variedad de géneros que responden a diferentes modalidades discursivas. Conocemos ya el formato de las series (los capítulos guardan relación entre sí, ya sea porque la trama queda interrumpida en algún momento decisivo o porque, aunque sean capítulos independientes, los personajes son los mismos) y el formato de los cortos. Con respecto a los vlogs, sigue una estructura expositiva convencional: introducción/presentación del tema, desarrollo con ejemplos, conclusión y despedida (en la que recuerda a los usuarios sus redes sociales y la posibilidad de suscribirse al canal). En este tipo de vídeos, que constituyen una gran parte de la totalidad, utiliza un saludo característico: «¡Hey, qué pedo, cachorros! ¿Cómo están?». Igualmente usa expresiones que lo individualizan ante su público como «piripitifláutico», «oiesamamada», «estoy orgasmeado de felicidad», «¡Ah te creas...!» o «¡Pinche Casandra!». Para despedirse, utiliza frecuentemente la frase «Y si tienen Internet, ahí nos vemos».

- **Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto**

1. «El comal, porque calienta puras gorditas». (*APODOS!!!!*)
2. «El Power Ranger, porque se revuelca con puro monstruo». (*APODOS!!!!*)
3. «Les quiero hablar sobre las mujeres que se tardan años, años, en arreglarse... La gran mayoría pues». (*PARTNER!*)
4. «Entonces me dije: ¿por qué no? ¿por qué no hacer un vídeo para que se puedan ver mejor los hombres, un tutorial? ¿No? Para que se arreglen los hombres. Bienvenidos al primer tutorial donde, bueno, los hombres aprenderán a verse mejor y arreglarse, ¿no? Este es un look deportivo, miren. (*se echa desodorante y se va), o tal vez prefieran el look de gala, ¿no? (*se echa desodorante y se va). A lo mejor quieren un así... un rollo más antrero (*se echa desodorante y se va) y para un look casualón (*se echa desodorante y se va). Eso sería un buen tutorial para los hombres». (*PARTNER!*)
5. «Tenemos que ver el trasero. Así es. Perdón. Así somos. Bueno, no sé, yo sé que ustedes también, lo que no saben es que son 5 segundos: un-dos-tres-cuatro-cinco, volteas. Es la regla de los 5 segundos». (*ELLAS NO LO SABEN....*)
6. «Insisto, si tienes un buen físico tienes el 50% ganado». (*TIPS PARA NO LIGAR*)
7. «-Oye, amiga, ¿y tienes novio?
-No, fíjate que no.
-Ay, yo de verdad me pregunto qué hace una niña así, tan guapa, sin novio». (*TIPS PARA NO LIGAR*)
8. «Por ejemplo, los hombres dorito. Te preguntarás ¿qué es un hombre dorito?
-Hola, nena.
-Hola.
-No sé si te gustaría... (*se pasa las manos por el cuerpo de forma sensual) pasar una noche conmigo.
-Ay... no sé.
-Mi departamento está cerca y podemos hacer unas cosas muy sucias.
-¿Qué-qué es eso? ¿Estás parado de manos?
Eso es un hombre dorito. Parecen Jean Claude Van-Damme de arriba y Peter la Anguila de abajo». (*¿ERES ANTI SEXY?*)
9. «Para las mujeres, todos sabemos que esto (*señala el pecho y abdominales) y esto (*se da una palmada en el culo) son algo muy atractivo, obvio, no más que la inteligencia (*cara de incredulidad/sarcasmo)». (*¿ERES ANTI SEXY?*)

10. «Señoritas, o bueno, ya... señoras de 16 años, si ustedes con copa A minúscula ahí al 10, no usen triple bra con push up, que parece que traen unas cangreburguers». (*¿ERES ANTI SEXY?*)
11. «No es sexy enseñar el trasero, y menos si parece que Wolverine te atacó con sus garras y te dejó estrías». (*¿ERES ANTI SEXY?*)
12. «Como los hombres que se depilan las cejas. ¡Dios hermoso de mi vida! ¡Horribles!» (*¿ERES ANTI SEXY?*)
13. «Si tú eres hombre y te depilas las cejas, por favor, también depílate la vagina». (*¿ERES ANTI SEXY?*)
14. «Hay algo que en todo el mundo pasa y esto es que las mujeres feas tienen pretendientes y los hombres feos no tienen nadie». (*OSEA, DEPRE MIL WE!*)
15. «-Wey, ¿ya conociste a la hermana de Alfredo, wey?
-No no no, ¿por qué?
-Wey está horriiible, wey. Tiene así... está toda llena de granos, wey, toda grasosa, wey. Los cachetes así todos feos, wey.
-Ohh, me se cae, por eso nunca la trae, entonces.
-¡Cabrón! Y aparte está así marranísima, pinche gordota, wey». (*SEXO Y OTRAS PERVERSIONES*)
16. «Que las mujeres son mejores, que los hombres son más fuertes». (*¿SER HOMBRE O MUJER?*)
17. «Una de las grandes ventajas de ser hombres es que nosotros podemos ser groseros, podemos ser guarros, podemos estar todos despeinados, todos desaseados, podemos estar todos peludos, todos cochinos, oliendo a sobaco, podemos ser... todo lo que ustedes quieran y, aún así, te haces famoso en Internet». (*¿SER HOMBRE O MUJER?*)
18. «Es una superdesventaja de los hombres que, bueno, se nos nota cuando la sangre se nos sube a la cabeza (*señala hacia abajo)». (*¿SER HOMBRE O MUJER?*)
19. «Si una mujer sale a la calle con una minifalda, es sexy. Si un hombre sale en minifalda a la calle, ¡qué rico! Digo... no. ¡Está muy mal!» (*¿SER HOMBRE O MUJER?*)
20. «Otra cosa que les suplicamos es que no nos pregunten con cuál se ven mejor cuando estén escogiendo ropa. Los hombres las vemos iguales». (*CONSEJOS PARA MUJERES*)
21. «-Ya estoy, eh, ya estoy. Ya estoy (*aparece la chica con un top)
-Ah, ya... Cabr... No mames...
-¿Qué?
¿Cómo que qué? ¡Pues pareces puta!» (*CONSEJOS PARA MUJERES*)
22. «Bueno, la verdad es que tiene un poco de razón. Si ya se va a vestir medio puta, pues mejor que se vista de puta completa. Digo, si vas a hacer algo, que lo haga bien». (*CONSEJOS PARA MUJERES*)
23. «Otro consejo que les doy es que, por favor, rasúrense. No les vamos a decir: oye, amiga, estás bigotona... No». (*CONSEJOS PARA MUJERES*)
24. «Las mujeres agradecen muchísimo que los hombres se arreglen, pero en estos tiempos los hombres se arreglan muchísimo más que las mujeres y no hay algo más feo que un hombre que se saque las cejas». (*CONSEJOS PARA HOMBRES*)
25. «-Ay, sí, está musculoso.
-Ay, no. A mí no me gustan musculosos, ya lo sabes (*hace como que vomita). No, están asquerosos. A mí me gustan así, como tú. Como... cuerpo de perro parado.
-Ah...

-¿Yo para qué quiero uno de esos... musculosos, con sus pinches... bíceps, cuádriceps, sus pinches nalgas bien duras como cocos...? No...». (TIPOS DE NOVIOS)

26. «Y es que así como a las mujeres no les gustan los hombres musculosos a ningún hombre del mundo nos gustan las mujeres con busto y trasero enormes... ¡No!». (TIPOS DE NOVIOS)

27. «¡Qué pedo con la torticolis! Casi casi se rompen el cuello por andar volteando a verlas.

-¿Qué te pasa?

-¿Qué? Pensaba que era una amiga...

-Ah, ¿y por qué le estás viendo el trasero?

-¡Pues porque así tiene las pompis mi amiga!». (TIPOS DE NOVIOS)

28. «Amiga, si tu novio se tarda más de 30 minutos en arreglarse, tiene más de 10 pares de zapatos, se saca las cejas y se compra cremas reafirmantes, felicidades: tu novio es mujer». (TIPOS DE NOVIOS)

29. «Chica 1-Te vuelvo a decir, la ven guapa, claro, porque está en la micro, con la falda, zorreando con las bubis por fuera, pero bueno...

Chica 2-Sí, con las bubis por fuera y la...

Chica 1-Autoservicio.

Chico 1-¿Otra vez enseñaste las bubis?

Chica 1 y 2-Nooooo

Chica 1- Estamos hablando de la novia de Gago, de Yoana, que es una zorrilla». (Cortometraje Mexicano - A 30 cm de la tierra)

- **Estereotipos relacionados con comportamiento y actitudes**

1. «La gel, porque te pone dura la cabecita». (APODOS!!!!)

2. «La rambo, porque ella sola se echa a un ejército». (APODOS!!!!)

3. «La Maracaná, porque le caben un chingo, y parados». (APODOS!!!!)

4. «La cantante de la academia, porque nada más para los palenques, sí sirve». (APODOS!!!!)

5. «Y ya estaba comiendo y ya mi mamá me dijo: -Oye, qué onda, sí vas a recoger tu cuarto para que puedas salir». (¿CÓMO SABER SI LE GUSTAS A ALGUIEN?)

6. «En ocasiones nos falta valor para irle a hablar a la chava que nos gusta y es por eso que recurrimos al alcohol, digo, para darnos valor, ¿no?». (TIPS PARA NO LIGAR)

7. «-Mira, por ejemplo, te voy a ser sincero: estás bien marrana, estás marrana, o sea, tienes lonjita.

-Ay, sí... Oye, este... No... Ya... No, no seas así... Eso es medio grosero.

-No, no, te estoy siendo sincero, te estoy siendo sincero. Aparte tienes mostacho, tienes como bigote, pero o sea, estás bonita, o sea, estás como llenita, pero también tienes mostacho y estás así... Soy sincero, wey». (TIPS PARA NO LIGAR)

8. «Yo estoy muy contento, estoy de maravilla. Hoy es el día en el que puedo celebrar a las personas que más me han hecho feliz. Hoy es mejor que Navidad, que el Día del Niño, que mi cumpleaños, que el Día de la Madre, que el Día del Padre, que el 14 de Febrero, que cualquier otra fecha, cualquier otra fecha. ¿Y saben por qué? Porque hoy es el Día de las Sexoservidoras». (FELIZ DIA DE LA SEXOSERVIDORA (L))

9. «No sé ustedes, seguramente ustedes son unas personas de esas extrañas que... ay, 14 de Febrero... y dan regalos. Nooo. Den regalos el día de la Sexoservidora. Bueno, a lo mejor no todos conocen a una sexoservidora, pero seguramente conocen a una amiga, a una chica fácil, la cual consigue cosas, pues, con

algunos trucos y a cambio de dinero. Entonces, a esas personas, seguramente, se les festejará este día en unos 10-15 años». (*FELIZ DIA DE LA SEXOSERVIDORA (L)*)

10. «Yo les voy a interpretar la siguiente canción:

Tu mama es una P-U-T-A,
te juro que es una P-U-T-A,
aunque no te diga,
a donde va a ir,
te juro que es una PU

OKOK». (*FELIZ DIA DE LA SEXOSERVIDORA (L)*)

11. «¡Ay, estoy pedaa! ¡Estoy peda porque, ah, tomé mucho! ¡Híjole! ¡Estoy borracha! ¡Ay! ¡Ay! ¡Ay, no me vayan a ver la tanga que traigo hoy! (*se apoya y hace que baja un poco la ropa) Estaa. Ay, ni tampoco me vayan a besar ni a querer fajar, eh, ni ver las bubis porque ando bien borracha.

Obviamente, no está borracha ni mucho menos, lo que quiere es llamar la atención o agarrarse a algún chavo por ahí». (*MI NUMERO DE LA SUERTE ES 7*)

12. «Justo a esa edad es cuando los hombres entran en su etapa gay.

-¿Qué pasó, chiquitito? (*le toca sus partes)

-¿Qué pasó, corazón? (*le toca un pezón)

(Llega un tercer amigo y empiezan a saludarse tocándose el culo, el pecho o las partes)». (*JUVENTUD EN EXTASIS*)

13. «-Hijo...

-Ay, mamá, pérate, no me grites tanto.

-¿Qué estabas haciendo ayer, hijo?». (*JUVENTUD EN EXTASIS*)

14. «-¡Hijo!

-¿Ah?

-¿Otra vez saliste a esos lugares con esas mujerzuelas a embarrarte el sida y ponerte borracho?

-Sí.

-Hijo, por favor, llévame contigo. Tu mamá está dormida y... ¡llévame a ese lugar, por favor!». (*JUVENTUD EN EXTASIS*)

15. «Pero existe una diferencia muy grande entre hombres y mujeres.

-Oye, mamá, ¿puedo ir a la tienda?

-¿Qué? No. Tú no vas a ninguna parte.

-Ay, mamá, pero nomás es saliendo de la casa.

-Que no, te estoy diciendo, que no. No puedes ir a ninguna parte. Imaginate, te caes, te hacen burling y luego te secuestran o te hacen al... noo.

Y en los hombres:

-Oye, mamá, ¿puedo ir a...?

-(*interrumpe) Claro, hijo, claro. Claro que puedes.

-No, no, mamá, pero es que no te he dicho. Yo quiero ir a...

-¡Claro, hijo, que te diviertas! Mira, aquí están las jeringas, y... y... acuérdate de desinfectar todo y ya... ya sabes... el brazo...

-Mamá, pero es que...

-¡Ay, checa ahí en mi cuarto! Hay metanfetaminas, son para tus amigos». (*JUVENTUD EN EXTASIS*)

16. «Chicas, por favor, les suplico que no hagan lo que a continuación verán:

-Sí te quiero, pero mentirme así... ¿Sabes qué? Bye.

-(**llorando*) No importa, tu hijo y yo seremos felices.

-¿Qu-qué? ¿Mi hijo y tú? ¿Cómo?

Es-estoy embarazada». (*COMO CORTAR Y NO SER CORTADO*)

17. «Las mujeres que tienen pretendientes se andan quejando.

-Ay, ando triste. Así como que Joel no... no pone de sí. No pone de sí. No va a funcionar. Ando... mal.

-Bueno, ¿de qué te quejas? Si Joel no quiere, pues tienes a los otros cuatro ahí esperando». (*OSEA, DEPRES MIL WE!*)

18. «Y para nosotros, los hombres feos, es difícil conseguir una chava, pero cuando alguien nos gusta siempre estamos ahí, constantes». (*OSEA, DEPRES MIL WE!*)

19. «Deben de ser... mmm... las once de la mañana, acaso, y tengo que levantarme para salir con la doña de mi mente, de mi corazón y del dinero de mi papá». (*LIFE IN A DAY:werevertumorro*)

20. «Por lo general, los hombres somos más celosos que las mujeres». (*NO SON CELOS, ES CURIOSIDAD...JA!*)

21. «-Ay, no sé por qué andan diciendo eso de mí. A ver, tú dime la verdad: ¿soy zorra? ¿sí o no?

-Ay, ¿tú, zorra? (**cambia a blanco y negro: ¡PUTÍSIMA!*) Noooo, para nada». (*BELLAS MENTIRAS*)

22. «Una mujer despechada es más peligrosa que una bomba nuclear». (*INFIDELIDADES*)

23. «Y un hombre despechado es más peligroso que... que... que el globo balloon». (*INFIDELIDADES*).

24. «-¡No mames! El pendejo de mi novio no me regaló nada.

-Ay, oye, Pau, pero tú habías dicho que te cagaba eso de regalar cada mes, ¿no?

-Ay, bue, pero ¿me quiere sí o no?

-Ay, bueno, tú si le regalaste algo entonces, ¿no?

-¡Ay! Pues no, porque el amor no se basa en eso». (*MESES DE NOVIOS*)

25. «Y un perfume, un perfume porque hueles a tlacoyo con huevo, entonces, para que acá ya... fffss fffsss...». (*MESES DE NOVIOS*)

26. «Platicas con ella muy a gusto, se la pasan bastante bastante bien, pero a la hora que llega la cuenta:

-...y entonces mi amiga llega y dice: piripitifláutica, ja ja ja.

-ja ja ja (**mira al camarero:*) Muchas... muchas gracias. Ayy... (**se dirige a a chica de nuevo*). Soon... 550 pesos.

-Je je je (**mira a otro lado*).

-Diana, fueron 550. (**ella sigue mirando a otro lado*).

La ventaja de ser mujer es que ellas tienen un mecanismo que, a la hora de pagar, se quedan sordas o, para acabar pronto, se hacen pendejas». (*¿SER HOMBRE O MUJER?*)

27. «Una de las ventajas de ser mujer es que consiguen prácticamente lo que sea». (*¿SER HOMBRE O MUJER?*)

28. «Y una desventaja de las mujeres es la menstruación, y no hablo solamente de la menstruación como cambio físico, sino también como un cambio psicológico, oseaselemesele, en el estado de ánimo». (*¿SER HOMBRE O MUJER?*)

29. «Una ventaja de las mujeres es que siempre se cuelan a todas partes y gratis. En los antros nunca pagan cover». (*¿SER HOMBRE O MUJER?*)

30. «Las mujeres tardan horas en el teléfono para ponerse de acuerdo, pero en cambio, los hombres (**ejemplo de llamada*). Nosotros a lo que vamos, no nos vamos con rodeos, así que el crédito del celular nos dura más». (*¿SER HOMBRE O MUJER?*)

31. «Por ejemplo, si un hombre sale con muchas chavas, es un galán y si una mujer sale con muchos chavos, es puta». (¿SER HOMBRE O MUJER?)
32. «Si una mujer dice muchísimas groserías, es una machorra; pero si un hombre dice muchísimas groserías, es de los canales más vistos en YouTube». (¿SER HOMBRE O MUJER?)
33. «Si un hombre toma muchísimo alcohol, entre sus amigos es un héroe y es muy bien visto y si una mujer toma muchísimo alcohol, ¡aprovecha, cabrón! ¡ahí vas, cabrón, órale! No te creas, no no no, no te aproveches, preséntamela, wey». (¿SER HOMBRE O MUJER?)
34. «Otra de las ventajas de las mujeres es que pueden llorar por prácticamente todo y no está mal visto; por ejemplo, si se ponen el mismo pantalón, se ponen a llorar y nadie les dice nada. Pero en cambio, si un hombre lo ven llorar, dicen que es un mariconazo». (¿SER HOMBRE O MUJER?)
35. Mujeres, por favor, tampoco sean vulgares. (CONSEJOS PARA MUJERES)
36. «A nosotros nos gusta que sean femeninas. Muchas dicen: "Ay, es que ya no hay caballeros", pero, ¿saben qué? A falta de damas, menos caballeros». (CONSEJOS PARA MUJERES)
37. «-Ay, es que no sé si lo voy a perdonar o no.
 -¿Pues cómo que lo vas a perdonar después de lo que te hizo?
 -Ay... o sea... sí... Sí estuvo mal, pero ¡ni que fuera para tanto!
 -¡Cómo que no es para tanto! ¡Se acostó con tu mejor amiga!
 -Ay, pero... porque mi amiga lo provocó.
 -¡Y también con tu mamá!
 -Pues es que la verdad... muchas veces me han dicho ""hija de puta"" y mira, lo que pasó.
 -¡Hasta conmigo se acostó!
 -Ah, pues... ¿qué?
 -No, no... digo que... Perdónalo, perdónalo ya. Perdónalo.
 Hay muchísimas chavas que las tratan con la punta del pie y ahí están, duro y dale con el novio, y después se quejan de que las engañan». (CONSEJOS PARA MUJERES)
38. «La verdad es que los hombres somos bastante puercos, nos tiramos pedos, olemos mal, eructamos...». (CONSEJOS PARA HOMBRES)
39. «Hombres: no se rasquen los genitales, las gónadas, los pies de bola... de verdad, no es sexy ni es atractivo». (CONSEJOS PARA HOMBRES)
40. «-Nada más salimos, le agarre la mano así como... así, mira...
 -¡No mames, pinche joto!». (CONSEJOS PARA HOMBRES)
41. «No les digan viejas. Ellas se sienten ofendidas y con muchísima razón». (CONSEJOS PARA HOMBRES)
42. «(*rodeado de amigos, hablando con voz grave y ronca) Y le digo: -eh maldito policía, que te vuelvas a meter conmigo, te corto las piernas... Y fue cuando le dije: te voy a castrar, hijo de puta. Y lo mejor de todo es que...
 (*le llaman por teléfono, pone voz suave, dulce, más aguda:) Hola, bebé. ...
 (cuando acaba la llamada vuelve a hablar con los amigos en modo rudo).
 Hombres, en buena onda les doy un consejo es que... cuando están así, y de repente les habla pues... ¡NO HABLEN COMO PUTOS!». (CONSEJOS PARA HOMBRES)
43. «-Oye, ¿qué te pasa? ¿Quién es ese?
 -¿Qué? Ah... pues... un amigo con el que salí.
 -Mmm... Un amigo... Cortamos y ya luego... luego de prostiputigolfa.

-Oye, ¿qué te pasa? ¿Que no soy libre de salir con quien sea?

-Pues sí, pero te lo digo por tu bien. Te ves mal. Luego luego terminamos y te ves con otro.

-Oye, pero ¿de qué te enojas? ¡Si tu saliste con una de mis amigas!» (*Maldit@s... EXNOVI@S*)

44. «-Estaría bien otra vez, ¿no? Ya la última, de despedida...

-Vaaa, órale, va va va, estaría bien, vamos.

Les decía que esos sí son hombres... los que piensan con la cabeza (*se señala hacia abajo)». (*Maldit@s... EXNOVI@S*)

45. «¡Qué hueva de ex novios! Pero no sé quiénes son peor: estos o los que destruyen tu reputación después de haber terminado». (*Maldit@s... EXNOVI@S*)

46. «-¿Te digo algo?

-Sí, ¿qué pasó?

-Tú sigues siendo el amor de mi vida.

¿Putá Madre! ¿Quién las entiende? ¿No era que eran muy pinche felices?» (*Maldit@s... EXNOVI@S*)

47. «O el ex novio "red social": este se la va a pasar revisando todas las redes sociales en las cuales estás». (*Maldit@s... EXNOVI@S*)

48. «O la pelea por culpa de la red social.

-(**ella mira el ordenador y ve algo que la enfada. Llama por el móvil*) ¿Quién chingados es Sofía?

-¿Sofía? ¿De qué estás hablando?

-¡Ay, sí, ay... "de qué me estás hablando" (**le hace burla*)». (*PELEAS DE NOVIOS*)

49. «La semana pasada hablamos de tipos de novias y el día de hoy hablaremos de la versión masculina de las novias: los esclavos». (*TIPOS DE NOVIOS*)

50. «Ellos solamente son lindos cuando hacen algo malo, así que, si tu novio es lindo contigo, pues a lo mejor te está engañando todos los días, ¿no?». (*TIPOS DE NOVIOS*)

51. «-Ay, mi amor, es que eres como un sol que ilumina mis mañanas, porque cada vez que despierto junto a ti es como vivir un sueño, un sueño de amor... y es por eso que te amo. ¿Tú a mí?

-Sí, también te amo.

-Pero así... ¿qué-qué piensas de nuestro amor? O sea...

-Pues así... lo mismo que dijiste así, igual lo siento, así, igual, un poquito más.

-O sea, ¿qué quieres decirme? Algo... no sé...

-Pues sí, igual como lo tuyo, pero ponlo en mí...

-¡Estoy diciendo que me digas algo bonito!

-¿Algo bonito? Walking Dead.

-¿Qué chingas que Walking Dead qué?

-Walking Dead se me hace bonito, tiene la historia, las actuaciones...

-¡Algo de amor!». (*TIPOS DE NOVIOS*)

52. «Dicen que las mujeres tardan años en arreglarse, pero... bueno sí, se tardan un chingo, pero hay hombres que se tardan mucho más. Esos no son novios metrosexuales, son kilometrosexuales». (*TIPOS DE NOVIOS*)

53. «Las novias: esos seres que nos dejan sin dinero, pero nos llenan de amor». (*TIPOS DE NOVIAS.*)

54. «Señoritas, sufren porque quieren. Hay millones de personas en este mundo... bueno, igual las personas que no hablan su idioma pues esa queda descartado, y bueno, y la gente que es de su mismo sexo también queda descartada, y los que viven muy lejos y obviamente no vas a poder conocer, pues quedan descartados,

pero hay millones de personas que quisieran estar contigo. Tanta gente que quisiera una novia como tú y tú estás con un patán tan despreciable». (*TIPOS DE NOVIAS.*)

55. «-(*a su amiga) Bueno, la verdad es que sí es mi novio... pero mientras (*risas)

(*Cancion: toodo se derrumbó dentro de mí...)

-Amor, ya... pero ya compré los boletos para el teatro el viernes.

-Ah, ¿el viernes?

-Sí.

-¿Cuántos, dos?

-Sí.

-(*a su amiga) ¿Vamos tú y yo? Ya nos compró...

(*Cancion: toodo se derrumbó dentro de mí...»). (*TIPOS DE NOVIAS.*)

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones**

1. «-¿Sabes qué... qué es lo que nunca falla? Que le bailes así en público, allí, bien chido, para que vea que harías todo por ella». (*CUANDO TE PASA...*)

2. «Chico 1: -¿Cómo?

Chico 2: -¿Pues ella dijo eso?

Chico 3: -Sí.

Chico 1: -No mames, eso está muy raro, wey.

Chico 3: -Sí, lo sé. ¿Qué mujer tiene PlayStation?». (*MEX MEN volumen 3 (EL CONVIVIO)*)

3. «Por ejemplo, si un hombre les dice: "Yo no sé qué le ven a la pornografía... o sea... hasta me da risa... no sé. No... no... no lo entiendo, no sé, no me causa nada. Nada más la veo, pero, o sea, para reírme" es porque seguramente es un perverso sexual. Se hace 15 chaquetas al día y... bueno... no lo saluden de mano, por favor». (*ELLAS NO LO SABEN....*)

4. «También hay algunos novios y algunas novias que son bastante aprovechados y aprovechadas, es decir, la persona le regala algo que él quiere, oseaselemele, que la novia le regala al novio unos boletos para el concierto de Camila, cuando al novio ni siquiera le gusta. No seas gandalla, no seas así. Si eres mujer, regálale cosas de hombre y, si eres hombre, regálale cosas de mujer». (*MESES DE NOVIOS*)

5. «Hay novios que siempre tendrán una prioridad.

-Ay, mi amor, quiero que vengas, por favor. Estoy super triste, se murió Chipirilo.

-¡No! ¡No, mi amor! ¿Por qué? Mi amor, te juro que en cuanto me desocupe, voy. Voy como en media hora.

-Pues es que lo atropellaron, pero...

-¡¡GOOOL!! ¡¡Gooooo!!!» (*TIPOS DE NOVIOS*)

2. Tono

El tono de los vlogs es, principalmente, humorístico, puesto que parodia situaciones de la vida cotidiana con intención de entretener. Como él mismo dice en el vídeo *OSEA, DEPRE MIL WE!*: "solamente pretendo decirles que estos vídeos no pretenden enseñarles nada, ni siquiera educarlos o instruirlos, para eso está su familia. Esto es un recreo. Aquí es cuando se divierten y sonríen. Lo único que pretenden estos vídeos es dibujar una bella sonrisa en esos horribles rostros".

Otras veces parodia una situación determinada con mediante un tono dramático muy exagerado (reforzado con el uso de efectos como el blanco y negro) y, en otras ocasiones, al final de un vlog paródico, adopta un tono más serio para dar su opinión acerca de algo (*¿SER HOMBRE O MUJER?*).

Con respecto a las series y cortos, hay mucha diversidad que depende directamente de la temática, por ejemplo, la serie *Mex Men* trata de una serie de jóvenes con poderes, por lo que incluye pequeñas escenas cómicas, mientras que en el corto *Intento* predomina un ambiente triste y emotivo o, en el corto *No más violencia*, predomina la denuncia y la llamada a la conciencia individual y la reflexión.

3. Gestualidad

En todos sus vlogs se encuentra sentado frente a la pantalla y suple la falta de movimiento corporal con una amplia gestualidad manual, principalmente con gestos que refuerzan la explicación (apertura de manos, movimientos circulares con las manos, gestos de señalar), y con la expresión facial, mediante la que refuerza su estado de ánimo.

Feedback con el público:

En ocasiones, pide la participación de sus suscriptores a través del envío de vídeos, por ejemplo, para crear la intro de su segundo canal, *Werevertumorro2*, o para la serie *Mex Men*. Es muy habitual que pida a los suscriptores que comenten con su opinión sobre algún aspecto que ha salido en el vídeo y en muchos vídeos anima a todos los usuarios que lo ven a suscribirse o dar like. Ya desde los inicios del canal fue muy activo en otras redes sociales, teniendo contacto con sus suscriptores a través de Facebook, Twitter, Instagram y Snapchat.

CANAL 6



Ficha técnica:



Nombre del canal: CaELiKe (Patricia Caeli Santaolalla López).

Descripción del canal: SIGUEME POR AQUI!!! =)

País: México.

Categoría / temática del canal: Entertainment (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 22 septiembre 2010.

Fecha del primer vídeo: 28 octubre 2010.

Número de vídeos subidos: 455 vídeos.

Número de suscriptores: 14.373.466 suscriptores.

Número de visualizaciones: 1.276.360.616 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 8:36 minutos.

Duración total del contenido: 65:02:42 horas.

Edad del youtuber: Nació en 1990, así que subió sus primeros vídeos con 20 años.

Social Blade Rank: D-.

Otros canales del youtuber: *La Vida de Caeli, ThisISCaeli* (en inglés)

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre

En sus vídeos, generalmente narrativos y expositivos, predomina el primer plano y el plano medio. A veces enfatiza un sentimiento o una expresión con un gran primer plano.



Imagen 55. Ejemplo primer plano y plano medio



Imagen 56. Ejemplos de gran primer plano y plano detalle

2. Punto de vista y angulación

Por lo general, utiliza un primer plano frontal, aunque cuando representa una conversación entre dos personajes alterna entre una posición a la izquierda y otra a la derecha.



Imagen 57. Ejemplo de encuadre usado en diálogo entre dos personajes

También tenemos alguna muestra de plano picado y contrapicado, pero no es excesivamente habitual.

3. Efectos

No utiliza demasiados VFX, a excepción de algún filtro en las escenas dramáticas o hipotéticas o algún uso puntual de *flares*.



Imagen 58. Ejemplo de uso de flares o brillos y filtro



Imagen 59. Ejemplos de angulación ligeramente picada y contrapicada

Sin embargo, recurre a menudo a SFX durante su discurso. De este modo, percibimos sonidos de suspense, de animales (ovejas, vacas...), sonidos de efecto de muelle o de reboninar, de objetos como matasuegras y sirenas, de aplausos, de voces de niños que hacen “ohhh”... También acude, en varios momentos, a la distorsión de la voz.

A modo de curiosidad, en uno de sus vídeos, dedicado a las técnicas de ligue, utiliza diversos elementos efectistas de vídeo y de audio que remiten al *Street Fighter*, relacionando el ligue con un combate.



Imagen 60. Efectos basados en Street Fighter

4. Música

Habitualmente, acompaña su discurso con diferentes canciones y melodías, una de las más reconocibles *Piano Ballad* de Michael Marmol, presente en iMovie.

5. Sintonías

Desde los primeros vídeos y durante varios años, en sus vídeos se podía oír la canción *Taran tan tan* del grupo Pánico Escénico, que constituía ya una sintonía del canal, que usaba constantemente. Con el tiempo la abandonó, utilizando otras melodías. Para los vídeos de *Be You*, utiliza un fragmento de la canción *Ever felt*, de Kimi Rodríguez.

6. Uso de cabeceras y cierres

Inicialmente no tenía cortinilla de introducción al vídeo, pero ella comenzaba siempre el vídeo cantando «mi-mi-mi-miércoles». Con el tiempo, abandonó ese saludo por uno más tradicional: «Hola, ¿cómo están? Yo soy Caeli. Bienvenidos a un nuevo vídeo...». Igualmente, tuvo algunas intros que no duraron más que unos pocos vídeos. Destacan una intro animada para representar una etapa más «dulce y tranquila» del canal, más centrada en tutoriales, looks y vídeos más elaborados, mientras que la actual, va acompañada de un estilo más agresivo e impactante, acompañando a la temática (temas más controvertidos y *challenges*).



Imagen 61. Capturas de intro

Hace una serie de vídeos específicamente destinados a cuidarse, donde presta atención a las dietas, el ejercicio, la depilación..., que cuentan con una cortinilla propia y diferenciada.

BE YOU

Imagen 62. Intro especial «Be you»

7. Uso de separadores

Normalmente, en lugar de usar separadores, para una enumeración de tipos de personas o de ejemplos, cuenta oralmente y con refuerzo gestual o usa cortes en la edición del vídeo. Algunas veces usa un separador que recuerda a la televisión convencional, para señalar alguna toma falsa o algún corte cómico.

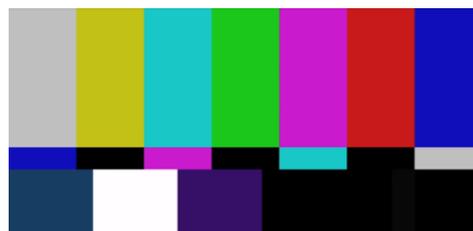


Imagen 63. Separador televisivo

8. Miniaturas

Algunas de las miniaturas han sido recientemente editadas, incorporando dibujos en las primeras miniaturas del canal. Sin embargo, no se observan grandes cambios en las miniaturas, salvo por las más recientes, que suelen ir acompañadas de un texto intrigante o llamativo y, quizá, un uso de colores más vivos. En general, aparece Caeli, con alguna cara o pose representativa, acompañada de alguna ilustración o texto.



Imagen 64. Miniaturas de diferentes momentos del canal

Aspectos relacionados con el entorno:

La mayor parte de sus vídeos se desarrollan en interior. Muchas veces se ven detrás dibujos, posters y peluches. Es común que aparezcan marcas de productos, operadores de telefonía, etc. y no siempre aparece reflejado en los comentarios del vídeo que se trata de un vídeo patrocinado.



Imagen 65. Diferentes marcas de productos y servicios

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

Esta *youtuber* aborda una gran cantidad de temas, pero dedica muchos a la relación entre hombres y mujeres y a las diferencias de comportamiento entre unos y otros (*HOMBRES MENTIROSOSS!!!, MUJERES MENTIROSOSS!!!, COMO SUENAN LAS MUJERES PLATICANDO / LA REALIDAD*), dedicando incluso una serie de vídeos a los distintos pasos que atraviesan las relaciones y dando consejos para una mejor comunicación en las parejas (*El mundo de los sexos*). Se trata siempre de puntos de vista heterosexuales, sin ningún tipo de comentario dedicado a cualquier otra realidad existente en este ámbito.

Tiene también una serie de vídeos en los que hace de *Juanxita*, una joven a la que llaman *naca*¹⁷ con asiduidad, buscando la comicidad a través de la presentación de un personaje ignorante que no sabe adaptarse a diferentes situaciones.

Ha hecho colaboraciones en sus vídeos con grupos musicales como *Kinky, Paty Cantú* o *Simple Plan* y otros *youtubers*.

Generalmente, cuida bastante su lenguaje, imponiéndose una autocensura con sonidos variados en lugar de una palabra malsonante.

- Estereotipos de género relacionados con el físico y el aspecto

1. «No lo notan, pero espérense, porque si fuera un cambio de estos, así sí lo notarían y hasta nos criticarían, cuando no tienen por qué hacerlo:

- ¿Qué onda, amor?

(*ella se está frotando la cara, y saca las manos) -¿Qué onda, amor?

-¿Por qué te dejaste el bigote?

-¿Te gusta? Mmm (*pone labios para besar)». (*UNOS BESOS A CAMBIO DE...*)

¹⁷ Según *etimologias.dechile.net*, la palabra *naco*, *-a*, en México es una forma despectiva de referirse a alguna persona, por su poca educación, por su mal vestir o simplemente por no estar en armonía en un grupo. Inicialmente, vinculada a las clases bajas y a los pueblos indígenas, en la actualidad se aplica también a las nuevas clases medias y nuevos ricos que compran propiedades y visten de forma ostentosa.

2. «Hombres, ¿ustedes creen que esto es sexy?» (*Hacerse fotos con bigotes postizos o pintados) (*TU MODA BIGOTONA ES SEXY... NOOOOT!!!!*)
3. «-Mis músculos son gigantes, soy fuerte y puedo golpear. Adiós, amor, voy al gimnasio.
-Ay, sí. Adiós, amor. Sí, tú ve al gimnasio. (*se marcha él). O sea, o sea, veanle los músculos, o sea, él tiene que ir al gimnasio. No importa que no lo vea. Nunca». (*SI TE GUSTA... NO LO HAGAS!!!*)
4. «Ven a una chamba, se les hace guapísima, hermosa y dicen: "Va, pues vamos a ver qué onda, ¿no? Se vuelven novios, pasan unos meses y de repente, van a su casa, la ven y: ¡Qué óvole! O sea, ya están hechas así, feo, o sea, que ya no se arreglan». (*QUEJENSE NOVI@S!!! AAAARRRGG!!!*)
5. «¿Que por qué nos tardamos tanto en arreglarnos? ¡No puedo creer que se quejen de eso, hombres! ¿Por qué creen que nos arreglamos tanto? ¡Pues paara ustedes! Pero si no nos arreglamos, estarían: "¿Por qué no te arreglaste?"». (*PORQ NADIE NADIE NOS ENTIENDE!!?!? AAARRRGG!!!*)
6. «En serio, hombres, el que usen loción... a las mujeres nos encanta porque es como que no están sudorosos y oliendo a hamburguesa y a fútbol y a pañales, o sea, a cosas de hombres ¿no? O sea, que huelan rico, que se cuiden...». (*LO Q QUEREMOS EN UN HOMBRE! (Mas noticia importante)*)
7. «A las mujeres nos gusta usar maquillaje porque, quieran o no, nos ayuda, nos ayuda un poco... bastante... Si vieran cómo me levanto yo en la mañana...». (*SECRETOS DE MUJERES!!!*)
8. «Ellos son interesados en la mujer, en el físico, en si está bien formada y acá que tenga (*señala el pecho)... o sea, que no se fijan en los sentimientos». (*EL AMOR ES UNA POPIS!! Hombres VS Mujeres*)
9. «Puede ser un plus, una ayuda extra a tu popularidad, que se facilita un poco más el camino y eso es si eres rubia. No importa que no sea natural, solamente píntatelo (...) y ya sé o que dicen de: "ay, las rubias son tontas"; tendrás que sacrificar el que piensen que tal vez eres un poco tonto, porque eres rubio, pero vas a ser popular». (*COMO SER POPULAR*)
10. «Mucho cuidado con los amigos que haces, tienes que hacer amigos con chavos guapos y fuertes. No puedes hacer amigas guapas y populares, porque entonces eso te bajaría a ti tu popularidad. No puedes tener competencia». (*COMO SER POPULAR*)
11. «Mis tips» (*acompaña un dibujo hecho con Paint que pone "fat!"). (*COMO BAJE 15 KILOS!*)
12. «Aparte de que nos tiene que ver como unas niñas arregladas y bonitas y cuidadosas de nosotras mismas, también a los hombres les gustan las mujeres que hacen deporte». (*LO QUE NECESITAS PARA GUSTARLE*)
13. «Todas las mujeres somos muy peludas a comparación de los hombres. La verdad, un hombre se tienen que rasurar simplemente las lamp... eh, solo la barba, si es que quiere y, si no lo hace no se ve mal. Tal vez no le queda la barba, pero no es que se vea como una mujer que sí se deja los pelos de las axilas... Las mujeres tenemos que rasurarnos que el bigote, que la barba... o sea... yo... barbas no me salen... que las axilas, que las piernas, que partes bastante difíciles de rasurar y de quitarnos pelitos muy feos». (*MUJERES PELUDAS COMO YO*)
14. «Así como hay hechos para mujeres, también hay perfumes para hombres, bueno, las lociones, así también hay rastrillos¹⁸ para mujer y para hombre, porque las mujeres somos más delicadas y los vellos de hombre son más gruesos, feos y los de las mujeres son bonitos, preciosos y delicados». (*MUJERES PELUDAS COMO YO*)

¹⁸ En México, «rastrillo» hace referencia a la maquinilla de afeitarse.

15. «Creo que esto (*afeitadora Venus) es lo más más más importante, porque tienes que ir a la playa con piernas bonitas y suavitas y que no se vean raspadas». (LO QUE PASA EN LA PLAYA... SE QUEDA EN LA PLAYA / CAELI)

- **Estereotipos de género relacionados con comportamientos y actitudes**

1. «¿Por qué cuando las mujeres bailamos hacemos la boca así? ¿Por qué? ¿Estamos alentando a los hombres a que lleguen y nos roben un beso en la boca o qué? ¿Acaso se ve más sexy es bailar con la boca así?». (JaPon Pon Pon¿? 1°)

2. «¿Cuántas maneras diferentes y sin ofender los hombres pueden decir que quieren ir al baño a hacer sus necesidades? / Eso simplemente no es justo porque en una mujer se escucha mal. Hay muchas mujeres que de todos modos lo dicen y así. / Lo peor de todo es que la manera en que los hombres lo pueden decir... la mayor que me comentaron son un poco vulgares, siento decirlo pero así es. Imagínense a una mujer diciéndolo: "Disculpen, voy a agachar el topo y regreso en un momento", "Ay, me voy, que está asomando la cabeza la tortuga"...». (ME ACOMPAÑAS AL BAÑO???)

3. «Cuando vas en la calle y te mandan un beso... argh... es tan asqueroso, porque siento como si me lo dieran, en verdad, y te lo imaginas y... Aparte que las personas que hacen esto son como descaradas, porque se aprovechan en la mayoría de veces cuando estás sola». (OYE PAPIIII DAMELO TODOO!!)

4. «De hecho, yo creo que puede llegar a ser más incómodo el silencio o bueno, la manera en la podrías comenzar una plática cuando conoces a una mujer que cuando conoces a un hombre. Tienes como que... que quedar bien. Siempre es como que una competencia. Tienes que tener como que mucha imaginación». (MI PRIMERA VEZ!!!)

5. «El punto es que les estaba diciendo que, a veces, los benditos, sagrados y malditos hombres no notan nuestros cambios». (UNOS BESOS A CAMBIO DE...)

6. «¿Por qué demonios nos gustan los hombres [cabrones (*editado con sonido de cabra)], difíciles y que nos tratan supermal y, para los hombres: por qué, hombres, por qué les gustan las mujeres que son... que andan con todos... y que son unas malditas con ustedes? Siempre nos fijamos en los malos». (SI TE GUSTA... NO LO HAGAS!!!)

7. «Así que cómete tu verduritas». «No, mijita, no digas mentiras, porque te va a crecer la nariz». (MIS POMPIS NO MIENTEN...Mis papàs Sí!!)

8. «Una de las cosas que yo creo que a cualquier hombre le molesta es que su novia o una amiga o cualquier mujer, pues se tarde a la hora de ir a algún lugar. Que pases por ella, que se tarde 20 minutos, 30 minutos, 40 minutos, 50...». (QUEJENSE NOVI@S!!! AAAARRRGG!!!)

9. «La verdad es que, nosotras, las mujeres, nos podemos quejar muchísimo más de los hombres, porque hacen muchas cosas que nos molestan, y eso no está padre, no está bonito y coqueto. Porque a veces están con nosotras y estamos saliendo así, bien bonito y románticamente y cachas a tu novio que está volteando a ver a otra mujer cuando está contigo». (QUEJENSE NOVI@S!!! AAAARRRGG!!!)

10. «Los hombres también cambian, y mucho. No tanto de físico, pero me refiero más a cuando cambian su manera de ser, que está todavía peor a que nosotras cambiemos nuestro físico. O sea, al principio son supercaballerosos, te invitan todo, te abren la puerta del coche, te llevan a pasear en caballo, te llevan a hacerte tus trencitas, o sea, todo. Y después de un rato ya que son novios, ah, ya se les olvidó todo, te faltan al respeto, te empiezan a aventar cosas, te pegan». (QUEJENSE NOVI@S!!! AAAARRRGG!!!)

11. «Pues es que los hombres maduramos y crecemos y nos decimos "oh, pues ya es machito, ya se tiene que cuidar", y las mujeres no, ellas se quedan en sus mundos de princesas y de fantasías». (*QUEJENSE NOVI@S!!! AAAARRRGG!!!*)
12. «-Oye, mi amor, la neta¹⁹... Hoy voy a salir con mis amigos, ¿no importa? ¿No importa, mi amor, pichoncito, corazón...?
-Pues... como quieras, amor, pues ya voy a estar aquí, si te quieres ir con tus amigos, pues ya tu decide.
-Bueno, pues. Gracias, mi amor, gracias.
-¡O sea que sí te vas a ir con tus amigos! ¡Ok, vete!
-¡Pero si tú acabas de decir que no importa!
Ay, bueno, esa pues... cualquier mujer enamorada lo hace por amor». (*PORQ NADIE NADIE NOS ENTIENDE!!?!? AAARRRGG!!!*)
13. «Lo superaste, lo borraste de todas tus redes sociales, no lo estuviste stalkeando como debiste de haberlo hecho, siendo buena ex novia». (*NO ODIES A TU EX... MATAL@ AMABLEMENTE*)
14. «Y mientras tanto, tenemos que seguir aguantando felizmente estas bonitas cosas que nos dicen las mamás... las mamás esas... de las cuales, la mayoría *todo*, uno que otro pues, *todo*, son regaños. ¡Nooo!».
(*PURAS MADRES!!!!*)
15. «Tu cuarto es un asco, ¡álzalo!».
(*PURAS MADRES!!!!*)
16. Letras blancas sobre fondo negro: «Una historia real, pero irreal. Oooops, te pegué, hija, ooops».
(*PURAS MADRES!!!!*)
17. «-Te hice lasaña... así... (gesto de chupar dedos) deliciosa, hijito...
-Oh, mejor hazme ahí un potolito, ¿no?
-¡Aquí no es restaurante para que vengas a pedir lo que tú quieres! Te tragas lo que yo hice».
(*PURAS MADRES!!!!*)
18. «Y hasta parece que las mamás son bipolares. Bueno, y la verdad es que las mamás son bipolares. Un poquiiiito bipolares. En un momento están así, todas amorosas y hermosas como siempre lo son, y al otro hermoso momento...».
(*PURAS MADRES!!!!*)
19. «La verdad es que las mamás sí tendrán muchos regaños y formás así de demostrarnos su amor, bien raro, de gritarnos y castigarnos y hasta, a veces, pegarnos, pero porque nos quieren».
(*PURAS MADRES!!!!*)
20. «¿Qué pasó, mi amor? Estás en tus días, ¿verdad?».
(*SOY BIPOLAR!! con PATY CANTU!!!*)
21. «-Porque la verdad es que ustedes, hombres, no se pueden decidir entre los que les dice su cabeza y lo que les dice su novia.
-Eres un mandilón²⁰, eres un mandiloncete.
-Claro que no, ella hace lo que yo le digo, es más, mañana ni voy a salir con ella. (*la novia le llama por teléfono y le dice que sí».
(*SOY BIPOLAR!! con PATY CANTU!!!*)
22. «Por más anticuado que se escuche, muestren su caballerosidad al abrirnos la puerta puede mostrar demasiado en la primera cita».
(*EL MUNDO DE LOS SEXOS - IR POR ELLA*)
23. «-Gracias por invitarme, werito.

¹⁹ La palabra «neta» en México presenta varios usos en función del contexto, puede usarse como una expresión de sorpresa del tipo «¿en serio?» o «¿de verdad?», pero también como marcador explicativo del tipo «la verdad es que...»

²⁰ Se usa como expresión equivalente al «calzonazos» español, un hombre que se deja gobernar por su pareja.

-Oigan, esto me gano por andar de caballeroso. Ahora voy a tener que lavar trastes para pagar esta cuenta, tampoco se manchen, ¿no?». (*EL MUNDO DE LOS SEXOS - EL RESTAURANTE*)

24. «-¿Qué onda, guapa? ¿Cómo te llamas?

-Caeli.

-Oye, vamos a mi mesa.

-Oye, ¿qué te pasa? Ella viene conmigo.

-No sean agresivos ni posesivos, déjennos hablar antes de que se pongan de machos». (*EL MUNDO DE LOS SEXOS - LA PACHANGA*)

25. «-¡Ámonos, ámonos a tu casa!

-Oye, pero yo manejo, tú ya estás muy mal. Dame las llaves.

-Nooo, yo manejo.

-Dame.

-Shhh, eres mi mujer y yo te voy a llevar.

-Si ni siquiera soy tú novia.

-Cállate». (*EL MUNDO DE LOS SEXOS - LA PACHANGA*)

26. «El punto aquí es que todas nosotras somos unas princesitas hermosas, así que no se dejen tratar feo por los hombres bestiosos eh, y ustedes, hombres bestiosos, trátennos bonito, sean unos príncipes, que digas: "qué papachoso príncipe es este" y la princesa y que... hagan un cuento de hadas juntos los dos». (*NO ME TRATES COMO PRINCESA!!!*)

27. «Y la verdad es que estos casos no solo le pasa a los hombres, de estar en la friend zone, también nos pasa a las mujeres... No, no es cierto... Sí nos pasa, pero bueno, digamos que no pasa tan frecuentemente como a los hombres». (*MALDITA FRIEND ZONE!!! ♥♥*)

28. «Ustedes también tienen la culpa. Muchos de ustedes son el típico hombre amigo de todas las mujeres y eso es porque nos tratan como princesas todo el tiempo, cuando los necesitamos, los buscamos y están ahí para nosotras y hasta cuando no los necesitamos ahí están». (*MALDITA FRIEND ZONE!!! ♥♥*)

29. «Ya saben que las mujeres somos muy complicadas y los hombres poco comprensivos, así que esperamos que esta primera guía les ayude a entenderse». (*MUNDO DE LOS SEXOS - EL LENGUAJE DE LA MUJER*)

30. «...porque las mujeres estamos locas. Somos muy complicadas, extremadamente raras y bipolares. No, de hecho, no. No somos bipolares. Somos multibipolares». (*CUIDADO CON LAS MUJERES!!!*)

31. «Ok. Todos sabemos que las mujeres hablamos, hablamos y hablamos muchísimo y luego, ustedes, hombres, tienen que estar ahí nada más sentados escuchándonos». (*CUIDADO CON LAS MUJERES!!!*)

32. «Cuando a una mujer le haces una escena de celos y ella te dice:

-Ay, ¡qué horror! ¿Por qué me estás celando? ¡Qué horror que no tengas la confianza en mí y te tengas que estar peleando por ahí con tus celos! ¿Por qué? ¿Por qué haces eso? ¿Por qué?

No se preocupes, hombres, créanme que, en realidad, por dentro, ella, lo que está queriendo decir es: -¡Ay, cosa, me celó... Le da celos... ¡Qué bonito! Te hubieras golpeado con él para demostrarme más los celos que tenía, pero una pelea de los dos, así, por mí... que tú me lo demuestres es increíble, o sea, los celos es el amor». (*SECRETOS DE MUJERES!!!*)

33. «Yo te voy a dar las razones: si sigues soltero, te ahorras de escuchar estas frases: "¿Quién es esa?", "Llegaste tarde, o sea, me dejaste esperando", "tu última conexión no fue la mía, eh", "No irás a cambiarme por esa, ¿verdad?", "Ya no me quieres como antes, ya ya... ya lo sé", "sí, ya vas a salir con tus "amigas", claro...". (*SOLTERA BUSCA NOVIO!?!?*)

34. «-Porque ustedes son los que tienen la culpa en esto.
-Nosotras somos las del amor bonito, ustedes son los culpables.
-Nosotras somos las románticas, las que damos todo y ustedes...(*sacuden las manos)». (*EL AMOR ES UNA POPIS!! Hombres VS Mujeres*)
35. «...que tengan mucha labia, se sepan esas frases con las que nosotras ahí... luego van y caemos». (*EL AMOR ES UNA POPIS!! Hombres VS Mujeres*)
36. «-Ya, ya, ya... ¿Y qué más se puede esperar de ellos? Todos son iguales.
-Oi, este es el bueno, el indicado, y termina siendo igual, todos son iguales». (*EL AMOR ES UNA POPIS!! Hombres VS Mujeres*)
37. «A mí me *grrrr* las mujeres que se hacen las mustias. Por amor de Dios, si hicieron algo malo, que se hagan responsables de sus actos». (*EL AMOR ES UNA POPIS!! Hombres VS Mujeres*)
38. «-Siempre pasa, ¿no?, que conoces a esa persona y dices: "Ah, se ve buena onda, me voy a acercar" y de repente llegas y: "Ah... Hola (*voz de tímida)"
-Que sean diferentes a lo que son en realidad». (*EL AMOR ES UNA POPIS!! Hombres VS Mujeres*)
39. «-Siempre se quejan las mujeres de la infidelidad, pero no siempre los hombres son los que son infieles, también hay muchas mujeres infieles, lamento informarle.
-En realidad, las mujeres son más infieles. Seamos sinceros, las mujeres son interesadas... (...) porque tienen a un hombre que les da todo, pero llega otro con más y se van con él.
-Con más dinero.
-O con mejor cuerpo». (*EL AMOR ES UNA POPIS!! Hombres VS Mujeres*)
40. «-Se tardan horas, horas y horas arreglándose...
-¡Es para ustedes!
-Pero llega a desesperar.
-Ay, ¿cómo me veo? ¿Me queda bien esto? ¿Estoy muy gorda?». (*EL AMOR ES UNA POPIS!! Hombres VS Mujeres*)
41. «Que sean criticonas. Siempre entre ellas se comen a los demás». (*EL AMOR ES UNA POPIS!! Hombres VS Mujeres*)
42. «Que estos meses en mi vida han habido muchas "mamás" que no me dejan salir, ¿se entiende? "Mamás", porque, como en el ejemplo, es la mamá que no lo deja salir a la hija: "No, con el papichulo, no..."». (*Q PASARA CN LOS MIMIMIMIERCOLES!?*)
43. «Yo, con que hagas algo como nada más esto: que tengas confianza, que encuentres cosas en común que tengas con la persona que te gusta, ser interesante, espontáneo, tienes que ser emocionante, tomar riesgos, decirle muchos cumplidos, ser lindo, pensar bien lo que vas a decir, si no, mira, mejor... shhh, por nada del mundo la critiques, sé detallista, sé limpio, huele rico, ábrele la puerta, dale flores, respóndele los mensajes, llámale, búscala, no voltees a ver a ninguna otra mujer, que te huelan rico los pies... bueno, que no te huelan feo». (*COMO ME GUSTA Q ME LIGUEN ♥*)
44. «Para empezar, tienes que saber que stalkear no es malo, porque todo el mundo siempre, toda la sociedad, siempre te está diciendo: "Es malo, es malo, no stalkees". El primer paso es aceptar que es algo bueno y natural del ser humano, que es una manera de demostrar que de verdad quieres a esa persona. Porque si quieres algo, siempre te dice también la sociedad: "Lucha por él", ¿no? "Lucha por él, haz hasta lo imposible". Pues ahí está». (*NO LO ENTIENDAS, SOLO STALKEALO!!!*)

45. «Como que no tienes que tener sentimientos, ya que vas a andar con muchos chavos o con muchas mujeres, los vas a dejar, tienes que usar a la gente». (COMO SER POPULAR)

46. «Hay papás que reaccionan así:

-Profesor, profesor, ¿puedo salir un tantito a por unas aspirinas?

-¡Ay, mijita!

-¡Mamá! ¿Qué haces en mi escuela?

-Mira, tómate esto, tómate esto y no te preocupes. Pero tápate, tápate, ve cómo andas. ¿Necesitas un papelito para tus mocos? Para que te sientas mejor, mi niña. ¡Ay, ay, ay! ¿Quién se siente mal? Toma, una laptop, ¿ya te sientes mejor, mijita?». (COMO SON LOS PAPÁS CUANDO TE ENFERMAS)

47. «Como mujer, cuando nos gusta alguien, lo primero que queremos es apartarlo, o sea, decir "ese es mío" y nadie más lo puede ver». (LO QUE NECESITAS PARA GUSTARLE)

48. «Estábamos pensando en esto de cómo las mujeres mandamos mensajes, más bien cómo pensamos tanto en mandar un mensaje y más cuando es a un chavo.

-Cómo lo editamos, lo borramos y pedimos consejo y es como... el mensaje que mandas en realidad fue escrito por 6 u 8 mujeres que ayudaron, o sea, no fuiste tú sola.

-¡Así somos, mujeres, es la verdad!». (COMO ESCRIBEN LAS MUJERES POR WHATSAPP)

49. «Todo indica que me quiere invitar a una cita. Seguramente me quiere invitar a una cena romántica con velitas, y me va a llevar rosas, porque se ve que es de ese tipo de chavos. No se ve que es como los demás, que te andan ahí poniendo el cuerno. Él se ve que es super lindo y que él no maña ese tipo de cosas. Él es diferente. O sea, todos los hombres terminan siendo iguales, pero él no, se nota que él no es así». (LO QUE LAS MUJERES PENSAMOS CUANDO NOS GUSTA ALGUIEN)

50. «#AyudaMamaDeCaeli le debo de regalar algo a mi novia x su cumpleaños y no sé qué regalarle.

Ahí sí tienen un problema. Regálale algo chiquitito, una florecita, porque luego quieren más y quieren más y quieren más... Les das ahorita algo de este tamaño (*gesto con las manos) y mañana quieren algo de este (*gesto con las manos) porque cumplieron un mes. Imagínate, cumplen dos meses, va a querer una caja así (*gesto con las manos). ¿Qué le vas a regalar al año, después de doce meses? Entonces, regálale algo muy...

-No, pero así debe de ser.

-Una tarjeta, una tarjeta...

-¡Pues que nos consientan!

-No, noo. Ese es el problema, ese es el problema, que piden que las consientan, pero mañana las consienten más y luego, llega un momento que no las puedes consentir y dicen: "¿Sabes qué? Ahí nos vemos"». (PEORES CONSEJOS DE UNA MAMA)

51. «Canción de reggaeton más machista. La verdad es que me puse a buscar en mis canciones y no encontré una canción machista, aunque no lo crean. Y me acordé de todo esto que están haciendo de que Maluma hizo la de 4 *Babies* y que "oh, por Dios, Maluma" (*tono de burla) y creo que es la canción más machista que pudo venir a mi mente (...), aunque tengo que decirles que también es una canción muy buena». (TAG DEL REGGETON | CAELI Y EL PERREO INTENSO)

- **Estereotipos de género relacionados con gustos y aficiones**

1. «Yo creo que lo que más podemos odiar las mujeres de los hombres es cuando se ponen a jugar a sus benditos y sagrados videojuegos». (QUEJENSE NOVI@S!!! AAAARRRG!!!)

2. «Se quejan de que no las pelamos cuando vemos el fútbol, pero ¿qué tal cuando las llevamos al estadio? Son peor que nosotros, gritan más vulgaridades de las que yo me sé». (QUEJENSE NOVI@S!!! AAAARRRG!!!)

3. «Ustedes hombres, también.

-No, mi amor, la verdad hoy no quiero tomar, hoy siento como que cero alcohol.

-Qué bueno, mi amor.

(*Viene un amigo y ya está con la copa)». (*SOY BIPOLAR!! con PATY CANTU!!!*)

4. «(*Se pone una camiseta de fútbol, y el chico no le presta atención). Error de atuendo, hay que saber sacarnos provecho (*aparece con la camiseta enseñando el ombligo)». (*EL MUNDO DE LOS SEXOS - Ligue*)

5. «-Órale, no sabía que te gustaba la buena literatura. Twilight es lo mejor y el vampiro está guapísimo. O sea, tampoco exageren. No se vayan a los extremos y menos quieran ligar diciendo que el vampiro está bien guapo, a menos de que quieran caer en la GAY FRIEND ZONE». (*EL MUNDO DE LOS SEXOS - Ligue*)

6. «-Anda, te gusta Twilight, ¿no? Mira, compré la versión porno en pirata. ¿Vamos a verla en mi casa en la noche o qué?

-Ni cómo ayudarlo». (*EL MUNDO DE LOS SEXOS - Ligue*)

7. «-Oye, vamos a bailar, ¿no?

-No, no hace falta. No sé bailar.

-Ya, una, una canción aunque sea.

-No, no... por qué mejor no nos quedamos aquí y platicamos un ratito...

-¡Caeli! Vamos a bailar, ¿no?

-Sí, no te molesta si bailo con Beto tantito, ¿verdad?

-No, no...

-Gracias, eres un amor... (*ellos bailan)

-O sea, ya basta, ¿no? ¡Este wei la está perreando y ella no hace nada! Digo... aunque también podría ser mi culpa por no querer bailar y ser penoso, ¿no?». (*EL MUNDO DE LOS SEXOS - LA PACHANGA*)

8. «O niños que dicen: "ay, es que no se siente igual con condón, entonces yo no uso condón, yo nunca traigo y aparte las niñas dicen que sí, que no importa...". O sea... ¡por Dios!». (*HABLEMOS DE SEXO*)

2. Tono

Es característico de sus vídeos que varía mucho el volumen y el tono de voz, imita voces y distorsiona su voz. Es muy habitual que baile, cante y tararee en sus vídeos. En general, predomina el buen humor, sin embargo, en ocasiones adopta un tono pesimista e, incluso, ligeramente agresivo.

Como se ha señalado anteriormente, se perciben varias etapas en el canal, desde la más juvenil, donde se queja frecuentemente de cuestiones relacionadas con la adolescencia (las madres, los novios, las clases...) a una más madura donde aborda otros temas como la sexualidad o la alimentación de forma responsable, mostrando una faz didáctica y moralista. Por el medio, atraviesa una fase más centrada en tutoriales de moda y belleza, donde su atuendo, la estética de sus vídeos y la temática, nos recuerdan a otra *youtuber*. En la actualidad, predomina el tono arriesgado y ligeramente agresivo, desde la intro al desarrollo del tema.

3. Gestualidad

Gesticula mucho con las manos y la cara, dando lugar a uno de sus gestos más característicos: poner los puños a los lados de la cara y, enseñando los dientes, hacer un sonido de rabia contenida.

Está constantemente moviendo las manos, en círculos, haciendo que baila, señalando... de una forma muy exagerada.



Imagen 66. Gesto típico de Caeli



Imagen 67. Muestra de gestualidad de Caeli

Feedback con el público:

Constantemente pide a sus suscriptores que le comenten en el vídeo, que participen en eventos y sorteos que organiza en sus otras redes sociales como *Cena con Caeli* o *Caeli te regala*. En una ocasión los reta a llegar a un número determinado de *likes* en un plazo para darles su número de teléfono móvil y hace un vídeo con algunas de las llamadas. Apela constantemente a la afectividad de sus suscriptores, recordándoles cuánto los quiere, que siempre está para ellos, que cuenta con ellos para desahogarse cuando no se siente bien... lo que genera entre ella y sus suscriptores una sensación de comunidad, como ella los denomina la *Familia Caelike* o los *caelikers*.

CANAL 7



Ficha técnica:



Nombre del canal: *Kimberly Loaiza* (Kimberly Guadalupe Loaiza).

Descripción: «Hola "Linduras" mi nombre es Kimberly Loiza y creo contenido en internet por que me gusta entretener a mis seguidores. Acostumbre a subir contenido muy RANDOM pero te aseguro que este canal será divertido para tí. Si quieres ser parte de esta nueva familia te invito a que te suscribas y bienvenido si lo harás».

País: México.

Categoría / temática del canal: People (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 15 noviembre 2016.

Fecha del primer vídeo: 2 diciembre 2016.

Número de vídeos subidos: 66 vídeos.

Número de suscriptores: 12.568.591 suscriptores.

Número de visualizaciones: 636.044.564 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 11:09 minutos.

Duración total del contenido: 12:16:10 horas.

Edad del youtuber: Nació en 1997 y publicó sus primeros vídeos con 18.

Social Blade Rank: A-.

Otros canales del youtuber: Comparte con su pareja, Juan de Dios Pantoja, el canal *JukiLop*.

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre



Imagen 68. Plano medio, plano general y plano detalle

Predominan los interiores con planos medios y planos detalle para señalar cosas puntuales. En los exteriores, amplía el encuadre a planos americanos y planos generales.

2. Punto de vista y angulación

En la mayor parte de vídeos mantiene un punto de vista frontal. La *youtuber* se encuentra frontal a la cámara. En momentos concretos como planos detalle utiliza de forma puntual planos contrapicados o picados.



Imagen 69. Puntos de vista frontales medios ligeramente picados

3. Efectos

En sus vídeos aparecen efectos como marcos de imitación de encuadres de cámara, *motion graphics* y emojis para aumentar la expresividad de algunos momentos. Otro efecto que utiliza a menudo es bajar la saturación de la imagen y variar la velocidad el vídeo (lo que le varía el timbre de la voz) para causar un efecto dramático o humorístico. También utiliza *foley* para añadir a algunos gags, como sonidos de grillos o sonidos de golpes.



Imagen 70. Efectos con la saturación, incorporación de elementos, motion graphics, marco de cámara

4. Música

Utiliza música actual, de estilo latino y actual, como *trap* o reggaetón para momentos en los que celebra algo o realiza alguna acción que no sea hablar a la cámara, de manera que todo el tiempo hay algún sonido. Además, la mayor parte del tiempo que habla pone de fondo algún tipo de melodía suave, como *Jazzaddict's intro* (Cosimo Fogg) o *Soul y Missing Someone* (Dj Quads).

5. Sintonías

En la cabecera y el cierre utiliza dos sintonías diferentes. Para la cabecera una instrumental de corte underground, estilo hip-hop, más alegre, concretamente, *Do It For Love* de P-Holla y para el cierre un ritmo instrumental más lento y más ambiental.

6. Uso de cabeceras y cierres

Utiliza una cabecera al inicio en la que aparece un dibujo caricaturesco de la *youtuber* con un corazón animado. A partir del primer aniversario cambia la cabecera por una con un gráfico más elaborado de su caricatura animada intercalada con breves vídeos de ella lanzando besos y guiños a cámara.

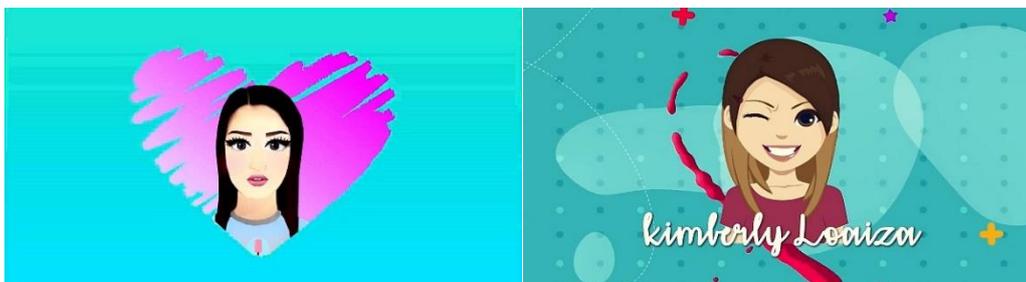


Imagen 71. Capturas de las intros

Al cierre de los vídeos repite siempre el mismo mensaje: “Nos vemos la próxima semana. Si me extrañan antes, mándenme un mensaje por mi Instagram (guiña un ojo e inclina la cabeza hacia su hombro izquierdo). ¡Adiós! (Lanza un beso y guiña un ojo de nuevo inclinando la cabeza.) Y, por último, una pantalla colorida con los links de sus redes sociales.



Imagen 72. Capturas de los cierres

7. Uso de separadores

Utiliza transiciones de vídeo como destellos o cambios de plano basados en barrido y *motion graphics*. También utiliza un fondo multicolor para hacer un cambio brusco de tema o romper con el tono discursivo.



Imagen 73. Distintos separadores

8. Miniaturas



Imagen 74. Miniaturas del canal de Kimberly Loaiza

Como muchos otros YouTubers, utiliza letras llamativas con frases sugerentes que incitan a la curiosidad y donde predomina la superposición de elementos. Teniendo en cuenta que es un canal muy reciente, no se percibe un cambio llamativo en el formato de las miniaturas.

Aspectos relacionados con el entorno:

La mayoría de los vídeos son realizados en interior, en ambientes íntimos y cercanos como en una habitación, sentada en una cama; en un sofá de un salón; en un comedor... En los que aparecen escenarios exteriores, este viene determinado por el tema del vídeo, como un día haciendo de hombres (van a un lugar a jugar a fútbol o por la calle) o mostrando sus patines en un paseo.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

En general, se trata de vídeos de contenido basado en la demanda del público. Hay diferentes retos y comentarios sobre música y otros intereses, pero el discurso general que se encuentra en todos los vídeos responde a un deseo por contentar al público y demostrar devoción por los seguidores, a toda costa (llegando a hacer retos peligrosos como echarse limón en los ojos, entre otros).

- Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto

1. «Para esta foto tuve que comprar un short, un pañuelo y esas gafas que por cierto son de hombre (*se tapa la cara como si fuera algo de lo que avergonzarse)». (FOTOS TUMBLR 2)
2. «No tengo carro todavía pero sí tengo patines. No se ven muy femeninos, pero... igual los tengo». (TAG DEL REGGAETON)
3. «Te operarías alguna parte del cuerpo? Pues... qué te diría... (*mientras se toca el pecho y aparece un emoticono llorando)». (MI EX ME FUE INFIEL)
4. (*imagen de un comentario de un espectador) «q asco ni decir cara de travesti la pendeja este es el peor roast yourself lo unico bueno fue lo de Juan». (ELIMINARE MI ROAST YOURSELF)
5. «Cientos de páginas subieron este álbum de memes, burlándose de mí. Miles de personas demostrando su asco hacia mis pies». (ACLARANDO MUCHAS COSAS)
6. «Muchos comentan que yo me maquillo mucho. Incluso me dicen que parezco travesti, que soy bien fea, que toda mi belleza se va con una toallita húmeda...». (ACLARANDO MUCHAS COSAS)
7. «Lo que pasa es que yo solo me puedo rasurar una vez al mes porque estoy en un tratamiento de depilación láser. Y los demás días del mes no me puedo depilar porque así es el tratamiento [...] Y pues por eso, aquí estoy... ¡Toda peluda!» (ASÍ SE VE MI CARA Y CUERPO BAJO UN MICROSCOPIO)

- **Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes**

1. «Canción machista. Esta es una de las canciones más machistas que he escuchado». (Canción: «Estoy enamorado de 4 beibes, siempre me dan lo que quiero, chingan cuando yo les digo, ninguna me pone, pero...»). (TAG DEL REGGAETON)
2. «Muchos piensan que yo estoy empezando a hacer vídeos por mi ex, pero se equivocan». (50 COSAS SOBRE MÍ)
3. «Qué chingados te pasa, no estás embarazada. Solo quieres joderme con que te acostaste con alguien. BYE». (Broma a mi EX con letra de canción (ESTOY EMBARAZADA) SALE MAL)
4. «-Qué me hiciste.
-Qué te hice, yo no te hice nada.
-De todo esto que hiciste.
-Solo quería que me lo dijeras en persona.
-Sabes qué, ay, muere». (Broma a mi EX con letra de canción (ESTOY EMBARAZADA) SALE MAL)
5. «Y me puse a pensar. No sé si a mis linduras les gustaría que yo hiciera retos... ya que son como más para hombres porque ellos son como más extremos y así». (RETOS LOCOS)
6. «-Kimberly que te gusta más en el sexo, y si te gusta dar sexo oral y qué posición es tu favorita. Dijiste que de todas las preguntas ay te dejo esa.
-A ver, a ver, para... qué rayos fue eso...». (¿Casada con Juan?)
7. «(*Gritando a mujeres por la calle) ¿Qué onda, mamacitas? Chiquitas. (Silbidos)». (UN DÍA SIENDO HOMBRE CON AMIGOS)
8. «-¡Esta es mía! (*dirigiéndose a una chica en la calle)
-¡La compartimos!
-Qué voy a compartir... ¡esta es mía! (*hacen como que se pelean)». (UN DÍA SIENDO HOMBRE CON AMIGOS)
9. «-No me lavé las manos!
-¡Yo tampoco me lavé las manos!
-¡Somos hombres! ¡Somos hombres!». (UN DÍA SIENDO HOMBRE CON AMIGOS)
10. «Cuidado con los que cambian los contactos de mujeres de Whatsapp poniéndoles nombres de amigos... y fotos de hombres. Y cuando no te quiere pasar la contraseña de su celular». (¿ESTOY SALIENDO CON ALGUIEN?)

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones**

1. (aparecen diferentes actividades representadas como masculinas). (UN DÍA SIENDO HOMBRE CON AMIGOS)

2. Tono

La youtuber habla en un tono adulador y cariñoso con el público. Repite una y otra vez cuánto los ama y se muestra afectuosa y cercana a la hora de responder a los seguidores o interactuar con ellos.

3. Gestualidad

Junto con el tono, los gestos reiteran la afectividad que pretende mostrar a sus seguidores. Guiños, besos lanzados a cámara y gestos afectuosos de diferente tipo potencian el trato cariñoso que muestra a su público. Además, se muestra alegre y celebra mediante baile y saltos los aumentos en el número de seguidores de su canal. El guiño con el que se despide pidiendo a sus seguidores que

le envíen mensajes a otras redes y que la sigan tiene un cierto cariz de sensualidad, potenciado porque en ese momento la cámara se acerca y su tono de voz se vuelve más suave.

Feedback con el público:

En todos los vídeos hace una pregunta directamente relacionada con el tema a tratar o con el propio vídeo, invitando a los seguidores a votar mediante los botones de *like* o *dislike*. Además, tiene varios vídeos en los que responde a preguntas que le envían desde diferentes redes sociales. En un episodio concreto llega a facilitar a sus espectadores un número de Whatsapp, que enseguida se vuelve impracticable dado que recibe alrededor de dos mil mensajes y llamadas.

CANAL 8



Ficha técnica:



Nombre del canal: *Willyrex* (Guillermo Díaz Ibáñez).

Descripción del canal: FORTNITE! Cada día Un video NUEVO!!

País: España.

Categoría / temática del canal: Games (SocialBlade). Canal centrado en el juego Fortnite.

Género discursivo: Combina casteo y vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 9 agosto 2009.

Fecha del primer vídeo: 2 septiembre 2010.

Número de vídeos subidos: 4297 vídeos.

Número de suscriptores: 12.251.023 suscriptores.

Número de visualizaciones: 2.820.253.329 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 17:38 minutos.

Duración total del contenido: 1259:33:46 horas.

Edad del youtuber: Nació el 9 de mayo de 1993, por lo tanto, tenía 16 años cuando empezó a subir vídeos en su canal de YouTube.

Social Blade Rank: A.

Otros canales del youtuber: *TheWillyrex*.

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre

La mayoría de los vídeos subidos a este canal son casteos que muestran partidas de diferentes juegos, principalmente *shooters* (*Call of Duty*, *Battlefield*, *Killzone*...), por lo que utilizan un punto de vista subjetivo, como si el usuario de YouTube que ve el vídeo fuese



Imagen 75. Gameplay con punto de vista subjetivo

también el personaje. En algunas ocasiones, incorpora también en la pantalla (normalmente en la parte superior, derecha o izquierda, según el juego y la interfaz) un pequeño recuadro que muestra un primer plano o un plano medio del *youtuber* jugando la partida que emite.



Imagen 76. Vista combinada de la partida y el youtuber

Si quiere mostrar el ambiente en un evento o un paisaje utiliza planos generales y, en algunas ocasiones en las que responde a preguntas de los suscriptores o hace *unboxing* de algún producto, lo expone con un plano detalle.



Imagen 77. Plano detalle de sus juegos

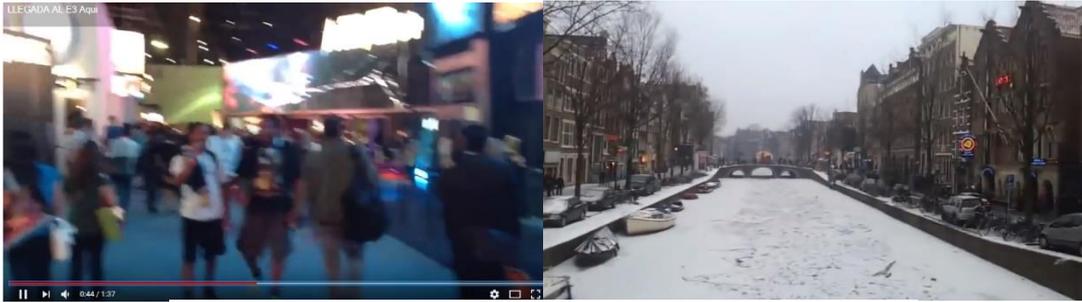


Imagen 78. Planos generales del evento E3 y de un paisaje de Amsterdam

2. Punto de vista y angulación

Como ya he señalado anteriormente, en los juegos que sube en este canal predomina el punto de vista subjetivo del personaje combinado, en ocasiones, con un primer plano o un plano medio frontal. Cuando empezó a dedicarse profesionalmente al mundo de YouTube, empezó a hacer más vlogs para recoger sus viajes y visitas a diferentes eventos relacionados con el mundo de los videojuegos y las videoconsolas. Casi todos estos vídeos son grabados con la cámara delantera de su móvil por lo que se trata de primeros planos medios o contrapicados.



Imagen 79. Primeros planos contrapicados en vlogs de viajes

En los vlogs de interior, lo más habitual es que enfoque en plano medio frontal, aunque también hay, especialmente en sus inicios, algunos vídeos frontales contrapicados con cámara fija.



Imagen 80. Planos frontales contrapicado y medio en vlogs interiores

3. Efectos

Sus vídeos, aunque grabados con un buen equipamiento y con una buena edición, son sencillos en cuanto al uso de recursos complementarios, por lo que no suele hacer uso de VFX ni SFX de forma habitual.

4. Música

Normalmente, tampoco suele utilizar música de fondo mientras habla, sino que el ruido de fondo suelen ser directamente los sonidos del propio juego.

5. Sintonías

Este canal no tiene ninguna sintonía diferenciada.

6. Uso de cabeceras y cierres

Inicialmente, casi todos los vídeos tenían una intro diferente, con música de fondo y formato de letra y color diferente, pero con el paso del tiempo abandonó el uso de las intros. Con respecto a los cierres, normalmente, consisten en la superposición sobre su imagen o su *gameplay* diferentes ventanas de enlace a otros vídeos del canal.



Imagen 81. Diferentes intros del canal

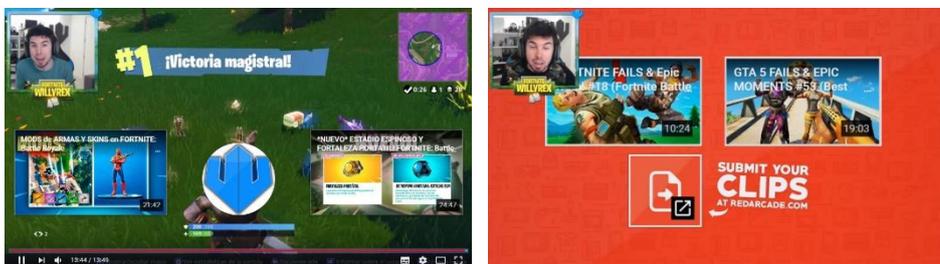


Imagen 82. Ejemplos de cierres del vídeo

7. Uso de separadores

En este canal no es habitual el uso de separadores entre distintas secciones de un vídeo, sino que se sirve de los cortes en la edición para pasar de una pantalla a otra o de un tema a otro.

8. Miniaturas

Inicialmente, las miniaturas del canal consistían en una imagen del *gameplay* o, en el caso de los vlogs, un fondo con un rótulo.



Imagen 83. Miniaturas de los comienzos del canal

Posteriormente, comenzó a personalizar muchas de las miniaturas, incluyendo su imagen en la ilustración del juego.



Imagen 84. Miniaturas personalizadas

Actualmente, utiliza a menudo su imagen en las miniaturas, pero destacan especialmente los colores vivos y llamativos.



Imagen 85. Miniaturas recientes

Aspectos relacionados con el entorno:

La mayoría de sus vídeos son casteos, por lo que están grabados en interior, en su habitación generalmente. Con respecto a los vlogs la mayoría son exteriores, aunque hay alguno interior también para contar alguna experiencia vivida en algún evento o alguna novedad en su vida, como en *CAMBIO DE VIDA: Los Ángeles*, donde Willyrex y Vegetta comunican su decisión de irse a vivir a Los Ángeles como compañeros de piso. Hace muchas colaboraciones con otros *youtubers* como VEGETTA777, Alexby11, BysTaXx y Sarinha.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

Normalmente, empezaba con una frase típica: *Hey, buenas a todos, aquí Willyrex, comentando*. Durante el último año, el canal se ha centrado en subir *gameplays* de Fortnite, y su saludo actual suele ser: *Estamos de vuelta con un nuevo vídeo de Fortnite...*

Su discurso se caracteriza por ser bastante cuidadoso en su expresión, evitando deliberadamente el uso de palabras malsonantes y determinado tipo de bromas y comentarios, pues es consciente de que su público mayoritario son niños y adolescentes.

Normalmente no hace publicidad directa en sus vídeos, más allá del juego al que esté jugando, aunque en algún caso promociona alguna página de juegos y hace *unboxing* de consolas y accesorios.

- Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto

1. «Mira, mira, mira cómo me muevo, madre mía, tengo un culo chaval que...». (*PELEA DE DIVAS!!*)
2. «-Mira esa gordita...
-¡Uy, no, esa gorda no, tío!
-Bueno, tío, yo que sé...
-Es un hombre, no, es una mujer.
-Encima huye, pero si no te queríamos, ¡gorda! (*GTA V ONLINE: "LA CREW BUSCA CHICA!!" #46 - GTA 5 ONLINE Gameplay*)
3. «Venga, tío, pero salta la valla, campeón. Madre mía, tío, se me han ido ya todos. ¡Qué asco de personaje, por favor! Me han dado el más gordo del pelotón. Madre mía, tío, tiene la movilidad de... madre mía, tío». (*Nuketown 24/7 Tomar la Bandera*)

- Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes

1. «Oye, yo no quiero decir nada, eh, pero como mujer, lucho súper bien». (*PELEA DE DIVAS!!*)

- Estereotipos relacionados con gustos y aficiones

-

2. Tono

El tono del canal es fundamentalmente expositivo, en cuanto que habla de novedades en juegos y plataformas, comenta eventos y experiencias personales, aunque en ocasiones se vuelve didáctico, cuando expone la forma de realizar un truco, alcanzar un logro o acceder a un mod. En ocasiones, también da algún consejo a los jóvenes que lo siguen como no dejar los estudios, aunque quieran dedicarse al mundo de YouTube y, en tono ligeramente paternalista, les dice que no falten a clase por ver un directo que él hará desde Los Ángeles, pues quedará alojado posteriormente en la plataforma.

3. Gestualidad

Considerando que la inmensa mayoría de los vídeos del canal son *gameplays* y que suele tener las manos en el mando o el teclado, no hay cabida para mucha gestualidad manual. En los vlogs, aunque esté en interior, tiene a ser bastante estático, especialmente al principio y, con la relación a su rostro, ligeramente inexpresivo. Actualmente, ha mejorado la expresividad facial y la gestualidad, posiblemente, en relación con una mayor seguridad en sí mismo y una mayor experiencia.

Feedback con el público:

Cuando ya llevaba un tiempo subiendo contenido a la plataforma, empezó a subir vídeos de respuestas a las preguntas que le hacían los suscriptores, en algún caso, en directo (como el día que hizo el maratón de 12 horas en directo). También organizó partidas online con suscriptores.

CANAL 9



Ficha técnica:



Nombre del canal: *Juan de Dios Pantoja* (Juan de Dios Pantoja Núñez).

Descripción del canal: «Este canal esta creado con el fin de Sacarte una SONRISA! :D ».

País: México.

Categoría / temática del canal: Entertainment (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 9 junio 2014.

Fecha del primer vídeo: 26 marzo 2016.

Número de vídeos subidos: 119 vídeos.

Número de suscriptores: 11.479.677 suscriptores.

Número de visualizaciones: 708.769.517 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 13:20 minutos.

Duración total del contenido: 26:13:09 horas.

Edad del youtuber: Nació el 16 de noviembre de 1995; abrió su canal cuando tenía 19 años.

Social Blade Rank: A-.

Otros canales del youtuber: Comparte con su pareja, Kimberly Loaiza, el canal *JukiLop*.

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre

Predominan el primer plano y el plano medio, en relación con el tipo de género discursivo que desarrolla, que busca establecer la ilusión de comunicación visual con el receptor, como si uno estuviera hablando cara a cara con un amigo.



Imagen 86. Primeros planos y planos medios cortos

En ocasiones, también usa los planos generales (a veces a través del parabrisas del coche) y los planos detalle para mostrar algo, especialmente en los vlogs exteriores. Los grandes planos generales (desde la ventana del hotel o desde el avión) y los planos americanos son bastante esporádicos, aunque no inexistentes.



Imagen 87. Plano detalle y plano de conjunto



Imagen 88. Plano americano y gran plano general

2. Punto de vista y angulación

Con respecto a la angulación, alterna entre la frontalidad media, propia de la cámara fija o de la grabación hecha por otra persona, y el contrapicado frontal o lateral propio de los vídeos realizados con la cámara del móvil. También usa el picado enfocándose los pies, por ejemplo, durante un trayecto o viaje para dar sensación de movimiento.



Imagen 89. Diferentes angulaciones:(1) frontal media, (2, 3, 4) contrapicados frontales, (5) contrapicado lateral y (6) picado

Utiliza, en varias ocasiones, la vista a través del parabrisas, lo que da una sensación de subjetividad, de estar en la posición del conductor. Por otra parte, en relación con el coche, también presenta un plano indirecto haciendo uso del retrovisor.

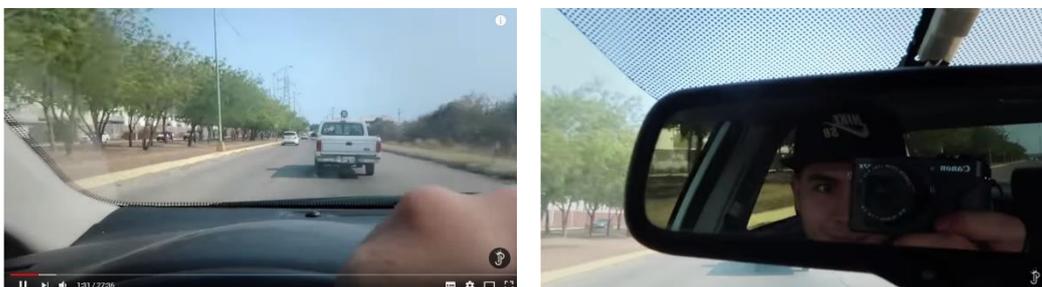


Imagen 90. Punto de vista subjetivo y plano indirecto en el retrovisor

3. Efectos

Utiliza una gran cantidad de elementos complementarios, desde variedad de efectos de sonido como sonido de muelle, de sirenas de policía, de disparos, de «magia», de explotar burbujas, de látigo, de frenazo, de golpes, de animales como el mono o el grillo... hasta una gran cantidad de elementos que aparecen en pantalla. Por ejemplo, utiliza enormemente los emojis en la pantalla

acompañando mensajes de texto con intención cómica. Introduce también otros elementos como efecto de luces de policía, de espada láser, de congelación, de cámara grabando en blanco y negro, brillos de distinto tipo (redondos y hexagonales, principalmente), efectos de movimiento, efectos de sacudida de la imagen...



Imagen 91. Distintos efectos: inserción de emojis y texto, efectos de movimiento, collage, brillo, escarchado y flares hexagonales

4. Música

Usa música en los vídeos de viajes, como *72 horas con mi EX (Increible lo que pasamos)*, mientras muestra una sucesión de imágenes y la detiene para poner fragmentos de conversación o explicar algo. También usa algunas canciones conocidas como la música de la película de Rocky, cuando tiene que subir a unas rocas para hacer su videoclip, o alguna canción de Justin Bieber o Maluma.

5. Sintonías

Tiene una sintonía que suena a la vez que aparece la animación de intro del vídeo que forma parte de la composición *Jazz In Paris*.

6. Uso de cabeceras y cierres



Imagen 92. Intro azul

Se pueden ver principalmente dos intros en el canal, fundamentalmente compuestas de una animación en la que aparece su nombre y su logo, principalmente una versión en azul (la más usada) y otra roja.



Imagen 93. Intro roja

7. Uso de separadores

Es común que, antes de hacer un corte, use la frase de «Sigan viendo, mis niños» y, a continuación, utilice un separador que puede ser de dos tipos: o bien un separador animado con su nombre, o bien un separador televisivo fijo.

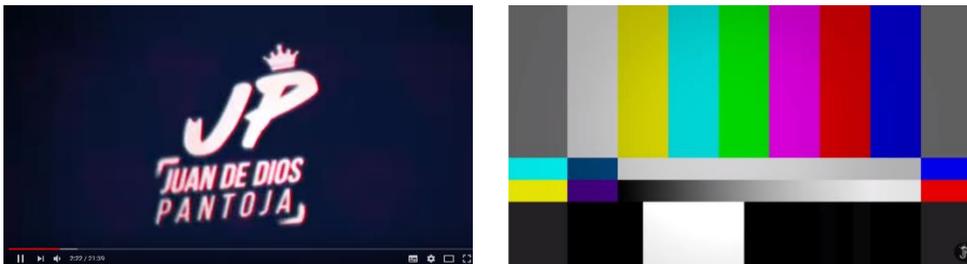


Imagen 94. Tipos de separadores

8. Miniaturas



Imagen 95. Miniaturas del canal de Juan de Dios Pantoja

Como muchos YouTubers, utiliza miniaturas en las que aparece él y, en la mayor parte de los casos, también su ex pareja, la *youtuber* Kimberly Loaiza. Lógicamente, este tipo de imágenes, acompañada de textos sugerentes como «Teníamos que hablar de esto» o «Las mejores 72 horas de mi vida» contribuyen a generar conversaciones en torno a su relación.

Aspectos relacionados con el entorno:

Realiza muchos vídeos de exterior: viajes con sus amigos y su pareja/ex pareja, grabaciones de videoclips y eventos, aunque también dedica vlogs en interior a polémicas con otros personajes conocidos por la comunidad youtuber (*ESTE FUE EL PROBLEMA QUE TUVE CON DEBRYANSHOW, ¿QUE PASÓ CON KENIA?, ¿A QUE YOUTUBER ODIÓ? Tag YOUTUBER HIPÓCRITA, ¿QUE OPINO DE JUKILOP? + REACCION DE KIM*) o asuntos controvertidos (*HOMOFOBICO ¿Adopción Gay?*).

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

En este canal, Juan de Dios Pantoja apenas trata temas serios, sino que hace distintos retos o *challenges*, *tags*, videoclips y sus *making-off* y disputas con diferentes figuras del mundo de

Youtube. Ha hecho varios 24 horas con su ex (en algún caso 72), lo que provoca una gran cantidad de debates en los comentarios acerca de sus idas y venidas.

- **Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto**

1. «El caso es que no me rasuré, porque... pues no lo tenía esperado que iba a ser para hoy, pensé que iba a ser para otro día y pues no me dio tiempo de ponerme clean como todo el tiempo lo hago para ustedes (*en pantalla: discúlpenme mis niñas, con una cara triste)». (72 horas con mi EX (Increible lo que pasamos) Juan De Dios Pantoja)

2. «-Me tuve que traer esto porque aquí traigo todo mi maquillaje y no importa lo que vaya a hacer no lo puedo dejar

-Tu make-up, tu cara... jajaja

-No te creas, tienes cara bonita». (72 horas con mi EX (Increible lo que pasamos) Juan De Dios Pantoja)

3. «Nunca me he rasurado delante de tanta gente. Si me corto es por pura presión. No más pa'que sepan. Buena rasurada... Obviamente, siempre aquí... hay que quitarnos la cejita de Frida Kahlo». (Lo que no viste en "NO HA PODIDO" 🤔 Juan de Dios Pantoja)

4. «Pero no sé cómo me siento con este outfit, o sea, como que hace ver mi realidad (*en pantalla: GORDITO). O sea, aquí se nota que no hago ejercicio, aquí se nota todo eso que como, toda esa chatarra, todas esas hamburguesas, todos esos tacos... Aquí se nota, aquí y aquí (*en pantalla: GORDITO con un emoji de un cerdito). Estoy gordiito. Tengo que ponerme ya a hacer algo...». (Lo que no viste en "NO HA PODIDO" 🤔 Juan de Dios Pantoja)

5. «Qué belleza, pero está enseñando mucho chicharrón... ¡Se ve muy bien, eh!». ...». (Lo que no viste en "NO HA PODIDO" 🤔 Juan de Dios Pantoja)

6. (*se ven cachetes. enfocan solo el culo de la única chica que lleva vestido). (NALGUEANDO A DESCONOCIDAS | Juan De Dios Pantoja)

7. «-Ay, no... Estoy toda de blanco, niñooo...

-Ahora no es camiseta mojada, ahora es vestidito mojado. ¡Que se pare, que se pare!». (BROMA PESADA A KIMBERLY LOAIZA (jacuzzi) Juan de Dios Pantoja)

8. «Normalmente ella, en sus vídeos pasados no había salido nunca siquiera con el cabello lacio, lo cual no está mal. Pues es una tontera, cualquier mujer lo puede hacer y no por hacerlo ya le está copiando a otra, porque es algo que las mujeres hacen normalmente, ¿saben?». (¿QUE PASÓ CON KENIA?)

9. «Quiero que engordes. Quiero que engordes para que nunca tengas otro novio y algún día me hagas caso a mí». (24 HORAS CON MI EX (ME LLEVA LA POLICIA) Juan de Dios Pantoja)

10. «-¿Por qué te lo quitas? (*una mascarilla de aguacate) ¿No aguantaste?

-Tenemos toda la cama sucia, llena de aguacate. Tú también quítatelo.

-Pues para qué te quedas medio dormido en la cama (*en pantalla: NO AGUANTAS NADA).

-No puedo dormir así. ¿Ahí va?

-Te falta el cuello.

-Uh... (*en pantalla: ¡QUÉ NENA ERES, JUAN!). Ahí va». (24 HORAS CON MI EX (ME LLEVA LA POLICIA) Juan de Dios Pantoja)

- **Estereotipos relacionados con comportamiento y actitudes**

1. «Ustedes se van a dar cuenta del cuchitril en el que vivimos los hombres del team. Antes de nada quiero que sepan que estoy 100% consciente de que esto no lo debería de presumir como algo hermoso, debería

ser algo más bien vergonzoso... Pero ¿pues qué quieren? Este es nuestro departamento. Bueno, ni siquiera es nuestro, lo rentamos entre... y pues realmente, no es por tirarle tierra a mis amigos, pero estos hombres son unos puercos». (MI LUJOSO DEPARTAMENTO 🌐 (DEPA TOUR) Juan de Dios Pantoja)

2. Porque este es el cuarto de Chepe. Un hermoso cuarto donde se puede apreciar bastante limpieza, bastante higiene. No sé si esa palabra existe realmente, pero este cuarto me provocó decirlo. / Pues bueno, aquí está este bello cuarto... Huele horrible. Pues aquí hay demasiadas cosas, entre las cuales nada es interesante. / Hay ropa por todos lados. Hay boxers (*en la mesilla).

-Eso es mío, loco.

-Se pueden dar cuenta que tienen... sellos. (MI LUJOSO DEPARTAMENTO 🌐 (DEPA TOUR) Juan de Dios Pantoja)

3. «-¿Qué es esto? Qué... qué es esto? (*es una botella abierta con líquido en un estante del armario)

-Ah... esto. Puedo explicarlo (*al apoyarla, sale líquido de fuera y suenan sirenas de peligro). Huele horrible, de verdad...

-Son como de hace dos meses, eh, neta... Es como de hace dos meses... /

-Aquí pueden encontrar, pues, un poco de rábanos un poco... disecados ya... Eh, wei, ¿qué pedo con esta comida, wey?

Yo por esa razón, realmente, se los juro, pago hoteles mejor, porque me da asco dormir con estos idiotas».

(MI LUJOSO DEPARTAMENTO 🌐 (DEPA TOUR) Juan de Dios Pantoja)

4. «Y le dije a Kimberly, fíjense el trato tan chido que le hice:

-Vente, tráete unos dos o tres cambios, no traigas mucha ropa porque yo te voy a comprar toda la ropa que ocupes, que necesites». (72 horas con mi EX (Increible lo que pasamos) Juan De Dios Pantoja)

5. «-Qué cansada estoy.

-Esas son las indirectas que usan las mujeres para que les ayuden a cargar las maletas.

-Dámelo, por favor.

-Ya, sí, ahí que vamos a llegar.

-Es que ya se cansa. Ni pesa nada, se los juro. Si es un maletón...». (72 horas con mi EX (Increible lo que pasamos) Juan De Dios Pantoja)

6. «(*para subirse al coche) -Primero las damas y luego el damo». (72 horas con mi EX (Increible lo que pasamos) Juan De Dios Pantoja)

7. «-Vamos a comprar un algodón de azúcar para Kimberly, porque anda de mañosa (*en pantalla escrito: para que deje de llorar).

-Se me antojó, lo siento

-Aquí lo tienes.

-Por una niña feliz con su algodón de azúcar». 72 horas con mi EX (Increible lo que pasamos) Juan De Dios Pantoja)

8. «En este vídeo nos vamos a besar. Aunque no quería, la convencí. ¡Era la temática!». (Lo que no viste en "NO HA PODIDO" 🌐 Juan de Dios Pantoja)

9. «-Dame un beso.

-El beso no va a ser hasta lo último, ¿no?

-Por eso me dijeron que ensayáramos.

-No, no creo.

(*todos se ponen a gritar ¡beso! ¡beso! ¡beso!).

¡Nooooo!». (Lo que no viste en "NO HA PODIDO"  Juan de Dios Pantoja)

10. «Aquí hay niñas. Mis niñas están ahí, esperando a que baje. Ahorita voy a bajar con ellas. Las voy a saludar. (*le gritan)

-Ya voy a bajar, mi amor. Ahorita voy a bajar, se lo juro. Bueno, pues, voy a bajar, porque estas nenas me están prácticamente obligando». (Lo que no viste en "NO HA PODIDO"  Juan de Dios Pantoja)

11. «En el día de hoy voy a hacer algo que me gusta hacer y que a ustedes también les va a gustar. En el día de hoy vamos a nalguear a desconocidas». (NALGUEANDO A DESCONOCIDAS | Juan De Dios Pantoja)

12. «Y bueno, pues así es como le pegué a un homosexual. Digo homosexual porque está tocando a un hombre. Si toca a un hombre es porque le gustan los hombres y las personas que les gusta el mismo sexo son homosexuales». (LE PEGUE A UN GAY | Juan de Dios Pantoja)

13. «Pero bueno, yo pienso entrar, acostarme con ella (tonto el niño, eh), hacerle como cariñitos, abrazarla, para que se despierte y se asuste». (BROMA PESADA A KIMBERLY LOAIZA (jacuzzi) Juan de Dios Pantoja)

14. «Pero sí, más que que me cuiden a mí, pues me preocupa que vaya a pasar algo a Kimberly, entonces pues... ellos van a servir de guardaespaldas. Aparte yo también, soy un macho alfa, pelo en pecho, ya saben que yo puedo cuidarla muy bien». (24 HORAS EN UNA ISLA CON MI EX (KIMBERLY LOAIZA) Juan de Dios Pantoja)

15. «-Hay que ser novios otra vez.

-No.

-Ándale. Se va a enojar tu papá si me quedo...

-Claro que sí. (*los amigos gritan ¡beso! ¡beso! ¡beso! al fondo.

-Eh, ya ya, el público, el público.

-No. Noo.

-El público... el público... ¡en la boca! (*los amigos empiezan a gritar ¡en la boca!)

-Arre, da un besito.

-Noo.

-Tú dame un besito en el cachete, pues.

-Noo, te vas a voltear. ¿Te crees que no me la sé?

-Noo, me estoy agarrando aquí». (24 HORAS EN UNA ISLA CON MI EX (KIMBERLY LOAIZA) Juan de Dios Pantoja)

16. «Eso de su parte es muy bonito, ¿no? Siempre nosotros, los hombres, tenemos que tener la iniciativa. También es bonito que las chicas tomen la iniciativa». (¿QUE OPINO DE JUKILOP? + REACCION DE KIM / Juan de Dios Pantoja)

17. «Desde la vez que le robé el beso cuando estaba dormida en las 72 horas con mi ex, muchas personas comentaba como que "Dáselo bien", "Que esté despierta y que te siga y tú le sigas». (¿QUE OPINO DE JUKILOP? + REACCION DE KIM / Juan de Dios Pantoja)

18. «Pues resulta que un día me levanté muy extraño, con ganas así, como de publicar algo bonito en mi Facebook, sin miedo a que me dijeran algo. Algo bonito para ella. Y pues dije: "¿Saben qué? ¿Por qué no lo hago? ¿Por qué tengo miedo? Tengo que vivir sin miedo, y publiqué lo siguiente (*párrafo de amor)». (¿QUE OPINO DE JUKILOP? + REACCION DE KIM / Juan de Dios Pantoja)

19. «-Tú vas a pagar.

-Ahhh.

-¿Y por qué yo? ¿Tú no me puedes invitar o qué?

-¿Quién es la invitada en este canal? ¿Quién es la invitada en este canal?

-Cuando yo te invite a mi canal, yo te invito a la comida». (24 HORAS CON MI EX (ME LLEVA LA POLICIA) Juan de Dios Pantoja)

20. «Supuestamente ella iba a estar aquí afuerita. No se ve... Para mí que me dejó plantado aquí. ¿Qué hago? ¿Qué hago? ¿Qué hago? Le marqué, le dije "ya estoy aquí". ¡Qué impuntuales las mujeres! (*en pantalla escrito: TODAS SON IGUALES)». (24 HORAS CON MI EX (ME LLEVA LA POLICIA) Juan de Dios Pantoja)

21. «-Ya tenía como un millón de mensajes de él, que andaba todo preocupado.

-Sacando los trapitos aquí. ¿Pa'qué tienes que decir eso? (*en pantalla: ME ESTÁS HUMILLANDO). ¿Es necesario?». (TIENEN QUE SABER ESTO (MENSAJE TRISTE) / Juan de Dios Pantoja)

22. «¡Ah! Y le dije algo que la hizo cambiar mucho de opinión, porque ella andaba así como que "no", "cómo que", "va a ser molestia esto" y todo y le dije las palabras mágicas que un hombre le tiene que decir a una mujer: "Te voy a comprar la ropa que necesites». (TIENEN QUE SABER ESTO (MENSAJE TRISTE) / Juan de Dios Pantoja)

23. «Yo sé qué está bien, qué puedo cambiar y qué no. Yo me mando (*en pantalla: YO ME MANDO SOLITO). Me mando solo. Un machote». (TIENEN QUE SABER ESTO (MENSAJE TRISTE) / Juan de Dios Pantoja)

24. «Ella está en su derecho de reprender a su hija. También su papá, si le dio un jalón de greñas, pues se lo merecía (*escrito en pantalla: SE LO MERECEÍA) en parte. Yo también me lo merecía, ¿por qué no me lo hacen? O sea, pues, tu papá tiene el derecho de reprenderte, si estás tan descarrilada, pues él te encarrila, porque es su deber, es tu padre, se preocupa por ti». (TIENEN QUE SABER ESTO (MENSAJE TRISTE) / Juan de Dios Pantoja)

- Estereotipos relacionados con gustos y aficiones

1. «-¿Y te está gustando que te esté pegando?

-Dale.

(*risas. En pantalla: picarona)». (NALGUEANDO A DESCONOCIDAS | Juan De Dios Pantoja)

2. «Oigan, disculpen, si están viendo todos estos muñecos tan femeninos. Cuarto de mi madre, entiéndanme». (LE LLEVO SERENATA A MI MAMÁ - UN DÍA CON PANTOJA)

2. Tono

Con independencia de la finalidad del vídeo, predomina un tono chulesco y de cierta arrogancia, a pesar de que insiste enormemente en lo contrario. En los vídeos más polémicos, habla de otras personas para «exponer los hechos y dar su versión», sin embargo, con cierta malicia adopta un papel victimista. En los vídeos de entretenimiento, muchas de sus bromas consisten en importunar a su ex físicamente (insistirle para que le dé un beso, besarla mientras duerme, acostarse en su cama mientras duerme y acariciarla y darle besos, meterla en la bañera con ropa,...) borrando las líneas entre la broma y la falta de respeto o el abuso. En otro de los vídeos se dedica a dar cachetes en las nalgas a algunas de sus seguidoras en un abuso de la posición de poder que le otorga ser el famoso idealizado.

3. Gestualidad

Utiliza, a veces de forma demasiado exagerada, forzando la postura, los gestos manuales para reforzar la explicación, especialmente, cuando se trata de un vlog sentado en que nos cuenta algo de lo que va a hacer. En los momentos más dramáticos juega con los silencios mientras mira hacia arriba o se tapa las manos con la cara. Recurre mucho también a la expresión facial, especialmente, a las cejas y la boca.



Imagen 96. Ejemplos de gestualidad

Feedback con el público:

Manda saludos personalizados a algunos usuarios, en su mayoría mujeres. Para ello hay que suscribirse a su canal, activar las notificaciones y mandarle una captura de pantalla a su Instagram o a su Twitter. En *72 horas con mi EX (Increíble lo que pasamos)* pide la opinión de ellas para saber si se deja la barba o no. También les pide que comenten un icono en concreto en su última foto de Facebook, porque mandará mensajes al azar a la gente que lo haga.

Les pide que pongan su opinión sobre algún aspecto que ha salido en el vídeo en los comentarios de la parte inferior y, en muchas ocasiones, se dirige solo a ellas. También es común que él mismo escriba en los comentarios. Por ejemplo, en los comentarios del vídeo de *NALGUEANDO A DESCONOCIDAS* escribe en comentarios:

«MIS NIÑAS NO SEAN CELOSAS :3 ES MEJOR UNA NALGADILLA A QUE LAS HUBIERA BESADO A TODAS <- ASI DEBERIA DE SER REALMENTE LA SEMANA INGLESA PERO SE ME HIZO MAS FUERTE <3 SOLO LAS VERDADERAS PANTOJITAS LO ENTENDERAN».

Insiste frecuentemente a sus suscriptores en que vean los vídeos hasta el final, ya sea con la excusa de sacar una conclusión, ya sea con la excusa de que al final del vídeo les va a decir algo importante.

CANAL 10



Ficha técnica:



Nombre del canal: *Mariale* (María Alejandra Marrero).

Descripción: «Hola!! Me llamo Mariale, soy de Venezuela y aquí me gusta compartir sobre las cosas que me parecen lindas y divertidas. Este es un espacio positivo donde espero que pasen un buen rato :D

Tengo 3 canales, así que pueden encontrarme en muchos otros lugares!

Mi canal personal: <http://goo.gl/9pUoRR>

My english channel: <http://goo.gl/zaoCFT>

Únete a la página de facebook: <http://facebook.com/MarialeOficial>

Sigueme en twitter!! <http://www.twitter.com/MarialeOficial>

Instagram: <http://www.instagram.com/Mariale>

POR FAVOR SUSCRIBANSE PARA APOYAR EL CANAL!!! ♡ BESOS!!

P.D: Por favor comprendan que debido a la cantidad de mensajes que me llegan no podré responder todas sus dudas individualmente. De igual forma, leo TODOS los mensajes y tomo en cuenta cada detalle, duda o sugerencia para videos futuros».

País: Estados Unidos.

Categoría / temática del canal: Howto (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 5 enero 2010.

Fecha del primer vídeo: 6 enero 2010.

Número de vídeos subidos: 825 vídeos.

Número de suscriptores: 9.785.888 suscriptores.

Número de visualizaciones: 852.238.860 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 9:23 minutos.

Duración total del contenido: 129:14:50 horas.

Edad del youtuber: Nació el 21 de marzo de 1991. En sus primeros vídeos, por tanto, tenía 19 años.

Social Blade Rank: B+.

Otros canales del youtuber: *Mariale SinPatuque* y *Mar* ♡

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre



Imagen 97. Plano medio, gran primer plano y plano detalle

Predominan los primeros planos o planos de busto, acercando la imagen hasta el plano detalle durante procesos concretos como pintado de labios o de ojos, centrando la atención en estas partes. También aparecen planos medios, reservados para ocasiones en las que la *youtuber* se encuentra acompañada o está haciendo algún reto concreto.

2. Punto de vista y angulación



Imagen 98. Punto de vista frontal

Salvo retos o muestras de outfit completos, los vídeos son siempre grabados desde un punto de vista completamente frontal a la *youtuber*.

3. Efectos

No utiliza efectos demasiado reseñables. En ocasiones, en algunos de los vídeos más actuales, añade texto flotante a la imagen para enfatizar el mensaje que la *youtuber* enuncia o refuerza la sorpresa o la emoción con la aparición de confeti por la pantalla. También usa algún filtro de forma puntual. En todos los fondos y efectos predomina el color rosa.



Imagen 99. Uso de efectos en el canal de Mariale

4. Música

La música es utilizada de manera muy limitada. Solamente aparecen fragmentos musicales cuando se muestran carteles de título en vídeos paródicos o en momentos de dramatización.

5. Sintonías

No utiliza sintonías.

6. Uso de cabeceras y cierres

Por norma general, no utiliza cabeceras, sin embargo, como cierre configura un fondo con un diseño geométrico en color rosa y azul sobre el que destaca un vídeo recomendado, enlaces a sus dos canales en español y enlaces a sus distintas redes sociales.



Imagen 100. Pantalla de cierre del canal

7. Uso de separadores

Utiliza separadores en algunos vídeos para diferenciar las diferentes secciones. Por ejemplo, en «CAPTURADA SIENDO INFIEL CON UNA MUJER - TODO QUEDÓ GRABADO» utiliza unos separadores estáticos con su imagen y un rótulo para comentar diferentes casos de infidelidad, mientras que en «COMO ENAMORAR A LOS HOMBRES» desciende un cartel en forma de corazón con el número de consejo y, a continuación, desaparece y aparece el consejo en medio de una lluvia de corazones sobre una a escena al fondo desenfocada.



Imagen 101. Separadores del vídeo «CAPTURADA SIENDO INFIEL CON UNA MUJER»

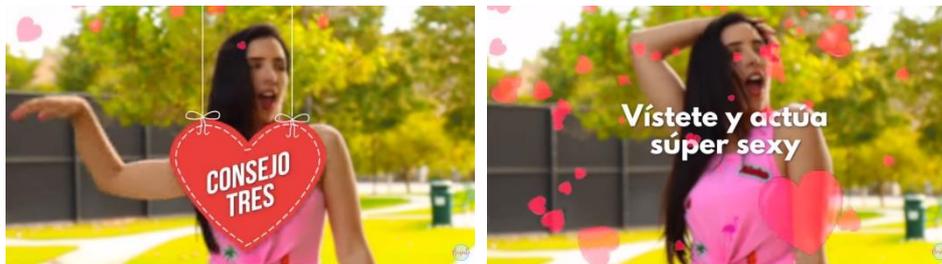


Imagen 102. Separadores del vídeo «COMO ENAMORAR A LOS HOMBRES»

8. Miniaturas

En consonancia con la evolución temática del canal, ha pasado de unas miniaturas centradas en el maquillaje principalmente en las cuales se podía ver la cara de Mariale sin ningún rótulo ni acompañamiento, a una estética más relacionadas con los *challenge* y temas de actualidad destacados con colores vivos, con una fuerte presencia del rosa (al igual que en los vídeos en sí), y acompañada de unas letras vistosas. Como se puede observar a continuación, el contraste es fuerte y las diferencias temáticas, más que evidentes.



Imagen 103. Evolución de las miniaturas del canal

Aspectos relacionados con el entorno:

Los vídeos de los primeros años son rodados en el mismo lugar, en una habitación que deja ver una cama al fondo y una pared. En vídeos más recientes el escenario cambia y aparece decorado con peluches e iluminación festiva, pero continúa siendo un interior de carácter hogareño sobre el que predomina el color rosa. Solamente aparecen exteriores en vídeos de retos.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

Los primeros años del canal se centran en vídeos sobre maquillaje y *outfit* de diferentes estilos y tutoriales para realizarlos. El discurso se desarrolla a modo de explicación y los temas principales son la belleza y el cuidado personal, la actividad física y la alimentación. A partir de 2016, la *youtuber* centra su canal en los retos y temas de moda, dejando el contenido inicial del canal en segundo plano.

- Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto

1. «(*A la hora de cambiarse:)

Hombre: ¡No sé qué ponerme! ¡Me veo gordo con todo! ¡Mi amor, no tengo ropa!

Mujer: Esto está limpio, me lo pongo hoy, ¡vámonos!». (*MUNDO AL REVÉS: HOMBRES vs MUJERES*)

2. «(*A la hora de comer:)

Mujer: ¿Qué es lo que estás comiendo?

Hombre: Lechuguita, para adelgazar.

Mujer: ¡Pura drama!

Hombre: ¡Estoy muy gordo!

Mujer: Come de esto

Hombre: No, mi amor. Mañana yo voy a ver a mis amigos y no quiero que me digan que estoy gordo. No, no... ¡quita eso!

Mujer: Tú te lo pierdes...». (*MUNDO AL REVÉS: HOMBRES vs MUJERES*)

3. «Así que hoy vamos a hablar de un tema que yo siento mucho nos preocupa a las mujeres, pero en realidad no hablamos demasiado de eso, y son nuestras axilas». (*ACLARA tus AXILAS OSCURAS!*)

4. «También, estar siempre pendiente de nuestro cabello, obviamente no es algo que tenemos que hacer, pero en general, a las chicas creo que nos gusta estar cuidaditas, con el cabello bonito, ya saben...» (*DESVENTAJAS DE SER MUJER*)

5. «¡Hola! Así que hoy, les voy a dejar unos truquitos, que yo sé que me van a agradecer, porque son para chicas...velludas. Y ok, yo sé que hay algunas afortunadas que nunca tienen que rasurarse, ni depilarse, ni nada por el estilo... Pero yo sinceramente no estoy incluida en ese club porque, si siguen mi canal personal, saben que yo básicamente vivo depilándome. Y no tengo problema en admitirlo, yo siempre he sido así, yo soy de esas personas que tienen vellitos en todas partes y lo detesto. Así que me pareció *cool* hacerles un video dándoles los tips que he aprendido a lo largo de 25 años viviendo con todo esto... ¡Para hacerles la vida mas fácil a ustedes! (*10 TRUCOS PARA MUJERES PELUDAS COMO YO!*)

- Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes

1. «Además, le estoy poniendo estas florecitas que me parecieron super femeninas y adorables y ya saben que estoy haciendo todo de rosado por el día de las Madres». (4 REGALOS FACILES para el DIA de las MADRES!)
2. «Vístete y actúa super sexy». (COMO ENAMORAR A LOS HOMBRES 🥰 | Mariale)
3. (*Viendo una película romántica. El hombre indiferente, la mujer llora y dramatiza). (HOMBRES vs MUJERES! - Mariale)
4. (*Viendo películas. El hombre llora y dramatiza viendo la película y la mujer se enfada porque es un exagerado). (MUNDO AL REVÉS: HOMBRES vs MUJERES)
5. «(*Modales:
Mujer: Pasa, mi amor, adelante, los caballeros primeros.
Hombre: ¡Ay, qué dama!». (MUNDO AL REVÉS: HOMBRES vs MUJERES)
6. «Padre: Hola, hija, ¿cómo está?
Hija: Hola, tengo que contaros algo... Tengo novio.
Madre: ¡Ay, hija! ¡Tienes que contarme todo! ¿Cómo lo conociste? Es musculoso, ¿verdad? Seguro es bien apuesto...
Padre: Dame la dirección de ese noviecito tuyo... (mientras afila unos cuchillos)». (Diferencias entre PADRES y MADRES!)
7. «Conocí a alguien en Tinder, y le escribí. Nos conocimos, salimos... y ese desgraciado, vamos a empezar, me dice que yo pague la cuenta. ¡Por favor, un hombre que no pague la cuenta! Era bonito y todo... no un galán. Como no tenía a nadie mejor, salimos otra vez, y otra vez me hizo lo de la cuenta...». (TIPOS de AMIGOS! - Mariale)
8. «Hoy es domingo, mi casa es un desastre. Yo quería limpiar, pero no sé, voy a tener que intentar limpiar con Yameli (bebé) encima. Más difícil, pero haré mi esfuerzo. Yo sé que hay muchas madres que hacen esto, así que, ¡uno puede!». (24 HORAS SIENDO MAMA DE UN BEBÉ RECIÉN NACIDO 🤪 (SE ME PERDIÓ 🤪) | Mariale)
9. «-Ay, ¿pescado otra vez? ¿No hay pollo?
-¿Y tú qué crees? Esto no es un restaurante para que tú comas lo que te da la gana». (24 HORAS SIENDO MAMA DE UN BEBÉ RECIÉN NACIDO 🤪 (SE ME PERDIÓ 🤪) | Mariale)
10. «-¡No! ¡No me voy a tomar la sopa!
-¡Mire, mientras usted viva en esta casa, usted va a hacer lo que yo diga!». (24 HORAS SIENDO MAMA DE UN BEBÉ RECIÉN NACIDO 🤪 (SE ME PERDIÓ 🤪) | Mariale)
11. «Esta mujer, de verdad la admiro. Como le dijo: "este es el marido que yo tengo, que no me mantiene, bueno para nada"». (CAPTURADA SIENDO INFIEL CON UNA MUJER - TODO QUEDÓ GRABADO | Mariale)
12. Representaciones satíricas de escenas comparando que pasa si eres popular vs normal. La chica popular tiene amigos, seguidores, le animan haga lo que haga, tiene complementos caros, etc. La chica normal es ignorada por los compañeros y profesores y se esfuerza para llamar la atención, sin conseguirlo a pesar de hacer las mismas cosas que la chica popular. (POPULAR vs NO POPULAR en la ESCUELA 🖋️🎯 | Mariale)
13. «-Mi amor, no me vas a creer, estaba hablando con María Gabriela...
-Ajá.... ajá...
-Y no sabes Giussepe lo que le hizo... ella estaba hablando de algo muy importante...
-Ajá.... ¡¡¡GOOOOOL!!!». (8 TIPOS de NOVIOS! - Mariale)

14. «EL CELOSO (parodia)

-Cielito, me voy a salir, me voy a ir con GAMAR.

-¿Que tú vas pa'dónde? (*mientras le cierra el paso)

-¡Ay! (*con cara de disgusto)

-Ya, tú no me dijiste a mí que quien es ese Gamar, ¿vas a salir con otro hombre? ¿Me vas a faltar el respeto a mí?

-Mi amor, ¡mi amigo gay de toda la vida!

-¿Que es gay? ¿Cómo me consta a mí que el es gay?

-¡Ay! ¡Pero si tú lo conoces!

-Ah, no, yo no confío en nada, yo no confío en nada de eso, ¿cómo voy a saber yo de verdad que es gay? Mmm... Mejor voy a supervisar eso, tú puedes salir con él, me voy contigo, dejáme ponerme una camisa. (*la chica se gira enfadada)». (8 TIPOS de NOVIOS! - Mariale)

15. «-¡¡Estamos en San Valentín!! Bueno, no hoy, pero ya casi, y me puse a pensar en esas ideas románticas que tenemos las chicas con estas fechas, y así es como nació este vídeo». (San Valentín EXPECTATIVAS vs REALIDAD - Mariale)

16. «EXPECTATIVA.

(*El novio le trae el desayuno a la novia)

-¡Feliz San Valentín! Te hice un desayuno especial para ti.

-¡Qué delicia!

-El ingrediente secreto, mi amor...

REALIDAD

Los dos en la cama, ella se despierta.

-San Valentín... El gordo ya debe estar haciéndome algo (*se da cuenta que esta a su lado). ¿Tú qué haces aquí? ¡Hazme un desayuno! ¡Algo romántico!

-(*medio dormido) ¿Bajaste el desayuno?

-¡No! ¿Tú...? ¿Cómo que..? (San Valentín EXPECTATIVAS vs REALIDAD - Mariale)

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones**

1. «Cuando están pensativos:

HOMBRES: La mujer se preocupa porque lo ve pensativo... el hombre piensa en el fútbol.

MUJERES: El hombre se preocupa porque la ve pensativa... La mujer está pensando en cambiar la camiseta del equipo, pero los colores no le favorecen y no sabe que fotos subirá a las redes». (MEN VS WOMEN DURING THE WORLD CUP 🏆 | Mariale)

2. Tono

El tono es alegre y desenfadado y el timbre de voz es efusivo y enérgico. Se presenta como cercana y amable al espectador.

3. Gestualidad

Utiliza mucho la expresión corporal, aspavientos y muecas para añadir expresividad y energía a su discurso.



Imagen 104. Mueca de Mariale

Feedback con el público:

Realiza numerosos sorteos para aumentar el tráfico en sus redes, anima a los espectadores a suscribirse y a comentar sus experiencias propias y a que pregunten dudas para añadirlas como tema en siguientes vídeos.

CANAL 11



Ficha técnica:



Nombre del canal: *AuronPlay* (Raúl Álvarez Genes).

Descripción del canal: «Bienvenido a mi canal, soy AuronPlay, aunque me puedes llamar Auron. De pequeño quemaba cosas, ahora ya no».

País: España.

Categoría / temática del canal: Comedy (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 28 febrero 2006.

Fecha del primer vídeo: 21 octubre 2009.

Número de vídeos subidos: 339 vídeos.

Número de suscriptores: 9.695.251 suscriptores.

Número de visualizaciones: 1.342.797.172 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 12:20 minutos.

Duración total del contenido: 68:34:14 horas.

Edad del youtuber: Su fecha de nacimiento es el 5 de noviembre de 1988, por lo que en la actualidad tiene 29 años y empezó a publicar vídeos cuando tenía 21.

Social Blade Rank: A-.

Otros canales del youtuber: -

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre

El plano más utilizado en los últimos tiempos es un plano medio, aunque utiliza el primer plano y el gran primer plano para dar énfasis a lo que está diciendo en el momento. Los combina, generalmente, con efecto de zoom dramático, para mostrar algo que le provoca mucha indignación o gracia. También mete a menudo una imagen fija de su cara en un gran primer plano de forma recurrente para reírse de algo o de alguien.



Imagen 105. Plano medio y primer plano



Imagen 106. Imagen fija de gran primer plano

En ocasiones, utiliza un primer plano o un plano medio, con un objetivo gran angular, lo que genera un plano más abierto, más amplio.



Imagen 107. Captura con objetivo gran angular

2. Punto de vista y angulación

Con respecto al punto de vista y a la angulación, en los vídeos de la última temporada predomina un punto de vista medio ladeado, dejando al frente el ordenador. Esta posición, en la cual se ladea para hablar a la cámara, da una sensación de «atención al público», como si dejase de hacer lo que estaba haciendo para hablar un rato con nosotros. En otros vídeos, especialmente en los más antiguos, encontramos también algún vídeo grabado con un contrapicado frontal.



Imagen 108. Punto de vista medio y contrapicado frontal

3. Efectos

En relación con los efectos visuales utiliza, como hemos señalado, zooms dramáticos y *camera shake* o efecto de temblor, acompañado, generalmente, de un efecto de sonido de repiqueteo u otro sonido. Otras veces, lo utiliza en su saludo, de por sí enfático, para reforzar.

4. Música

No utiliza música en sus vídeos, más allá de la que incorporan los vídeos que comenta.

5. Sintonías

Tiene una sintonía de cierre conformada por un remix con alguna de sus frases y su nombre, *AuronPlay Dale al play*, de Weebos Zunder.

6. Uso de cabeceras y cierres

No utiliza ninguna intro diferenciada. Con respecto al cierre, a veces utiliza algún vídeo de internet a modo de cierre humorístico y, a continuación, se presenta una sencilla animación con AuronPlay

de protagonista (una especie de gif subido encima de una paloma, encima de un perro, encima de «Rodolfo») junto con dos miniaturas que enlazan con otros dos vídeos del canal, mientras suena la sintonía del cierre.

7. Uso de separadores

No usa separadores ni efectos de transición, sino que, o bien utiliza los distintos fragmentos del vídeo que está comentando para fragmentar su discurso o bien pasa de un tema a otro de forma natural.

8. Miniaturas

Como en la mayor parte de los *youtubers* que llevan varios años subiendo vídeos a esta plataforma, podemos observar una transición en el diseño de sus miniaturas, pasando de unas muy simples, compuestas únicamente por una captura del vídeo sin ningún tratamiento ni acompañamiento de letras u ilustraciones, a unas más elaboradas y llamativas en las que aparece una imagen de AuronPlay, que contrasta con un fondo en el que predomina un único color en diferentes tonalidades y un texto con un formato llamativo que ocupa aproximadamente la mitad de la superficie.



Imagen 109. Miniaturas antiguas del canal



Imagen 110. Algunas miniaturas de este año

Aspectos relacionados con el entorno:

Generalmente, todo su contenido es creado en una habitación de su casa. A lo largo de la historia del canal, ha pasado por varias habitaciones diferentes, con distintos cambios de decoración. Podemos observar una evolución desde un espacio más desordenado y juvenil a un espacio mucho más cuidado, con una gran cantidad de elementos de decoración, algunos de los cuales hacen referencia a su propio apodo, AuronPlay, y varios regalos de sus suscriptores.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

Su saludo característico es «Ehehey, pero qué pasa chavales, ¿todo bien, todo correcto?, ¡y yo que me alegro!».

Sus vídeos consisten, principalmente en criticar a otros *youtubers*, meterse con las personas que suben otros vídeos (humorísticos o no) y con diferentes personas que encuentra en Chatroulette, hacer pesadas bromas telefónicas... A veces, se atreve también a tratar algún tema más o menos relevante a nivel social. Normalmente, va comentando vídeos o imágenes, insertando breves

fragmentos en su discurso, para ejemplificar e ir desgranando las ideas que desenvuelve en su crítica.

Desarrolla un discurso agresivo con una gran cantidad de palabras malsonantes, como podemos ver en un par de frases escogidas al azar, como «...pero es un pequeño paréntesis, coño, hostia, es que... mucho interesaros por los demás, pero a mí que me den por culo» (*Mis aficiones*) o «A tomar por culo, con la mano me parto los cristales... ¡Gilipollas! Puto perxitaa, que va de troll, va de troll, y es un soplapollas». (*|EXTRA| La nueva casa de perxitaa*). Además, enriquece su discurso con insultos de todo tipo, en ocasiones, bastante elaborados, con una finalidad cómica.

- **Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto**

1. «Siguieron el prototipo de poner a una protagonista mmmmmuy buenorra para que nos alegremos la vista». (*VLOG 1. Mamá*)
2. «Siguieron el prototipo de poner a una protagonista que estaba buena que te cagas. Mira, os dejo una foto (*pone una foto) ¿Qué tal? Está bien buena, ¿no? Siguieron el prototipo, por ejemplo... yo qué sé, la protagonista de The Ring (*pone una foto), también está muy buena, ¿no? Ehhh... la protagonista de REC (*pone una foto) ¡Joder, esta no, mierda! La otra, la protagonista, joder. (*pone otra foto) ¡Esta! Esta también, yo me la follaba. La protagonista de Paranormal Activity. Bueno, a esta no me la follaba, pero yo dejaría que me la chupara un poquito, ¿no? La puntita solo. Tiene una buena melonera, ¿no?». (*VLOG 1. Mamá*)
3. «Mira tu amiga, la de al lado es muy fea. Tu amiga, la de al lado, es un orco. No es de Rusia, es de Mordor, que no te engañe. Así, aquí, uy uy uy... You poco fea, ¿vale? Sí, fea. Fe-a. Mordor. ¿Sabes dónde está Mordor? ¿Dónde cae, más o menos? Pregunto». (*¡GRACIAS!*)
4. «Alo... alo, me gusta la alopecia. Ay, alopecia, ay, ay, alopecia. El pelo, el pelo... te lo dejaste en casa. Ay, alopecia, ay, ay, alopecia (*le canta a un chico con el ritmo de la canción de Michel Teló "Ay si eu te pego")». (*¡GRACIAS!*)
5. «Eso, eso... Invítala a comer un dulce (*pone una cara de extrañeza, la chica está rellenita)». (*EL CELOSO*)
6. «Y encima estás obeso. Tienes problemas. Debes ir al endocrino a que te mire esa puta cara y ese puto cuerpo de mierda que tienes, que tienes serios problemas de sobrepeso. ¡Asqueroso!». (*MEXIVERGAS*)
7. «Lo que pasa es que poner un sabrosón en un vídeo siempre queda bien, ¿no? Siempre... son muy simpáticos y se marcan ahí un freestyle de la "Hola, Hola, Ho-Ho-Hola"». (*STEISY, OTRA CANCIÓN DE MIERDA.*)
8. «Luego seguro que se va quejando de que le dicen guarrilla». (*STEISY, OTRA CANCIÓN DE MIERDA.*)

- **Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes**

1. «Con lo que vale la Canon, yo pos tengo putas pa' tres meses». (*Destripando canciones 1 - Alex Ubago*)
2. «Si estás tan enamorado, déjate la guita, déjate la guita, vete a una floristería y compra un ramo de rosas. ¡No seas cutrón, joder!». (*Destripando canciones 1 - Alex Ubago*)
3. «-Te trincaste a mi hermana.
-Pero vamos a ver, que tu hermana me buscó a mí, además tampoco tienes ninguna prueba.
-¿Pero cómo te iba a buscar? Si ella estaba tranquila, sin percales con tíos ni nada.
-Vamos a ver, pero tu hermana ya es mayorcita y tienes que dejarla hacer lo suyo.
-Y además las fotos esas que tiene, además, vídeos que le grabaste mientras te la trincabas.
-Eso es mentira, esa no es tu hermana. Tu hermana es mayor y sabe lo que tiene que hacer ya.

- Hombre, mi hermana es esa porque sale la chavala pidiéndome ayuda, coño. Tiene 11 años mi hermana...
-¡Para 12!». (*Toda la verdad*)
4. -Me gustaría algo manual hecho por mi o algo sencillo pero bonito. ¿Me podríais dar alguna idea, please?
Me sería de gran ayuda.
-Hombre, algo manual, hecho por ti y algo bonito que le vaya a gustar... PUES HAZLE UNA BUENA PA**. (*Los consejos de Auron #1*)
5. Este chaval tiene pinta de ser muy sensible... es que... entre hombre y mujer se quedó en medio, porque... vamos... es un caso especial. (*EL CORNUDO DE PERÚ*)
6. «Y ahora, ¿te gustaría comerme el pene: sí o no? (*la chica no entiende lo que le dice y levanta los hombros). Sí, sí, dílo: ¿te gustaría comerme el pene? Sí. (*él hace gesto afirmativo con la cabeza y la chica, que sigue sin entenderle, lo hace también). Ahí, ahí, jajaja. Enga, que has pillao cacho. Enga, hoy ya tienes la cena preparada». (*¡GRACIAS!*)
7. «YouTube, YouTube, yo soy Willyrex. Yo gano 10.000€ al mes. Te puedo mantener a ti y a tu madre. Si quieres, eh, si quieres. Solo me tienes que limpiar la casa un poco y hacerme la cama, ¿vale? Para empezar, ves y hazme un Colacao». (*¡GRACIAS!*)
8. «Y no hay nada que me toque más las pelotas que los llorones, ay ay, que me han insultado. Arréglalo como un tío, o sea, no... No partirnos la boca... no, no, ni mucho menos, yo estoy en contra de la violencia». (*Sobre el ligón + ???????*)
9. «...porque el día anterior te has comido todos los garbanzos, toda la garbanzada que te ha hecho tu madre». (*EL LIGÓN DE MORDOR*)
10. «Pero bueno, la compañía que tenía tampoco era de lo más agradable, ¿no? Ya que a la mínima que escuchaba un ruido: "¡AHHHAAH!" ¿Eres tonta o qué? No me toques los cojones. Eres muy pesada y deberías estar haciéndome una felación ahora mismo por la mierda que me acabas de hacer ver, ¿no?». (*VLOG 1. Mamá*)
11. «Me dice la chica, la acompañante: "¿Me abrazas?" (*se ríe). ¿Cómo? ¿Cómo que te abrace? ¿Cómo que si me abrazas? ¿Qué me estás diciendo? Es decir, me traes a ver esta mierda de película, pudiendo estar ahora viendo la de "Django" esta de Tarantino de puta madre, me haces ver este mojón de mierda... O sea, aún no te he tocado ni una maldita teta porque eres una estrecha y aparte de fea de cojones, también hay que decirlo...». (*VLOG 1. Mamá*)
12. «Muchos de vosotros me estáis diciendo que me estoy amariconando, que mis vídeos cada vez son más suaves, que voy a acabar hecho un homosexual, ¿no?». (*Bots y Fanatismo*)
13. «Si tuvieras un cuerpo normal, pues oye, te puedes permitir quitarte la camiseta y, con un poco de suerte, hasta puede venir alguna mojabragas a decirte: ¡Hostia! ¡Ay, yo te daba!». (*MEXIVERGAS*)
14. «Ya van varias veces que te he enseñado trucos, pero, pero puede ser que, aun así no sea suficiente porque a la persona que tú quieres conquistar sea una persona difícil, sea una estrecha, sea una de esas que que... sea imposible a no ser que seas un crack». (*CÓMO HACERTE UN TATUAJE MAGNÍFICO*)
15. «Oye, yo entiendo y respeto que cada uno tenga una forma peculiar de bailar, ¿no? Pero esto... (*fragmento), esto ya no es bailar, esto ya es un poco... un poquito de guarrona, eh». (*STEISY, OTRA CANCIÓN DE MIERDA.*)
16. «(*comentando un fragmento de la canción:) "A mí me gusta cómo tú me controlas". ¡Hombre, no! ¡Pa'no controlarte! ¡Como pa'tenerte a ti de novia, madre mía! A ti te dice tu novio: "Oye, cariño, voy un

momento ahí abajo, voy a comprar una cosa" y cuando vuelves está la tía ahí (*gesto de chupar) chupando cualquier cosa que se encuentra, un boli... (*gesto de chupar con varios objetos)». (*STEISY, OTRA CANCIÓN DE MIERDA.*)

- Estereotipos relacionados con gustos y aficiones

1. «¡Qué pesado, tío! Y encima vas al Pull&Bear y te eliges la sudadera de color rosa. ¡Maricona! ¿Dónde vas? ¿Dónde vas? ¡Coño! Mira que hay colores, eh, que vas al Pull&Bear y la tienes azul, la tienes negro, la tienes rojo, pero él no... ¡Ayyy, soy una nena! ¡Me cojo rosa!». (*Empadronados en Mordor City*)
2. «Te voy a enseñar un truco muy bueno, que es hacerte un tatuaje. A las mujeres les gustan los tatuajes, es algo que mola, ¿no? Lo ven: "Oh, qué sexy"». (*CÓMO HACERTE UN TATUAJE MAGNÍFICO*)
3. «Si tu marido tiene una tranca así de grande no te dejes taladrar el orto, GUARRA». (*Los consejos de Auron #1*)
4. «Estás aquí haciendo un videoclip, en el que estás aquí demostrando lo duro que tienes el pecho. Hazte ahí un buen canuto o simula que te estás fumando ahí un buen leño, ¡hostia! Pero... ¿un cigarrillo eléctrico? ¡Venga, ves a echarte rímel un poquito, eh, julandrón!». (*EL PEOR COVER DE LA HISTORIA*)
5. «Además que el lugar no intimida. Tú, cuando te imaginas una pelea, te imaginas ahí un callejón oscuro, con humo, con gato, te imaginas algo muy chungo, ¿no? ¿Pero esto qué es, por favor? ¡Si esto es el parque de la piruleta! ¡Si me dan ganas de ir ahí y jugar con las barbies, coño!». (*EL CELOSO*)

2. Tono

El tono, como señalaba anteriormente, es fundamentalmente crítico con todo y con todos, de modo ácido y bastante agresivo, persiguiendo las risas al mismo tiempo. Muchas veces, la frontera entre la crítica y la falta de respeto es bastante difusa. Esta agresividad y dureza en sus críticas a los demás le llevó a tener varios conflictos con varios miembros de la comunidad *youtuber* y, en los últimos años, tras varios *strikes* por parte del equipo de YouTube, modificó ligeramente su contenido y su dureza (no su manera de expresarse), incluyendo nuevos contenidos como sus conocidas bromas telefónicas, que alcanzaron una gran popularidad.

3. Gestualidad



Imagen 111. Diferentes muestras de gestualidad

Es un *youtuber* muy expresivo que busca constantemente enfatizar sus afirmaciones mediante el uso de las manos, ya sea tapándose la cara en gesto de consternación, alzando las manos al cielo o con las palmas hacia arriba cuando no encuentra sentido a algo fundamentalmente ridículo o vergonzoso, ya sea señalando o acompañando con sus manos los golpes de voz.

Feedback con el público:

En su habitación hay a la vista varios objetos que le han regalado sus suscriptores, lo que contribuye a reforzar los lazos afectivos. Unos suscriptores le regalaron un muñeco monstruoso (Rodolfo) que, en la actualidad, aparece siempre en sus vídeos y usa a menudo para hacer memes.



Imagen 112. «Rodolfo»

CANAL 12



Ficha técnica:



Nombre del canal: *Makiman131* (Javier).

Descripción del canal: «Cada día un alocado vídeo nuevo !! Te unes?? Business: makiman131yt@gmail.com».

País: España.

Categoría / temática del canal: Entertainment (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog, casteo y tutoriales.

Fecha de incorporación a la plataforma: 11 febrero 2013.

Fecha del primer vídeo: 13 febrero 2013.

Número de vídeos subidos: 2332 vídeos.

Número de suscriptores: 8.733.359 suscriptores.

Número de visualizaciones: 2.001.068.946 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 9:36 minutos.

Duración total del contenido: 373:40:43 horas.

Edad del youtuber: Nació en agosto de 1993, por lo que empezó a publicar vídeos con 20 años.

Social Blade Rank: A.

Otros canales del youtuber: *MakiGames*.

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre



Imagen 113. Captura de partida GTA

En sus primeros vídeos en el canal, destinados en su mayoría a *gameplays* y tutoriales de Grand Theft Auto, él no aparecía en sus vídeos y no es hasta el vídeo de agradecimiento a los 100.000 suscriptores que decide mostrar su rostro. Más adelante, comienza a incorporar en algunas partidas un pequeño recuadro en la pantalla (normalmente en la parte superior derecha), que muestra un primer plano o un plano medio del *youtuber* jugando la

partida que emite. También comienza a hacer vlogs para contar a sus suscriptores algunos aspectos personales como que se muda, cómo es su nueva habitación de juego, qué equipamiento tiene, presentarnos a sus nuevas mascotas, contarnos qué rutinas hace con ellos, etc., y hace algunos *unboxing* de dispositivos y accesorios de juego, utilizando el plano detalle para mostrar los productos.



Imagen 114. Captura de gameplay con plano medio del youtuber y plano medio en un vlog



Imagen 115. Plano medio picado de unboxing y plano detalle de equipamiento

En el último año, ha dejado de lado los casteos para centrarse en vlogs de retos y bromas pesadas, muchos de ellos grabados en exteriores mediante una gran diversidad de planos: generales, planos medios, primeros planos, planos detalle...



Imagen 116. Planos exteriores de diferentes retos: plano general, plano medio, primer plano, plano detalle

2. Punto de vista y angulación

Los planos que predominan, por lo tanto, son planos de juego en los que combina los de tercera persona con vista dorsal o con vista *over the shoulder* con planos subjetivos, cuando el juego lo permite. Con respecto a los vlogs, predomina la frontalidad, mientras que en los retos y *challenges* en exterior depende mucho de la intención de la comunicación: el frontal para las explicaciones, el contrapicado para comentar logros y proponer retos (como para mayor epicidad) y el picado, habitualmente, cuando él habla a la cámara al principio de vídeo.

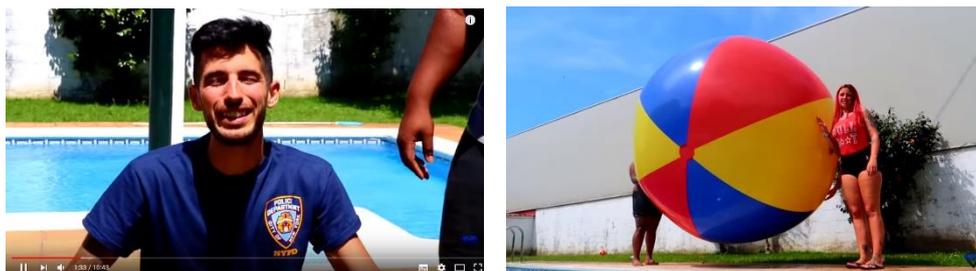


Imagen 117. Ejemplos de punto de vista frontal y contrapicado

A veces, también juega con la angulación de la cámara para dar un cierto dinamismo y velocidad a los momentos de explicación mediante un plano holandés, en el que la horizontalidad de la foto se desestabiliza hacia uno de los lados.



Imagen 118. Plano holandés

3. Efectos

Como efectos más destacados, durante los años en los que subía *gameplays* y tutoriales de GTA incorporaba frecuentemente elementos a la imagen para dotar un momento de la partida de cierta comicidad.



Imagen 119. Efectos: incorporación de elementos en la imagen

En su segunda etapa, más centrada en retos, utiliza principalmente filtros que afectan al color, ya sea suavizando el color (y combinado a veces con la cámara lenta y música de corte clásico), ya sea intensificando los colores para hacerlos mucho más vivos.



Imagen 120. Efectos: uso de filtros en la imagen

4. Música

La música está bastante presente en su canal, tanto en las partidas como en los retos, especialmente música electrónica bastante dinámica, como *Takin It Back* de Dutty Moonshine o *Highscore* de Teminite Panda Eyes. Para momentos más relajados durante el juego usa de fondo melodías como *Scheming Weasel* o *Sneaky Snitch* de Kevin MacLeod.

5. Sintonías

No utiliza ninguna sintonía diferenciada, sino que utiliza diferentes canciones de fondo mientras saluda o se despide.

6. Uso de cabeceras y cierres

No tiene ninguna cortinilla de introducción, sino que muestra unas pequeñas partes a modo de resumen de lo que sucederá en el vídeo y después saluda con su fórmula habitual, mientras en la parte inferior aparecen sus usuarios en otras redes sociales y anima a la suscripción. El vídeo se cierra con enlaces a otros vídeos del canal, normalmente dos, mientras suena música electrónica de fondo.

7. Uso de separadores

Normalmente, no utiliza separadores. En su lugar, estructura su discurso y las fases del proceso mediante el uso de cortes en la edición.

8. Miniaturas

Las primeras miniaturas de los vídeos de su canal consistían en capturas de imagen del vídeo con rótulos, que se fueron haciendo progresivamente más llamativos y vistosos. En las miniaturas actuales, es habitual que recurra a la intriga para reclamar la atención del usuario, utilizando con cierta frecuencia imágenes de su pareja y rótulos sugerentes relacionados con el erotismo y la sexualidad.

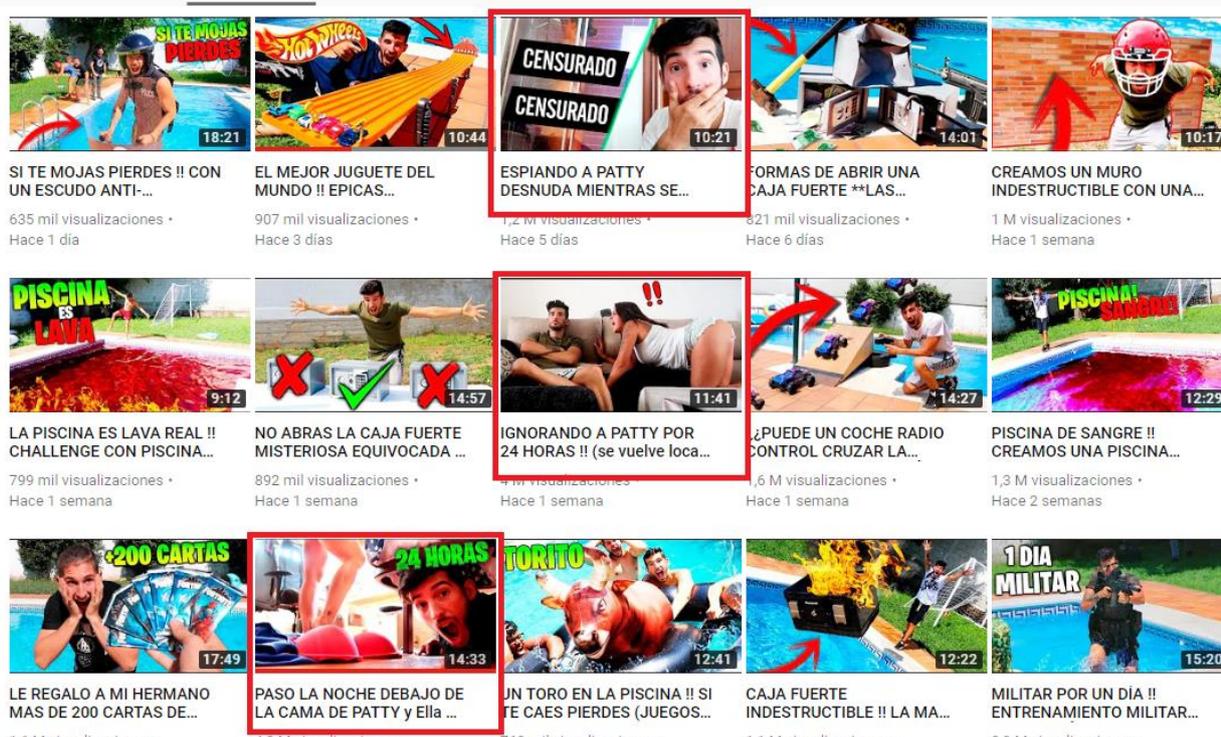


Imagen 121. Miniaturas actuales del canal de Makiman131

Aspectos relacionados con el entorno:

Anteriormente, los *gameplays* y *vlogs* eran siempre interiores, en su casa. Sin embargo, la mayoría de los vídeos actuales se desarrollan en el exterior, concretamente en relación con la piscina de su casa, aunque también hay *vlogs* realizados en el exterior en distintos puntos de la ciudad en la que vive (Pontevedra).

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

La mayoría de los vídeos subidos a este canal durante los primeros años son tutoriales para hacer *mods* y trucos, y casteos de partidas de diferentes juegos, principalmente del Grand Theft Auto, aunque hay otros juegos como *Call of Duty* o *Fallout*, por lo que responden, fundamentalmente, a una modalidad discursiva de corte expositivo e instructivo. Los *vlogs*, por otra parte, siguen una estructura narrativa convencional. Los retos actuales que desarrolla en el canal siguen una estructura expositiva en la que destaca el uso de marcadores discursivos para organizar las acciones, secuenciar los pasos, exponer hipótesis y resultados.

- Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto

1. «Tengo el coche destrozado, tío, imagínate... Lo tengo pocho, ¿sabes? Como una puta pocha...». (*GTA ONLINE - EL TREN CON SWAG TREN TROLL - MINIJUEGO - Makiman*)
2. «Te voy a pagar la silicona, guarra». (*TENÉIS QUE VERLO..XD - Jugando con subs y amigos + TROLL Final jajaja - Makiman131*)
3. «El dormitorio del hijo también, el gordito, el gordito *player*, como nosotros, de gordito no, sino de *player*. Nosotros somos guapos, nosotros somos fuertes». (*Casa De Michael, Franklin y Trevor - GTA Online - Makiman131*)
4. «Me entraría ganas de dispararle a ese gordo, por ejemplo, un bazocazo». (*CONTRA LA FBI !! TERCER GOLPE!! ASALTO A HUMANE! GTA V ONLINE ATRACOS A BANCOS*)
5. «-Este es el mapa maldito. ¡Dios, qué culazo! Perdón, perdón.
-Te lo he dicho.
-¡Que no te hipnotice el gluten!
-¡Dios! ¡Cómo grinda la niña! ¡Corre, corre!
-¡Ni yo me creo que lo que acabo de hacer!
-Si yo fuese hombre no podría pedalear, te lo juro, con ese personaje, madre mía...». (*GTA V ONLINE QUE CULO XD JAMAS LO CONSEGUIRE !!! EL MAPA MAS DIFICIL GTA 5 BICIS VS CAMIONES Makiman*)

- Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes

1. «A ver, por favor, mientras vamos entrando nos vamos sentando en el sofá, que voy llamando a una chica de compañía, que aquí somos muchos rabos». (*ESPECIAL NAVIDAD REGALANDO MILLONES!! - GTA Online - Makiman*)
2. «¡Aquí le tenéis! ¡Venga a disfrutar de la navidad señores! Venga, vamos a hacerle un bukkake monumental a esta señora. ¡Toma! ¡Toma! Bukkake, bukkake monumental, chaval». (*ESPECIAL NAVIDAD REGALANDO MILLONES!! - GTA Online - Makiman*)
3. «Ohhhh... Acabo de hacer un ruido un poco "vagina", ¿no? (*en referencia a un gemido)». (*EL PAPA DE LOS MUÑECOS HINCHABLES QUE SE MUEVEN Y SALUDAN COMO IDIOTAS!! GTA V ONLINE Makiman*)
2. «¿Una silla nada más? ¿En serio? Y una tía tapándose las tetas, tío, en serio, madre mía... Menudo perverso». (*DOMINGUEROS EN GTA!! + POSTER SEXY XD!! GTA 5 ONLINE Makiman*)
3. «-Patty nos ha dado un repaso, o sea... Ha demostrado quién tiene valor, quién tiene un par de "mm". Una chica, eh, una chica nos ha dado un repaso a todos los hombres. Ha sido la que ha pegado el pechazo. -El pechazo, eh eh». (*PLANHAZO EXTREMO Y EL MEJOR CLAVADO EN LA PISCINA !! Makiman*)

4. «Al igual me la haces eh, puta zorra, al igual... Eres un figura... ¿Pero qué hace este yéndose a la bomba? Tírate al mar gilipollas, tírate. Mira qué asqueroso... Mira donde estaba el asqueroso, mira cómo me mata la zorra... ¡Putá zorra, es una zorra de mil pares de cojones! ¡Hostia, qué puta furcia!». (*PUTA ZORRA!! Contad cuantas veces lo dice.. xD - TROLL Black ops2 - Makiman131*)

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones**

1. «Yo el dinero me lo he ido gastando en tanques, en helicópteros, en propiedades para generar más dinero, en diversión... Me lo he gastado, por decirlo, en barcos y putas, ¿no? Por así decirlo...». (*GTA5 DINERO INFINITO !!! - Sin trucos. Makiman131*)

2. «-Es que a Lomacs no le gusta el rosita, creo.

-No.

-A Camilo es que le encanta el rosa, dice que es su color favorito.

-En el GTA.

-Le trae suerte, dice.

-Mentira.

-Sí.

-Uuuu uuuu». (*DERBY DEMOLICION POR FIN !! TODOS CONTRA MI !! GTA 5 ONLINE Makiman*)

3. «Camiloooo, te toca el rosa, uhhh». (*DERBY DEMOLICION POR FIN !! TODOS CONTRA MI !! GTA 5 ONLINE Makiman*)

2. Tono

En los primeros años del canal predominaba un tono amable, simpático, divertido, en ocasiones tímido e inseguro en su expresión. Con el paso del tiempo y la incorporación de los retos y las bromas pesadas, Makiman ganó en seguridad, lo que se refleja en su tono de voz y su rapidez verbal. Muestra a un personaje seguro de sí mismo, un líder, habitualmente rodeado de sus amigos que sirven de comparsa para sus retos y bromas.

3. Gestualidad



Imagen 122. Ejemplo de gestualidad en una intro

Esa seguridad que comentaba en el punto anterior se refleja también en su gestualidad. Inicialmente se limitaba gesticular levemente con las manos, a señalar, a reforzar de algún modo

su discurso de forma natural. En la actualidad, sus gestos son mucho más exagerados, incluyendo movimientos con todo el cuerpo como girarse o inclinarse justo antes de comenzar a hablar como si cogiese impulso. Sus manos hacen gestos de señalar, de «anotarse un tanto», en los que el índice y el mequiñe destacan sobre los demás, lo que nos recuerda, en cierta medida a la gestualidad de un rapero. Este exceso de movimiento manual y corporal se presenta especialmente en la intro y en los momentos de presentar un reto lo que, acompañado de un incremento en la velocidad del habla da a los vídeos una sensación de rapidez y dinamismo, muy en consonancia con la temática de los retos (saltos, carreras de coches, saltos en cama elástica...).

Feedback con el público:

En este canal organizaba partidas de Grand Theft Auto con suscriptores, creando varias *crews* para jugar con ellos en distintas plataformas. También pedía que le propusieran retos épicos para hacer en este juego en los que mostrar su habilidad. En la actualidad, pide mínimos de *likes* para hacer determinada broma, juego o la continuación de un vídeo (si llegamos a [número] de *likes* hacemos [x]).

CANAL 13



Ficha técnica:



Nombre del canal: *DebRyanShow* (Ryan Hoffman Badui).

Descripción del canal: «¡Qué onda Fritos! ¿Como están? Hago videos en Internet, Solo quiero que te diviertas un rato... Mi canal tiene un contenido variado desde bromas, retos y diferente tipo de Experimentos. Todo lo que creas que está prohibido hacerse frente a una cámara yo ya lo hice o estoy por hacerlo».

País: México.

Categoría / temática del canal: Comedy (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 2 julio 2011.

Fecha del primer vídeo: 6 noviembre 2011.

Número de vídeos subidos: 358 vídeos.

Número de suscriptores: 8.577.844 suscriptores.

Número de visualizaciones: 828.916.128 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 7:36 minutos.

Duración total del contenido: 45:18:30 horas.

Edad del youtuber: Nació el 9 de enero de 1988, por lo que hizo sus primeras publicaciones en la plataforma con 23 años.

Social Blade Rank: D-.

Otros canales del youtuber: *DebRyanLive*.

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre



Imagen 123. Plano general y primer plano

En los vlogs en interior, en los que habla de experiencias personales, responde preguntas y aborda algún tema, predomina el primer plano o el plano medio. Con respecto a los retos locos, depende del tipo de reto, pero se trata principalmente de ir siguiendo los pasos del *youtuber* a través de planos generales o medios y atender a las conversaciones que mantiene con otras personas a través de planos medios y primeros planos.



Imagen 124. Captura de reto, plano medio

2. Punto de vista y angulación

Hay bastante diversidad con respecto al punto de vista y la angulación de la cámara. Por ejemplo, en los vlogs, normalmente realizados con un primer plano o un plano medio, podemos encontrarnos un punto de vista completamente frontal, ligeramente ladeado e, incluso, contrapicado, en ocasiones alternando para dar sensación de entrevista, como en el vídeo *Mi triste historia*.



Imagen 125. Primer plano ladeado



Imagen 126. Alternancia de plano medio frontal con un contrapicado grabado desde un lado

Con respecto a las preguntas o retos que plantea a la gente, normalmente predomina el punto de vista frontal, aunque las personas aparecen de lado; o podemos verlas en un plano *over the shoulder*.



Imagen 127. Entrevistas con punto de vista frontal y over the shoulder

3. Efectos

No utiliza una gran variedad de efectos en sus vídeos. Juega, principalmente, con los filtros y los colores, como podemos observar en vídeos como *Reto 8 | Besos y Atascones | Beso por Prenda*, donde la imagen se muestra azul en algunos momentos de la explicación, o roja, en los momentos en que recibe un apasionado beso. También utiliza el blanco y negro y la cámara lenta (con el sonido ralentizado también), para mostrar una reacción a algo, como en el vídeo *Depilandome partes del Cuerpo* con Mariale, donde, en



Imagen 128. Imagen en tono rosa con lluvia de corazones

relación a la depilación, una cortinilla de corazones rosas viene a reforzar el mensaje de la canción de *Pluma Gay*, versión de la conocidísima *Dragostea Din Tei* de O-Zone.



Imagen 129. Capturas del Reto 8 | Besos y Atascones

Con respecto a los efectos de sonido, no los utiliza en exceso, pero sí en momentos clave con intención, principalmente, cómica, como el sonido de grillos en un silencio.

4. Música

En algún caso, como en *Como Conocí a mi Novia* | *Historia Borracho* | *Drunk History*, utiliza música clásica y música de tipo jazz de fondo, mientras que para los retos más divertidos o para los momentos más dramáticos, utiliza melodías como la banda sonora de *Kill Bill* o música electrónica.

5. Sintonías

Utiliza una sintonía dubstep de Acidness Itself en la intro y el cierre.

6. Uso de cabeceras y cierres

Normalmente utiliza una intro en la que aparece su nombre al ritmo de *Intoxicado* de Acidness Itself. A lo largo de la historia del canal, ha tenido, al menos tres intros diferentes en forma de animación en la que aparece el nombre del canal y predomina el color azul intenso. En las dos últimas versiones, aparece también una corona.



Imagen 130. Capturas de las intros del canal

7. Uso de separadores

En ocasiones, en los vídeos de retos principalmente, utiliza separadores con su nombre en lugar de los cortes, con una estética similar a la de la intro, pero sin animación, que aparece apenas un instante. En otras ocasiones, cuando hace una enumeración o recoge varias casuísticas en torno a un tema, como en el vídeo *Mis Papas se Separaron*, lo que hace es intercalar sus



Imagen 131. Ejemplo de separador

explicaciones en las que muestra un pequeño rótulo en la parte inferior con pequeñas escenas donde se ejemplifican las situaciones que describe.

8. Miniaturas

En relación a las miniaturas, podemos afirmar que ha sufrido el proceso inverso al que han atravesado muchos otros canales. En su caso, pasa de unas miniaturas en los que destaca la gran cantidad de retos, con rótulos grandes y muy llamativos, a desarrollar vídeos más personales (aunque sigue haciendo algunos retos), con una estética en la que predominan la imagen del *youtuber* y los colores naturales. Este cambio se ve claramente en la cronología de sus vídeos, y es posible situarlo en un punto hace aproximadamente dos años.



Imagen 132. Miniaturas de vídeos de hace 5 años



Imagen 133. Miniaturas de vídeos de hace un año

Aspectos relacionados con el entorno:

Muchos de los primeros vídeos de retos de su canal son grabados en discotecas, aunque también ha grabado videoblogs en festivales, en otros países, en su casa e, incluso, en la cárcel. En varios de los vlogs solamente podemos ver una silla colocada ante una pared desnuda sin ningún otro tipo de decoración, lo que inspira la naturalidad, la sinceridad, la omisión de elementos superfluos al colocarse frente a la cámara.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

Por norma general, comienza sus vídeos saludando con un efusivo «¡Qué onda, fritos! ¿Cómo están?». El contenido de su canal es muy variado, desde vlogs de viajes y experiencias hasta *challenges*, tags y bromas de distinto tipo, pero, sin duda, lo que más destaca es la cantidad de retos. La presencia del erotismo y la sexualidad es una constante en su canal, desde los temas de los retos, en los cuales reparte besos, toca pechos o hace encuestas sobre la ropa interior, hasta las bromas o las preguntas que hace a otros YouTubers. Es muy habitual encontrarlo acompañado por sus amigos o por su pareja y ha hecho una gran cantidad de colaboraciones en los canales de otros *youtubers* mexicanos como Luisito Comunica, Caelike o AlexXx Strecci o Juanpa Zurita.

No utiliza un lenguaje demasiado cuidado y recurre frecuente a la cosificación femenina como reclamo para sus vídeos.

- **Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto**

1. «Vengo a entrevistar a unas conejitas muy sexys, para que se deleiten viendo sus hermosos cuerpos. Vamos a preguntarles unas cosas que quieren saber ustedes sobre unas conejitas Playboy (*se pasa el vídeo preguntando a las chicas sus medidas, qué postura sexual es su favorita y que tiene que hacer un chico como él para ligar a una chica como ellas)». (*Reto 14 | Ligando Conejitas | Playboy*)
2. «Chicas, nunca olviden el relleno». (*Reto 4 | Hombre o Mujer | Travestí Ligando*)
3. «Hoy voy a ligar de feo». (*Reto 3 | Feo Ligando*)
4. «-¿No habría forma de que alguien feo como yo consiguiera un besito tuyo?
-Ni drogada». (*Reto 3 | Feo Ligando*)
5. «-¿Los feos nunca tendrán oportunidad en este mundo?
-Pues no». (*Reto 3 | Feo Ligando*)
6. «(*Se pasa la noche «disfrazado de feo» en una discoteca intentando ligar con chicas).
-No cabe duda de que ser feo es una verdadera desgracia, pero sin embargo no quiere decir que por ser feo no puedas apoderarte de la noche y no puedas disfrutar la noche al máximo, ni ligar chicas, ni cualquier cosa que hace una persona normal». (*Reto 3 | Feo Ligando*)
7. «-¿Tú qué traes, trusa o tanga?
-Tanga.
-Un pedacito, un pedacito... ¡Esto es calzón de abuelita! ¡Eso es calzón de abuelita! ¡Claro que sí! Eso es calzón de abuelita, eso no es tanga, no nos engañas...». (*Reto 6 | Tanga o Calzon*)
8. «-Traje unas banditas de depilar... ¿Te depilas seguido?
-(*zoom dramático y música de suspense) Seguro.
-Se ve, o sea, se ve, se ve...». (*Depilandome partes del Cuerpo | Mariale*)
9. «-Lo he hecho muchas veces, me gusta la depilación (*sonido de grillos).
-¿Hacerla o recibirla?
-Hacerla, pero ya la he recibido... y no es tan bonita (*la pantalla adopta una tonalidad rosa mientras aparecen corazones y suena "Fiesta Fiesta, Pluma Pluma Gay" con la conocida melodía de Dragostea Din Tei)». (*Depilandome partes del Cuerpo | Mariale*)
10. «Ya me hice la septum, miren, miren. Ahí está. ¡Qué óvole! Me dolió, casi no sangré, pero estuvo bien, estuvo bien. Así me van a ver un ratito. (*separador que dice: Dos minutos después). Ok, amigos, me acaban de decir que es un poco gay tener esto. Me lo voy a quitar...». (*La Verdadera Fiesta Brasileña | Rock in Río*)

- **Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes**

1. «Gritando tras de ella, subido en el auto le dije: "¡Dash, súbete al maldito auto!", y ella empezó a gritar putadas y diciendo mamadas porque es loca». (*TAG DE LA VERGÜENZA | No se Leer | Shame Tag*)
2. «Mi mamá, como señora que es, no le entiende al celular, no le entiende a la computadora... Me dice: "a ver, explícame". [...] Pero, definitivamente, es muy complicado enseñarle a una persona mayor explicarle los avances tecnológicos que hemos tenido [...]». (*TAG DE LA VERGÜENZA | No se Leer | Shame Tag*)
3. «Yo soy hombre y los hombres debemos de comprar esas cosas». (*Relacion de Hermanos | Fichis y Yuya | DebRyanShow y Yosstop*)

4. «(*Se acerca a la barra y habla con una chica, le dice que es muy guapa, que tiene bonitas manos y le pide su número de teléfono y le promete que le va a llamar) -¡Yuhuu! ¡Ya ven! ¡Sí lo pude lograr! ¡Ya saqué pompi para el próximo fin!». (*Reto 1 | Ligar a una Mesera / Bartender*)
5. «Cuando estés en compañía de una dama al cruzar la calle sostenla de la mano, esto le va a dar un sentimiento de protección». (*Como ser un Caballero | Yosstop*)
6. «El no hablar demasiado de ti te hará parecer misterioso y, a muchas mujeres, eso les parece atractivo». (*Como ser un Caballero | Yosstop*)
7. «(*Todo el video consiste en frases que dicen cuando han cortado una relación. Algunos ejemplos:)
 -¡Wey, era una puta!
 -Doy gracias a Dios por haber apartado la basura de mi vida.
 -Wey, ni que estuviera tan buena.
 -Lo que tenía de buena, lo tenía de pendeja.
 -Se cree mucho y la neta no es nada, no es nada, wey.
 -Es más puta que las golfas de Tlaplan.
 -Era una pinche interesada, seguramente namas andaba contigo por tu dinero.
 -¿Para qué quieres andar con alguien que está más manoseada que un billete de 20 varos?
 -¿Para qué tener a una si podemos tenerlas a todas?
 -Era una zorra.
 -Era más puta que mi ex». (*Frases de Ardidios | Desamor | AlexXx Strecci*)
8. «Para ser la primera vez estuvo fatal, no me gustó y me dolió bastante. Insisto, no soy ninguna mujercita a la que le rompieron el himen o algo así, pero la verdad me dolió mucho y no lo disfrute». (*Mi primera vez que tuve sexo | Circuncisión*)
9. «(*Como insultar a las hermanas, ejemplos:)
 -Tu hermana está más tocada que las mañanitas
 -Tu hermana está más taladrada que las ruinas de Teotihuacán
 -Tu hermana está más abierta que Oxxo a las 24h
 -A tu hermana le dicen la pizza, porque está lista y caliente en menos de 30 min.
 -En el cuerpo de tu hermana han entrado más hombres que a la academia». (*Tu hermana es una Facil | Benshorts*)
10. RETO: con un juego le pueden dar besos en la boca o tortazos.
 Una chica no quiere darle besos en la boca, solo en la cara. Él insiste y la fuerza agarrándola de la cabeza y girando la cara. A varias chicas les promete beso en la cara y, cuando van a besarle, gira la cara y les da un beso en la boca. A otras, aunque acceden de mala gana, les agarra por detrás de la cabeza para que no se puedan apartar, incluso con fuerza. (*Reto 12 | Besos y Cachetadas | Semana Inglesa*)
11. «(Amigos hablando:)
 -Lloran por todo.
 -Se maquillan como payasos, por dios que alguien les enseñe.
 -Además que quieren que nosotros, los hombres, les paguemos todo.
 -lo peor de todo es que son una bomba de hormonas.
 -Cuando saludan bien pegaditos a tus amigos enfrente de uno... ¡tantito respeto!
 -Necesitan que alguien les diga que se ven bien para sentirse bien.
 -Nos castigan quitándonos el sexo, ¿es que no saben que es una necesidad?
 -Siguen esperando a que seas su príncipe azul.

-Quieren que el hombre haga todo el trabajo en la cama y ellas no hacen nada.

-Son abusivas y manipuladoras». (*Cosas que los Hombres ODIAN de las Mujeres*)

12. «Me voy a dar a la tarea de averiguar cuánto dinero necesitas para conquistar a una mujer, ¿cuánto dinero tienen en sus carteras?». (*Reto 13 | Cuanto Vale una Mujer | Bulldog Cafe*)

13. Se acerca a grupos de chicas en la calle y les pregunta si tienen novios, y si les parece atractivo, si contestan que sí, besa a una chica sin previo aviso, la agarra de la cabeza y la besa varios segundos. Algunas le siguen, otras se quedan solo quietas, y otras se ríen. (*Como Besar A Una Mujer | How To Get Girls To Kiss You | Bromas*)

14. Enseña fotos de una chica a otros chicos y les pregunta que opinan de ella y que le harían. La chica de las fotos aparece con una careta y una bata y se descubre poniéndoles en evidencia haciéndoles repetir lo que han dicho. Ejemplo:

«-Yo encontré sus fotos y quiero que me digas que opinas de ella

-(**silba*) Noo, pues está rebién, ¿no?

-¿Está bien? ¿Qué opinas de su par de toronjas?

-No, hombre, así me hago un jugo ahí... jaja

-¿Qué harías con ella si la tuvieras enfrente?

-¿Qué no haría no?

-¿Como qué harías?

-¿Como que no haría? Pues no dejarla ir... ¿Como que haría? Pues ya imagínate...

-Digamos unos besos...

-Y algo más...». (*Consigue a la Chica Perfecta | Bromas Pesadas | Videos de Risa*)

15. «-Hay muchos tipos de zorras, como las siguientes: las zorras interesadas. Estas zorras solo te buscan por tu dinero. (...)

-¿Tú qué opinas, Jux?

-Bueno, yo no tengo pedos mientras me abran las piernas esta chido todo.

-Importante decir que las zorras interesadas no solo se pueden interesar por tu dinero, algún bien estar social que tengas por ser famoso o algo». (*Las Zorras o Putas | Pepe Problemas*)

16. «-La zorra mojigata. Una de las peores. A mí me caga, si vas a hacer algo, acepta que lo hiciste, ten los huevos, soy zorra y lo acepto, soy zorra ¿y qué? Pero no andes diciendo: “soy zorra, pero que oso esa vieja, que anda haciendo eso...”.

-¡Pinche zorra! ¡Mustia! ¡Sabes que te encanta el pito, pero lo andas negando en sociedad, pero te lo andas atragantando todo el punto tiempo! ¡Zorra maldita!». (*Las Zorras o Putas | Pepe Problemas*)

17. Buscan chicas en la playa, juegan a piedra, papel o tijera. Si pierden ellas les da un beso y si ganan le pueden pegar una bofetada. A una de ellas, aunque ella gana, la besa igual sin preguntarle y agarrándola por la cabeza le fuerza unos besos. Ella se queda quieta y la amiga se sorprende. (*Mexicano Besa Norte Americanas | PrankInvasion*)

18. «-(**chica*) No me interesa hacerle nada a un hombre, en cambio, con una mujer, sí.

-Ok, te interesa hacerle cosas. Tú vendrías como siendo el macho de la relación.

-Si lo quieres llamar así... (*Entrevista Bisexual | Matu Garces*)

19. (Leyendo comentarios que dejan en las redes sociales de su novia:)

«-El brayan dice: y todo esto es del puto Brayan. Sí, puto, y ¡qué pedo! (...)

-Vamos con otra foto, una foto en la que se ve sensual la muchacha, destilando potabilidad como dirían por ahí... (...)

-Gibo dice "te quiero follar, mami", muy explícito. Muchas gracias, muy coherente. No va a pasar, no va a pasar. (...)

-"¡Pinches shishotas!" y unas caras de corazón... ¡Sí, wey! ¡Tiene dueño!». (*Leyendo Comentarios de mi Novia | Dhasia Wezka*)

20. «-¿Qué te parece si me bailas reggaetón... ¿Por qué no? Bailas chido, ¿no?

-Sí, pero tengo novio...

-¡Vamos a bailar, no te voy a meter el pene!

-¿Cómo?

-Vamos a bailar, ¡no te voy a meter nada en otro lado!». (*Reto 35 | Bailando Reggaeton y Perreo Intenso*)

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones**

1. «Soy bueno en los videojuegos de peleas [...] y de fútbol, aunque todos estos juegos son inservibles, pero soy realmente bueno». (*TAG DE LA VERGÜENZA | No se Leer | Shame Tag*)

2. «(*Haciendo un test:)

-Cuando eras un niño, ¿alguna vez jugaste con juguetes de la orientación sexual opuesta?

-(chica) Ah, sí, yo nunca tuve una muñeca, o sea, que era de puro cosas de niños, de canicas, tazos... Puro de hombre.

-¿Y tú con barbies?

-(chico) Noo, a las comiditas.

-(chico) Yo pues, la verdad, pues yo jugaba normal con mis pinches soldados, y bueno, tenía las barbies, pero para que se las cogieran los soldados». (*Test Gay | Examen Homosexual | MujerLunaBella*)

2. Tono

Su forma de expresarse, junto con el alto contenido sexual de sus vídeos, le ha ocasionado problemas con muchos vídeos de YouTube, que han sido restringido para adultos o tienen visitas restringidas, debido a problemas con las marcas, como él mismo explica en el vídeo *Borro los Videos Mas Vistos de Mi Canal | Perdí 80 Millones de Visitas*.

3. Gestualidad

No recurre a la gestualidad como recurso característico, sino que simplemente le sirve como apoyo y refuerzo a sus explicaciones, especialmente, en los vídeos más serios y personales.

Feedback con el público:

Cuando hace algún tipo de vídeo nuevo en el canal, algún formato novedoso, pide a los suscriptores que le comenten acerca de si les gusta ese tipo de vídeos y de qué otras cosas quieren hablar. Además, en ocasiones contesta a los comentarios de los vídeos y da *favorito* (en forma de corazón) a los comentarios que más le gustan de sus suscriptores.

CANAL 14



Ficha técnica:



Nombre del canal: *Juanpa Zurita* (Juan Pablo Martínez-Zurita Arellano).

Descripción del canal: «Mexicano de 21 años haciendo retos, bromas y vlogs extremos alrededor del mundo!»

País: México.

Categoría / temática del canal: Comedy (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 5 octubre 2013.

Fecha del primer vídeo: 15 abril 2015.

Número de vídeos subidos: 138 vídeos.

Número de suscriptores: 8.472.229 suscriptores.

Número de visualizaciones: 467.862.765 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 13:27 minutos.

Duración total del contenido: 30:55:11 horas.

Edad del youtuber: Nació el 29 de marzo de 1996, por lo que sus primeros vídeos los publicó cuando contaba con 19 años.

Social Blade Rank: B+.

Otros canales del youtuber: *Juanpa Zurita Vlogs* (actualmente inactivo).

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre

La mayoría de los de vlogs o retos utilizan el primer plano o el plano medio. En los vlogs exteriores generalmente es él mismo quien hace la grabación con la cámara de su móvil, por lo que destaca el primerísimo plano y los grandes planos generales para mostrarnos vistas o paisajes.



Imagen 134. Primeros planos (cámara fija) y primerísimos planos (cámara móvil)

También imita formatos televisivos, como el de programas de entrevistas, en el que alterna y combina diferentes planos y angulaciones, a imitación de los cambios de cámara que se producen en un plató. Uno de estos vídeos, "EL ATAQUE DEL PITBULL" - ENTREVISTA A PUCA 3 Ft. Rix, lo ejemplifica ampliamente.



Imagen 135. Diferentes planos del vídeo "EL ATAQUE DEL PITBULL" - ENTREVISTA A PUCA 3 Ft. Rix

2. Punto de vista y angulación

El punto de vista y la angulación depende enormemente del tipo de vídeo y de la ubicación de la grabación. Así, encontramos vídeos grabados con la cámara móvil, como señalábamos anteriormente, en los que predominan los primerísimos planos con tendencia al contrapicado. Por otra parte, aun grabando con una cámara fija, ofrece bastante diversidad, en relación con el escenario de la grabación, por lo que desarrolla vlogs y retos desde un ángulo completamente frontal, más lateral, recto o picado...



Imagen 136. Contrapicado y picado



Imagen 137. Vista lateral en un salto en paracaídas

3. Efectos

Altera la velocidad de la cámara con una finalidad cómica. Por ejemplo, usa la cámara lenta para generar momentos épicos cuando está haciendo alguna gracia (beber una cerveza y eructar, hacer que le muerde el culo a una mujer...) y acelera el ritmo cuando algún amigo habla (*GUESS GUESS CHALLENGE ft. Mario Bautista*).

También incorpora a la imagen ilustraciones y memes, con la finalidad de reforzar el sentimiento en cuestión, y rótulos para aclarar algo o, muchas veces, escribir lo contrario con una finalidad humorística.



Imagen 138. Incorporación de elementos en la imagen: memes y texto

Encontramos más efectos variados, como el blanco y negro, los marcos de cámara digital o efectos de fuego, como estos:



Imagen 139. Efecto de cámara digital y efecto de fuego

4. Música

Normalmente, una música muy suave y relajada suele acompañar sus vlogs y sus explicaciones, que se detiene completamente para oír alguna palabra con un énfasis especial o algún efecto significativo en la escena.

5. Sintonía

La sintonía de su canal es un fragmento de *Good Thymes* de Ray Charles en la versión *Opiuo Remix*.

6. Uso de cabeceras y cierres

Casi siempre hace una intro compuesta a partir del montaje de varios fragmentos de vídeo de Juanpa Zurita (solo o con el colaborador que participe en ese vídeo) con fondo en varios colores y con el nombre del canal en varias posiciones de la pantalla, mientras suena la sintonía del canal.



Imagen 140. Capturas de una intro del canal

Con respecto a los cierres, normalmente, podemos observar una pantalla en la que presenta el enlace a otros de sus vídeos y redes sociales principales. Además, en otras ocasiones, incluye tras esta pantalla una especie de toma falsa o alguna conversación «tras las cámaras», reconocible porque se presenta en blanco y negro. Es habitual también, en los vídeos creados en los últimos 10 meses, que incorpore una pantalla final con publicidad de su propia marca de ropa.



Imagen 141. Cierre del vídeo y publicidad de la marca

7. Uso de separadores

En vídeos de tags, retos y algunos tipos de vlogs utiliza separadores para diferenciar las distintas secciones o apartados. Pueden ser en forma de rótulo sobre fondo o, especialmente para situaciones cómicas o en las que ha habido una equivocación, un separador de inspiración televisiva, que ya hemos observado en otros *youtubers*. A veces, también utiliza un simple fundido a negro.



Imagen 142. Diferentes separadores

8. Miniaturas



Zuripons es Real?
#AskZuripons Ft. Lele Pons ...

TOUR del DEPARTAMENTO /
Juanpa Zurita ft. Mario Ruiz

MAMÁ ESTOY EN NETFLIX /
Juanpa Zurita

YouTube: LAS COSAS VAN A
CAMBIAR / Juanpa Zurita

UNA SEMANA CON JUANPA
/ Juanpa Zurita

Imagen 143. Miniaturas de hace 4 meses (mayo 2018)

Sus miniaturas siempre se han caracterizado por utilizar rótulos en blanco y turquesa (unas veces fondo azul y borde blanco y otras veces, a la inversa) sobre alguna imagen del *youtuber* en relación con el contenido del vídeo. Sin embargo, en el último año, ha comenzado a hacer unas miniaturas, quizá, más convencionales, más coloridas, cambiando el formato de la letra y renovando con ello un poco la imagen. Igualmente, vemos algún rótulo un poco sensacionalista, creado para reclamar la atención.

Aspectos relacionados con el entorno:

Sus vídeos se presentan en dos tipos de escenarios. El más habitual es en exteriores, donde realiza una gran cantidad de actividades, desde asistir a festivales hasta tirarse en paracaídas. Con respecto a los escenarios interiores, generalmente se trata de su casa, donde sobresalen el salón y la habitación, o de hoteles.



Imagen 144. Escena exterior, salto en paracaídas

Aspectos relacionados con el discurso:

1. Discurso

Este *youtuber* alcanzó la popularidad, como otros jóvenes *youtubers*, gracias a sus vídeos humorísticos en Vine. En YouTube, su canal recoge vlogs de experiencias diversas y viajes, junto con retos y los ya populares tags. Generalmente, saluda con un «¡Bienvenidos a un nuevo vídeo!» y una amplia sonrisa.

- Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto

1. «Era, era tan perfecto como Enma Watson cubierta en tacos de pastor». (*EL MEJOR BAILE DEL MUNDO* - Sketch ft. JUCA, RIX, VILLEGAZ Y NATH CAMPOS)
2. «¿Estás de acuerdo en que, generalmente, tienes que ver a una mujer por detrás para verle el culo? Ahora ve esa mujer que desde el frente se le ve el culo (*se enfoca a una mujer que tiene las caderas anchas)». (*MIAMI SEGUNDA PARTE / Juanpa Zurita*)
3. Se agacha detrás de una mujer con caderas anchas y hace como si le fuera a morder el culo, provocando las risas de los demás. (*MIAMI SEGUNDA PARTE / Juanpa Zurita*)
4. El *youtuber* se expresa así en una conversación con otro hombre mientras observan a una chica recién entrada en la escena: «Relax chico. No tienes ninguna oportunidad. Ella es latina hermano, está de mi lado, mira y aprende». (*MEJORES VINES Y VIDEOS CORTOS PT. 6*)
5. Después de haber sido maquillado para una entrega de premios exclama: «Ya me dejaron preciosas». (*¿Qué pasó detrás de los premios MTV MIAW? ft. Lele Pons*)
6. Una mujer le dice al *youtuber* que quiere ser famosa y este le contesta: «¿Por qué no? Tú eres hermosa». (*Vale la pena hacerse Manicure / Pedicure? *sorprendido**)

- Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes

1. Hablando con otro *youtuber*: «Noche de pasión con Amanda Cerny, la domaría como a un tigre». (*TAG: MATAR, CASAR o FOLL%R ft. Mario Bautista / Juanpa Zurita*)

2. «Te tragaste mi pizza, cerda». (*EL MEJOR BAILE DEL MUNDO*" - Sketch ft. JUCA, RIX, VILLEGAZ Y NATH CAMPOS)

3. Hablando con una mujer: «Tener todos estos altibajos de emociones de embarazadas». (*SALTÉ DE PARACAÍDAS CON UNA FAN!*)

4. Estando el youtuber esposado a una mujer en un restaurante en el transcurso de un reto, le pregunta un cliente del restaurante: «¿Porqué están atados?», a lo que el youtuber contesta «La embaracé». (*24 HORAS ESPOSADOS FT. PAU TIPS*)

5. Dirigiéndose a la mujer a la que está esposado: «No, estamos en mi hogar, lo que deberías estar es feliz por estar acompañándome en este puff». (*24 HORAS ESPOSADOS FT. PAU TIPS*)

6. Dirigiéndose a una mujer al verla, para convencerla de salir: «Te amo, oye Yoss ¿saldrás conmigo?».

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones**

1. «Es que me encantaría cachetearle todo el culo todo el día». (*MIAMI SEGUNDA PARTE / Juanpa Zurita*)

2. Tono

El tono del canal es fundamentalmente cómico, pues, aunque presenta retos y experiencias variadas, se encuentra habitualmente rodeado de amigos y otros *youtubers* con los que está bromeando todo el tiempo.

3. Gestualidad

Mueve frecuentemente las manos, con las que señala objetos, golpea el puño sobre la palma de la otra mano para enfatizar, cruza los brazos sobre el pecho, hace gestos con los dedos y se toca el pelo constantemente.

Feedback con el público

Establece mucho contacto con sus seguidores a través de los vídeos en los que, frecuentemente, les pide que comenten acerca de algo que les sugiere, aunque a veces no tenga nada que ver con la temática del vídeo. Es también habitual que haga sorteos con premios a los fans y que haga giras de eventos y se muestre predispuesto a fotos y autógrafos.

CANAL 15



Ficha técnica:



Nombre del canal: *DalasReview* (Daniel José Santomé Lemus).

Descripción del canal: «¡El Canal de Dalas Review! Si te has visto todos mis vídeos, no olvides mirar mi canal de juegos también, *WhaTheGame* :3».

País: España.

Categoría / temática del canal: Entertainment (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 23 junio 2012.

Fecha del primer vídeo: 25 junio 2012.

Número de vídeos subidos: 758 vídeos.

Número de suscriptores: 7.953.218 suscriptores.

Número de visualizaciones: 1.603.466.000 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 10:38 minutos.

Duración total del contenido: 134:33:01 horas.

Edad del youtuber: Nació el 31 de octubre de 1993, por lo que tenía 19 años cuando publicó sus primeros vídeos.

Social Blade Rank: A-.

Otros canales del youtuber: *WhaTheGame*, *Dalas SIN FILTROS*.

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre

En la mayoría de sus vídeos, se sienta de frente a la cámara para desarrollar un tema completo, cambiando de un primer plano a un primerísimo plano y al plano detalle para dar un efecto de dramatismo. En los últimos tiempos, incorpora también bromas y retos a su canal, realizando más grabaciones exteriores y usando planos más amplios.



Imagen 145. Primeros planos



Imagen 146. Gran primer plano y plano detalle

En ocasiones, dispone su imagen en un cuadro, generalmente en la parte superior izquierda de la pantalla, para poder mostrar algún elemento en el medio de la pantalla, como en los vídeos de Dalas el Escultor (*una teta "ENORME" | DALAS EL ESCULTOR #2*) o en los que comenta algo (*Canciones FAMOSAS que son ESTÚPIDAS #1*).



Imagen 147. Captura de Dalas el Escultor y de Canciones FAMOSAS que son ESTÚPIDAS

2. Punto de vista y angulación

Por norma general, emplea un punto de vista frontal a altura media, aunque en ocasiones, él se muestra ligeramente ladeado. En otras ocasiones en las que aparece acompañado, se ladea para mantener una conversación sin que eso repercuta en la colocación de la cámara, que continúa frontal a la escena.



Imagen 148. Puntos de vista frontales, el primero con el cuerpo ligeramente girado y el segundo, con su pareja

Además, en otros casos ha utilizado otras angulaciones con la intención de dramatizar alguna escena, como en el vídeo en el que imita a Miley Cyrus (*Adios Hannah Montana, hola Puti Cyrus*), por ejemplo, en el que podemos observar un picado y un plano holandés creado de modo indirecto en un espejo.



Imagen 149. Picado y plano holandés indirecto

3. Efectos

No suele utilizar efectos de sonido, sin embargo, a menudo utiliza VFX como filtros variados e inversión de colores, distorsión e inversión de la imagen, llluvias de elementos generados digitalmente, *camera shakes*, efecto de lluvia, etc.

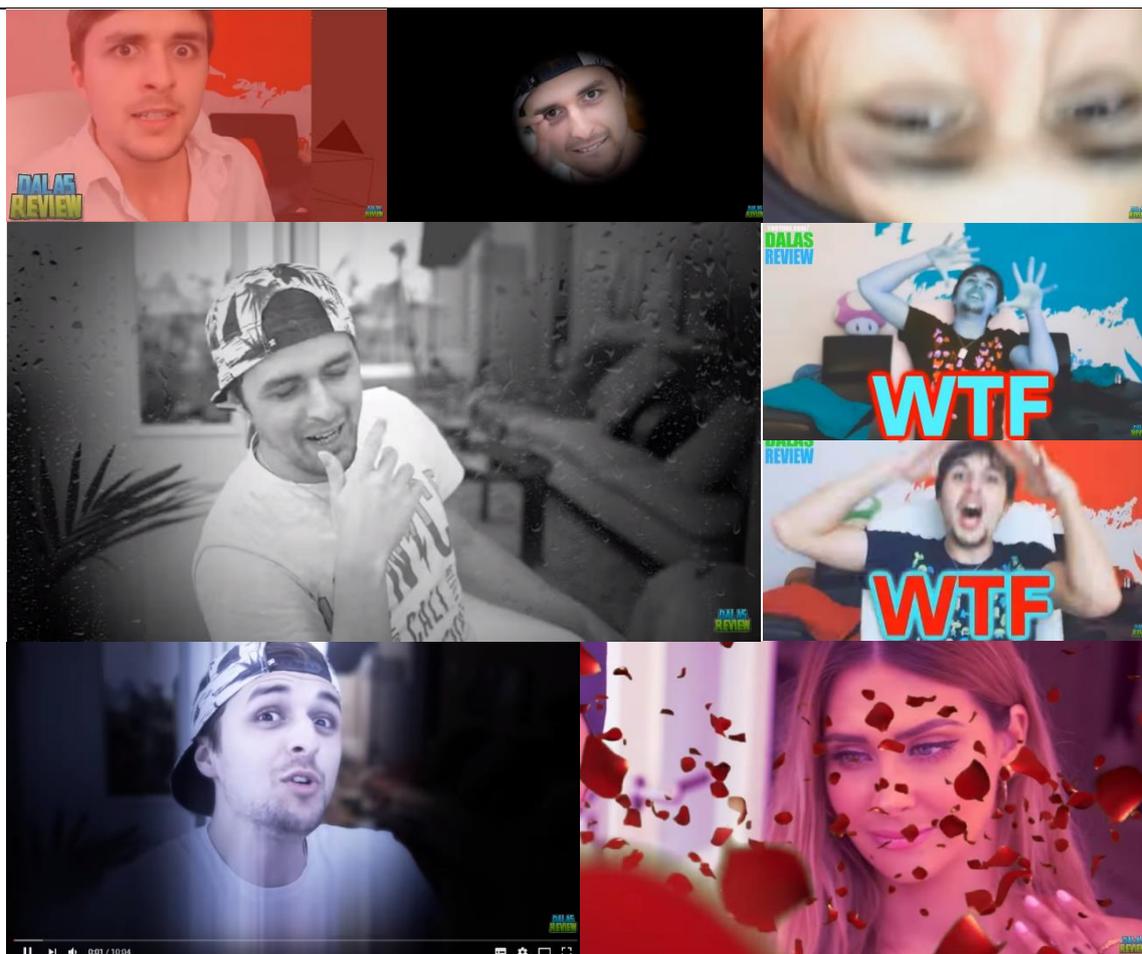


Imagen 150. Muestra de diferentes efectos del canal de DalasReview

4. Música

Utiliza la música como acompañamiento de fondo para sus exposiciones, subiendo el volumen en aquellos momentos de silencio. También utiliza la música con una finalidad cómica o dramática, en ocasiones acompañando los efectos de imagen. Cuando se trata de algo sorprendente o indignante utiliza música de tipo electrónico de bastante intensidad, mientras que para enfatizar el dramatismo tiende a incorporar melodías de piano o canciones claramente reconocibles como la banda sonora original de James Bond.

5. Sintonías

Durante muchísimo tiempo utilizó una sintonía de inicio en su canal, compuesta por “Da-las review” y una sencilla, pero alegre melodía, aunque en vídeos más recientes parece que ya ha abandonado su uso.

6. Uso de cabeceras y cierres

Con respecto a la cabecera, durante mucho tiempo utilizó una cortinilla acompañada por la sintonía descrita, pero igualmente, en los últimos vídeos suele prescindir de la intro. La cortinilla de la intro consta del nombre del canal, que aparece de forma progresiva. Esta cortinilla conoció, a lo largo de la historia del canal, dos versiones principales:



Imagen 151. Diferentes cortinillas del canal

Los cierres suelen finalizar con una simple despedida, a veces relacionada con el tema que ha tratado en el canal, y con una ventana en la que aparecen enlaces a otros vídeos del canal y a sus dos canales principales.



Imagen 152. Pantalla final del vídeo

7. Uso de separadores

Según la estructura y el contenido del vídeo, hace uso de los separadores o no. Por ejemplo, cuando hace una exposición sobre una vivencia, una noticia o algo que ha visto por internet, normalmente transita de un punto a otro con naturalidad, usando cortes y capturas de pantalla como elementos de organización. En otros vídeos, en los que enumera elementos o recoge varios casos o anécdotas suele utilizar separadores en los que ya consta el nombre de la anécdota o elemento al que se refiere. Los vídeos (+18) *TOP Relaciones más ENFERMIZAS* y *13 Mitos sobre el SEXO* son ejemplos de vídeos en los que podemos observar el uso de separadores.



Imagen 153. Ejemplos de separadores de un vídeo

8. Miniaturas

Las miniaturas de sus vídeos normalmente incluyen una imagen suya y letras llamativas alrededor con preguntas o palabras clave para reclamar la atención del usuario. En el último año recurre frecuentemente a temáticas sensacionalistas, lo que indudablemente es foco de interés para un público mayoritario.



Imagen 154. Miniaturas del canal de DalasReview

Aspectos relacionados con el entorno:

Prácticamente todos sus vídeos están grabados en el interior de su casa, aunque en los últimos meses ha comenzado a incluir más vídeos en el exterior, aunque muchos son igualmente en su jardín o en las proximidades de su casa. Generalmente, al utilizar principalmente el primer plano, podemos observar que estaba en una habitación o en un salón, pero no permite observar apenas nada de lo que le rodea. Igualmente, en el último año, coincidiendo con la ampliación de escenarios y de temáticas, utiliza planos más amplios en los que aparecen frecuentemente sus mascotas y su pareja, la *youtuber* Lizy P.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

Anteriormente, comenzaba sus vídeos con la frase «Si te digo que [x], ¿cómo te quedas? Uo uo uo...» mientras agitaba las manos y usaba efecto de sacudida de la cámara o de zoom intermitente. También usaba de forma recurrente de forma irónica la frase «¡Qué giro argumental tan inesperado!», cuando quería señalar precisamente lo contrario. En la actualidad, saluda a sus seguidores como «amiguitos míos».

El contenido de su canal incluye una gran cantidad de vlogs en los que vuelca *reviews* acerca de series y vídeos, cuenta experiencias personales u opina sobre diferentes temas de actualidad social como el feminismo o el comunismo, de forma, por lo general, bastante desafortunada, lo que le ha granjeado enemistades con una gran cantidad de *youtubers* y seguidores. También hay algunos vídeos en los que cuenta algo a través de una animación.

Habitualmente, sus críticas y opiniones se caracterizan por una falta de rigurosidad a la hora de informarse y por el uso prolijo de palabras malsonantes e insultos dirigidos a todo el mundo, independientemente de la edad que tengan y, muy especialmente, hacia las mujeres, por lo que se ha ganado la animadversión de una gran masa dentro de las redes sociales.

- Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto

1. «Me encuentro yo un día cualquiera por Internet y me paso a alguna de estas páginas de "Hazme preguntitas y yo las respondo, jiji" (*imita voz femenina). Cómo no, para variar, lo que me encuentro es un desecho humano analfabeto asqueroso repulsivo y jodidamente ofensivo. Porque ya no es solo que esta hembra de simio retrasado sea tonta y estúpida, sino que sus ideas... en fin. Ahí van algunas perlas que he seleccionado (*lee preguntas y respuestas) / No os lo he comentado hasta ahora, pero la chica, aparte de la ortografía, su apariencia es más o menos así (*dibujo de persona gorda)». (*Canis y Chonis en internet - [DALAS REVIEW]*)

2. «¿Estás contenta con tu cuerpo? ¿Qué cosa te gustaría agrandar o disminuir de él? (*la chica responde:) "¿Sabes qué? Los he visto peores, jajaja. Agrandar nada, ¿verdad? Disminuir... la barriga". -¡Hostia puta, qué asco!». (*Canis y Chonis en internet - [DALAS REVIEW]*)

3. «Es una de estas historias eróticas que... qué puto asco. Es, básicamente, leer como unas chiquillas mojasalvaslips se montan su paranoia de que están follando con Justin Bieber. Espeluznante. La historia empieza así: "Hoy vas con Justin a conocer su nuevo apartamento. Te vestiste sexy con un short corto y una camiseta ajustada, el pelo suelto. Te pintas los labios de rojo y te pones unos tacones rojos". Es decir, hablamos de unas niñas de 14 años como mucho, que ya a esa edad sueñan con ir vestidas como cortesanas,

como mujeres de la vida, como mujeres de la autovía por la noche: prostiputas, vaya». (*Fantasías con Justin Bieber*)

4. «El vídeo del que os estoy hablando se titula "Colibritany - Mi sexy chambelán" y hace no mucho tiempo, se convirtió en un vídeo jodidamente viral por lo ridículo que es. Porque si tu dijeras: "no, tal, es una niña gorda de Sudamérica, que puede ser un poco fea, no, tal, pero tiene buenas intenciones, lo hace bien, tal". No. No canta con ninguna buena intención. A medida que va pasando ves que es una niña estúpida, mimada, superficial, que también vaya huevos para ser superficial... y el videoclip quiere ser una emulación de estos vídeos musicales de puterío en los que salen un montón de días enseñando culo y tetas, pero en vez de enseñar tías buenorras, enseñan niños de 12 años vestidos con poca ropa, y se supone que esos niños ligeros de ropa son los pretendientes de gordibritany y es... disgusting». (*"Gordibritany" - DALAS REVIEW*)

5. «Haciendo una especie de videoblog sobre... "Cómo ser guapa", diciéndole a todas las chicas del mundo que si no se maquillan van a ser unas cerdas asquerosas y serán repudiadas por todo el mundo y las apedrearán y mutilarán por feas y putas. Bueno, en realidad no dice exactamente eso...». (*"Gordibritany" - DALAS REVIEW*)

6. «Básicamente, está de moda ser alternativo, ir con peinados raros y, a más raros, mejor. Si eres tía, te rapas el pelo y, si eres tío, te lo dejas largo». (*Adios Hannah Montana, hola Puti Cyrus.*)

7. «Resulta que el grupo de "charla" era un grupo compuesto por mujeres típicas de 40 años, que tienen más operaciones en la cara que un libro de matemáticas». (*Todo está BIEN si lo dice una mujer.*)

8. «Érase una vez, en un pueblo donde no llegaban más de 3Mb de conexión, una niña, choni como ella sola, que tenía un moño teñido de rojo». (*Caperucita Roja... versión realista.*)

9. «Hablemos más bien de cómo hace toda esta gentuza el reto y que, encima, lo hace mal. El reto este no es una forma de mostrarse en bikini y que todos tus amigos en tu Facebook de mierda te comente lo buena que estás o lo duros que se te pusieron los pezones». (*Para los subnormales del #IceBucketChallenge*)

10. «Porque en lo único que se ha convertido el Ice Bucket Challenge es en un montón de zorras subiendo vídeos de cómo se les mojan las tetas y se les ponen los pezones duros en bikini y un montón de subnormales en la terraza haciendo el puto imbécil». (*Para los subnormales del #IceBucketChallenge*)

11. «Eso es una puta convención de silicona, estereoides y botox. Pero mucho más allá de eso, mucho más allá de que parece que en cualquier momento vaya a rallar el foco de la cámara con sus dientes o que puede suceder que, en cualquier momento, alguna de esas tetas amorfas pueda explotar o que la cara de todas esas personas tienen más operaciones que un libro de matemáticas o que los tíos parecen más mujeres que las propias mujeres de lo repeinados y asquerosamente horteras que van...». (*#myhyv Mujeres y Hombres y Viceversa PUTO SIDA - DALAS REVIEW*)

12. «Y uno de estos vídeos que vi fue de una retrasada mental que dijo: "Es que ya estoy harta de que me juzguen por lo que ven, ¿sabes?". Y la tía se puso a llorar de verdad y pidiendo que, por favor, alguien que la quisiera por quien es y no por su físico... y no porque está buena. Para empezar lo de que está buena es algo realmente discutible, porque cualquiera que no le guste la silicona y el botox para desayunar no le gustará este engendro biónico infrahumano plastificado». (*#myhyv Mujeres y Hombres y Viceversa PUTO SIDA - DALAS REVIEW*)

13. «La cosa es cómo esperas que alguien se fije en cómo tú eres si tú, para empezar, vas a un puto programa de mierda que los pretendientes no son más que putos chonis de mierda que, precisamente, en lo único que le ponen empeño y que se esfuerzan es en mostrar su cuerpo bonito». (*#myhyv Mujeres y Hombres y Viceversa PUTO SIDA - DALAS REVIEW*)

14. «"Si todas las miradas matasen, yo ya hubiera matado a todas las que me critican" y es una niña de diez años, supergorda, que tiene una cara... Os la voy a intentar imitar, ¿vale? Para que os hagáis una idea está sacándose una selfie y está así, con esta cara». (*Los más GILIPOLLAS del ASK*)

15. «Total, que entro en su perfil y me encuentro que es de esas tías superguays y superfeministas, pero esta está tan ida de la cabeza, que se saca fotos de ella misma desnuda diciendo y poniéndose con rotulador cutre "Mi cuerpo es libre". Y esto, la verdad, es que no es la primera vez que me lo encuentro. No es la primera vez que me encuentro a locas de este estilo y es como... se están quejando todo el día de que sufren y de que están reprimidas y quejándose de que las mujeres solo son vistas como un objeto, pero ellas no paran de hacerse fotos desnudas y más fotos desnudas para calentar pollas, básicamente». (*El sexo consentido ahora ES VIOLACIÓN*)

16. «La primera vez de las mujeres NO duele por el himen. El himen es solo una membrana muuuy fina en las vaginas jóvenes y muchas veces se cae por hacer ejercicio, por limpiarte o, a veces, observarte, y ni lo notas». (*13 Mitos sobre el SEXO*)

17. «Lo mejor de todo es que, para intentar justificarse sobre el motivo, de por qué sube una foto de sus tetas, coge y sube una foto que dice: "Primera razón por la que he subido la foto" y entonces sale un hombre y una mujer que están desnudos de torso y pone: "Sociedad dice que esto está bien" y sale marcado en el pecho del hombre, y en el pecho de la mujer pone: "Sociedad dice que esto está mal". Este es el típico argumento de algunas payasas que quieren subir fotos de sus tetas a todos lados y están superindignadas porque hay un montón de webs que las están censurando y les están borrando las fotos y como... ¿qué esperas? Al igual que no es lo mismo subir una foto de las tetas de un hombre que las de una mujer, tampoco es igual a nivel legal ni a nivel físico. No es lo mismo coger y tocarle la teta a un hombre que coger y tocarle la teta a una mujer. Para empezar, a un hombre ni le importaría, pero la mujer probablemente "Eso sería violación" y sería de todo. Así que, si estas tías tienen tantas ganas de enseñar fotos de sus tetas por ahí y que sus tetas sean tratadas exactamente igual que las tetas de los hombres, pues que también sean tratadas sus tetas como son las tetas de los hombres cuando las tocan». (*Niña de 14 años se hace fotos con excusas "feministas"*)

18. «En fin, la cuestión es... después de ver esto, ¿a quién culpamos? ¿A la niña? ¿Qué hace? Está básicamente copiando a las otras niñatas grandes que se ponen a decir: "Oh, por favor, quiero enseñar mis tetas porque mis tetas son libres, porque no sé qué, no sé cuánto...". Y esta es la prueba de la decadencia tan terrible de la sociedad gracias al feminismo moderno, del cual yo he hablado más de una vez en los vídeos últimos, que habéis visto, y este es el terrible resultado del feminismo moderno, que únicamente lucha para que pueda enseñar las tetas por Internet y 4 o 5 pollas más. Ay, de verdad, tío... Es que por mí como si se hacen actrices porno, como si se ponen a hacerse vídeos masturbándose... ¡qué más me da! Pero, tío, de verdad, que eres menor y lo estás publicando en Twitter, que además es una red para menores». (*Niña de 14 años se hace fotos con excusas "feministas"*)

19. «Lo más divertido de todo esto fue la reacción de todas estas femi...pollas. Y la cosa es ¿cuál es su lógica? Que si yo voy y me quejo de una niñata que enseña las tetas con excusas malas, ellas van y crean un hashtag que se llama #TetasParaDalas. Un hashtag en el que, básicamente, puedes encontrar muchos cuerpos amorfos de feminazis desnudas». (*TETAS PARA DALAS*)

20. «He visto recetas online de estas niñatas de "Soy Ana" y "Soy Mía" sobre, literalmente, sopas quemacalorías, como si las sopas pudieran quemar calorías. Mira, niña, si estás como un tonel, ponte a hacer ejercicio y punto. Déjate de gilipolleces. Pero encima, por favor, déjate de gilipolleces de publicar blogs de mierda porque estas niñatas, además, no están anoréxicas o bulímicas, son un grupo de niñatas que,

además, tienen un peso normal, igual están un poquito rechonchas y se ponen a colgar fotos de modelos en plan de: "¡Oh, yo quiero ser como ella; ella es mi thinspiración!". Ridículo». (*las RETRASADAS de Ana y Mía*)

21. «Otra persona me dice: "Esculpe un bretzel". Para ponerlo más complicado voy a intentar hacerlo de una sola forma y solo esculpiendo esa forma. Vamos allá. ¿Qué puedo usar? ¿Un plano? No, demasiado feminazi. ¿Un cubo? Demasiado Brad Pitt...». (*una teta "ENORME" | DALAS EL ESCULTOR #2*)

22. «Una personita me pide que esculpa a Sasha Grey. Lo que es... esculpirle la cara, eso es sencillo. El problema viene cuando intentas imitar su constante y absoluta y siempre igual cara de guarrilla (*caras de burla). Básicamente, es lo que hace. Voy a mirar alguna foto porque no me acuerdo de cómo era». (*una teta "ENORME" | DALAS EL ESCULTOR #2*)

23. «Dice el tío que le gustan las chicas con un aire pijillo. Lo dice con un piercing con dos bolas en la nariz. ¡OK! Vas a encontrar a muchas pijillas con ese puto piercing de choni. Muchas. Aunque la verdad es que el look que tiene es un poco más para ir a la Arena y esas cosas. Por si no sois de Barcelona es para ir a discotecas de ambiente». (*reacción a Chicos Y Chicas el LAMENTABLE Primer Episodio*)

24. «Aunque definitivamente creo que las cosas más asquerositas del programa es ver botando de un lado a otro los churritos de los tíos, ver sus pollitas flácidas y siendo aplastadas con crueldad por sus piernas y sus brazos... ¡Puag! O la celulitis que tiene más de una, eso... sí que es terrorífico también. A veces, no sabes si estás mirando un culo o si estás mirando un meteorito con una raja en el medio». (*#AdanYEva POLLITAS y CELULITIS - Dalas Review*)

25. «¿Se pueden permitir criticar a la famosa de turno porque tiene un poco de celulitis? ¿En serio se lo pueden permitir? Es que criticar a una mujer por tener celulitis es como criticar a un perro por tener cuatro patas, porque hasta la chica más delgada puede tener celulitis. Es algo bastante natural y común». (*@Cuore DA ASCO la revista más MACHISTA e hipócrita*)

- **Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes**

1. «¿Estar embarazada haciendo petting? ¿En qué cabeza cabe eso? ¿Cómo puede quedarse embarazada rozándose como una coneja con un pantalón?». (*Mis amigos me hacen putadas T_T*)

2. «¿Y lo de abortar? ¿Qué estupidez es esa? La verdad es que un hijo te jode la vida a prácticamente cualquier edad y aun así te planteabas tener un hijo? ¿Y si no qué? ¿Quieres estar como la choni de mi vídeo anterior con 14 y con 10 churumbeles por ahí?». (*Mis amigos me hacen putadas T_T*)

3. «Yo sí que sé dónde estará de aquí a dentro de 10 años. Estará cuidando a sus 10 churumbeles distintos que ha tenido con 10 simios distintos también». (*Canis y Chonis en internet - [DALAS REVIEW]*)

4. «Y si te digo que, aunque seas feo, siendo famoso follas igual, ¿cómo te quedas?». (*las CAZA PARTNERS*)

5. «Básicamente son señoras, bueno, qué diga señoras, son niñas pequeñas, aunque de niñas ya les queda bien poco, y su objetivo, su función vital, su base en la vida, su función biológica es capturar a los *pocket monsters*, llamados *partners*». (*las CAZA PARTNERS*)

6. «Entonces, básicamente, lo que busca esta subraza de humano es cazar a un famoso. Distintos motivos, eh, todos brillan por su esplendor de variedades: las hay que lo hacen para volverse famosas ellas también, que quieren crearse otro canal de YouTube para tener suscriptores y que vean sus vídeos también, pero también las hay que lo hacen también por puro placer... No sé, les gusta frotar sus partes íntimas repetidamente a intervalos cortos con un ser que ven 600 niños». (*las CAZA PARTNERS*)

7. «(*imitando a una madre:) No hay ningún motivo lógico para despertarte tan temprano, pero yo te despierto igual porque si no, me pongo de mal humorr». (*EL FIN DEL MUNDO*)

8. «Cómo visteis en mi vídeo anterior, a las niñas de 12 años les encanta escribir historias eróticas sobre sus idolitos y esto, sinceramente, me da puto asco. No entiendo la motivación ni la necesidad de coger y ponerse a escribir este tipo de tonterías y ponerse a chorrear como si, no sé, si cuando coges una manguera, la abres al máximo y la dejas suelta, que hace así... (*gesto). Pues lo mismo hacen esas niñas. Pero bueno, os pongo en situación. Esta es una historia que hizo una mojabragas del rubius». (*Fantasías eróticas con ElRubius*)
9. «Y si te digo que el último best-seller va sobre un tipo duro con un montón de traumas infantiles que se está follando a una pobre mojugata, que es niña buena y una virgensita, ¿cómo te quedas?». (*50 Sombras de mi POLLA EN VINAGRE. (Crítica a 50 sombras de Grey) - Dalas Review*)
10. «Trata sobre una niña de 22 años, que es superguapa y es superguay (*tono de burla) y es universitaria y es virgen. Sí, ya sé que el libro va perdiendo mucho sentido por aquí». (*50 Sombras de mi POLLA EN VINAGRE. (Crítica a 50 sombras de Grey) - Dalas Review*)
11. «Un tío guapo, multimillonario, exitoso, necesita ir a una tía cualquiera de una universidad cualquiera a darle un contrato para que follen». (*Crítica a 50 sombras de Grey) - Dalas Review*)
12. «¿Os acordáis de uno de estos muchísimos productos del llamado Disney Channel, una niña que era como el Justin Bieber versión mujer, llamada Hannah Montana?». (*Adios Hannah Montana, hola Puti Cyrus.*)
13. «Ahora más bien podríamos decir que es Hannah Montada, porque tiene un puterío encima que lo flipáis. Para que os pongáis en situación, esta niña era conocida por hacer canciones en el Disney Channel para niñas, básicamente sobre el amor y la vida y lo bonito que era todo y, el otro día, pasando la tarde por YouTube, vi un vídeo recomendado que era de Miley Cyrus o, más bien, Puti Cyrus». (*Adios Hannah Montana, hola Puti Cyrus.*)
14. ¡«Síiii! ¡Oooh! Venid a mí, hordas de feminazis. Venid a mí, decidme que la chica hace lo que quiere con su coño, que es su vida y que no tengo derecho a meterme con ella por follarse a cuatro negros distintos en el mismo videoclip». (*Adios Hannah Montana, hola Puti Cyrus.*)
15. «No se trata de ser discriminativo, se trata de ser un poquitito objetivo, porque a esta niña la veían y la ven niñas de 10, 11, 12, 13 años, niñas que, en su amplia mayoría, son realmente influenciables y tienen las mentes todavía bastante vacías y ¿qué clase de ejemplo superguay de la hostia están viendo aquí de su querida Hannah Montada? Pues el que ejemplo que van a ver es el de zorrilla-consentida-pija y guarrindonga que hace lo que le sale de los cojones y se cree muy guay por ello». (*Adios Hannah Montana, hola Puti Cyrus.*)
16. «El otro día vi un programa típico de auténtica telebasura de por la mañana, de estos en los que hay un grupo de cotorras en los que se dedican a hablar como si fueran filósofos de la Antigua Grecia...». (*Todo está BIEN si lo dice una mujer.*)
17. «(*en relación a una noticia en la que una mujer cortó el pene a su marido) Este grupo de cotorras se dedicó a hacer varios chistes bastante... sádicos y de mal gusto, como hacerse salchicha con huevos para desayunar y otras cosas... propias del hembrismo». (*Todo está BIEN si lo dice una mujer.*)
18. «De hecho, recuerdo hace un tiempo que una tipa estaba siempre de los nervios y superhistérica por cualquier cosa, diciendo borderías y distintas gilipolleces y mi respuesta para ella fue algo del estilo a: "Si tienes la regla, no lo pagues con los demás". Entonces esta tía se volvió superloca y se puso a decirme: "Si estoy en mi periodo no es asunto tuyo blablabla (*voz de burla)".». (*Todo está BIEN si lo dice una mujer.*)
19. «...porque claro, que malo es Dalas que le dice a una tía histérica y gilipollas que a ver si tiene la regla». (*Todo está BIEN si lo dice una mujer.*)

20. «Me da mucho asco este moralismo en general y esta especie de hembrismo muy extraño que hay, últimamente, con todo lo que son feminazis y demás». (*Todo está BIEN si lo dice una mujer.*)
21. Salen un hombre y una mujer. Sobre la imagen del hombre empiezan a caer billetes y la mujer va a su encuentro gritando, atraída por el dinero. (*Cómo seducir a una mujer en 5 segundos*)
22. «¡Mira, niña, a mí no me toques los cojones que te reviento! ¡Que te denuncio por maltrato como a tu padre y te saco de mi casa y te quito los dineros!». (*Caperucita Roja... versión realista.*)
23. «La loca del gato. Todos hemos visto esta típica escena de la tía lanzando cosas por la ventana cuando se rompe una relación». ((+18) *TOP Relaciones más ENFERMIZAS*)
24. «Un tío permitía que la guarra de su novia se fuera dando picos con todos los tíos, porque claro, según ella, estos tíos eran solo como hermanitos». ((+18) *TOP Relaciones más ENFERMIZAS*)
25. «Un matrimonio con dos hijos. La mujer pidiendo que le comprase un coche durante mucho tiempo. Al final, él se lo compró y, cuando por fin se lo compró, ella fue a la policía y, de paso, puso una denuncia contra él que le llevó a prisión durante 24 horas sin pruebas de ningún tipo, solo con palabras de ella. Ella se pasaba el día saliendo de fiesta, conectada al Facebook hasta las tantas, descuidando a las hijas, follándose a otros, como si fuera una adolescente y él quería volver con ella, porque aún la amaba a pesar de las miles de denuncias que puso contra él. Por suerte, al final reaccionó y la mandó a la mierda. El problema es que perdió la casa y a sus 50 años tuvo que irse a vivir con su madre. Muy triste este tipo de mujeres, aprovechándose tanto de una ley mal hecha. Ya ha afectado a más de un millón de hombres a lo largo de estos años, muchos de ellos inocentes, y nadie hace nada». ((+18) *TOP Relaciones más ENFERMIZAS*)
26. «La loca de la tortilla. Esto era una pareja que ella estaba como una cabra. Él, lo que hizo fue decirle un día que la tortilla estaba un poco cruda y ella le tiró el plato por encima de la cabeza, con tenedor incluido y todo y delante de sus amigos le gritó: "¡Pues si no te gusta, te la haces tú! Y, a pesar de que ella casi le saca un ojo con un tenedor, ella esperaba que se disculpase». ((+18) *TOP Relaciones más ENFERMIZAS*)
27. «Total, que ya terminó cogiendo hongos en el chocho por follarse a tíos desconocidos sin condón; pero luego, lo mejor de todo, es que ella va y publica: "¡Me dais asco los tíos que llamáis putas a las tías por hacer lo que quieren con su cuerpo!". ¡Flipante!». ((+18) *TOP Relaciones más ENFERMIZAS*)
28. «Aunque también puedes ver a diario niñas que suben fotos en sujetador para que les den "Me gusta". ¡Oooh, por favoor, mirad qué buena que estoy! (*tono de burla)». (*La gente odiosa de redes sociales!*)
29. «Pues me encuentro yo en una de estas webs de "Hazme preguntitas y yo las respondo", y me encuentro con lo que probablemente, muuy probablemente, sea la más prostiputa de todo ASK. Para ponerlos en situación: es una niña de 12 años de Colombia que dice haber perdido la virginidad a los 9 años». (*La más LOCA del Ask*)
30. «Ask es un lugar fantástico para las "attention whores", un lugar estupendo donde la guarrilla de turno sube una foto de sus tetas para ver cómo a un montón de pajilleros por Internet se les calienta su minipene sin pelos». (*Que te jodan, Ask.fm - DALAS REVIEW*)
31. «Disfruta de cómo un tío sube fotos de sus abdominales al mismo tiempo que critica a otra choni por subir una foto en sujetador, y disfruta también de esa choni criticando a otra choni por subir también una foto en sujetador. ¡Mejor que ir al zoo!». (*Que te jodan, Ask.fm - DALAS REVIEW*)
32. «Los hombres y las mujeres no pueden ser amigos y no es porque normalmente sea más por un sexo que por el otro (*dice "Hombres" entre toses). Y no es para nada que unos suelen pensar más que otros en

follarse a sus amigas (*dice "Hombres" entre toses). Y para nada un sexo más que el otro está preocupado por la FriendZone... ¡Para nada!». (Hombres y mujeres NO pueden ser amigos)

33. «Querida amiga mía: un hombre no se va a acercar a ti porque le hayas parecido una chica superinteresante y quiera ser tu amiguito para toda la vida y que vayáis juntos de compras y que le cuentes las cosas... Quieren, básicamente, follarse, porque todos, y digo todos, los hombres son unos p... salidos de m...». (Hombres y mujeres NO pueden ser amigos)

34. «En el segundo lugar, si ves que la mujer se ríe demasiado de cualquier memez que diga el otro payaso o se arregla mucho, mucho más que para su amiga, o se la pasa provocando y hablando de temitas cachondos, entonces, la mujer se lo quiere follarse». (Hombres y mujeres NO pueden ser amigos)

35. «Y lo mejor de todo es que esta tía se ponía a repetir una y otra vez... Esta choni se ponía a repetir una y otra vez que ella tiene estudios. Y ya más allá de preguntarse "¿Y qué puta clase de estudios tendrá? ¿De liar porros? ¿De limpiar váteres? ¿De chupar pollas?...». (*#myhyv Mujeres y Hombres y Viceversa PUTO SIDA - DALAS REVIEW*)

36. «O sea... ¿se supone que los demás se tienen que fijar en tu interior cuando el único interior en que te habrás fijado tú es en el interior de la cartera?». (*#myhyv Mujeres y Hombres y Viceversa PUTO SIDA - DALAS REVIEW*)

37. «Además, ¿cuántos hombres maltratados por sus parejas hay que no son tomados en serio porque son unos "calzonazos de mierda"? Pero claro, eso no es maltrato, ¿no? Si el hombre está sufriendo agresiones por parte de su pareja, entonces es culpa suya por ser un calzonazos, ¿no?». (*Las MUJERES son superiores a los HOMBRES*)

38. «Hay tropecientos vídeos que van por la calle de forma llamativa, enseñando el culo, las tetas, que van andando con una cámara oculta de lejos o atada en su cuerpo y va grabando a todos y cada uno de los hombres que les dice algo o las mira de alguna forma en especial. Y me flipó porque uno de estos vídeos decía literalmente que uno de cada 3 hombres era un potencial violador». (*Las MUJERES son superiores a los HOMBRES*)

39. «Así que, hoy en día, el sexo masculino está en una clara desventaja de derechos, de razón y de todo. Y lo peor de todo esto es que hombres que aún no han sufrido esta clase de discriminación siguen defendiéndolas en plan caballero de la blanca armadura y también fomentan este tipo de acusaciones del estilo machista/maltratador». (*Las MUJERES son superiores a los HOMBRES*)

40. «Luego también están estas zorras que critican a otras por subir fotos de sus tetas cuando ellas también suben fotos para calentar pollas. Básicamente, critican lo que ellas mismas hacen». (*7 Tipos de gente que NO QUIERES CONOCER*)

41. «Y luego continua, que me alucina que este comentario de mierda tenga 475 likes, porque luego la tía hace una respuesta que es: "en fanfiction hay buenas escritoras". ¡Wooooow, WTF! (*grita echándose hacia atrás, mientras la pantalla cambia de colores y suena música intensa de fondo). Eeeehhh... sí-no, que diga... no. NO. ¿Qué acabas de soltar? ¿Qué puta gilipollez acabas de decir?». (*Fangirls LOCAS de 50 Sombras de Grey*)

42. «Sí, amigos míos, sé que suena raro, porque es raro y muy hipócrita todo, pero bueno, esta subespecie de niñas rebeldes como que... nunca lo entenderé». (*El sexo consentido ahora ES VIOLACIÓN*)

43. «(*con tono de burla mientras mueve los brazos:) ¡Machista! ¡El patriarcado me oprime! ¡Soy una mujer indefensa! Ñahahá». (*El sexo consentido ahora ES VIOLACIÓN*)

44. «Pues, básicamente, que como que esta niña era "feminista" y, como es "feminista" puede enseñar su cuerpo cuando le dé la gana y como le da la gana». (*TETAS PARA DALAS*)
45. «Y algunos os preguntaréis: ¿Y quién coño es Dakota Johnson? Nadie. Realmente no es nadie. Es una tipa cualquiera que no la conocían ni en su casa y, de repente, un día hizo 50 Sombras de Grey y ¡bum! ¡Fama por todos lados!». (*Por qué Dakota Johnson da asco*)
46. «Es que vamos a analizarlo aquí muy rápidamente. *50 Sombras de Grey* es, literalmente, una película masturbatoria para mujeres adultas y amargadas en su vida sexual o para niñas que no han tenido vida sexual real alguna». (*Por qué Dakota Johnson da asco*)
47. «Hay una horda de niñas en Internet que hacen de estas dos enfermedades mentales tan graves como la anorexia y la bulimia un puto chiste, una puta moda. Se pueden reconocer muy fácilmente porque ellas mismas se crean sus blogs de mierda en los que se hacen llamar: "Soy Ana" o "Soy Mía". Ana, de anorexia y Mía, de bulimia. Sí, penoso». (*Las RETRASADAS de Ana y Mía*)
48. «¿Cómo alguien puede tener tan poca vergüenza de faltar al respeto de una forma tan grande a la gente que realmente sí padece esa enfermedad de verdad? ¿Y se creen muy guays por hacerse llamar Ana o Mía? ¡Putas vergüenza les debería de dar! Son niñas que, en general, no padecen realmente estas enfermedades, pero que para ellas es muy guay y muy *cool* decir en sus blogs depresivos de mierda lo guay que es ser Ana o Mía. Y lo peor es que, encima, se ponen a dar consejos a otras niñas pequeñas para estar igual de mal de la cabeza que ellas». (*Las RETRASADAS de Ana y Mía*)
49. «¡Qué retraso! Es que encima de posers de mierda, de victimistas de mierda, encima son analfabetas...». (*Las RETRASADAS de Ana y Mía*)
50. «Pero es que esta puta mierda, esta putísima mierda, también es una enfermedad, señores. Es una enfermedad muy grave: la enfermedad del retraso mental, porque las chicas que sufren de anorexia y bulimia real no hacen estos putos rituales de mierda, bendiciendo a estas diosas de mierda y haciéndose cortes sin puto sentido. Las chicas que sufren alguna de estas dos enfermedades de verdad están demasiado preocupadas para mantenerse en pie como para hacerse una puta subnormalidad tan grande como esta». (*Las RETRASADAS de Ana y Mía*)
51. «Y ahora, una canción que, además de que la letra es puta mierda, la canción en sí también es puta mierda y es: (*hace como redoble de tambores) Anaconda, de Nicky Zorraj. Nicky es una "cantante" que nunca me ha gustado». (*Canciones FAMOSAS que son ESTÚPIDAS #1*)
52. «Y después de mi maravillosa creación de una persona que se hizo famosa por su gran intelecto y su capacidad de la prosa y sus pensamientos revolucionarios de... chupar pollas...». (*una teta "ENORME" / DALAS EL ESCULTOR #2*)
53. «Ya está bien de esta absurda campaña que condena a todos los hombres del mundo. Y lo chungo es que toda esta gentuza que promueve la misandria (odio al género masculino) también tienen amigos y tienen hermanos, tienen padres, tienen primos, tienen compañeros... Me recuerda la típica frase de "Todas putas menos mi madre", solo que versión "Todos violadores, menos mis amigos". Ya está bien, eh, que este sexismo no lleva a ninguna parte y lo único que realmente da esto es pena». (*Toque de queda a TODOS los hombres para evitar violaciones*)
54. «Pero es que, si aún las personas que estuviesen haciendo esto tuvieran sobrepeso o tuvieran algún tipo de obesidad, sería como... "Bueno, a ver, estás intentando llamar la atención de una forma bastante patética, te estás dedicando a subir fotos de ti desnudo o desnuda gratuitamente a Internet, te estás

prostituyendo por una cantidad miserable de tuits y pajilleros", pero... pero... oye, al menos ahí, dentro de esa propia campaña tiene algo de sentido». (#masde50kg y ENSEÑA LAS TETAS de paso)

55. «Porque no importa el motivo, no importa la ideología, no importa la causa original ni por qué estén luchando. No importa que la causa original fuese buena realmente y que fuera de "Fuera complejos y no importa cuánto peses" y etc., porque lo cierto es que cualquier excusa es buena para zorrear, aunque por el hecho de hacerlo estés cayendo en una hipocresía terrible». (#masde50kg y ENSEÑA LAS TETAS de paso)

56. «No solo no hemos conseguido la igualdad, sino que, además, nos hemos transformado en una sociedad hembrista». (Las MUJERES son superiores a los HOMBRES)

57. «Desde que nació nunca fui criado en un ambiente machista. En ninguno de los casos se me inculcaron valores machistas, patriarcales o de violencia hacia la mujer, jamás en mi vida mi madre dejó de trabajar para dedicarse a cuidar la casa y cocinar y nunca existieron abusos por parte de mi figura paterna hacia mi madre». (Las MUJERES son superiores a los HOMBRES)

58. «Lo estáis viendo ahora mismo: el único hombre que hay es el puto director y es en plan... pues nada, mientras él se rasca los huevos y disfruta de una idea millonaria, allí están todas las demás redactoras acomplejadas escribiendo las cosas más venenosas posibles que se les ocurren». (@Cuore DA ASCO la revista más MACHISTA e hipócrita)

59. «¡Porque soy una gorda amargada y a lo máximo que he llegado es a ser redactora de una revista de mierda!». (@Cuore DA ASCO la revista más MACHISTA e hipócrita)

60. Y claro, en una red donde hay tantas mujeres, pues tampoco podían faltar los buitres en Instagram, que creo que son de los peores buitres del mundo, porque lo que hacen son mandar mensajes directos de sus penes. De sus pequeños y horripilantes y arrugados penes. (La gente más absurda de Instagram)

61. «He levantado llagas en muchos sectores y, probablemente, en el que más he levantado ha sido en el de las feminazis. "¿Y qué es una feminazi?" os preguntareis. Básicamente es una persona que busca la superioridad del sexo femenino frente al masculino y, más detalladamente, es una niña que no ha tenido ninguna opresión lo más mínimamente cercana a lo que sufrían las mujeres en el siglo pasado, por ejemplo, o las mujeres actualmente en Oriente Medio, pero llora en redes sociales y Twitter y todas estas polladas como si hubiera sufrido el infierno en su vida, porque subió una foto desnuda al facebook y le llamaron puta, uhhuhuh (*burla)». (Niñatas que ME QUIEREN FOLLAR pero ME ODIAN)

62. «El chiste de todo esto es que siempre se dice que son así porque están mal folladas, ¿no? Porque necesitan sentir... (*música sensual) el pambisito». (Niñatas que ME QUIEREN FOLLAR pero ME ODIAN)

63. «Porque este peaso de concejala que se las da de superfeminista y superigualitaria (*voz de burla) en su entrevista dice, palabras literales: "Esto nos sirve a nosotras para visibilizarnos como mujer para, un poco, apoderarnos del espacio público y empoderarnos de nuestras... este... como mujeres que somos parte de una su... de una ciudad. (...) Es decir, si piensas que las mujeres no están visibilizadas es que tienes un puto problema glande». (El semáforo feminista)

64. «Porque... es que es tan simple, como que si realmente crees que la mitad de nuestra especie no está suficientemente visibilizada, joder, eh, de verdad... la otra mitad estamos ciegos o algo, que no vemos a las mujeres». (El semáforo feminista)

65. «Imaginaos lo siguiente: imaginaos que toda vuestra vida habéis tenido un montón de niñas o de niños detrás vuestro que se echan a llorar, literalmente, cuando os ven. ¿En serio creéis que sentiríais algún tipo de atracción sexual o sentimental por gente así?». (Justin Bieber en El Hormiguero, se va de SHOW y entrevista... ¿Por qué?)

66. «Él mismo ya ha dicho en varias entrevistas que le es imposible encontrar chica con la que tener una relación a día de hoy, porque las que son fans, se desmayan y las que están dentro del gremio, probablemente vayan detrás de él para parasitar y aumentar su fama». (*Justin Bieber en El Hormiguero, se va de SHOW y entrevista... ¿Por qué?*)

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones**

1. «(*reproduce lo que cree la gente que los hombres hacen en el baño, ve un vídeo porno y piensa:) ¡Buff, qué caliente está la guarrilla!». (*¿Qué hacen los hombres en el baño?*)
2. «Este maestro de palabra comenzó a subir como la espuma en YouTube porque criticaba a gente que estaba muy arriba y no le faltaba ninguna razón en sus vídeos. Los tachaba de ególatras, de wannabefamous, de aprovecharse de sus fanboys y mojabraguitas en general...». (*Crítica CON SENTIDO a Auronplay - Dalas Review*)
3. «Puede que sí, oye, a la niña pija, rica, famosa y consentida le gusta meterse plátanos negros por el coño, que lo haga; pero ya que le gusta mostrarlo en un vídeo, esto pasa a ser un producto comercial, un producto que vosotros veis, coméis y cagáis, un producto que os está enseñando a procrear como conejos y peor, enseñando a aquellos que no tienen una mentalidad mínimamente formada a seguir como un puto rebaño todas las modas asquerosas para crear más y más y más ovejas». (*Adios Hannah Montana, hola Puti Cyrus.*)
4. «Si te digo que las fangirls locas de 50 Sombras de Grey tienen un retraso tan importante que podrían viajar en el tiempo, del retraso que tienen, claro, no porque sean inteligentes y puedan inventar una máquina del tiempo o algo así». (*Fangirls LOCAS de 50 Sombras de Grey*)
5. «Y en cuanto a las fangirls de personajes como Grey, cantantes famosos y otras chorradas, antes que sentirnos atacados por la presencia de esos ídolos sexuales, más bien dejamos de tener atracción por ese tipo de mujeres, ya que ese tipo de comportamientos resultan muy poco atractivos en una mujer. La hace parecer necesitada, histriónica y, en resumen, muy poco mujer. A la mayoría de los hombres nos causan repulsión infinita las fangirls, no sus ídolos». (*13 Mitos sobre el SEXO*)
6. «Si te digo que hay una red social en la que el 76% son mujeres y que la usan principalmente para subir selfies. Bueno, probablemente no te sorprendas, pero y ¿si te digo que un estudio demuestra que subir demasiadas selfies es una clara muestra de falta de sexo?». (*La gente más absurda de Instagram*)
7. «Y los hashtag de "#cutegirl" y "#miramistetas" y "#kwnakstoyxd" y "#gorgeusgirl" y "#soyunaattwhoredemuchopotucuidado"». (*La gente más absurda de Instagram*)
8. «... y el hecho de que traten temas tan importantes como... eh... mmm... mojar bragas de niñas de 10 años y... poco más». (*Los #Gemeliers - DALAS REVIEW*)
9. «(*imita a una fan:) ¡Son gemelos! ¡Y cantan! ¡Y salen con chicas 11 años mayores que ellos! ¡Y están forrados! ¡Y en mi vida me los voy a poder follar! ¡Ahhh! ¡Me los quiero follar! ¡Mamá, cómprame dildos con la cara de Los Gemeliers!». (*Los #Gemeliers - DALAS REVIEW*)

2. Tono

Su tono es crítico y paternalista en la mayor parte de sus opiniones, en las que habla de los comportamientos adecuados o no adecuados, de lo correcto y lo no correcto desde una posición marcadamente sexista. Ridiculiza con facilidad todo lo que tiene que ver con el feminismo y con todos los aspectos del mundo femenino, dedicando varios vídeos a cuestiones como la bulimia y la anorexia, las historias eróticas que las adolescentes escriben dentro del universo fanfic, o reviews de películas y videoclips cuyas protagonistas son mujeres.

3. Gestualidad

Gesticula enormemente con las manos y emplea una gran variedad de expresiones faciales para expresar ira, risa, consternación, tristeza, etc. Además, utiliza diferentes tonos y modulaciones de la voz para imitar a las mujeres, imitación que acompaña con un movimiento de manos a la altura de la cara, muy característico.



Imagen 155. Variedad gestual y expresiva en DalasReview

Feedback con el público:

Interactúa con sus suscriptores a través de las redes sociales, especialmente Twitter, hasta el 13 de septiembre, cuando su cuenta fue bloqueada por la plataforma. En ocasiones, hace eventos con los suscriptores, como la serie de Dalas el Escultor, donde pide a sus suscriptores que le propongan cosas para esculpir en 3D.

CANAL 16



Ficha técnica:



Nombre del canal: *YosStop* (Yoseline Hoffman Badui).

Descripción: «Divertido - Diferente - Atrevido - Irreverente Sketches, videoblogs, series, parodias, videos de muchos tipos y más! 100% entretenido, divertido e intentando dejar mensajes al mundo!».

País: México.

Categoría / temática del canal: Entertainment (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 23 febrero 2011.

Fecha del primer vídeo: 5 marzo 2011.

Número de vídeos subidos: 511 vídeos.

Número de suscriptores: 7.867.942 suscriptores.

Número de visualizaciones: 753.882.066 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 07:07 minutos.

Duración total del contenido: 60:45:59 horas.

Edad del youtuber: Nació el 27 de julio de 1990, por lo que cuando publicó sus primeros vídeos tenía 20 años.

Social Blade Rank: B+.

Otros canales del youtuber: *JuStYosS*.

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre

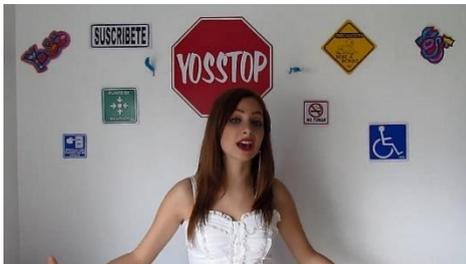


Imagen 156. Plano medio y plano general

El uso de planos en los primeros vídeos se resume en planos medios y primeros planos, pues son vídeos en los que la *youtuber* habla directamente a cámara dirigiéndose al espectador. En los demás vídeos, como *sketches* o *webseries*, encontramos una gran variedad de planos que dependen del nivel de cercanía o lejanía que marque la historia que se está rodando, sin que se pueda percibir que predomine uno sobre otro.

2. Punto de vista y angulación



Imagen 157. Diferente angulación con respecto a la cámara

En los primeros vídeos encontramos una angulación frontal marcada, a veces con matices como una leve inclinación hacia el perfil. Este tipo de angulación se repite en todos los vídeos en los que

habla directamente a cámara, ya sea respondiendo a preguntas o realizando monólogos. En el resto de los vídeos, como se trata de *sketches*, vídeos musicales o *webseries*, la angulación varía tanto como el encuadre, dependiendo del recurso discursivo que se precise para cada momento.

3. Efectos

Como efecto recurrente utiliza la cámara lenta desde los primeros vídeos como recurso humorístico. También utiliza efectos de sonido que acompañan al texto flotante o gestos, como golpes o «pops».

4. Música

La música es utilizada para introducir los vídeos y en ocasiones como algún *sketch* o *webserie*, como elemento dramático.

5. Sintonías

Utiliza una misma sintonía para todas sus cabeceras, aunque estas se renueven. Cuando comienza a incluir cierres, también añade una sintonía musical a los vídeos al final.

6. Uso de cabeceras y cierres



Imagen 158. Distintos intros a lo largo de la historia del canal

Utiliza cabeceras que se van renovando a lo largo de los años del canal. Son animaciones de tipo flash que sirven para terminar montando el nombre y generar una imagen alrededor del canal. En cuanto a los cierres, comienza a incluirlos recientemente, siendo animaciones sencillas de elementos geométricos relacionados con la cabecera.

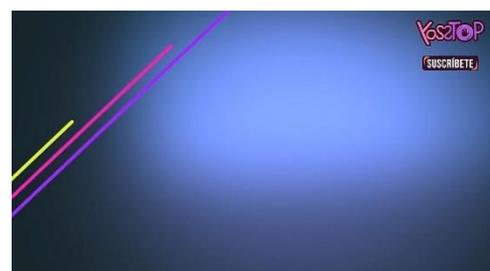


Imagen 159. Cierre actual del canal

7. Uso de separadores

Normalmente, solo utiliza separadores de distinto tipo en aquellos vídeos en los que establece una clasificación o ejemplifica diferentes casuísticas.

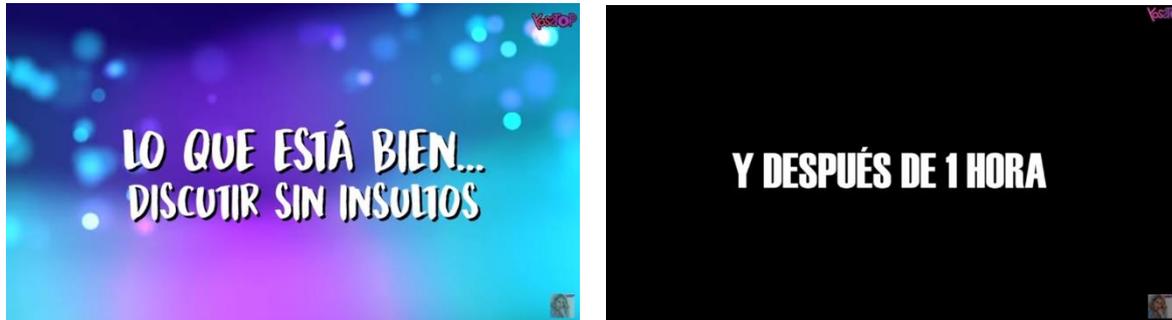


Imagen 160. Uso de separadores

8. Miniaturas

En este canal, prácticamente desde los inicios ya utiliza imagen combinada con letras para las miniaturas, aunque se trata de montajes muy simples en los que, frecuentemente, la letra no se destaca convenientemente sobre el fondo, provocando que no se lea correctamente.



Imagen 161. Miniaturas de hace 6 años

En la actualidad, utiliza miniaturas más complejas y mejor diseñadas técnicamente, en las que el reclamo a la curiosidad del suscriptor es fundamental.



Imagen 162. Miniaturas de hace 1 mes (agosto 2018)

Aspectos relacionados con el entorno:

En los primeros años, la mayoría de los vídeos son grabados en entornos domésticos, con una pared de fondo decorada con pegatinas, en un escritorio o en diferentes habitaciones en función de la temática. En las *webseries* y *sketches* con temática exterior, la acción es llevada a los lugares que determina el tema a tratar (un vehículo, la entrada de una casa, un colegio).

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

Se trata de vídeos de humor y sátira, comentarios de películas y, más adelante, retos, preguntas y respuestas y contenido tipo vlog. Para su contenido humorístico parte de situaciones diarias y busca la empatía con el espectador mediante lugares comunes. En varios de sus vídeos, ya desde el comienzo del canal, critica estereotipos inculcados a las mujeres como que deben casarse y buscar

un príncipe azul, o que son princesas («Tu historia será la tuya. Y punto. Y no necesariamente te va a llegar un príncipe azul para ser feliz», «Y por supuesto que el objetivo principal no es encontrar al verdadero amor. Pero al parecer eso siempre es la salvación a la infelicidad en estas películas. Oséase, en todas el final feliz es encontrar al amor de su vida, a su príncipe azul, si no, no habría ninguna historia feliz. Mi pregunta es (...) que no se puede ser feliz de otra manera? Eso es lo que te venden desde pequeña, encontrar al príncipe azul» en *SI DISNEY PASARA A LA REALIDAD "EL PRINCIPE AZUL"*); sin embargo, termina utilizando estereotipos para tratar de desmontar otros. Utiliza estereotipos de género de manera satírica, pero generando ideas estereotipadas sobre los hombres en el matrimonio o en pareja. Incluso utiliza estereotipos de género que encasillan a mujeres, por ejemplo, estereotipos sobre su actividad sexual (si tiene una vida sexual muy activa, la mujer es una zorra, etc.).

También tiene vídeos reflexivos en los que habla de problemáticas sociales generales o individuales, encontrando entre ellos un vídeo sobre las prohibiciones machistas que existen en el mundo islámico, otro sobre la virginidad...

Entre estos contenidos también aparecen diferentes *webseries* cortas, sobre temática juvenil, social y costumbrista, del género de drama.

- **Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto**

1. «Entonces con el paso del tiempo tu príncipe, definitivamente, se va a descuidar y se va a convertir en una bestia gorda, peluda... y con garras». (*SI DISNEY PASARA A LA REALIDAD "EL PRINCIPE AZUL"*)
2. «Ahí es donde yo empiezo a culpar a las películas. Si no nos vendieran que hasta la mas fea, pobre, mensa, torpe, etc., puede ser princesa... no lo pensaríamos». (*SI DISNEY PASARA A LA REALIDAD "EL PRINCIPE AZUL"*)
3. «Esto es algo típico en hombres. Yo no sé qué demonios les pique en los huevos, pero güey, estarse rascando sin vergüenza en nuestras caras, y luego de hacer una guarrada como estas... ¡es de lo mas desagradable!». (*ME DAS ASCO!! 2 - YOSSTOP*)
4. «Así que, si tú eres una mujer con patilla, no seas gata y quítatela, por favor, eso es para los hombres. En sí una mujer con pelos en la cara es muy desagradable. (*QUITATE LA PATILLA! / ME VOY A CASAR! - YOSSTOP*)
5. «Ejemplos (burlas a las feas):
 - El físico no importa.
 - La belleza esta en el interior.
 - Que me quieran por como soy, no por como me veo.
 - No soy fea, soy diferente.
 - ¡Yo pago, pero sal conmigo!
 - ¡Fea pero no puta!
 - ¡La peló a ella porque es una zorra!
 - Es que solo las putas consiguen novio, yo por eso no tengo. (*LO QUE DICEN LAS FEAS! - YOSSTOP*)

- **Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes**

1. «Vas a una fiesta con tu amiga la zorra, y le presentas a tus amigos. (Fragmento en que hace como se presentan). Y... ¿qué es lo que sucede? (Fragmento en el que su "amiga" interpretada por ella misma hace que se besa con alguien). Sí... después de que le presentaste a tus amigos al minuto se los va a estar fajoneando, besuqueando, agarrando... o cualquier sinónimo». (*LAS P%&\$* ZORRAS*)
2. «Generalmente a nuestras amigas las zorras, les gustan ser exhibicionistas, o sea, que les gusta estar enseñando acá el ... (...). Exacto, tu ligo no puede dejar de verle las shishis a tu amiga porque no se las quiso

tapar un poquito más... (...) y la verdad es que es un poco difícil para nosotras, las mujeres, estar viendo al niño que nos gusta como se sabrosea a nuestra amiga». (LAS P%&\$* ZORRAS)

3. «Si tienes una amiga zorra, es muy probable que piensen que tú también eres una zorra. (...) A mí, Yoss, me vale madre lo que piense de mí el mundo, sin embargo, si te pones a pensar bien, no está padre que piensen que eres una zorra cuando tu amiga es de "moral distraída" y tú no lo eres». (LAS P%&\$* ZORRAS)

4. «Otro punto padre para el hombre es que el amor a distancia les sale muy barato. Es prácticamente como si no tuvieran novia, al menos que gasten para ir a verla». (AMOR DE LEJOS!! - YOSSTOP)

5. «Hoy les vengo a platicar un poco acerca de las zorras. Básicamente existen un muchísimas de frases donde pueden identificar a una zorra. (...) (ejemplos)

-Obvio soy virgen.

-No es que me bese con cualquiera, solo busco al amor de mi vida.

-Para qué hacer feliz a uno si puedo complacer a todos.

-Cobro barato.

-Seré puta, pero tengo valores.

-¡Fiesta en mi boca! ¡Vénganse todos!». (LO QUE DICEN LAS P*TAS Y ZORRAS - YOSSTOP)

6. «Las mujeres somos demasiado complicadas, y las mamás un poquito más... No sé porque nos encanta complicarnos la vida». (NO QUIERO IR AL PI%\$H3 SUPER!! - YOSSTOP)

7. «-¡Qué onda! ¿A dónde quieres ir?

-Pues no sé, a donde tú quieras.

-(chico pensando) ¡Putra madre! ¡Otra de esas pinches viejas indecisas!». (LA PEOR PRIMERA CITA! - YOSSTOP)

8. «En una primera cita el chico esta contando chistes:

-¿Sabes como hacer reír a una mujer en domingo? ¡Le cuentas un chiste el viernes! ¡Jajaja, no lo vas a entender hasta el domingo!

-¿Sabes qué es una rubia teñida de morena, así como tú?... ¡Inteligencia artificial!

-¿Qué es una mujer en medio de una lavadora y una secadora? ¡Está posando para una foto en familia!» (LA PEOR PRIMERA CITA! - YOSSTOP)

9. «-Oye, pues vamos a tu cuarto, ¿no? Vemos una peli, me haces de cenar... Porque obviamente cocinas, ¿no?»». (LA PEOR PRIMERA CITA! - YOSSTOP)

10. «Realmente los hombres son mucho más *light*, mucho más cuates, mucho más relajados. (...) Los hombres tienen muchos menos problemas entre ellos. (...). Las mujeres son como demasiado sensibles y complicadas». (MUJERES COMPLICADAS #STORYTIME)

11. «-Estamos de acuerdo que las mujeres son como..

-¿Competitivas?

-Sí, todo el tiempo es como una competencia, de eso como que porque ella tiene chichis antes que yo...(..)

-Lo que no entiendo es por que las mujeres siempre al ver a otras sienten como que es una amenaza para ellas». (MUJERES COMPLICADAS #STORYTIME)

12. «Que siento que las mujeres tendemos a ser un poco más inseguras... que los hombres.

-Definitivamente, mucha inseguridad y mucha importancia a cosas que no deberían de tener». (MUJERES COMPLICADAS #STORYTIME)

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones**

1. PARODIA: Ella hace de hombre y de mujer. La mujer habla al chico mientras este mira el fútbol. Él le contesta si a todo sin hacerle caso. (*#ElOtroLado - EFECTOS DEL FÚTBOL - YOSSTOP*)

2. Tono

En general utiliza un lenguaje muy soez y malhablado, pero siempre manteniendo un tono simpático y cercano, como si en lugar de hablar a un público hablase en un entorno más íntimo, entre amigos.

3. Gestualidad

No gesticula en exceso durante sus explicaciones, sino que los gestos cumplen exclusivamente una función de apoyo, de acompañamiento al discurso.

Feedback con el público:

En la mayor parte de vídeos de este canal, la *youtuber* anima a los seguidores a comentar y darle sus opiniones con respecto al tema sobre el que trata. Al saludar en sus vídeos, llama a sus seguidores *stoppers*, creando con ello una comunidad alrededor de su canal, que puede identificarse por un gusto afín.

CANAL 17



Ficha técnica:



Nombre del canal: *Wismichu* (Ismael Prego Botana).

Descripción del canal: «Isma, 50% Emprendedor y 50% Bala perdida. Dicen que soy un troll pero yo solo busco reírme de la vida. Mi canal, mis normas. Espero divertirte con mis locuras».

País: España.

Categoría / temática del canal: Entertainment (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 22 enero 2012.

Fecha del primer vídeo: 25 febrero 2012.

Número de vídeos subidos: 304 vídeos.

Número de suscriptores: 7.509.903 suscriptores.

Número de visualizaciones: 993.633.340 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 9:40 minutos.

Duración total del contenido: 48:56:41 horas.

Edad del youtuber: Nació en octubre de 1993 y publicó sus primeros vídeos con 19 años.

Social Blade Rank: B.

Otros canales del youtuber: *El Vertedero de Wismichu*.

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre

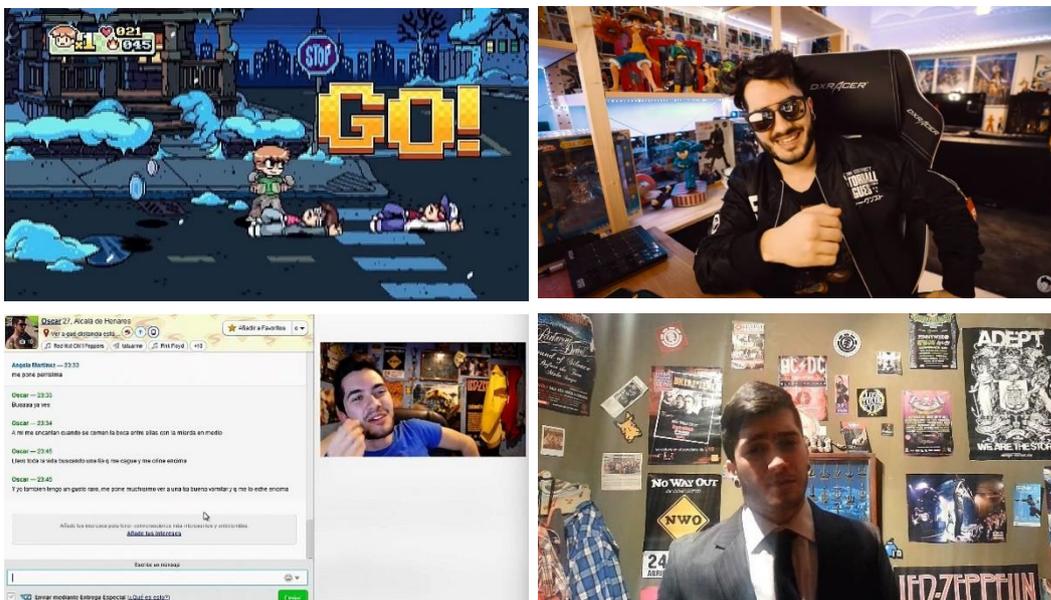


Imagen 163. Tipos de planos: gameplay con vista objetiva lateral, plano medio, primer plano en pantalla compartida y primer plano

En el comienzo del canal, la mayoría de los vídeos son capturas de pantalla, puesto que se dedica al *gameplay* comentado. En vídeos concretos en los que atiende a peticiones o responde comentarios, así como en los vídeos de sorteos, el tipo de encuadre es, fundamentalmente, con un plano medio. También hace uso de la webcam para grabarse mientras escribe o juega compartiendo pantalla.

2. Punto de vista y angulación



Imagen 164. Frontal con un ligero contrapicado

En los vídeos que no son de contenido compartido desde la pantalla, el tipo de angulación utilizada es, en la práctica totalidad de vídeos, de tipo frontal o ligeramente contrapicada.

3. Efectos

No utiliza demasiados efectos visuales, pero todos los VFX que utiliza responden a la necesidad de enfatizar un momento destacado del discurso en el cual hace una aseveración a la que quiere dotar de seriedad y dramatismo o de comicidad, como en estos ejemplos, en que escoge un efecto que simula una pantalla antigua o hace una superposición de imágenes con fórmulas matemáticas en un momento de análisis de un suceso.



Imagen 165. Uso de efectos: filtros y superposición de imágenes

4. Música

No suele utilizar música excepto en algunos comienzos de vídeo y cierres. En ocasiones, la canción es fácilmente reconocible y se utiliza con una finalidad cómica, como en el vídeo *Jugando a ser HACKERS con suscriptores*, en el que usa la conocida canción *Soy un truhán, soy un señor* de Julio Iglesias y parte de la banda sonora de *El bueno, el feo y el malo*, compuesta por Enio Morricone. También reconocemos la melodía de CSI en *En los gameplays* reproduce el sonido del juego y la llamada de voz con los demás jugadores.

5. Sintonías

En bastantes vídeos utiliza canciones de cierre recurrentes como *Go Go Go* de Nightcore o, más recientemente, *Señorita SIDA* compuesta por él mismo y Weebos Zunder.

6. Uso de cabeceras y cierres

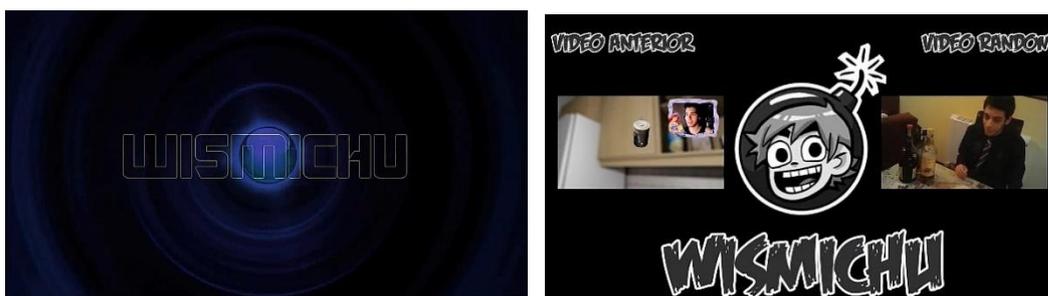


Imagen 166. Intro y cierre habitual del canal

En uno de los primeros vídeos del canal utiliza una cabecera, pero luego no vuelve a utilizarla más. Al cierre, figura su alias junto con una selección de vídeos en miniatura y enlaces a sus redes sociales.

7. Uso de separadores

No utiliza separadores de forma habitual.

8. Miniaturas

Las miniaturas del canal siguen una evolución muy en consonancia con la de otros muchos canales, pasando de miniaturas de *gameplays* con algún rótulo o algún meme a miniaturas con grandes letras sobre una imagen en un color intenso, como vemos a continuación.



Troll of duty | ¡Las mujeres y los niños primero!

Misiones especiales con byViruZz | Passive...

Troll of Duty | Niños cantarines y paquetes...

Peliculas en Call of Duty | Tributo a Scarface

Las aventuras de Wismicha #1 | Su primera partida al...

Imagen 167. Miniaturas de hace 5 años



ACERTIJOS, PROFESORES DROGADICTOS Y HITLER | ...

TUNEA TU CARRO

CSI: WISMICHU: El ladrón de Instagram

FOTOS DE STOCK

¡SILENCIO!

Imagen 168. Miniaturas de hace 4 meses (mayo 2018)

Aspectos relacionados con el entorno:

Los vídeos son casi todos realizados en interior, en el escritorio mientras juega o sentado en una mesa o en la cama. En ocasiones, realiza eventos con suscriptores en algún lugar público (también interior) como una librería.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

El canal comienza con *gameplays* comentados. Al principio se limita a comentar aspectos del juego y según progresa el canal, aumenta la cantidad de bromas y comentarios ofensivos realizados durante el juego. Más adelante comienza a hacer vídeos bajo petición (tutoriales para ligar, etc.),

bromas y retos. Incluso llega a llamar a teléfonos de prostitutas para burlarse de ellas, con colaboración de otro *youtuber* (Auronplay).

Años después sube un vídeo hablando sobre la responsabilidad de los *youtubers* como influencia en internet (*Youtubers tóxicos y responsabilidad en Youtube*).

En sus vídeos más recientes el *gameplay* apenas aparece y el contenido es mayormente el genérico de moda en YouTube (retos, bromas, comentarios y respuestas, etc.).

- **Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto**

1. «Tenéis que creer que estáis buenos, que seguramente, lo seáis». (*Cosas de mujeres | Aprende a ligar con Wismichu*)
2. «Están tan desarrolladas que necesitan mil productos [...] Lo que yo uso para ducharme: Jabón y champú. Mira lo que usa la una mujer de media: champú, otro champú, otro champú...». (*Cosas de mujeres | Aprende a ligar con Wismichu*)
3. Refiriéndose a una mujer de un video de internet: «Sabemos que estás gorda y tienes hambre, pero no es como para chupar un puto tampón». (*Vlog #2 La chica que chupaba un tampón | Vídeo-reacción*)
4. Refiriéndose a los pechos de una mujer: «Si te vas a operar, pues ponte yo que sé...una ciento y algo, ¿no?». (*El test gay, tetas falsas, reales y Moar shit.*)

- **Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes**

1. «¿Cuántos me echas? Y ahí en vez de decir los años decimos los polvos que le echábamos, si te sonríe, está en el bote, y si no... ¡A FREGAR!». (*Cosas de mujeres | Aprende a ligar con Wismichu*)
2. «Pongámonos en el caso de que una chica os rechaza, volvéis atrás en el tiempo y lo intentáis hasta que caiga, todo sea por el pinchito». (*Controlar el tiempo es la POLLA | Mi superpoder*)
3. «Incluso en la cocina, hay cosas que yo no entiendo pa' que se usan. Tienen instrumentos que no entiendo pa' que se usan, este bote antigraavitacional hecho por la NASA de las chachas». (*Cosas de mujeres | Aprende a ligar con Wismichu*)
4. «Yo soy jodidamente desordenado y creo que cualquier hombre es desordenado, lo llevamos en la sangre». (*Cosas de mujeres | Aprende a ligar con Wismichu*)
5. «Soy superzorra... es que yo si fuese mujer sería la más puta de todas». (*Trolleando a pajeros y perturbados*)
6. Refiriéndose a una mujer en una situación imaginada en una discoteca: «Y si no quiere bailar ¿Qué es lo peor que puede pasarnos? Nada, que le den por el culo, ella se lo pierde». (*Aprende a ligar con Wismichu | Lección nº1: Liges de una noche*)
7. Refiriéndose a una mujer en una situación supuesta: «Es decir, si después de besarnos con ella quieres invitarla a algo para emborracharla y llevártela al catre, pues allá tú». (*Aprende a ligar con Wismichu | Lección nº1: Liges de una noche*)
8. «Con la palabra podéis romperle los esquemas a cualquier mujer». (*Aprende a ligar con Wismichu | Lección nº1: Liges de una noche*)
9. En el lance de una partida: «No queda himen entero». (*Manqueando en Battlefield 3*)
10. «Yo, todo este dinero que estoy consiguiendo de YouTube, además de gastármelo en putas y fiestas, lo estoy ahorrando». (*Vlog #4 | La fama y sus contras: Los 3 tipos de retards que rondan por youtube*)

11. Refiriéndose a un programa de videochat: «El nuevo Chatroulette es un harén de putas». (*El test gay, tetas falsas, reales y Moar shit.*)

12. Refiriéndose a una mujer: «Hay que ser puta y reputa pa'irte de Erasmus, no dejarlo con tu novio y ponerle los cuernos». (*Un suscriptor cree que su novia le pone los cuernos*)

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones**

1. Dirigiéndose a la audiencia: «Yo lo siento, pero prefiero una chica que me parezca un reto a una chica que me ande detrás todo el rato». (*Aprende a ligar con Wismichu | Lección nº1: Liges de una noche*)

2. «¿Y por qué no me dan a elegir follarme a Sasha Grey?». (*ME LO FOLLO TODO | Dos 100% Rabo Gallego en Saints Row IV*)

2. Tono

El tono es burlón y agresivo en casi todos sus vídeos, utiliza un humor con gran cantidad de connotaciones sexuales. Su lenguaje es fundamentalmente soez y emplea constantemente insultos para dirigirse a otros jugadores, en el caso de juegos, y a personas o personajes en otros vídeos del canal. De hecho, ha tenido numerosas polémicas con otros *youtubers* como DalasReview o Yao Cabrera.

3. Gestualidad

Utiliza un lenguaje corporal expresivo en todos los vídeos en que él sale, pero sin realizar muecas cómicas. Es un lenguaje gestual común, pero algo más marcado.

Feedback con el público:

Además de invitar a suscribirse y dar *me gusta* en el canal, pide a sus oyentes que comenten en los vídeos. Con algunos de estos comentarios mantiene un *feedback* mediante vídeos de respuestas.

CANAL 18



Ficha técnica:



Nombre del canal: *Ami Rodríguez* (Ami Rodríguez Pascagaza).

Descripción del canal: «Para que entiendas mi lengauje tienes que estar igual de loco a un sombrero. Por suerte yo lo estoy y Johnny Depp, también».

País: Colombia.

Categoría / temática del canal: Entertainment (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 20 julio 2009.

Fecha del primer vídeo: 10 junio 2010.

Número de vídeos subidos: 230 vídeos.

Número de suscriptores: 7.275.920 suscriptores.

Número de visualizaciones: 826.665.583 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 7:43 minutos.

Duración total del contenido: 29:26:10 horas.

Edad del youtuber: Nació el 18 de mayo de 1994. Empezó a publicar vídeos con 16 años.

Social Blade Rank: A-.

Otros canales del youtuber: *Go Ami Go!* y *Juguetes vs. Ami*.

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre

Utiliza planos diversos, el más común es un plano medio o un plano americano dependiendo de si presenta sentado o de pie, respectivamente. El plano general es utilizado para exteriores en ocasiones concretas y también encontramos planos de busto o primeros planos para centrar la atención en un momento o persona.



Imagen 169. Plano medio, plano general, primer plano, plano medio

2. Punto de vista y angulación

Suele utilizar un ángulo frontal, aunque la cámara parece estar unos centímetros por encima de la altura del presentador cuando está sentado, generando un leve picado. Cuando interactúa con otro presentador se coloca en $\frac{3}{4}$ de manera puntual, sin afectar al aspecto del ángulo de cámara. El uso de otros tipos de ángulo es de manera funcional cuando la grabación es cámara en mano y se enfoca a un elemento dispuesto en otra dirección (suelo, por ejemplo).



Imagen 170. Frontal ligeramente picado y picado

3. Efectos



Imagen 171. Uso de efectos.

Salvo en las cabeceras, el uso de efectos se limita a momentos puntuales en los que añade filtros como destellos predeterminados. En pocas ocasiones, añade *foley* para mayor expresividad como golpes.

4. Música

La mayor parte de las canciones de sus vídeos son obra propia del *youtuber* y su hermana, o versiones y parodias de canciones conocidas (en los vídeos con este tipo de finalidad).

5. Sintonías

En la cabecera de los vídeos de la serie AEME, ambos presentadores cantan una canción que sirve de sintonía. También en la serie de vídeos del alter ego «Chester Bipolaridad» encontramos una breve sintonía entonada por el *youtuber*.

6. Uso de cabeceras y cierres

En los primeros vídeos no hay una línea clara, hasta la serie de vídeos AEME. En estos vídeos el *youtuber* y su hermana cantan una canción de cabecera relacionada con el nombre de la sección. A partir de ahí, comienza un nuevo estilo de vídeos más relacionados entre sí, que comienzan con una cabecera en la que, sobre un fondo amarillo con caras sonrientes y coronas, figura: «todos los niños crecen excepto Peter Pan y yo». Esta cabecera todavía se mantiene en muchos de sus vídeos actuales. También tiene vídeos en los que interpreta un alter ego como «Chester Bipolaridad» que tienen su propia cabecera, en la que figura el personaje sobre un fondo ilustrado digitalmente mientras suena una sintonía cantada por el propio *youtuber*.



Imagen 172. Capturas de intros de Ami Rodríguez

Como cierre acostumbra a repetir la frase: «Disculpen los errores. Trabajo para la di-ver-sión», y con la última sílaba cierra una claqueta y acto seguido corta la imagen para dar paso a la pantalla de sus redes sociales. Para esta pantalla utiliza la imagen de caras sonrientes y coronas de la cabecera habitual.



Imagen 173. Capturas de cierre de los vídeos

7. Uso de separadores

No utiliza separadores en sus vídeos.

8. Miniaturas



Imagen 174. Miniaturas del canal de Ami Rodríguez

La serie de vídeos AEME tiene un distintivo especial, como se puede observar en la imagen. Con respecto a las imágenes, sale Ami, generalmente con su hermana o solo, en alguna imagen representativa del contenido del vídeo. No abundan los rótulos en las miniaturas.

Aspectos relacionados con el entorno:

En general, se trata de vídeos de corte casero. Hay dos tipos de escena que son predominantes en los interiores: la habitación del *youtuber*, con sus peluches y objetos personales de fondo, otorgándole a la escena un cariz más personal y, por otro lado, un escenario preparado con cartulinas y papel recortado, haciendo de plató para la serie de vídeos AEME. También encontramos vídeos en exteriores, fundamentalmente, en ocasiones en que se plantean retos para interactuar con los transeúntes, o en la serie de videos de «Setsimón», que se desarrollan en diferentes lugares como un restaurante Burger King o un parque.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

El contenido en general es de carácter bastante infantil, en el sentido de que se muestra un tipo de humor accesible y para todos los públicos, sin contenido irrespetuoso o fuera de tono. Principalmente, se parodian vídeos mediante el uso de otras letras y disfraces poco elaborados, y se realizan diferentes retos bastante extendidos por las redes en los diferentes momentos.

- Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto:

1. «Si tu novia siempre ha querido ser una cantante, pero fracasa en el intento, fracasa y fracasa, ¡podemos hacerle dos bollitos de espuma en sus ubres! Guau, parece Katty Perry». (*Tutorial: qué regalarle a tu novia*)
2. «Y bueno como ya vieron en el título del vídeo, sí, tengo un complejo severo con mi cuerpo». (*Tengo un complejo con mi cuerpo*)

- Estereotipos relacionados con comportamiento y actitudes:

1. (Se plantea una caricatura de una persona que enseña cómo ser sexy, con una peluca y un entrecejo pintado, frotándose con cosas en las situaciones más absurdas). (*Sexy en burger king - setsimón*).
2. «¿Me extrañaban? Yo sé que sí. (Se besa los bíceps)». (*Sexy con la novia - setsimón*)
3. «También podemos hacerle un tatuaje en el brazo para que ella siempre recuerde nuestro nombre en ella... y para que los hombres sepan de quién es esta propiedad». (*Tutorial: qué regalarle a tu novia*)
4. «-(Ami) ¡Obviamente te voy a ganar! Amara que fe-a...
-(Amara) ¡Obviamente no, porque tú eres una niña!». (*AEME! Capítulo 12 - retos en la calle*)

- Estereotipos relacionados con gustos y aficiones:

1. Porque hoy estoy en mi bañera rosadita macho alfa 4000... (*Bañera de Unicornio*)

2. Tono

El *youtuber* tiene un tono muy alegre y efusivo todo el tiempo, con un timbre de voz bastante alto e incluso poniendo voces diferentes o gritando para hacer más gracia y añadir expresividad al discurso humorístico.

3. Gestualidad

Es un *youtuber* muy gestual y continuamente realiza diferentes muecas y caras. Utiliza mucho las manos y brazos para gestualizar, incluso todo el cuerpo cuando realiza los vídeos de «Setsimón» (en los cuales se dedica mayormente a frotarse con diferentes cosas y revolcarse por el suelo).

Feedback con el público:

Anima continuamente al uso de los diferentes botones que YouTube tiene disponibles para que el público demuestre sus intereses y decidir si hacer segundas partes en vídeos o vídeos de contenido similar. También tiene vídeos de preguntas y respuestas donde recoge comentarios de sus diferentes redes sociales y los responde.

CANAL 19



Ficha técnica:



Nombre del canal: *Pautips* (Paula Galindo).

Descripción: Hola! Me llamo Paula Galindo y tengo 23 años :) Soy Colombiana y este es mi canal de Belleza, Rutinas, Moda y estilo de vida!

Recuerda seguirme en mi segundo canal PAUVLOGS para ver mi vida cotidiana, viajes, aventuras, familia, amigos y más!

Mi libro: #TumejorVersión por Pautips
Editorial Planeta Colombia

Hi! My name is Paula Galindo and I'm the #1 Female Youtuber in Colombia!

I'm 22 and this is my main beauty channel , my second channel is PAUVLOGS where post my daily life :)

País: Colombia.

Categoría / temática del canal: Howto (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog y tutorial.

Fecha de incorporación a la plataforma: 5 julio 2011.

Fecha del primer vídeo: 5 mayo 2012.

Número de vídeos subidos: 436 vídeos.

Número de suscriptores: 7.138.326 suscriptores.

Número de visualizaciones: 509.989.174 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 9:09 minutos.

Duración total del contenido: 66:38:40 horas.

Rango de edad del youtuber: Nació en 1993. Empezó a publicar vídeos en YouTube con 18 años.

Social Blade Rank: B+.

Otros canales del youtuber: *PauVlogs* y *Paula G.*

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre



Imagen 175. Plano general, plano medio y primerísimo plano

La mayor parte de planos son cerrados, planos de busto o de retrato, centrados en la cara de la *youtuber*, donde realiza los tutoriales de maquillaje, abriendo el plano para mostrar *outfits* completos. En ocasiones concretas, utiliza planos algo más abiertos, cuando realiza colaboraciones, utilizando plano medio; o cuando realiza vídeos sobre rutinas de ejercicio, mediante el plano general.

2. Punto de vista y angulación

El tipo de ángulo utilizado siempre es frontal, de cara a la cámara. Solamente utiliza otro tipo de ángulos para vídeos muy concretos, que se salen de la temática general del canal.



Imagen 176. Ejemplos de angulación frontal

3. Efectos

Los efectos de sonido y de vídeo cumplen una función principal de soporte del discurso. Por ejemplo, cuando anima a suscribirse aparece una captura de la imagen del botón de suscripción o, cuando habla de las notificaciones suena una campanita.

4. Música

Utiliza diversas canciones de estilos actuales que suenan suavemente como acompañamiento durante sus demostraciones de maquillaje, intercalándose con otras melodías más intensas en los momentos en los que muestra alguna parte del proceso sin hablar.

5. Sintonías

En sus vídeos más recientes ha incluido una sintonía en la cabecera.

6. Uso de cabeceras y cierres

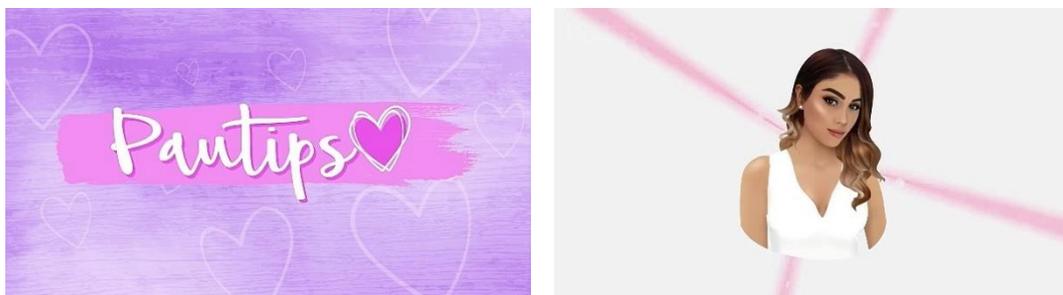


Imagen 177. Diferentes intros de Pautips

En sus vídeos más recientes ha incluido una cabecera, de la cual hay dos versiones diferentes, una con el nombre del canal realizado con *motiongraphics* y otra, más actual con una caricatura animada de la *youtuber*. El cierre del vídeo normalmente sirve para enlazar a la página principal del canal, ofrecer enlace a otros dos vídeos del canal y mostrar el usuario de las redes sociales del responsable de edición de los vídeos.

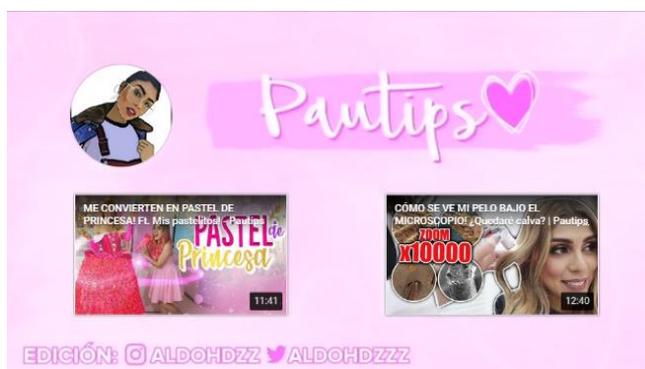


Imagen 178. Pantalla de cierre

7. Uso de separadores

No utiliza separadores de manera destacada, sino que organiza sus tutoriales o explicaciones de manera natural, ayudándose de los cortes. En ocasiones, utiliza unos pequeños rótulos debajo de su imagen al inicio de un corte para confirmar que se trata de un nuevo apartado.



Imagen 179. Uso de rótulos de refuerzo

8. Miniaturas

Como en muchos otros canales, se observa una evolución de unas miniaturas más sencillas, en las que la protagonista es la imagen de la *youtuber*, a otras miniaturas más recientes, acompañadas de rótulos superpuestos a la imagen, bastante grandes y coloridos que atraen la atención de los suscriptores de forma inmediata. En algunas ocasiones, los titulares son algo sensacionalistas, lo que anima a la curiosidad, como *EL PEOR ACCIDENTE de MI VIDA!* (Storytime).



Imagen 180. Confrontación entre miniaturas de los comienzos del canal y miniaturas actuales

Aspectos relacionados con el entorno:

Sus vídeos son rodados en interior, domésticos. Casi todos son rodados en una cama o a un lado de esta, con el armario de fondo. Las excepciones las constituyen algunos exteriores de vídeos de temática no relacionada con el contenido general del canal.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

Desarrolla vídeos de estilo de vida, vida sana, dietas, maquillaje y ejercicio. Realiza descripciones de los procesos de maquillaje muy claras y accesibles, de manera bastante técnica y directa. Entre sus vídeos de temática de imagen y tutoriales, figuran otros de corte mucho más personal donde relata vivencias y problemas muy íntimos (problemas de pareja, trastornos alimentarios, etc.), que

sirven para acercar la realidad de la *youtuber* a la de sus seguidores a través de procesos de identificación con ella. Tiene vídeos completos que podríamos considerar de carácter motivacional en los que predominan actitudes de empatía y ánimo al otro, como *QUE IMPORTA*.

- **Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto**

1. «Me sorprendió mucho cuando me pidieron un maquillaje para la escuela, porque a mí, cuando yo iba al colegio, a mí no me dejaban ir maquillada. Eran superrestringidos con ese tema». (*Maquillaje para el Colegio/escuela*)
2. «¡Hola, niñas bonitas!». (*¿Como arreglarse para una CITA?♡Maquillaje, Outfit y Tips!*)
3. Otro tip que te voy a dar es que lleves un espejito de mano, porque esto es como nuestra amiga portátil, que nos ayudará a saber si tenemos algo en la nariz o si se nos quedó algo metido en el diente... para evitar momentos bochornosos, por favor. (*¿Como arreglarse para una CITA?♡Maquillaje, Outfit y Tips!*)
4. Desde que soy chiquita he buscado diferentes formas de arreglarme eso, me los he quitado, con cera, con rasuradora... pero, en realidad, quitarse los vellitos de los brazos no es una buena opción. Cuando crecen se ponen como más duros y se ve horrible en los brazos. (*¿Brazos velludos? ARREGLATELOS!*)
5. «(*en relación a un producto para decolorar el vello corporal) A mí solamente me pica muchísimo, muchísimo, pero ya me acostumbré. Esta cosa pica mucho, mucho, mucho». (*¿Brazos velludos? ARREGLATELOS!*)
6. «Todas sabemos que arreglarnos un poco nos da un poco más de seguridad para vernos más radiantes e impactar». (*Maquillaje para la Noche / Ojos ahumados*)
7. «Da un efecto superbonito sobre nuestro cuerpo porque, como que el pelo largo alarga también el cuerpo y nos hace ver mucho más estilizadas y como delgadas». (*Como arreglarse para salir de rumba/antro? (Maquillaje, outfit y extensiones)*)
8. «Bueno, ustedes saben que queremos estar superbien presentaditas en las piernas. Yo siempre les he dicho que la presentación personal de una mujer cuenta muchísimo». (*Como me DEPILO las piernas*)
9. «Entonces hoy les traigo un look natural pero a la misma vez es muy tierno y femenino por si llegamos a tener una cita, o simplemente nos queremos ver bonitas para nuestro novio o la persona que estamos saliendo... o para nosotras mismas». (*Maquillaje para una cita ...San valentin!*)
10. «A mí me molesta que la gente se queje por cosas que no tienen mucho sentido... como por ejemplo, pues... que si estás gorda... estás guapa o estás de esto... Y es que al final ninguna vamos de guapas, o de perfectas, o de nada ¿no?». (*¿SALDRÍAMOS CON ALGUIEN DE YOUTUBE? Ft. Lesslie, Patry Jordan y YosStop*)
11. «Que tienen algo que ofrecer, que no sea con la intención de... pues quiero fama, ¿no? Pues si quiero fama, pues enseñen el cuerpo, ya saben que eso siempre pega». (*¿SALDRÍAMOS CON ALGUIEN DE YOUTUBE? Ft. Lesslie, Patry Jordan y YosStop*)
12. «Y bueno, yo me expuse en este mundo totalmente inocente; empecé a recibir demasiados comentarios... que gorda, que flaca...que bajita, que alta... yo no me sentía cómoda con mi cuerpo. Habían tantas opiniones sobre mí que no supe manejarlas». (*SUFRÍ DE BULIMIA - Mi historia*)

- **Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes**

1. «Siempre trataban de señalarme las cosas que ellos veían como defectos en mí: que yo no tenía novio, que era la más grande del salón, que me gustaba andar solitaria porque nunca le corría a nadie...». (*QUE IMPORTA*)

2. «-Estaba diciéndoles que... te has demorado como dos horas y yo ya estoy listo de una hora y media.
-Claro que no... Lo que pasa es que tú no te echas toda esta cantidad de cositas (se señala la cara) para verte más bello». (*FELIPE SE PONE OBSCENO- PauPipe vlog 3*)

3. «-Mira, es esta, amor.

-Chévere amor.

-Amor, mira...

-Estoy mirando! (*Mientras en lugar de ver la película, ve el ordenador y el móvil al mismo tiempo y con auriculares)». (*TENER NOVIO: Expectativa Vs Realidad!*)

4. Una chica tira canastas en una feria y está fallando. A su lado, otra chica, preparada para tirar, llega su novio y le dice cómo tiene que hacerlo y ella acierta a canasta. (*Soltero Vs En pareja (cosas que nos pasan!)*)

5. En un restaurante el hombre le sostiene la silla a la mujer para que se siente y luego se sienta él. (*Soltero Vs En pareja (cosas que nos pasan!)*)

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones**

1. «¿Se acuerdan cuando les decía así? Aunque ya no son solo niñas bonitas, también hay hombres... yo que jamás pensé que me fueran a seguir hombres...». (*1 MILLON DE SUSCRITORES!*)

2. «-Yo he dicho que en YouTube no hay hombres guapos, hay muy pocos.

-Y los que son guapos son gays». (*¿SALDRÍAMOS CON ALGUIEN DE YOUTUBE? Ft. Lesslie, Patry Jordan y YosStop*)

2. Tono

En general, utiliza un tono amable y cercano, pero que denota concentración en la explicación y el proceso del tutorial. Mantiene un tono suave de voz, pero alegre. Predomina el tono moralizante y animoso, instando a la gente a lograr cosas.

3. Gestualidad

Dado que en la mayoría de vídeos, mientras habla, está maquillándose a sí misma, la gestualidad se ve bastante limitada. Utiliza gestos y contoneos mientras se prueba diferentes outfits para demostrar la comodidad o diferentes detalles del atuendo.

Feedback con el público:

La implicación con su público y los comentarios de éste es tal que por la presión de los seguidores termina contando sus problemas personales, como relaciones personales de pareja, trastornos alimentarios, etc. Utiliza peticiones de sus seguidores para generar contenido de interés para un público mayoritario.

CANAL 20



Ficha técnica:



Nombre del canal: LA DIVAZA (Pedro Luis Joao Figueira Álvarez).

Descripción del canal: «NO SOY PERRA, NI SOY GATA. SOY DIVAZA Y ESO TE MATA! ARRECHA. DIVA. PELIGROSA. PODEROSA. ESO ES TODO LO QUE NECESITAS SABER. SUBO NUEVOS VIDEOS CADA SEMANA!!! ASÍ QUE SUSCRÍBETE OBVIO».

País: Venezuela.

Categoría / temática del canal: Entertainment (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 9 diciembre 2012.

Fecha del primer vídeo: 12 diciembre 2012.

Número de vídeos subidos: 111 vídeos.

Número de suscriptores: 7.133.678 suscriptores.

Número de visualizaciones: 465.284.157 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 8:08 minutos.

Duración total del contenido: 14:46:36 horas.

Edad del youtuber: Nació el 18 de junio de 1998, por lo que subió su primer vídeo a la plataforma con 14 años.

Social Blade Rank: B+.

Otros canales del youtuber: *Keeping Up with La Divaza.*

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre

Utiliza esencialmente planos medios o planos de busto en casi todos sus vídeos, salvo en casos de planos cámara en mano.



Imagen 181. Diferentes tipos de planos: planos medios cortos y primer plano

2. Punto de vista y angulación

La mayor parte de sus planos son frontales, pero encontramos vídeos en este canal que son cámara en mano por lo que los ángulos son completamente impredecibles o, en algunos casos, tienen que ver con el plano típico de *selfie* (contrapicado inclinado).



Imagen 182. Diferente angulación: contrapicado con inclinación lateral, frontal y contrapicado con imagen invertida

3. Efectos

Apenas encontramos efectos en los vídeos de este canal, que pueden resumirse, principalmente en marcos de efecto cámara y texto flotante.

4. Música

Solamente utiliza música en vídeos de reto y de forma muy aislada. En general, la música está reservada a los vídeos sobre galas o música.

5. Sintonías

No utiliza sintonías.

6. Uso de cabeceras y cierres

No utiliza cabeceras ni cierres.

7. Uso de separadores

No utiliza separadores.

8. Miniaturas

Hace cinco años, en los comienzos del canal, las miniaturas se caracterizaban por presentar un gran rótulo en letras blancas superpuesto a la imagen. En la actualidad, las letras, que continúan siendo blancas, se han afinado y han perdido protagonismo frente a la imagen, que ahora aparece a menudo enmarcada con un recuadro de color llamativo.

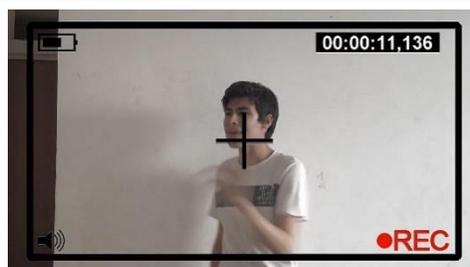


Imagen 183. Uso de efectos: marco de cámara



LA DIVAZA CONOCE A LA JOSE + RETO DE LA CANELA!

DIVAZA CONSEJERA

TIPS DE ACTITUD

LA CACHIFAZA

VENEZUELA VS ESTADOS UNIDOS

Imagen 184. Captura de pantalla de miniaturas de 2013



GRAMMYS 2017 CON LA DIVAZA

MISS UNIVERSO 2016 CON LA DIVAZA

ADIVINA EL YOUTUBER con MARIALE!

RETO DE LA BOTELLA DIVAZA

LA NUEVA FIFTH HARMONY

Imagen 185. Captura de pantalla de miniaturas de 2017

Aspectos relacionados con el entorno:

Los vídeos son grabados en entorno doméstico. En ocasiones con una pared blanca detrás, en otros vídeos podemos verlo sentado en la cama, incluso tapado con las mantas. También hay vídeos en exteriores, pero suponen una minoría en el canal. Conforme avanza el tiempo, los vídeos tienen una mayor calidad y la luz utilizada en los interiores parece más meditada.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

Muchos de sus vídeos giran en torno a galas y premios, a la actualidad del espectáculo, a música y a opiniones del *youtuber*. También tiene vídeos de carácter más íntimo, en los que comparte reflexiones individuales, sobre temas como su sexualidad. Otros contenidos que aparecen en este canal son los retos de moda en YouTube e intercambio de comentarios con sus suscriptores, respondiendo a sus mensajes.

Con respecto a su lenguaje, es muy habitual que finalice casi todas sus frases con la palabra «marica», a modo de muletilla, y utiliza una gran cantidad de venezolanismos (*arrecha*, *mamahueva*...). Utiliza frecuentemente la frase: «No soy perra ni soy gata, soy La DIVAZA y eso te mata».

Constituye un ejemplo contraestereotípico del hombre concebido dentro de la categorización dicotómica del género, puesto que, además de ser homosexual, se refiere a sí mismo en femenino y adopta sin ningún problema comportamientos y gustos tradicionalmente asociados al género femenino, como maquillaje, combinado con una estética fundamentalmente masculina.

2. Tono

El tono es efusivo y alegre, exagerado en muchas ocasiones. Utiliza un tono a menudo dramático para problemas tan superficiales como el peinado.

3. Gestualidad

Utiliza una gestualidad muy marcada, tanto facial como corporal. Mueve mucho las manos imitando los movimientos típicos de diva, para aumentar la expresividad de su personaje.



Imagen 186. Ejemplos de un momento de mucha gesticulación

Feedback con el público:

Hace vídeos de preguntas y respuestas, aunque no responde a muchas de las preguntas que lee, evadiéndolas con tono de sátira. Además de los vídeos hace eventos en los que se presenta y conoce a sus seguidores.

CANAL 21



Ficha técnica:



Nombre del canal: *Katie Angel* (Katherine Angel Correia).

Descripción: «Bienvenido al canal oficial de Katie Angel! Un espacio cargado de entretenimiento, sonrisas y buena música! ♥
Singer / Songwriter / Content creator»

País: Estados Unidos.

Categoría / temática del canal: People (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 19 mayo 2015.

Fecha del primer vídeo: 26 mayo 2015.

Número de vídeos subidos: 280 vídeos.

Número de suscriptores: 7.049.561 suscriptores.

Número de visualizaciones: 680.454.964 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 13:19 minutos.

Duración total del contenido: 62:34:26 horas.

Edad del youtuber: Nació en octubre de 1989. Empezó su canal con 26 años.

Social Blade Rank: A-.

Otros canales del youtuber: *KatieOnTheRoad*, que comparte con su pareja, *El Oso*, también *youtuber*.

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre



Imagen 187. Primer plano y plano general

El encuadre se mantiene en la mayoría de los vídeos entre planos de busto o planos medios. También utiliza planos figura o generales para momentos en que enseña una rutina de ejercicios u outfits completos.

2. Punto de vista y angulación

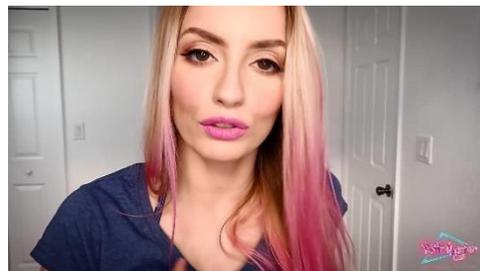


Imagen 188. Primeros planos: con leve inclinación lateral de la cámara y con un ligero picado

Generalmente encontramos planos frontales a cámara, pero en los vídeos de su primer año, la cámara tiene una leve pendiente que inclina la imagen hacia la izquierda. A partir de estos primeros

vídeos la cámara deja de estar inclinada y el plano se vuelve más estático, en este sentido. También encontramos ejemplos de picado, lo que da sensación de proximidad a la cámara.

3. Efectos

Aparte de texto flotante no utiliza efectos visuales reseñables, más allá de la incorporación de algún elemento o animación o de algún marco, como el típico marco de cámara digital. Sí utiliza efectos sonoros de *foley*, a nivel expresivo, para golpes o «pops» cuando aparece el texto flotante.

4. Música

En casi todos sus vídeos hay música, mayoritariamente instrumental, muy rítmica. Suele utilizar la música como acompañamiento a la imagen de un proceso.

5. Sintonías

Utiliza varias sintonías y canciones a lo largo de sus diferentes vídeos, en el momento en que se reproduce la cabecera.

6. Uso de cabeceras y cierres



Imagen 189. Diferentes cabeceras del canal

En muchos de sus vídeos utiliza cabecera, aunque no en todos. Las cabeceras tienen animaciones muy simples y conforme avanza en sus vídeos va mejorándolas progresivamente. En su última intro, aparece bailando y caminando por varios exteriores urbanos en los que van apareciendo diferentes elementos animados en la imagen, como alas o corazones y, ya, por último, se muestra el nombre del canal con letras que imitan las luces de neón. En todas sus intros y, en general, en todo el canal, el uso del rosa es una constante.



Imagen 190. Capturas de la intro en la que se refleja el uso de pequeñas animaciones

7. Uso de separadores

No tiene un uso muy marcado de separadores en sus vídeos, pero podemos encontrar uno que usa en varios de sus vídeos, que consiste en desplazar de un barrido el vídeo hacia arriba.



Imagen 191. Captura de un barrido de separación

Aspectos relacionados con el entorno:

La mayor parte de sus vídeos se desarrollan en interiores, aunque después aparezcan escenas en otros lugares. También tiene algunos vídeos en exterior mientras hace compras o realiza actividad física.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

El discurso general del canal comienza siendo una serie de vídeos sobre imagen y estilo de vida: maquillaje, alimentación, ejercicio, etc. A partir del año 2016, comienza a crear otros contenidos mucho más extendidos en YouTube, como retos o *challenges*, tags, bromas o vlogs, etc.

- Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto

1. «Y sí... ya... estamos comenzando con ese sentimiento de culpa por habernos comido tantas, pero tantas calorías en navidad...» (*ADELGAZA CON KATIE ANGEL! | FITNESS HACKS | Tips para Empezar una Vida Saludable y BAJAR DE PESO*)
2. Imagen de una lista de cuestiones físicas, ejercicio y dieta que concluye con el eslogan: «Ser la mejor versión de mí mismo». (*ADELGAZA CON KATIE ANGEL! | FITNESS HACKS | Tips para Empezar una Vida Saludable y BAJAR DE PESO*)
3. «Es superimportante que el maquillaje sea bien natural de modo que parezca que no estamos maquilladas». (*ARREGLATE CONMIGO EN VERANO | MAQUILLAJE + 2 PEINADOS FACILES | Reto Comida Limpia por 1 Mes!*)
4. «Y si estás preocupada por esa horrorosa celulitis... te tengo la solución». (*MI SECRETO PARA UNAS PIERNAS PERFECTAS! ¡ADIOS CELULITIS! | Mi Rutina de Cuidados*)
5. «Y si el sol aún no te ha hecho un cariñito y quieres lucir un bronceado lindo y muy sexy... puedes aplicar un spray autobronceador...». (*MI SECRETO PARA UNAS PIERNAS PERFECTAS! ¡ADIOS CELULITIS! | Mi Rutina de Cuidados*)
6. «Oh, my gosh... porque además de darte un colorcito superlindo en el rostro deja un acabado luminoso, hermosísimo... hace que la piel se vea superjugosita... saludable...». (*ARRÉGLATE CONMIGO PARA CONQUISTAR! | MAQUILLAJE DE NOCHE | Grwm para una Fiesta*)
7. «Ay... Katie, tienes un cuerpo tan lindo... pero, es operado... ¿Verdad? Katie... ¿tú eres operada? No me decepciones... (Mensajes de sus suscriptores)». (*¿ME OPERÉ LAS BUBIS, LA NARIZ Y LOS GLÚTEOS? | CIRUGIA PLÁSTICA: MI EXPERIENCIA*)
8. «Así que, siempre veía como mis amigas tenían un súper cuerpazo y yo era siempre la más, la más delgadita... nada por delante, nada por detrás...». (*¿ME OPERÉ LAS BUBIS, LA NARIZ Y LOS GLÚTEOS? | CIRUGIA PLÁSTICA: MI EXPERIENCIA*)
9. «Ustedes no saben, no se imaginan la sensación tan bonita que es sentirte cómodo contigo mismo... con lo que ves en el espejo. Por eso siempre les digo ¡luchen, luchen por verse mejor! Si quieren bajar unos kilitos, luchen por bajarlos. Si quieren subirlos luchen por subirlos...». (*¿ME OPERÉ LAS BUBIS, LA NARIZ Y LOS GLÚTEOS? | CIRUGIA PLÁSTICA: MI EXPERIENCIA*)

- **Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes**

1. «Para que aprendamos de crecimiento personal, de maquillaje, de maternidad... todo el combo completo que tiene que ver con las mujeres (frase de su invitada, Caro Ortiz)». (*TIPS DE ABUELITAS que ¡SI FUNCIONAN! | 5 Trucos que te sacarán de apuros*)
2. «Katie, ¿por qué no has tenido hijos? El Oso y tú ¿piensan tener hijos? ¿No quieres ser mamá? ¿Niña... o niño? Y... ¿Cómo le querrías poner si es niña? ¿Y si es niño? ¿Por qué el oso y tú no tienen hijos? Hijos... Hijos... ¡Hijos! (Mensajes de sus suscriptores)». (*PREGUNTAS QUE HE EVADIDO | NO quiero HIJOS? Besé a una chica! Un TEAM?*)
3. «¡Ah! ¡¿Qué es esta asquerosidad, Conchita?! ¡Maestra, maestra!». (*BROMAS SANGRIENTAS y ASQUEROSAS para TROLLEAR! MENSTRUATION PRANKS*)
4. «Y... voilà... miren qué real y asqueroso se ve (solamente se ve un tampón mojado en colorante rojo)». (*BROMAS SANGRIENTAS y ASQUEROSAS para TROLLEAR! MENSTRUATION PRANKS*)
5. «Siguiendo punto... ¡No! ¡No lo beses! Aunque te mueras de ganas... No lo hagan. Miren que esos labios valen mucho más que eso... ¡Deja que el hombre muestre interés en la primera cita! ¡No te le tires encima! ¡Deja que sea él el que dé ese primer paso!». (*10 COSAS QUE NO DEBES HACER EN TU PRIMERA CITA ¡NO LO HAGAS!*)
6. «Sale en bikini provocando y se queja de que la acosan», «Tápate, que asco», «Tú nunca subes fotos en bikini, me decepcionas», «Borra esta foto, ¡estás casada!», «No vuelvas a subir una foto en bikini, pensé que eras diferente». (Fragmentos de comentarios recibidos de sus seguidores). (*ENFRENTO a los ACOSADORES y HATERS de mi FOTO POLÉMICA en INSTAGRAM*)
7. «[...] mujeres... ¡Qué fácil es criticarnos entre mujeres! Qué fácil y qué sabroso es pisotear a la otra porque le veo algo que yo no tengo o porque quisiera vivir algo que ella está viviendo... o porque simplemente me dio la gana, me levanté de mal humor y ah, esta es la de los ojos bonitos... esta es la que voy a pisotear hoy». (*ENFRENTO a los ACOSADORES y HATERS de mi FOTO POLÉMICA en INSTAGRAM*)

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones**

1. «Y como soy superfanática de unas pestañas largas y definidas nunca salgo de casa sin usar mi máscara para pestañas». (*MI MAQUILLAJE DIARIO | Look natural, fácil y rápido!*)
2. «Algunos tips, outfits, algunas cositas de cocina... lo poco que sé (*cara de vergüenza y bajando un poco la voz)». (*BIENVENIDOS A MI CANAL! | Por qué YouTube?*)
3. «Sí, tal cual... Me había ido a México a grabar vídeos y a hacer muchas cositas con ustedes sin... mi... maquillaje. Como se imaginarán... Como toda mujer, entré en pánico por un segundo y dije “¡Oh my God!”». (*¡LA PEOR VERGUENZA DE MI VIDA!*)
4. «Además, les digo un pequeño secretito... a los hombres les gustan más las mujeres al natural». (*10 COSAS QUE NO DEBES HACER EN TU PRIMERA CITA ¡NO LO HAGAS!*)

2. Tono

La *youtuber* se expresa en un tono muy efusivo y alegre. La manera de hablar hacia el público es amable y entusiasta.

3. Gestualidad

Utiliza mucho el lenguaje corporal. Ladea la cabeza mientras habla (cambiando de lado para mayor dinamismo) y utiliza las manos para gesticular abundantemente. También pone muecas y lanza besos, y realiza poses de modelaje cuando muestra el resultado final del trabajo de maquillaje.



Imagen 192. Muecas de pena con la cara y gestualización con brazos y manos

Feedback con el público:

Continuamente lanza preguntas al público para solicitar que interactúen comentando sus propias experiencias, tanto en su canal de YouTube como en sus demás redes sociales. En muchos vídeos dedica saludos personalizados a muchos suscriptores que dan *like* a sus fotos o que comentan. También trabaja creando mucho contenido bajo demanda, haciendo vídeos en función de lo que le pide la audiencia, entre los que podemos incluir los vídeos de respuestas a las preguntas que los suscriptores le lanzan en las redes sociales.

CANAL 22



Ficha técnica:



Nombre del canal: *patty dragona* (Patricia)

Descripción: «NO TE PIERDAS NINGUN VIDEO!! CANAL DEDICADO PARA NO PARAR DE REIR... JUEGOS A TOPE!!».

País: España.

Categoría / temática del canal: Games (SocialBlade).

Género discursivo: Casteo y vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 23 octubre 2007.

Fecha del primer vídeo: 8 abril 2014.

Número de vídeos subidos: 1028 vídeos.

Número de suscriptores: 4.648.985 suscriptores.

Número de visualizaciones: 515.304.992 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 13:16 minutos.

Duración total del contenido: 227:11:06 horas.

Edad del youtuber: Nació el 10 de septiembre de 1986. Publicó su primer vídeo en el canal con 28 años.

Social Blade Rank: B+.

Otros canales del youtuber: *PattyLandia*.

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre



Imagen 193. Primer plano y plano medio corto

Considerando que los principales vídeos de este canal son *gameplays*, en muchos de ellos la cámara y encuadre de la imagen vienen definidos por el juego. Más adelante, introduce una cámara que la graba al tiempo que juega, pudiendo ver a la *youtuber* y su pantalla al mismo tiempo. En el caso de videos de vlog o retos, la cámara en mano hace que los planos varíen en función del movimiento o acción que estén realizando, de manera poco controlada. En los planos en que sale la *youtuber* en cámara jugando, así como en los vídeos en que sale respondiendo preguntas o hablando a cámara, el encuadre se cierra hasta un plano medio o un plano de busto.

2. Punto de vista y angulación

La angulación más repetida en sus vídeos es frontal o un poco de perfil, pues si se graba jugando, la pantalla no queda en la misma dirección que la cámara. En retos o vlog, la mayoría de los vídeos son cámara en mano y no mantienen un control sobre el punto de vista o la angulación.



Imagen 194. Punto de vista lateral y punto de vista frontal con un ligero picado

3. Efectos

Por norma general, no utiliza efectos en sus vídeos.

4. Música

Durante los vídeos de *gameplays* aparece en ocasiones música electrónica para ambientar los momentos de acción, pero el audio suele estar despejado para escuchar el chat de voz entre los demás jugadores y ella. Aparte de esto, utiliza música ambiental para algunos retos y música, generalmente electrónica, para cabeceras y final de los vídeos.

5. Sintonías

En la cabecera y al final de cada vídeo utiliza como sintonía una canción de música electrónica, de estilo dubstep, concretamente *Unicorn Zombie Apocalypse (Original Mix)* de BORGORE & SIKDOPE.

6. Uso de cabeceras y cierres



Imagen 195. Diferentes cabeceras del canal

En el comienzo del canal, la *youtuber* iniciaba sus vídeos con una cabecera con música, que más tarde fue renovada por una segunda versión y que solamente utilizaba para los vídeos de *gameplays*. Más adelante introduce una nueva cabecera, aunque la mayoría de los vídeos nuevos del canal ya no la llevan.



Imagen 196. Final de vídeo con imagen fija y con continuación del vídeo

Con respecto a los cierres, o bien utiliza una imagen fija sobre la que superpone los enlaces a la página principal y a dos vídeos anteriores, o bien continua con la imagen del vídeo y superpone los mismos elementos.

7. Uso de separadores

No suele utilizar separadores en sus vídeos.

8. Miniaturas

Las miniaturas del canal han seguido una evolución técnica considerable. Además, inicialmente el canal se centraba en los *gameplays* hasta que, hace aproximadamente un año, ha comenzado a centrarse en retos y bromas pesadas, especialmente con su pareja, también *youtuber* Makiman131.



Imagen 197. Miniaturas de los comienzos del canal



Imagen 198. Miniaturas actuales del canal

Aspectos relacionados con el entorno:

Una gran parte de los vídeos está rodada en interiores, en un salón con un sofá detrás y en un escritorio de un despacho. Estos son los primeros vídeos del canal en que aparece la *youtuber* ante la cámara, y se encuentra en su lugar de entretenimiento mientras se graba a sí misma y comparte su pantalla. En los vídeos de retos y vlog, el entorno lo define la temática (viajes, paseo con el perro, retos en la piscina, etc.).

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

El canal comienza con vídeos de pantalla compartida de *gameplays* de la *youtuber*, con el audio de las conversaciones de voz con sus compañeros de partida. El juego con el que comienza es GTA V y los vídeos del primer año son todos, excepto dos, sobre este juego. A partir de este primer año, con los 20000 suscriptores, decide mostrar su cara en cámara y comienza a crear algún contenido de moda en YouTube (retos, preguntas y respuestas, bromas, etc.), pero continúa manteniendo *gameplays*, aunque dejan de estar centrados en GTA V y aparecen cada vez más juegos diferentes. Con respecto a los primeros vídeos, podemos destacar que la jugadora está totalmente centrada en el juego, mientras que, a partir de este primer año, cada vez interactúa más con sus suscriptores y comenta las partidas que realiza y genera contenido hablando directamente a cámara, como los preguntas y respuestas.

A partir de 2016 comienza a desarrollar su contenido tipo vlog. Comparte momentos con su mascota y viajes con su pareja, pero de manera muy puntual, sin restar importancia al resto de contenido. En sus vídeos de 2017 en adelante se ve un progreso de cómo los vídeos de contenido generalista de la red van ocupando más espacio hasta llegar a ocupar, a lo largo del presente año la mayor parte del contenido del canal, donde apenas hay nuevos *gameplays*. Generalmente, saluda afectuosamente a sus seguidores con un «Hola mis pequeños diablitos hoy estamos aquí en un nuevo vídeo de...». Podemos destacar que, normalmente, no utiliza palabras malsonantes.

- **Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto**

1. «Estoy muy gorda yo». (*LAS 24 HORAS DE MI VIDA!!! TODO LO QUE ME PASA Y HAGO =) VLOG*)
2. Responde a la pregunta de si le gusta vestir a la última moda. (*LLAMO A MAMA D: PREGUNTAS Y RESPUESTAS*)
3. «Vamos a verla de vieja. ¡Qué cosa fea! Sale muy feíta de vieja». (*SOY UN HOMBRE!!!*)
4. «-Me he hecho una promesa y cuando me vuelva a poner fuerte me pongo esas camisetas. (*en referencia a las camisetas de tirantes).
-Yo le tocaba la barriga y era como tocar... no sé... hacía trrr trrr-trrr trrr, ¿sabes? La barriga... Era un ruido así... super raro, de los abdominales». (*REACCIONAMOS A NUESTRAS FOTOS ANTIGUAS DE PAREJA!!*)

- **Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes**

1. «Conduces como mi abuela». (*GTA V ONLINE: VOLANDO EN MOTO; CORVUS CLAN, BALA PERDIDA, TAKER345 e IVP*)
2. «Me voy a hacer la compra porque yo no tengo mamá que me la haga. Mamá, ven a hacerme la compra y esas cosas». (*LAS 24 HORAS DE MI VIDA!!! TODO LO QUE ME PASA Y HAGO =) VLOG*)
3. «-Hay aquí una pregunta que dice: "¿Piensas tener hijos con Makiman? ¿Y si es así, como los llamarías? ¿Y cuántos tendrías?"». (*PIENSAS TENER HIJOS CON MAKIMAN??*)

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones**

-

2. Tono

En los primeros vídeos el tono es abstraído, concentrado en el juego y respondiendo y hablando a sus compañeros de juego más que a sus suscriptores. Conforme avanza y va involucrándose más con sus seguidores, el tono se vuelve más directo y amable hacia ellos y los espectadores en general.

3. Gestualidad

No realiza muchos gestos, aunque sí es expresiva facialmente en sus reacciones. Esto se debe a que, durante las grabaciones que caracterizan este canal, la *youtuber* está utilizando las manos para jugar.

Feedback con el público:

Además de responder a preguntas y respuestas, la *youtuber* juega en modo *online* con sus suscriptores. Sin embargo, durante el primer año no muestra la cara ni se dirige apenas a sus seguidores, graba las partidas, pero centrando su atención en las mismas. Con el paso del tiempo

se ve evolucionar la relación con sus suscriptores, aceptando sugerencias de contenido y grabando contenido hablando directamente a cámara. También anima a sus suscriptores a seguirla en redes sociales y a compartir sus contenidos. Organiza una gran cantidad de sorteos, generalmente, de equipamiento relacionado con el mundo del *gaming*.

CANAL 23



Ficha técnica:



Nombre del canal: *Patri Jordan*. (Patricia Jordán).

Descripción: «Canal de belleza donde encontrarás el paso a paso de peinados de todo tipo y para cualquier ocasión: recogidos, semirecogidos, trenzas, moños, coletas, DIY, complementos para el cabello, etc. La idea es hazlo tu misma de una manera fácil y rápida».

País: España.

Categoría / temática del canal: Howto (SocialBlade).

Género discursivo: Tutorial y vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 25 agosto 2010.

Fecha del primer vídeo: 15 septiembre 2010.

Número de vídeos subidos: 452 vídeos.

Número de suscriptores: 3.983.683 suscriptores.

Número de visualizaciones: 529.521.690 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 4:35 minutos.

Duración total del contenido: 34:34:14 horas.

Edad del youtuber: Nació en noviembre de 1984, por lo que empezó a subir vídeos a este canal con 26 años.

Social Blade Rank: B

Otros canales del youtuber: *gymvirtual, Gym Virtual English, Secretosvlog, SecretosdechicasVIP, Patry Jordan English, Mistim.*

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre



Imagen 199. Primer plano y plano detalle de un peinado

El plano más utilizado en este canal es el primer plano, junto con el plano medio. El uso de diferentes encuadres depende del contenido del vídeo, si el trabajo es de peinados o maquillaje, o si es un vídeo de análisis o comentario, hablando directamente a cámara. Durante el proceso el plano puede cambiar en el mismo vídeo y acercarse para mostrar detalles o alejarse para una vista más general.

2. Punto de vista y angulación



Imagen 200. Plano frontal, plano cenital, plano dorsal

El punto de vista y angulación dependen de la zona del cuerpo que vaya a trabajar: si se trata de un peinado recogido, el sujeto se ve de espaldas a la cámara en un plano dorsal; si es un maquillaje, encontramos un plano frontal o perfil: si se trata de un trabajo de manicura, podemos ver un plano cenital sobre una mesa de trabajo. Esta *youtuber* utiliza a otras personas como modelos sobre los que trabajar en muchas ocasiones. En los vídeos en los que ella narra directamente a la cámara, el plano es casi frontal, con una leve inclinación con respecto a la cámara que le aporta un toque menos agresivo y directo hacia el espectador.

3. Efectos



Imagen 201. Animación de objeto a la explicación

Los únicos efectos que encontramos en este canal aparecen en los vídeos más recientes y se trata de pequeñas animaciones de objetos o texto flotante sobre la imagen, que sirven de soporte al discurso del vídeo.

4. Música

Además de cabeceras y cierre con sintonías musicales, la música aparece en sus vídeos, a un nivel de volumen muy bajo, como instrumentales a modo de ambiente.

5. Sintonías

Aparecen sintonías al inicio y al final de los vídeos, acompañando la cabecera y el cierre.

6. Uso de cabeceras y cierres



Secretos de Chicas 

CONSEJOS PARA TENER EL
Pelo + largo
WWW.EIGHTDESIGNDES.COM



Imagen 202. Cabeceras y cierres

El canal empieza con cabeceras desde el primer vídeo. El cierre en los primeros vídeos es una repetición de la cabecera. Posteriormente, la cabecera y los cierres varían y renuevan su estilo. Las primeras dos cabeceras son sencillas y sin animación, con una sintonía. La última integra una mínima animación que hace aparecer al título del vídeo.

7. Uso de separadores

No utiliza separadores.

8. Miniaturas

Las primeras miniaturas, como en otros canales que ya llevan tiempo en la plataforma, consistían en una imagen del peinado o del maquillaje que se desarrollaba en el vídeo.



Imagen 203. Miniaturas de peinados (2012)

Las miniaturas actuales, además de la imagen, llevan un rótulo en rosa y blanco para destacar el contenido del vídeo. Además, ha comenzado a incluir algún reto y contenido de tipo vlog.



Imagen 204. Miniaturas de 2017

Aspectos relacionados con el entorno:

El entorno inicial es doméstico, con una cortina de fondo. En los siguientes vídeos, a partir del 25º vídeo, el fondo se cambia por una pared blanca que otorga una sensación más aséptica de los vídeos, que puede ser entendida como más profesional y menos doméstica. En algunos vídeos aparecen exteriores también, como el interior de un vehículo en el que la *youtuber* muestra cómo prepararse de camino a una cita, pero son ejemplos muy concretos.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

El canal parte como un medio para compartir experiencias sobre maquillaje, ejercicio físico, dieta y estilo de vida. En este caso, la *youtuber* tiene estudios en peluquería y estética y trabaja como monitora en un gimnasio, por lo que se trata de un canal especializado dirigido por una persona con experiencia en el tema a nivel profesional y no solamente personal. La mayor parte de vídeos son tutoriales sobre peinados y, en menor cantidad, maquillajes y ejercicio físico.

A diferencia de la mayor parte de los *youtubers* consultados, hasta ahora, no mezclaba en este canal contenidos de tipo vlog, retos o bromas de moda en YouTube. Se mantiene fiel a su objetivo y temática en todo el repertorio de vídeos de este canal. Los vídeos de contenido tipo vlog los sube directamente en otro canal, haciendo que este tenga un aspecto menos mainstream y más

profesional, sin importar que esto pudiera afectar a su nivel de audiencia. Se introduce interacción con los suscriptores solamente como forma de decidir el tipo de peinados o trucos mostrar, sin entrar en cuestiones personales. También introduce comentarios sobre tendencias en moda como elemento novedoso en los vídeos de los últimos años.

En sus primeros vídeos saludaba a los usuarios: «Hola chicas, bienvenidas al canal Secretos de chicas», mientras que, con el paso del tiempo, lo cambió por un «¡Hola a todos! ¿Qué tal? ¿Cómo estáis?», siendo consciente de que sus contenidos son vistos no solo por mujeres, aunque sí sean el colectivo mayoritario.

- **Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto**

1. Dirigiéndose a la audiencia: «Hoy os traigo unos tips para vestirnos y vernos más delgadas o más esbeltas». (*MODA: Como vestirnos para vernos mas delgadas*)
2. Dirigiéndose a la audiencia: «Ya sabéis todos que los colores oscuros disimulan y esconden y son ideales para lucir más delgadas». (*MODA: Como vestirnos para vernos mas delgadas*)
3. Dirigiéndose a los espectadores: «La raya al lado, flequillos de lado o irregulares hacen que el rostro se vea más delgado». (*Peinados para vernos más delgadas*)
4. «Los rostros cuadrados son rostros, que la distancia del ancho es muy parecida a la distancia del alto. La diferencia del rostro perfecto, que es el ovalado, es que mucho más estilizado. Dicho esto, vamos a ver qué podemos hacer con nuestro pelo para... mejorar y estilizar nuestro rostro». (*ADELGAZA TU ROSTRO*)
5. «Y creo que os puede ayudar a sacaros el mayor partido... porque al final, si te conoces a ti misma, puedes dar lo mejor de ti y sacar tu mejor versión (*habla de su primer libro, que trata sobre consejos y tutoriales de peinados, maquillaje y estética)». (*Mi primer libro | Mis ideas de belleza para brillar cada día*)

- **Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes**

1. «Tengo que deciros que las mujeres somos más complejas, damos más de sí, tenemos más... gesticulamos más, y es más fácil de detectar si estamos interesados en un chico. Pero, por el contrario, los chicos son más simples y va a ser un poquito más difícil detectar si están interesados en nosotras y por eso vamos a tener que poner mayor atención». (*10 + 1 maneras de saber si le gustas a un chico | Patry Jordan*)
2. «Porque puede ser que tenga atracción, consiga lo que quiere... y luego ya, deje de ser tan atento, tan cuidadoso contigo...». (*10 + 1 maneras de saber si le gustas a un chico | Patry Jordan*)
3. Dirigiéndose a la audiencia en referencia a un peinado: «Bueno, ya habéis visto que es fácil y que lo podéis hacer vosotras mismas, así que no hay excusa». (*Recogido de fiesta fácil*)
4. «Si llevas el flequillo al lado derecho, por lo contrario, ese lado es el lado masculino, y suelen ser chicas que son seguras de sí mismas, directas, un poquito ambiciosas, siempre por un paso adelante... y como son tan ambiciosas la gente las ve como un poquito egoístas». (*Qué personalidad tienes según tu flequillo*)

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones**

-

2. Tono

El tono general de los vídeos es muy calmado y profesional. Al entrar al canal encontramos contenido profesional, narrados por una persona con experiencia y que habla desde el conocimiento y la práctica previa. Narra en un tono amable y lenguaje accesible, pero técnico.

3. Gestualidad

Al ser un canal temático concreto, la gestualidad queda limitada a una potenciación de la expresión oral, sin ser particularmente marcada ni efusiva.

Feedback con el público:

El feedback con el público es algo más limitado que en otros youtubers. Anima a los usuarios de la plataforma a seguirla y compartir, y también pide opiniones sobre el trabajo realizado. Otra forma de interacción es decir a los espectadores pidan a la youtuber contenidos de estética para situaciones concretas.

CANAL 24



Ficha técnica:



Nombre del canal: *Lizy P* (Damaris Pérez).

Descripción: «Maquillaje, peinados, outfits, DIY y otras cosas para inspirarte en tu día a día!».

País: España.

Categoría / temática del canal: Howto (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog y tutorial.

Fecha de incorporación a la plataforma: 22 julio 2013.

Fecha del primer vídeo: 30 julio 2013.

Número de vídeos subidos: 301 vídeos.

Número de suscriptores: 3.758.525 suscriptores.

Número de visualizaciones: 280.172.235 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 10:34 minutos.

Duración total del contenido: 53:00:05 horas.

Edad del youtuber: Su fecha de nacimiento es 5 de junio de 1982. Subió su primer vídeo al canal con 31 años.

Social Blade Rank: B.

Otros canales del youtuber: -

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre

Utiliza planos diversos en función del tutorial, desde plano detalle para mostrar un proceso en un punto concreto del maquillaje a planos figura para mostrar el *outfit* completo, incluso utiliza planos americanos para enseñar su ropero.



Imagen 205. Plano medio corto, plano medio, plano americano y gran primer plano

2. Punto de vista y angulación

La angulación varía en muchas ocasiones, pues a la hora de narrar y realizar el maquillaje utiliza un ángulo más frontal, pero en el momento de enseñar otro tipo de procesos, como consejos culinarios, sobre organización o paseos por su casa, los planos son dinámicos y varían entre frontal y perfil en diferente grado.



Imagen 206. Plano frontal y plano lateral a altura media

3. Efectos

En general, no utiliza demasiados efectos, aunque en ocasiones encontramos destellos y texto flotante o *motion graphics* para añadir expresividad al discurso o la imagen. También utiliza en ocasiones marcos como el que imita una cámara digital.



Imagen 207. Uso de efectos: texto y destellos



Imagen 208. Marco de cámara digital

4. Música

Utiliza música instrumental, de carácter ambiental, relajada y moderna, tanto para los procesos como para mostrar el resultado final.

5. Sintonías

No utiliza ninguna sintonía.

6. Uso de cabeceras y cierres

No utiliza ninguna cabecera ni cierre específico. Al final del vídeo, recuerda los usuarios de sus otras redes sociales y añade *links* a otros vídeos ya publicados en el canal.

7. Uso de separadores

En sus primeros vídeos utiliza como transición entre algunas escenas la disolución cruzada y el fundido a negro y a blanco. En estas, el corte progresivo también se aplica al audio, apareciendo en los primeros vídeos frases excedentes o fragmentos cortados. Posteriormente, comienza a utilizar otras transiciones como barridos laterales y, durante el discurso, completa los cortes con rótulos inferiores en los que numera los *tips* o los pasos de un proceso (ver Imagen 206).



Imagen 209. Captura de pantalla de un barrido lateral

8. Miniaturas

Inicialmente, sus miniaturas se centraban, igual que la temática de su canal, en tutoriales de belleza y vídeos de moda, en cuyas miniaturas destacaba la imagen y predominaban los colores suaves. Hace unos tres años aproximadamente, comenzó a destacar sus miniaturas con el uso bastante extendido del rosa, especialmente en tonalidades bastante estridentes.



Imagen 210. Comparación entre miniaturas de hace 5 años y miniaturas de hace 3 meses (junio 2018)

Aspectos relacionados con el entorno:

Los escenarios en que se desarrollan los vídeos suelen ser interiores, de corte doméstico. A veces, figura un sofá detrás o algún otro elemento del mobiliario o de la decoración, como cuadros o plantas. En ocasiones, introduce vídeos exteriores como cuando prepara un *outfit* para la playa, donde muestra el resultado final.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

En este canal encontramos un discurso muy marcado de consejos de maquillaje, belleza en general y estilos de vida saludables. En su discurso se diferencia de otras *youtubers* en que mantiene el tema de sus vídeos sin entrar en el terreno de lo personal. Esto sucede hasta el año 2016, donde los vídeos comienzan a salirse de la temática para comenzar a tratar temas de corte más general en YouTube como retos, *unboxing*, preguntas y respuestas, etc. La forma de explicarse es muy clara y accesible.

- **Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto**

1. «Hoy os voy a enseñar cómo podemos ponernos guapas, con un toque de color, en menos de cinco minutos». (*MAQUILLAJE RÁPIDO: PONTE GUAPA EN MENOS DE 5 MINUTOS! Quick makeup!*)
2. «Este segundo *outfit* es ideal para esos días que te sientes más femenina (el atuendo es una falda y una camisa de estampado de corazones)». (*¿Tienes una cita? outfits para una ocasión especial ♥ 4 Date outfits. ft.Choies*)
3. «Voy a hacer un peinado muy sencillo, porque voy a la playa, y bueno, no quiero estarme dos horas peinando... pero tampoco quiero ir con los pelos de loca». (*Get ready with me - Beach day*)
4. «Yo normalmente no suelo utilizar maquillaje para ir a la playa, pero sí que me gusta darle un toque de color. (Acto seguido se echa color base, polvo para eliminar brillo, se maquilla las cejas y se pone rimmel)». (*Get ready with me - Beach day*)
5. «Bien, el siguiente problema que seguro, seguro que os ha pasado y es que por la mañana no sé qué ponerme. Tengo que escoger mi outfit y empezar a buscar en el armario... nada me gusta, nada me sienta bien, demasiado color, muy oscuro, no me gusta. Y de repente se me echa el tiempo encima y empiezo a correr intentando encontrar algo que me quede bien». (*LIFE HACKS | PROBLEMAS DE CHICAS & SOLUCIONES*)
6. «-(marido)¿No te has vestido?
-(Ella, delante de un armario rebosante de ropa) ¡Es que no tengo nada que ponerme!». (*SITUACIONES QUE TODA CHICA CONOCE | COSAS DE CHICAS | FAILS*)
7. «-Es de un maquillaje suave para niños. -Perfecto... eso es justo lo que vamos a hacer. Vamos a hacer un maquillaje muy suave, muy natural... para los que sois jóvenes, estáis empezando con el maquillaje... niños, adolescentes... un poco de todo». (*MAQUILLAJE PARA NIÑAS/ADOLESCENTES con Ariann*)

- **Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes**

1. «En el vídeo de hoy os traigo unos cuantos *tips* o truquitos para el día a día, para nuestro cada día. He querido hacer un vídeo donde recojo algunos de los problemas más comunes que nos solemos encontrar las chicas... por ejemplo, se me ha roto una uña, por la mañana no sé qué ponerme, etcétera, etcétera...». (*LIFE HACKS | PROBLEMAS DE CHICAS & SOLUCIONES*)
2. «Algunas *youtubers* viajan, tienen hijos y atienden su casa (leyendo un comentario de un seguidor). Primero... ¿yo soy otras *youtubers*? No, cada persona es diferente [...]. Segundo... ¿tienen hijos y atienden su casa? ¿Qué pasa, que se supone que no hay otra ocupación de las *youtubers* femeninas que tener hijos y atender su casa y hacer vídeos? Y porque no tengo hijos, entonces ¿debería subir más vídeos? O porque no quiero tener hijos entonces debería rendir más... Y peor aún, aquí parece que se está afirmando que tengo que ser ama de casa o sino algo va mal». (contraestereotipo) (*Esto no se hace.*)
3. «No sé si habéis podido leer algunos de esos comentarios, pero... os los voy a enseñar por aquí para que sepáis de qué estoy hablando. (*la *youtuber* muestra comentarios que han escrito en su canal, para denunciarlos) "Ahora te haces famosa y dejas a tu marido? Penosa", "Zorra de mierda, a quien te estas follando ahora?", "Un matrimonio es para siempre y solo una persona pecadora como tu se atrevería a romperlo. que desepcion. me desuscribo"». (*Esto no se hace.*)

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones**

1. «Y aquí tengo... zaaapatos, zapatos, zapatos, zapatos, zapatos... de arriba abajo». (*My CLOSET/ROOM Tour ♥ Tips organización y decoración!*)

2. Tono

El tono de los vídeos es alegre pero calmado. La forma de explicar es clara y amigable, mostrando una actitud cercana y, hasta cierto punto, podríamos decir que un poco inocente o ingenua.

3. Gestualidad

Utiliza mucho el lenguaje corporal y la gesticulación facial. Mientras narra en voz en off y realiza los procesos, tiende a hacer gestos con la cara para añadirle expresividad a la escena.

Feedback con el público:

En sus vídeos atiende a peticiones de sus seguidores en cuanto a la temática a desarrollar (maquillajes o trucos para situaciones concretas). No realiza vídeos hablando de su vida privada hasta los primeros retos realizados sobre temas ajenos al canal, en 2016. Pide a sus seguidores y nuevos visitantes comentarios y opiniones, así como el uso del botón de *like*, aunque normalmente lo hace al principio del vídeo, en lugar de al final.

CANAL 25



Ficha técnica:



Nombre del canal: *Killadamente* (Carolar Acosta).

Descripción: «Hola mis amores! Soy Killadamente y les doy la bienvenida a mi canal de Youtube. Soy una comediente que hace videos divertidos desde challenges, música, reseñas y mas. En mi videos veran que me amo a mí misma, independientemente de lo que la gente piensa piense de mi y ayudo a otros a amarse a sí mismos tal como son. No te pierdas mis videos cada semana en Killadamente y sigueme en mis redes sociales».

País: Estados Unidos.

Categoría / temática del canal: Entertaimente (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog y tutorial.

Fecha de incorporación a la plataforma: 14 febrero 2016.

Fecha del primer vídeo: 12 septiembre 2016.

Número de vídeos subidos: 59 vídeos.

Número de suscriptores: 2.395.027 suscriptores.

Número de visualizaciones: 67.917.914 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 5:58 minutos.

Duración total del contenido: 5:46:01 horas.

Edad del youtuber: Nació el 30 de julio del 1986. Cuando subió su primer vídeo en el canal tenía 30 años.

Social Blade Rank: B.

Otros canales del youtuber: -

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre



Imagen 211. Primer plano y plano medio corto

Los vídeos de esta *youtuber* tienen diferentes tipos de encuadre, aunque el más repetido es el plano medio, seguido del plano busto y el primer plano. En cortos de tipo *sketch* se utilizan planos diferentes derivados de la naturaleza de corte más cinematográfica de ese tipo de contenidos.

2. Punto de vista y angulación

La angulación más característica de este canal es frontal. Encontramos puntos de vista frontales en vídeos en los que la *youtuber* interactúa directamente con la cámara y en otros en los que interactúa con personajes alternativos. En otros de sus vídeos vemos también ángulos diversos cuya naturaleza se debe al tipo de vídeo, en formato *sketch*, en el cual el uso de ángulos diferentes viene marcado por la discursiva del corto.



Imagen 212. Plano holandés y plano frontal

3. Efectos

Aparte del texto flotante, solamente se observa el uso del blanco y negro como efecto dramático. También en su primer vídeo disponible en el canal por antigüedad, vemos el uso de efectos de postproducción, pero en este caso puntual se trata de una producción audiovisual que no se corresponde con el resto de contenido.



Imagen 213. Uso del blanco y negro

4. Música

Excepto las sintonías y sus vídeos musicales, no utiliza la música de manera recurrente.

5. Sintonías

Utiliza sintonías para las cabeceras. En una de ellas, además de la instrumental, se pueden escuchar entre *scratches* las palabras «pienso en pizza todo el tiempo».

6. Uso de cabeceras y cierres



Imagen 214. Diferentes cabeceras del canal

Desde su comienzo en YouTube, sus vídeos han llevado diferentes cabeceras con efectos de animación. No utiliza cierres específicos.

7. Uso de separadores

No utiliza separadores en sus vídeos.

8. Miniaturas



COMO HACER SLIME | KILLADAMENTE 9:13

ROAST YOURSELF - VERSION FLACA | KILLADAMENTE 3:13

Maquillaje Con Los Dedos | Killadamente 4:23

Maquillaje fabuloso y fácil | Killadamente 4:57

MI HERMANA TIENE DIABETES | STORYTIME ... 10:18

Imagen 215. Miniaturas de los últimos seis meses

En los últimos 6 meses, los vídeos que ha subido al canal prescinden de la letra para centrarse, generalmente, en un primer plano de la *youtuber*, dotándola de mayor protagonismo.

Aspectos relacionados con el entorno:

Sus vídeos se caracterizan por un entorno doméstico. Los escenarios suelen ser un salón con sofás y una habitación con una cama. También encontramos vídeos del tipo sketch en los que el entorno es más cambiante en función de la temática del corto, aunque suelen ser igualmente interiores. Encontramos exteriores en sus vídeos de tipo vlog sobre viajes.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

En este canal podemos ver vídeos de poco más de un año de antigüedad, aunque comienzan con una calidad técnica que demuestran que no son los primeros vídeos que realiza. Antes de estar en YouTube, encontramos contenidos suyos en otras plataformas como Vine y Facebook. En general, sus vídeos son de contenido humorístico, tratando temáticas de estilo de vida, estética, amistad y retos entre otras cosas. Se muestra un contenido desenfadado, que invita a olvidar los complejos y aceptarse como uno es. La *youtuber* reitera que se gusta y se quiere tal y como es, bromeando continuamente con el gusto que siente por la comida, sin importarle su talla. Sin embargo, expresa su opinión de que el hecho de bromear con su talla no es sinónimo de que no haya que cuidarse por salud. También tiene vídeos de contenido serio, con tema de sobrepeso y complejos, y de cómo la gente odia y discrimina por este motivo.

En general, se trata de vídeos de actualidad y de contenido de moda en YouTube, pero enfocados desde un punto de vista humorístico y de liberación de complejos.

En su canal, podemos encontrar varios ejemplos de discursividad contraria a los estereotipos:

1. «-¡Te amo! - ¡Yo también te amo, «mi misma»!». (*Mejores Amigas - Para mi mejor amiga*)
2. «(*mensaje de seguidor) -¿Has pensado en hacer dieta? (Respuesta) Claaaro... llevo toda mi vida pensándolo». (*Mis respuestas a sus preguntas - Preguntas y Respuestas*)
3. «Quiero ser una princesa... pero no puedo serlo. Para serlo debo ser blanca, flaca y tener el pelo largo. ¿Por qué? Porque vivimos en un mundo lleno de complejos». (*SOY GORDA*)
4. «Tenía un novio que todo lo que hacía era mandarme a rebajar. Se avergonzaba de mí en público, se burlaba de mí, y luego en la noche me llamaba como si nada hubiese pasado. Y yo... yo fui una estúpida... me sentía tan poca cosa que no entendía ni cómo él me quería, aunque fuese solo en privado. Me sentía inferior». (*SOY GORDA*)
5. «Esfuézrate, oblígate, a que no te importe lo que digan los demás. Tú tienes tu vida, cada quien tiene la suya... Ocuúpate de ti, lo demás no te resta nada».
6. «(*leyendo un comentario que le han hecho en facebook) ¿Es en serio? Es la primera vez que veo un vídeo así y la verdad quisiera tomarlo de la manera más deportiva y jocosa como lo hacen, pero NO ES ASÍ. Sres., con el sobrepeso el corazón se llena de grasa... blablablablablablaba... Bueno, ahora hablaré en serio... porque estos comentarios parecen inteligentes, pero son los más estúpidos e ignorantes que puede haber. Como todos saben yo soy comediente y que yo diga que me como veinte cajas de pizza no es en serio [...] Me parece injusto que hable de cuanto me gusta comer. Hay muchas personas enseñando a

rebajar y hacer dieta, déjenme ser la que enseñe a los demás a amarse como son. (*Para los que me hacen BULLYING*)

6. «...Y para conseguir unos jeans que entren en estas piernas... he he... tienen que ser muy elásticos. Así, como una licra. Si no, me aprietan y ando por la vida llorando y quejándome, porque uno no puede ser feliz si uno ta'pretado. Y yo soy de las personas que yo soy gordita, pero a mi no me gusta andar ni que con nada apretado y que hay dejame apretarme aquí pa que no se me vea la barriga... No, mi amor. Entonces... a mi me gusta estar cómoda y fabulosa». (*MI VERDAD SOBRE FASHION NOVA CURVE*)

7. «Ese es otro... problemita. Que mis manos están gorditas... oh, no, no, no, perdón. Tienen mucha belleza extra». (*MI VERDAD SOBRE FASHION NOVA CURVE*)

8. «Hay personas que no se hallan ellos mismos, les cuesta aceptarse por los estereotipos que hay hoy en día. [...] Por ejemplo, los estereotipos de hoy en día es que para ser lindo tienes que ser flaco, pero no tan flaco, alto, pero no tan alto, blanco, pero no tan blanco...

-Los estereotipos son una mierda.

-¡Tu vocabulario! Aunque tienes toda la razón. Y la mayoría de chicas no cumplimos con esos estereotipos. No hay personas cien por ciento perfectas físicamente». (*COMO AMARME*)

9. «Los chicos me trataban mal, yo veía como a las otras chicas les decían que ellas estaban lindas... y a mí no me decían nada. Me insultaban, me llamaban gorda, fea... Hasta la profesora un día me mandó adelgazar. Delante de todos». (*COMO AMARME*)

10. «En todo el mundo no hay una persona exactamente como tú. Y debes amar a esa persona que ves en el espejo todos los días». (*COMO AMARME*)

11. «Y pasando el tiempo me he dado cuenta que verse bien realmente no es lo importante.

-¿De qué vale ser bonita cuando tu eres una mala persona? Eso te hace feo.

-No solo eso, es que no a todo el mundo le vamos a gustar. El amor tiene que comenzar de nosotros mismos». (*COMO AMARME*)

12. «En primer lugar, tú no necesitas... (comienza a raparse la cabeza con una maquinilla eléctrica) esto para ser linda. Esto no te hace linda (señalando los mechones que se va quitando)». (*Calva por el Cancer!*)

2. Tono

En general su tono es divertido y alegre, efusivo. Continuamente grita y emula actitudes diferentes en torno a una mayor expresividad de sus personajes. Se muestra cercana con sus seguidores y desacomplejada con los mensajes negativos que le llegan por medio de sus redes sociales y canal, haciendo de la frase «Me amo y no me importa» su mantra.

3. Gestualidad

Se muestra muy expresiva ante la cámara, expresándose con aspavientos, gestos y muecas que hacen de su discurso algo divertido y dinámico. Cuando se trata de contenido serio o crítico esta gestualidad se ve apagada para evitar que se tome también como contenido humorístico.

Feedback con el público:

Sus interacciones con el público son diversas. En el momento en que comienza el discurso de aceptarse a uno mismo, envía un mensaje que está directamente destinado a su público, de forma moralizante. Además, utiliza las redes para interactuar y recibir comentarios, que luego responde en sus vídeos. Cuando una de sus seguidoras le dijo que tenía cáncer, ella se rapó el pelo también

para decirle que no necesitaba eso para ser hermosa, con lo que sensibilizó enormemente a su público haciéndoles sentir que forman parte de una realmente de una comunidad.

CANAL 26



Ficha técnica:



Nombre del canal: *Dulceida* (Aida Domènech Pascual).

Descripción: « Hola!

Bienvenido a mi canal de YouTube! Soy Aida Domenech, más conocida como Dulceida y tengo un blog de moda en el que podéis seguir mi día a día. Ahora he decidido empezar a hacer vídeos en los que poder enseñaros de una manera más interactiva parte de mis rutinas y parte de mi vida. Subiré un vídeo nuevo cada Miércoles a las 20:00. Espero que me acompañéis todos en esta nueva aventura de la que no puedo estar más emocionada!

País: España.

Categoría / temática del canal: Howto (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog y tutorial.

Fecha de incorporación a la plataforma: 27 junio 2010.

Fecha del primer vídeo: 27 junio 2010.

Número de vídeos subidos: 190 vídeos.

Número de suscriptores: 1.962.628 suscriptores.

Número de visualizaciones: 212.135.353 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 9:28 minutos.

Duración total del contenido: 29:59:56 horas.

Edad del youtuber: Nació el 23 de octubre de 1989. Publicó su primer contenido en el canal con 21 años.

Social Blade Rank: B.

Otros canales del youtuber: -

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre

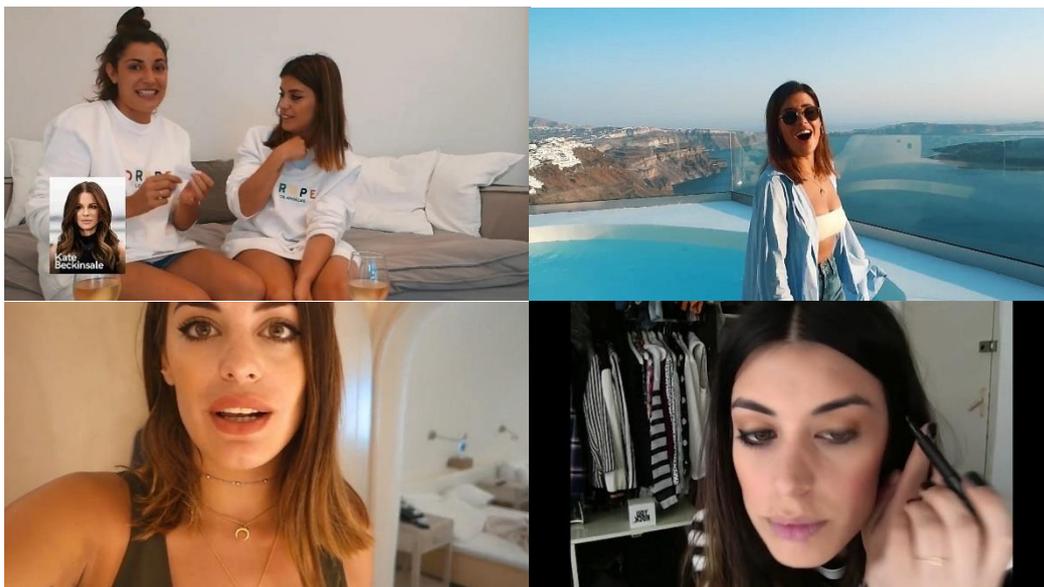


Imagen 216. Plano general, plano medio y primeros planos

En general los vídeos de este canal no tienen un estilo concreto en cuanto a planos. Hay vídeos de viajes, de maquillaje, de preguntas y respuestas y de otras temáticas, y cada tipo de vídeo lleva

una forma diferente de encuadre. Los vídeos de viajes tienen a utilizar planos más amplios, como planos medios y generales, mientras que la tendencia de los vídeos de maquillaje y vlogs es a usar un mayor número de planos cerrados como primeros planos y planos detalle.

2. Puntos de vista y angulación

En general la angulación viene definida por una frontalidad, característica de este tipo de contenidos, pero no tan marcada como en otros canales. Siendo el contenido más heterogéneo que el de otros canales de moda y estilo de vida, aparecen de forma indistinta interiores y exteriores con diversas acciones que hacen que los ángulos de cámara sean variados y difícilmente clasificables, llegando incluso a utilizar planos dorsales.

3. Efectos

No utiliza efectos de forma destacable, más allá del texto flotante que utiliza para vídeos de preguntas y respuestas entre otros.

4. Música

Utiliza música muy variada y de actualidad, de tipo instrumental para ambientar los vídeos mientras no hay narración.

5. Sintonías

Solamente en los vídeos patrocinados por Rimmel London utiliza una sintonía para la cabecera.

6. Uso de cabeceras y cierres

Solamente utiliza cabecera estándar para los vídeos patrocinados por Rimmel London. Consiste en un vídeo en el que adquiere diferentes poses al ritmo de la música.



Imagen 217. Cabecera de los vídeos patrocinados por Rimmel

7. Uso de separadores

No utiliza separadores de forma señalable en sus vídeos.

8. Miniaturas

El primer vídeo que tiene público en la plataforma es de hace 8 años y el siguiente es de hace 5. Realmente cuenta con muy pocos vídeos anteriores al 2015, cuando configura una imagen más estable que se refleja en sus miniaturas, que comienzan a llevar un rótulo rosado con letras en blanco sobre las imágenes y un icono que identifica fácilmente la temática del vídeo. Las imágenes seleccionadas para las miniaturas suelen ser primeros planos de Dulceida, sola o con amigos, sonriendo, en actitudes relajadas. La combinación del tipo de imágenes y los colores suaves dan al conjunto de canal una sensación de delicadeza, desenfado y relajación al mismo tiempo.

Aspectos relacionados con el entorno:

Se intercalan interiores y exteriores en función de la naturaleza del vídeo en cuestión, ya que hay vídeos de viaje, de maquillaje, de reflexión, etc. En interiores habitúa a utilizar como escenario una habitación o cambiador. En exteriores, varía en función del lugar al que haya viajado.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

Hay un salto de 3 años entre el primer y el segundo vídeo del canal. En el segundo vídeo anuncia una actividad patrocinada en el centro comercial El Corte Inglés. Esta información parece apuntar a que se han eliminado vídeos previos del canal. A partir de ahí, el discurso se divide en tres principales grupos: vídeos de tutoriales de maquillaje esponsorizados, vídeos de viaje y vídeos de *feedback* con el público (reflexiones personales o preguntas y respuestas).

En general, encontramos un contenido con muy poca carga de estereotipos e incluso más bien un discurso que apunta hacia una eliminación de los mismos, llegando a realizar vídeos en favor de la diversidad de cuerpos, sobre el tabú de la transexualidad y sobre la ambigüedad del término belleza, por ejemplo. Entre los vídeos de tipo personal, hay varios que dirigen el discurso en esta línea, uno de ellos es acerca de su recién descubierta orientación sexual, otro en el que describe su operación de reducción de pecho y cómo tener un pecho más grande no es siempre deseable, e incluso ella y su pareja, Alba, hacen partícipes a sus seguidores de su boda.

«Sí, es mi novio... (se ríe) No, tampoco. Es que... no me paráis de sacar novios. Todo el rato, todos mis amigos son mis novios... me lío con todo el mundo... no, no». (*Preguntas y respuestas*)

2. Tono

El tono es muy desenfadado y, aun en los vídeos de tutoriales, muy poco técnico. En algunos vídeos llega a estar en silencio mientras realiza la demostración, mostrándose más concentrada en la realización del maquillaje, que en la explicación del mismo. En general, se muestra muy cercana y amable, con un tono simpático y calmado.

3. Gestualidad

Aunque no demuestra un exceso de efusividad, sí utiliza el lenguaje corporal. Mientras habla a la cámara se acerca y aleja, balancea su peso de una a otra pierna y gesticula con los brazos. También gesticula con la cara y muestra una sonrisa la mayor parte del tiempo.

Feedback con el público:

Utiliza los hashtags para realizar vídeos del interés de la mayoría de sus seguidores. Además, mediante los comentarios y las redes sociales recaba preguntas que responde en diferentes vídeos. En el momento que comienza a salir con su actual pareja, decide contárselo a sus seguidores, pues se trata de una mujer y es nuevo para ella. De este modo, genera una gran cercanía y se involucra personalmente en el canal. Además de esto, anima a sus espectadores a utilizar los botones de *like* y suscribirse para fortalecer y aumentar la comunidad.

CANAL 27



Ficha técnica:



Nombre del canal: *YellowMellowMG* (Melody Anais Moreno García).

Descripción: -

País: España.

Categoría / temática del canal: Entertainment (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog y videoclip.

Fecha de incorporación a la plataforma: 5 marzo 2010.

Fecha del primer vídeo: 6 mayo 2010.

Número de vídeos subidos: 316 vídeos.

Número de suscriptores: 1.702.721 suscriptores.

Número de visualizaciones: 143.510.047 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 6:27 minutos.

Duración total del contenido: 33:56:09 horas.

Edad del youtuber: 19 de enero del 1989. En sus primeros vídeos tenía 21 años.

Social Blade Rank: B-.

Otros canales del youtuber: *MeloMore* y *MellowGames*.

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano y encuadre



Imagen 218. Primeros planos (sentada y de pie)

Fundamentalmente utiliza los primeros planos y los planos medios, grabado casi siempre desde una webcam o con un trípode que la enfoca sentada en una silla de oficina o de pie en una habitación.

2. Puntos de vista y angulación



Imagen 219. Diferentes planos frontales

Utiliza planos frontales continuamente, donde la altura parece marcarla la disposición de la webcam del ordenador y la superficie de apoyo.

3. Efectos

No utiliza efectos de manera reseñable más allá del filtro de blanco y negro.

4. Música

En algunos fragmentos de sus vídeos de humor utiliza la música ambiental muy suave, en ocasiones prácticamente imperceptible, pero tiene muchos otros vídeos que son directamente de naturaleza musical. Se trata de *covers* de canciones conocidas y de interpretaciones humorísticas propias.



Imagen 220. Uso del blanco y negro

5. Sintonías

A partir del primer año comienza a utilizar una sintonía con su intro, quizá la más usada es *Loudness & Clarity* de Joakim Karud con su cabecera.

6. Uso de cabeceras y cierres



Imagen 221. Animación de apertura del canal

En algunos vídeos, utiliza una animación sencilla de tipo flash de una caricatura propia, mientras que en otros simplemente aparece brevemente su logotipo. Como cierre simplemente añade al final los resúmenes de otros vídeos y enlaces a sus principales redes sociales.

7. Uso de separadores

El uso de separadores no es demasiado habitual en sus vídeos.

8. Miniaturas

Al llevar una larga trayectoria en el canal, su canal y, en concreto, sus miniaturas han pasado por varias fases. La primera, como en muchos otros casos, se trata de una imagen extraída del vídeo en la que, generalmente, aparece la *youtuber* en primerísimo plano.



On the road

Scary Pelis

Lady Gaga - Poker Face
(Cover)

Cara de Poker

Me llamo pingu

Imagen 222. Primeras miniaturas del canal (2010)

En otra etapa posterior, su imagen aparecía sobre un fondo de colores vivos con alguna palabra clave alrededor que, sin embargo, no quitaban todo el protagonismo a la imagen, sino que la acompañaban.



Imagen 223. Miniaturas pertenecientes a videos de 2012

En la etapa más reciente, las miniaturas van acompañadas, en muchos casos, de rótulos en amarillo y negro, de acuerdo con la nueva estética del canal y el color del logo.



Imagen 224. Miniaturas pertenecientes a videos de 2017

Aspectos relacionados con el entorno:

Excepto los vídeos sobre viajes, todo el contenido del canal es rodado en interiores. La mayor parte de vídeos son grabados en un entorno doméstico, en lo que parece un despacho con elementos personales de la *youtuber* de fondo. Se trata de un ambiente ordenado y cuidado.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

Se trata de un canal de contenido variado, fundamentalmente caracterizado por vídeos de humor absurdo y/o bizarro y *covers* musicales o canciones parodia. También tiene vídeos de carácter más serio, invitando a la reflexión, sobre temas como la diversidad de géneros y las preferencias sexuales, el odio y la intolerancia y otros. Encontramos, en su discurso, contraejemplos al discurso hegemónico de la distribución de roles y de la sexualidad:

1. «¿Qué es sentirse mujer y qué es sentirse hombre? Hay mucha gente que lo tiene muy claro y hay mucha gente como yo, que no lo tiene nada claro. No sé si es por los estándares sociales... por la imagen social que tiene que tener un hombre y que tiene que tener una mujer... que no me siento para nada identificada con esas dos». (*No me siento mujer...*)
2. «Ahora las cosas están cambiando, pero cuando yo era pequeña, las niñas cocinaban, jugaban a cocinitas y los niños tenían coches teledirigidos. Y yo me moría por tener un coche teledirigido... y me daba vergüenza perder un ActionMan. Yo tenía Barbies. Tenía juguetes, varios, pero yo quería un ActionMan y me daba vergüenza pedirlo porque ese juguete era de niño». (*No me siento mujer...*)
3. «También pensé, que hace muchos vídeos hice un vídeo llamado "Desventajas de ser mujer", pero ahora me doy cuenta de lo mal que está ese vídeo, en realidad...» (*No me siento mujer...*)
4. «¡El poder está en tu mente! No está ni en tus tetas, ni en tu culo, ni en tus bíceps, ni... en tus pectorales». (*Créeme cuando te digo!*)

5. «Si una mujer es consciente del 'pa luego' machista que está entre los dientes de nuestra sociedad... y se quiere aprovechar de ello consiguiendo el éxito a través de su escote... ¡También es libre! ¡Es libre! Aquí cada cual... [...] Claro que mi opinión es que no contribuye al buen funcionamiento de la igualdad entre géneros... ». (*Mujeres con éxito*)

6. «Dos ejemplos de cómo triunfar sin necesidad de enseñar cacha (tras hablar de Oprah Winfrey y Ellen DeGeneres), ¿Verdad, casi todas las mujeres de la televisión española?». (*Mujeres con éxito*)

7. «Amenaza con llamar a la policía como vuelvas a acercarte otra puta vez... No, no se está haciendo la difícil... Realmente va a llamar a la policía». (*Cómo saber que NO le gustas*)

8. «Eres bollera porque no tenías éxito con los tíos? (*pregunta de un *hater*)». (*LEYENDO A MIS HATERS*)

2. Tono

El tono general es satírico y alegre. Se muestra efusiva y muy metida en el papel de humor absurdo.

3. Gestualidad

Utiliza mucho el lenguaje corporal, desde muecas con la cara, gestos con los brazos o con el cuerpo, que le aportan a su discurso un tono cómico casi continuo.

Feedback con el público:

Habla con sus seguidores en muchas ocasiones de cuestiones y pensamientos muy personales, demostrando estar muy involucrada para con ellos. Lanza preguntas al público y anima a los usuarios del canal a suscribirse y comentar sus vídeos, llegando a decir, en su vídeo *Respeto y tolerancia* que «el *feedback* es lo que mola» y que se lee todos los comentarios porque le gusta saber qué piensa la gente con respecto a sus vídeos.

CANAL 28



Ficha técnica:



Nombre del canal: *Jorge Cremades*.

Descripción del canal: «Un gran tipo o al menos un tipo grande».

País: España.

Categoría / temática del canal: Comedy (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 9 febrero 2014.

Fecha del primer vídeo: 4 marzo 2014.

Número de vídeos subidos: 356 vídeos.

Número de suscriptores: 869.200 suscriptores.

Número de visualizaciones: 96.374.651 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 4:13 minutos, ya que más de la mitad de sus vídeos son inferiores a los 2 minutos.

Duración total del contenido: 25:03:22 horas.

Edad del youtuber: Nació en 1988 y empezó a subir sus vídeos a YouTube con 26 años, aunque ya había empezado un año antes a subir sus *sketches* en otras redes sociales.

Social Blade Rank: B.

Otros canales del youtuber: -.

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre



Imagen 225. Diferentes planos: plano medio y primer plano

El canal comienza originalmente con temática de los denominados *Vines*, que son breves sketches humorísticos, ya que, como otros *youtubers* comenzó a popular sus vídeos a través de esta plataforma. Por este mismo motivo, los planos son muy diversos, aunque predominan el plano medio, el americano y el primer plano para las reacciones faciales.

2. Punto de vista y angulación

La angulación varía en la misma medida que el encuadre, encontrándonos en un mismo vídeo un plano semisubjetivo, uno frontal y un contrapicado, por ejemplo. Este tipo de vídeos tienen más que ver con la angulación y el encuadre del cine que de canales sobre tutoriales o similares.

3. Efectos

No utiliza efectos en sus vídeos, más allá del *foley* requerido para desarrollar una escena o el zoom con intención dramática.

4. Música

Utiliza música como recurso dramático para sus cortos. Cuando comienza a hacer retos, la música también tiene una función de ambientar el vídeo y aportarle dinamismo, dotando a algunas escenas de un ambiente épico y cómico a la vez. En ocasiones utiliza canciones conocidas como *Lollipop* de Chordettes o *Because I Got High* de Afroman.

5. Sintonías

No utiliza sintonías.

6. Uso de cabeceras y cierres

No tiene cabeceras y, como cierre, en la actualidad utiliza un fondo con enlace a dos de sus vídeos y a la página principal de su canal.



Imagen 226. Pantalla final del video

7. Uso de separadores

No utiliza separadores.

8. Miniaturas

Inicialmente, mostraba solamente una captura de los sketches como miniatura, pero progresivamente fue incorporando texto de refuerzo para aumentar la visibilidad, inicialmente en blanco y, progresivamente, en otros colores más vistosos.



Imagen 227. Miniaturas de hace 3 años (2015)



Imagen 228. Miniaturas de hace dos meses (julio 2018)

Aspectos relacionados con el entorno:

Al tratarse de vídeos del tipo sketch, el entorno varía en función de la temática del corto. Si el tema es ir de compras o alguna actividad en el parque, los escenarios serán exteriores, si es un chiste sobre cocina o videojuegos, serán interiores domésticos. Hay una mayor cantidad de interiores que de exteriores, pero parece tener que ver con el estilo de vida general del *youtuber*: al ser humor sobre estilos de vida y lugares comunes, gran parte de estas cuestiones suceden en el entorno doméstico.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

Se trata de un canal que nace dedicado al humor sobre estilos de vida y lugares comunes en jóvenes. A partir de 2016 año el canal ha ido dejando, progresivamente, de centrarse en los sketches humorísticos y ha comenzado a generar contenido más general y de moda en el entorno de *youtuber*: retos, estilo de vida, superación, vida personal y viajes (vlog).

En general su humor busca una risa empática con sus seguidores generando situaciones que se puedan considerar lugares comunes y estereotipos sobre jóvenes, estudiantes del programa Erasmus, hombres y mujeres, etc. También tiene vídeos de humor más absurdo e individual que no requieren de este uso estereotipado de los personajes.

- Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto

1. «-Para mí la custodia de mis hijos.

-Tranquilo, la vamos a macha...

(*Entra la mujer, una chica guapa, en la sala)

-¿Pero cómo la has dejao si está toa buena?». (*VINES & INSTAGRAM JORGE CREMADES*)

2. «-¡Ey! ¡Qué pasa! ¿No sabes bailar?

- Es que soy fea.

-¡Perfecto! (*la tapa con una cortina y se va)». (*El último baile!*)

3. «-Jorge, esta es tu nueva compañera de entrenamientos.

-(*piensa) ¿Una chica? La voy a fundir...». (*TIPOS*)

- Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes

1. «-Hola quieres probar mi nuevo perfume?

-¡Sí! ¿Cómo se llama?

-Cloroformo!». (*Le da en la cara con el spray y la chica se desmaya)». (*Los mejores #VINE de Jorge Leon #2*)

2. «-Carlota, echarías un polvo conmigo antes de morir?

- Sí, supongo.

-¡Bájate las bragas! (*desnudo y con un cuchillo en la mano)». (*Los mejores #VINE de Jorge Leon #2*)

3. «-No, hombre, no...

-¿Por qué va tan tapada?

-Con lo buena que está... (*Eduarne se destapa quitándose un vestido y dejando otro debajo) (*todos gritan) -ESPAÑA, ESPAÑA!». (*NOS HA PASADO A TODOS*)

4. «-Solo te falta un niño para ser el tío perfecto (*hace que secuestra un niño del parque)

-¡Ey!, ¿qué haces con mi hijo!

-¡ES PA´FOLLAR!». (*NIÑOS Y PERROS: COMPLICES PERFECTOS PARA LIGAR*)

5. «-¡Chicas! ¡Tengo novio! (*todas gritan de alegría)
 -Chicos..., tengo novia... (*alicaído).
 -Joooder....
 -¡Adiós a las putas!». (*La diferencia entre las chicas y los chicos!*)
5. «-Dime algo bonito.
 -Estás to'buena (*le pega una bofetada)
 -¡Ay! ¡Te quiero!
 -¡Dame 5 euros!
 -¡Pues toma 20!
 -¡Adiós!». (*MACHO NO HAY QUIÉN LAS ENTIENDA!*)
6. «-Mamá, ¿puedo guardar un kilo de coca debajo del sofá?
 -¿Pero vas a mover el sofá?
 -Sí.
 -Pues espera que barra debajo
 -(*pensando) ¡Qué limpia!». (*LAS MADRES APROVECHAN CUALQUIER OCASIÓN PARA BARRER!!!*)
7. (*Pensando:
 chica: ¿Ya está? O sea, ¿follamos y no me va a decir nada? ¿Ni una sola palabra?
 chico: O sea que Ramos al final no se va del Madrid...»). (*VINES & INSTAGRAM JORGE CREMADES*)
8. «Comprando algo:
 chica: Ay, no sé... No suelo llevar gorra... Aayy, no séeee...
 chico: ¿Cuál es más barato? Me la llevo.
 VOZ EN OFF: ¡Y PUNTO!». (*VINES & INSTAGRAM JORGE CREMADES*)
9. «Dos chicas:
 -Tía vamos a llegar tarde...
 -Gilipollas...
 -¡Eehh, pues hasta nunqui!
 Dos chicos:
 -¿Te la follaste?
 -Sí
 Voz en off: ¡Y PUNTO!». (*VINES & INSTAGRAM JORGE CREMADES*)
10. «-Es que te he visto y me preguntaba si podíamos echar un polvo.
 -¿Vas un poco rápido, no?
 -Están mi mujer, mi cuñada y mi hijo y no puedo perder el tiempo». (*VINES & INSTAGRAM JORGE CREMADES*)
 «-Joe, es mi novia...
 -Cógeselo, anda...
 -Vale... Mi nena, ¿qué pasa bombón?
 -¡¡Lerele, nenaza, calzonazos!!». (*VINES & INSTAGRAM JORGE CREMADES*)
11. «-Hola amigos! Hoy voy a enseñaros como llevaros una chica a la cama.
 (pone un paño en la cara a una chica y la mete a la fuerza en un portal)». (*VINES & INSTAGRAM JORGE CREMADES*)
12. «-Ahora, ahora..
 -¿Que tienes una enfermedad terminal??
 -(chicas) ¿Qué te pasa? ¿Podemos hacer algo por ti?
 -Me muero....en tres... días (*acaba con ellas en la cama)». (*VINES & INSTAGRAM JORGE CREMADES*)
13. «-Vamos de putas, que yo invito.
 -¿Puedo ir yo también?
 -Tú no, que estas en pijama.

-¿En pijama? (*ya vestido). ¡Venga! ¡Vámonos de putas!». (*SUPER RECOPIACION DE JORGE CREMADES*)

14. «-He perdido a mis amigas.

-Vas borracha y estas sola?

(*Todos los chicos se giran a la vez y quieren conseguir a la chica)

-¡Yo la he visto primero!». (*SUPER RECOPIACION DE JORGE CREMADES*)

15. «-Cariño, tengo un retraso...

- Bueno, no pasa nada, tranquila, yo siempre estaré ahí...

(*imágenes de cómo se va a otro país)». (*SUPER RECOPIACION DE JORGE CREMADES*)

16. «-¿Cuánto llevas con tu novia?

-3 meses

-¿Y es guapa?

- Pues no lo sé, porque no le he mirado la cara (*imagen de escote femenino)». (*SUPER RECOPIACION DE JORGE CREMADES*)

17. «-¿Quieres? (*ofrece una cerveza)

-Huele como a cloroformo... (*se desmaya)

Él la coge y se ríe». (*SUPER RECOPIACION DE JORGE CREMADES*)

18. «Con la chica:

-Cuanto más azúcar le echas, más dulce... como tú.

Con los chicos:

-¡¡Cuanto más azúcar, más bebe y más se emborracha y además nos la follamos!!». (*SUPER RECOPIACION DE JORGE CREMADES*)

19. «Padre a la hija:

-¿Vas a salir con esa falda tan corta? ¡No! ¡A las 10 aquí!

Padre al hijo:

-¿Vas a salir? ¿Llevas? (*le da condones)». (*SUPER RECOPIACION DE JORGE CREMADES*)

20. «CUANDO NO TE FIJAS EN LOS PEQUEÑOS DETALLES:

-Cariño, ¿no tienes nada que decirme?

-Ahhh, ¡felicidades! ¡Feliz Navidad! ¡Feliz Comunión!

(*la chica le empieza a pegar) ¡LAS PUNTAS! ¡JODER! ¡ME HE CORTADO LAS PUNTAS!». (*Recopilación de JorgesCremades*)

21. «CUANDO UN AMIGO SE SACA NOVIA Y NO LE VUELVES A VER:

-Jorgito, ¿te vienes? Estamos aquí de colequeo.

-No puedo, es que ahora tengo novia...

-Lo hemos perdido (los amigos lloran)». (*Recopilación de JorgesCremades*)

«Él la va a besar, y ella lo detiene:

-No, cari, me ha venido la regla». (*EL MEJOR CHAMPÚ ANTI LÁGRIMAS*)

22. «-De acuerdo, somos novios (*ella se va, y aparecen un montón de chicas queriendo algo con él)».

(*CUANDO TE SACAS NOVIA Y LIGAS MAS QUE NUNCA!*)

«Chica: -Por eso quiero tener una relación más seria contigo, no sé, como por ejemplo, podría presentarte a mis padres... irnos a vivir juntos... crear una cuenta común... y me encantaría coger un perrito de la perrera...

-Me perdonas un momento... (*se va y le pide a otro chico que corte con ella por él)». (*CUANDO ABUSAS DE LA CONFIANZA*)

23. «-Tranquila, ya te abro yo...

- ¡Ay, muchas gracias! Ya no quedan caballeros como tú... es que este bolso tan grande me lo regalo mi novio y... (*el chico huye).

-¡Al final no me ha abierto la puerta, el gilipollas!». (*NOVIOS...*)

24. «-¡Una chica ha escrito a mi novio en el Facebook! ¡¿Chicas!?! (*avisa a todas sus amigas y ellas se unen para investigar).

-¡Chicos! ¡Un pavo le está escribiendo a mi novia en Facebook!

-Se la están follando. Bueno, mañana... (pasan del tema)». (*NOVIOS...*)

25. «Está buscando chicas en Tinder. Ya no quedan más que ver. Entonces aumenta los requisitos de la aplicación (*edad máxima y distancia)». (*Cuando el Tinder se queda sin tías! / JORGE LEON*)

26. «Chica: Cariño, ¿has cambiado la contraseña del móvil?

Chico: (no contesta)». (*MOMENTOS INCOMODOS CON TU NOVIA...*)

27. «-¡Mamá! ¡Nos han robado!

-¡¿¿¿Qué???! ¡Y la casa sin hacer! ¡Madre mía! ¡Habrán visto todo el polvo! ¡Qué vergüenza!». (*COSAS DE MADRES*)

28. «-Jorge, ¿me puedes poner bien la tele?

-¡Joe, mamá! ¿Aún no sabes cómo va la tele?

-¿Y me lo dices tú que no sabes planchar una camisa con 30 años?». (*COSAS DE MADRES*)

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones**

-

2. Tono

El tono es siempre simpático con sus suscriptores y cercano en los vídeos en los que habla directamente a la cámara sin intención humorística. En los cortos de humor, el tono viene determinado por la temática e interpretación de los personajes, generando muchas situaciones cómicas en los que los silencios y las caras cobran una importancia fundamental.

3. Gestualidad

La gestualidad de sus vídeos viene determinada, en la mayoría de los casos, por expresiones faciales muy marcadas, acentuadas mediante el uso de primeros planos.

Feedback con el público:

A partir de comenzar a generar contenido de moda en YouTube, pregunta a sus suscriptores si les gusta ese tipo de vídeos y si quieren más como ese, invitándolos a comentar, compartir y dar *me gusta* en ellos. También tiene algunos vídeos en los que interactúa directamente con sus seguidores, en un coche compartido, jugando online con ellos y en otras situaciones similares.

CANAL 29



Ficha técnica:



Nombre del canal: *Malena Pichot* (Malena Pichot).

Descripción:

País: Argentina.

Categoría / temática del canal: Entertainment (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog y géneros televisivos.

Fecha de incorporación a la plataforma: 2 agosto 2007.

Fecha del primer vídeo: 2 agosto 2007.

Número de vídeos subidos: 225 vídeos.

Número de suscriptores: 278.789 suscriptores.

Número de visualizaciones: 76.254.867 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 4:48 minutos.

Duración total del contenido: 17:58:42 horas.

Edad del youtuber: Nació el 6 de julio de 1982. En sus primeros vídeos tenía 25 años.

Social Blade Rank: B-.

Otros canales del youtuber: -

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre

En algunas de sus series como «La loca de mierda» y «Persona» destaca el uso de primeros planos, planos medios y del gran primer plano. La primera de ellas, por la que es principalmente conocida fuera de las fronteras de su país, está grabada, en su mayor parte, desde una cámara web frente a la que interpreta a una mujer con un trauma tras una ruptura.



Imagen 229. Capturas de *La loca de mierda*

Las demás series recogen una multitud de planos, atendiendo a la lógica cinematográfica convencional. Así, encontramos también planos detalle y planos generales, como los siguientes.



Imagen 230. Plano detalle de *Cualca*. Plano general de *Mundillo*

2. Punto de vista y angulación

Al tratarse de una *youtuber* con mucha producción serial, el número y la diversidad de secuencias permite también una multitud de puntos de vista como vemos en estos ejemplos de la serie «Mundillo» y «La loca de mierda»:

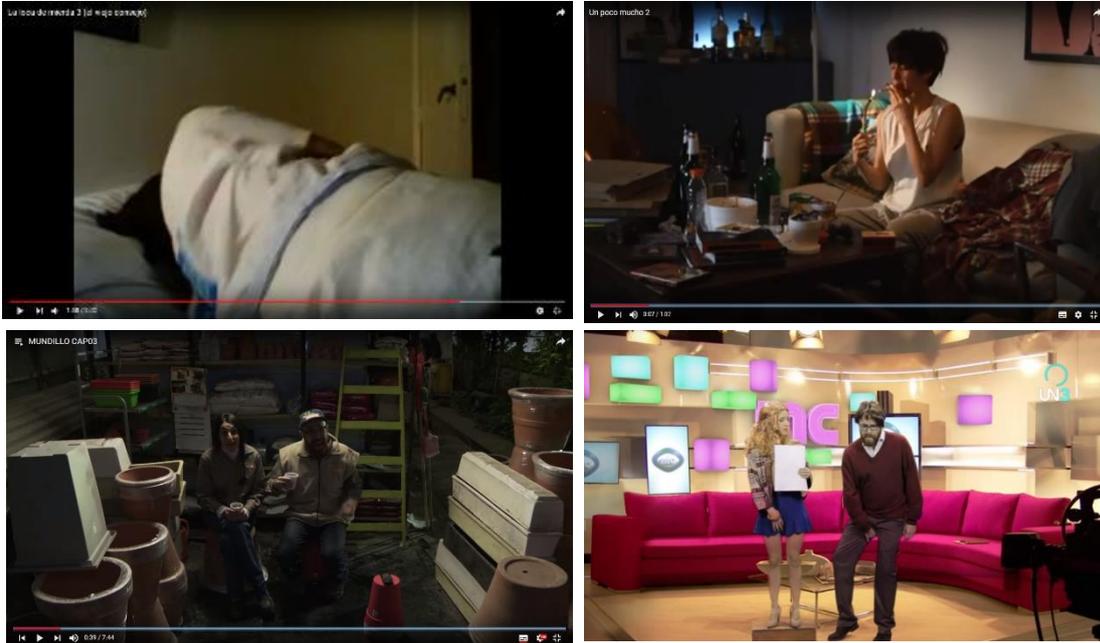


Imagen 231. Diferentes angulaciones en La loca de mierda y Mundillo (dorsal, lateral, picado y frontal)

3. Efectos



Imagen 232. Efectos: blanco y negro, difuminado de contorno y zoom a los elementos

No usa efectos sonoros más allá del *foley* requerido por la escena de la serie en cuestión. En ocasiones usa el blanco y negro, como en el vídeo *FASHION PRODUCERS* para emular de forma satírica la elegancia del mundo de la moda. Igualmente, en ocasiones juega con el zoom, destacando los elementos del fondo sobre los que están situados en un plano delantero,

En la serie *Mundillo*, podemos observar algunas escenas en las que los personajes se encuentran dispuestos sobre un fondo ilustrado y algunos usos de efectos de brillo.



Imagen 233. Personajes sobre fondo ilustrado

4. Música

Utiliza de manera muy recurrente la música, ya sea para crear efecto de tensión como en el inicio del capítulo 3 de la serie «La loca de mierda», efectos de suspense («Persona en La Plata») o de celebración («Mundillo», capítulo 1) o *happy-happy-joy-joy* de *Ren & Stimpy* en el video de «La loca de mierda 3».

5. Sintonía

Todas las series cuentan con una sintonía propia. En el caso de «Cualca», por ejemplo, la sintonía que suena durante la intro es interpretada por «El Kuelgue».

6. Uso de cabeceras y cierres



Imagen 234. Cortinilla de inicio y cierre de Cualca

Su serie más conocida, «La loca de mierda», comenzó siendo una serie de videoblogs en los que ella parodiaba de una forma cómica algunas situaciones y sentimientos que había atravesado tras la ruptura con su novio, en principio, sin más pretensiones que circular por su entorno cercano, por lo que no cuenta con intro ni más cierre que una pantalla en negro. Posteriormente, los vídeos y series del canal comienzan a incluir una cabecera y un cierre identificatorios a modo de las series ofrecidas en televisión, como la serie «Cualca» o «Mundillo»:



Imagen 235. Cortinilla y cierre de Mundillo

Otros vídeos, aunque no forman parte de una serie, también cuentan con una intro de apertura y cierre, puesto que constituyen un desarrollo temático o una escena cómica con un inicio y un fin en el mismo vídeo, como «Boludas que menstrúan».

7. Uso de separadores

Por el formato de los vídeos de este canal, los separadores no constituyen un recurso recurrente en este canal, cuya división discursiva ya viene determinada, en su mayoría, por las diferentes escenas de un capítulo.



POR AHORA - PROMO 02
98 mil visualizaciones •

POR AHORA - PROMO 03
208 mil visualizaciones •

Querés saber si sos
gracioso?

La loca de mierda. Compartir
lo cerrado

la loca de mierda
112 mil visualizaciones •

Imagen 236. Captura de imágenes del canal de Malena Pichot

8. Miniaturas

Las miniaturas del canal cumplen la finalidad de la previsualización, en la que solamente se muestra una escena del capítulo o el vídeo, sin ningún tipo de adorno adicional ni reclamo.

Aspectos relacionados con el entorno:

Dependiendo de la serie, podemos encontrar mayor o menor variedad de entornos. Por ejemplo, «La loca de mierda» emplea espacios interiores como la habitación o salón de un hogar modesto. Mientras que «Mundillo» o «Cualca» muestran también exteriores y espacios de trabajo. También cuenta con vídeos en los que la eliminación del espacio juega un papel fundamental a la hora de dotar de protagonismo y configurar la personalidad de los personajes.



Imagen 237. Hermostra Publi "Anorexic

Aspectos relacionados con el discurso:

1. Discurso

Se trata de una abanderada del feminismo y no suele caer en los estereotipos de género, cuando los reproduce, normalmente, son para ponerlos de manifiesto (a través de la parodia en la mayor parte de las ocasiones) y denunciarlos. Se trata, además de una actriz que produce y guioniza sus propias series y shows. Cuenta con varias series dentro del canal, la más famosa y que le catapultó a la fama se llama «La loca de mierda» que, basada en una situación personal de ruptura, le sirvió para reflejar las diferentes situaciones emocionales que atravesó mientras intentaba sobreponerse a la ruptura.

También han gozado de repercusión «Cualca», «Por ahora» y «Mundillo». Otros vídeos, como «Personas» forman parte de un show musical y travesti que desarrolla con otras tres mujeres, en las que adoptan diferentes personalidades, mientras que los «Malenismos», forman un compendio heterogéneo de vídeos de diverso tipo y temática que responden a la creatividad de Malena, donde se incluyen sketches y parodias publicitarias.

- Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto

1. Una entrevistada dirigiéndose a la protagonista: «Yo menstrúo rubia». (*Boludas que menstrúan*)
2. Una entrevistada femenina se dirige a otra: «Yo charlé una vez con un par de morochas y lo siento diferente, menstruamos diferente». (*Boludas que menstrúan*)
3. «Vós tenés que entender: publi de cerveza – mujer: mujer minifalda, mujer carucha, mujer lolas... cosas lindas. La mujer no habla, mujer que habla te caga la peli». (*CUALCA - CREATIVOS*)
4. Un personaje masculino se dirige al resto de personajes: «A ver yo lo que soñé es: mujer modelo, en la playa y en el medio de las lolas una pequeña gota color ocre descendiendo». (*CUALCA - CREATIVOS*)

- Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes

1. La protagonista a una entrevistada: «Cómo dijimos antes; sós bastante puta». (*Boludas que menstrúan*)
2. La protagonista dice refiriéndose a un personaje masculino: «Si él me lo pidiera, caminaría por retiro en bombacha a las 2:30 de la mañana». (*CUALCA: CHICAS INSEGURAS*)
3. Un personaje femenino se dirige a las que son sus hijas: «¡Ah! ¿Para qué? ¿Para que las secuestren y las violen y después tengan que abortar? ¿Es eso lo que quieren?». (*CUALCA: CHICAS INSEGURAS*)
4. «Por ejemplo, Rulo Limpieza. Rulo Limpieza sí, tenés mujer. Bueno... mujer... madre, digamos, ¿no? Buscar y (*gesto de cremallera, de callar)». (*CUALCA - CREATIVOS*)
5. «Un personaje masculino interrumpe a la protagonista femenina de manera repentina sin darle opción a hablar: “Wow, wow, wow, ¡buscar y (*gesto de “cremallera”, de guardar silencio)!». (*CUALCA - CREATIVOS*)
6. La protagonista indica: «Yo me di cuenta de que un hombre a mí no me determina, no me define, no me especifica, no me delinea... (dando a entender que ya ha sido así)». (*La loca de mierda 8*)
7. La protagonista se dirige a una persona real (vecina suya que grita): «Gritá un poco más fuerte, la concha de tu madre, hija de puta (*mientras esta persona mantiene supuestamente relaciones sexuales)». (*La loca de mierda 8*)

- **Estereotipos relacionados con gustos y aficiones**

1. Uno de los personajes femeninos exclama: «¡Me falta la minipimer!». (*Persona en La Plata*)

2. Tono

Hay una gran variedad de tonos a lo largo de todos los videos, dado a la diversidad de contenidos y guiones, pero lo que predomina en todos ellos es la comicidad y la ironía, la crítica a través de la parodia de situaciones cotidianas, más o menos exageradas.

3. Gestualidad

La gestualidad, especialmente, a nivel facial es un recurso fundamental en sus vídeos. En «La loca de mierda» destaca el uso de los primeros y primerísimos planos, por lo que el recurso fundamental para transmitir, dejando a un lado el propio discurso, es la expresión facial, acompañado de la modulación de la voz. En el resto de series y sketches del canal, el primer plano se combina con otros, permitiéndonos ver diferentes formas de caminar, de mover las manos, lo que sirve para imitar a una modelo enferma, a un publicista con ínfulas o a una madre disgustada.

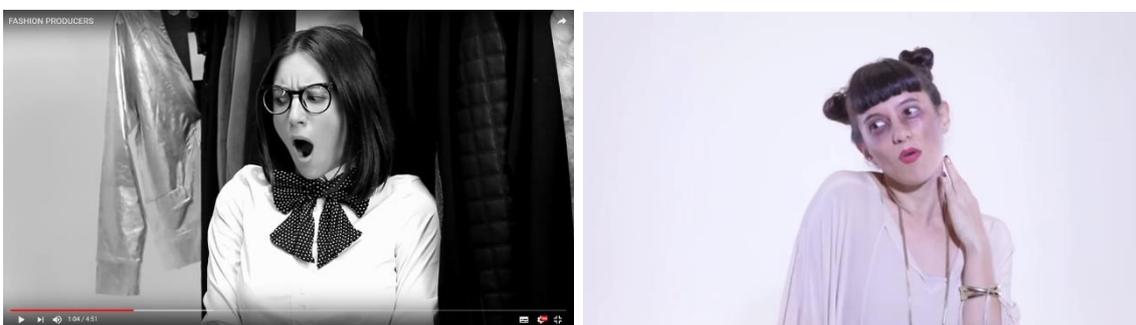


Imagen 238. Gestualidad en Fashion Producers y Anorexic Dreams

Feedback con el público:

No suele participar en los comentarios de los vídeos ni hacer referencia a ellos en los vídeos. Tampoco pide a la gente la suscripción al final del vídeo ni organiza sorteos. Su canal sirve exclusivamente para subir contenido creativo original y, puntualmente, alguna entrevista. También realiza trabajos para televisión y plataformas como Netflix y desarrolla giras con el show «Personas», entre otros. Sin embargo, participa activamente en redes sociales, especialmente Twitter.

CANAL 30



Ficha técnica:



Nombre del canal: Soy una pringada (Esty Quesada).

Descripción: -

País: España.

Categoría / temática del canal: People (SocialBlade).

Género discursivo: Vlog.

Fecha de incorporación a la plataforma: 14 agosto 2014.

Fecha del primer vídeo: 1 abril 2015.

Número de vídeos subidos: 75 vídeos.

Número de suscriptores: 228.292 suscriptores.

Número de visualizaciones: 21.207.640 visualizaciones.

Duración media de los vídeos: 13:59 minutos.

Duración total del contenido: 17:28:28 horas.

Edad del youtuber: Publicó sus primeros contenidos con 21 años (nació en 1994).

Social Blade Rank: B-.

Otros canales del youtuber: -

Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:

1. Plano o encuadre



Imagen 239. Primer plano

Utiliza el mismo encuadre continuamente para todos sus vídeos sin variarlo, ni para acercar ni para alejar el plano en ningún momento. Se trata de un plano de busto.

2. Punto de vista y angulación



Imagen 240. Punto de vista frontal ligeramente picado

El punto de vista de sus vídeos es frontal, a veces, colocado ligeramente por encima de los ojos, generando una perspectiva ligeramente picada.

3. Efectos



Imagen 241. Uso del croma

El único efecto que utiliza en sus vídeos es un croma muy tosco en ejemplos muy concretos. Los vídeos apenas tienen montaje o postproducción y la calidad técnica en general no es buena ni tiene un acabado cuidado.

4. Música

No utiliza música más que para las cabeceras.

5. Sintonías

Utiliza sintonía para la cabecera de los vídeos que la tienen.

6. Uso de cabeceras y cierres



Imagen 242. Intro y cierre del canal de Soy una pringada

Utiliza una cabecera para algunos de sus vídeos recientes, que consiste en una animación mediante recortes digitales con un aspecto bizarro que terminan con el nombre del canal en efecto acuarela. Utiliza un cierre en estos mismos vídeos que consiste en un collage con una caricatura de la *youtuber*.

7. Uso de separadores

No utiliza separadores.

8. Miniaturas

Normalmente, utiliza una imagen con una superposición de letras con una estética que podemos relacionar con los ambientes tétricos.



Imagen 243. Miniaturas del canal

Aspectos relacionados con el entorno:

Todos sus vídeos son grabados en interior, en una habitación decorada con recortes de revista y posters de personajes de cine y series.

Aspectos relacionados con el contenido:

1. Discurso

El discurso general de este canal trata temas de actualidad en las redes, desde un punto de vista que tiene que ver más con el monólogo interior que con un guion con ideas fijas y bromas pautadas. Así, la *youtuber* introduce todas las ideas, juicios y críticas, de manera mordaz pero natural, como si estuviese relatando sus pensamientos mientras los tiene. Trata temas de cine, series y *youtubers* y sus opiniones tanto como fan como detractora. En general, se podría decir que el contenido encaja en la categoría de friki, tratando temas como el cine «raro» (acuñado así por la propia *youtuber*), cine independiente, etc. También tiene vídeos críticos en los que insulta y critica a gente como el vídeo «Odio a los heteros» con una sátira.

También tiene vídeos criticando el contenido generalista de YouTube, los retos, los vídeos de *unboxing* de productos raros, experimentos de productos de moda, etc.

1. «Ni puta idea, pasando. *Eructa* ¡Qué energía eh, como siempre!». (contraestereotipo)
2. «Y a mí uno de ellos cuando me vio es en plan... "Eeres una persona maravillosa". Y yo... lo agradezco, pero soy una mierda. O sea, tan maravillosa no soy, pero muchas gracias... por ver mis mierdas y tal. "No, porque yo sé que en el fondo tienes un corazón muy grande, porque no se qué...". Y yo... en el fondo, ¡soy una mierda! ¡Y en la superficie también! [...] "No, porque sé que en el fondo tienes un corazón enorme, que eres super buena... que eres superguay, superguapa, no se qué...". Y a ver, yo el peloteo lo llevo fatal. Muy mal. O sea, no me digáis que soy guapa cuando no, y los comentarios de "has adelgazado". No he adelgazado, sigo igual de gorda...».
3. «He parado de hablar porque ahora mismo me estoy cagando mucho y no sabía si acabar el vídeo o pararlo, ir a cagar y volver».
4. «Mi yo circa cogería como este color para el contouring en plan casi negro. Pero creo que no va a pasar. Hay que coger como un marrón clarito, (comienza a hablar con tono de sorna) color tierra, así naturaal... naturalito. Parece un make up sin make up... ¿no? Jaja (risa imitando el estereotipo de pija)».

2. Tono

El tono general de los vídeos de este canal transmite despreocupación en cuanto a las formas, transmitiendo pensamientos y opiniones que no parecen pasar ningún filtro. Se utilizan palabras que se podrían considerar jerga dentro del mundo de los fans de ciertos contenidos, como «sipear». Además de esto, utiliza lenguaje soez e incluso insultos hacia sí misma y hacia su audiencia. Se podría decir que utiliza un tono agresivo independientemente del tema que esté tratando.

3. Gestualidad

No utiliza una gestualidad muy marcada, más allá de la habitual cuando se realizan discursos con cierta indignación. No realiza muchos aspavientos ni muecas.

Feedback con el público:

Sus vídeos comienzan llamando a sus suscriptores «cachos de mierda». La forma de hablar a la cámara se vuelve cercana porque semeja un desfogue personal de la *youtuber*, como si estuviera teniendo una conversación con algún amigo. No pide compartir ni *me gusta* ni suscribirse. También interactúa respondiendo a algunos comentarios de sus suscriptores.

4.1.1. Análisis de aspectos generales

Antes de comenzar un análisis más centrado en el contenido, me gustaría reflexionar, a pesar de que el análisis cuantitativo no es el objetivo de este trabajo, alrededor de algunos aspectos que, sin duda, ayudarán a sacar algunas conclusiones. Para ello, utilizamos una tabla (ver anexo 3).

Para comenzar, la mayoría de los canales corresponden a España (13) y México (9) donde existe una comunidad muy importante que realizan múltiples colaboraciones entre sí, como pudimos observar durante el análisis de contenido.

Tras hacer una ordenación de los canales estudiados en relación a su número de suscriptores, observamos que, en los primeros puestos, predominan los hombres, muy en consonancia con lo que comprobamos mientras elaborábamos la muestra a partir de la lista de los [500 youtubers con más suscriptores](#). En la primera mitad de la lista, las mujeres solamente ocupan los puestos 3, 6, 7 y 10.

En nuestra muestra, las categorías temáticas, tomando como referencia las que ofrece Social Blade (ver Tabla 2. Categorías de canales de YouTube presentes en SocialBlade) que se presentan son *Entertainment* (12), *Howto* (7), *Comedy* (6), *People* (3) y *Games* (2). Con respecto a la distribución por géneros que se da, las mujeres tienen el dominio absoluto en las categorías de *Howto* (a excepción de *Werevertomorro*, cuyo contenido, además, no se ajusta demasiado a esta categoría) y *People*. Los hombres se reservan completamente la categoría de *Comedy*, mientras que la de *Entertainment* y *Games* son compartidas. Conviene señalar en este punto que, a pesar de que hay más *gamers* en nuestra lista o, al menos, canales que iniciaron su actividad por ese camino, en la actualidad, solamente *Willyrex* y *Patty Dragona* entran en esa categoría, según la clasificación de SocialBlade.

La mayoría de los canales se abrieron antes de 2013, especialmente entre los años 2010 y 2012. Destacan los de *Werevertomorro* y *Malena Pichot* por ser los más prematuros, en el 2007, y que además comparten, desde sus inicios, la necesidad de crear contenido cultural, centrado en series y cortos.

Los canales con mayor número de vídeos son el de *Willyrex*, que sobresale ampliamente sobre los demás con 4297 vídeos, seguido de el de *Makiman131* (2332

vídeos), *Werevertumorro* (1033 vídeos) y *Patty dragona* (1028). De los cuatro que superan los 1000 vídeos, tres de ellos cuentan con una amplia mayoría de vídeos de *gameplays*, aunque en la actualidad prácticamente los hayan abandonado, como es el caso de *Makiman131*, más centrado ahora en retos.

Con respecto al número de visualizaciones, generalmente va en relación con el número de suscriptores, pero no siempre. El ejemplo más representativo lo tenemos en los dos primeros puestos de la lista, donde *HolaSoyGerman* cuenta con 34.423.361 seguidores y 3.607.508.812 visualizaciones, mientras que *elrubiusOMG* con 4 millones de seguidores menos dobla el número de visualizaciones de *HolaSoyGerman*, con 6.823.233.508 visualizaciones. Hay otros casos destacados en la lista, como el de *Makiman131* que, estando en la posición número 12 en cuanto al número de suscriptores, con respecto a visualizaciones (2.001.068.946) se encuentra muy próximo a *Luisito Comunica*, que está en número 5 y tiene 2.017.702.527 visualizaciones. También sobresale la cifra de *Willyrex*, con 2.820.253.329. Estos tres casos, en los que predomina el *gameplay*, parece relacionar el número de visualizaciones con este género.

En la duración media de los vídeos, de nuevo destacan los canales en los que se ofrecen *gameplays*, como *elRubiusOMG* y *Willyrex*, cuyos vídeos tienen una duración media de 16:13 y 17:38 minutos, respectivamente. A este respecto, podemos señalar que en ambos canales hay vídeos muy cortos, de 2 o 3 minutos, y vídeos de 1 o 2 horas o, incluso, de 4 horas. Los siguientes canales, con respecto a su duración media, serían *Soy una pringada* (13:59), *Juanpa Zurita* (13:27) y *Juan de Dios Pantoja* (13:20) que ofrecen, principalmente, vlogs y retos.

Finalmente, con relación a la duración total, destaca ampliamente el canal de *Willyrex* de nuevo, pues ofrece cerca de 1300 horas de contenido, seguido por *Makiman131* (373 horas), *Patty dragona* (227 horas) y *elrubiusOMG* (210 horas).

Este breve, pero significativo análisis, nos sirve para hacernos una idea de aspectos generales como la distribución por géneros, pero también acerca de cuáles son los canales con mayor seguimiento, lo cual, a la hora de focalizar nuestra atención en los estereotipos de género y su construcción, es de indudable valor.

4.1.2. Los estereotipos de género en la narrativa *youtuber*

Centrándonos en los aspectos directamente relacionados con los estereotipos de género, lo primero que podemos constatar es que ninguno de los canales seleccionados como ejemplo de contrarrelato aparece en los puestos superiores de la lista, a pesar de que son sobradamente conocidos.

A la hora de realizar una clasificación acerca de los estereotipos que pueden surgir en un discurso, podemos hacer una distinción entre aquellos que se refieren a hombres y aquellos que se refieren a mujeres. De este modo, se establece una clasificación dicotómica que responde a la clasificación tradicional del género invisibilizando a todas aquellas realidades que no se ajustan a ninguno de los dos grupos.

Por otra parte, también podemos clasificar los estereotipos en función de su calidad, así tenemos estereotipos positivos (*las madres cocinan bien*), estereotipos neutros (*las alemanas son rubias*) y estereotipos negativos (*las mujeres son interesadas*). Para el contenido de este trabajo, no prestaremos atención a esta clasificación, porque frecuentemente, un estereotipo femenino considerado positivo, es negativo para el género masculino y viceversa.

Atendiendo a los cuatro marcos o contenidos de la identidad que propone Ortega (1998) nos encontramos con que esta viene conformada por el cuerpo, las capacidades intelectuales, la dimensión afectiva y emocional y las relaciones e interacciones sociales, según lo cual, nos vamos a identificar con uno u otro género ya desde la infancia, en función de que vamos identificándonos o no con la realidad dicotómica que se nos presenta. En nuestro trabajo, hemos dividido los estereotipos encontrados en tres bloques, debido a la mayor persistencia en esos ámbitos. De este modo, nos hemos encontrado estereotipos relacionados con el cuerpo y el aspecto físico, con los comportamientos y las actitudes y, por último, con los gustos.

En canales de estilo de vida y maquillaje, encontramos una temática muy marcada por los estereotipos y roles de género. Sin embargo, al comenzar a reproducir los vídeos, los principales estereotipos introducidos en el discurso se presentan en menos ocasiones de las que cabría esperar.

Como punto de partida, observable en las cabeceras de los canales, en los contenidos de los vídeos y en su miniatura, en estos canales predominan el color rosa y el morado de forma indiscutible, lo que parece constituir un reclamo para el público femenino en primer término.

En este tipo de temática existe cierto riesgo, pues el tratar el tema de la imagen puede ser entendido por la gente más vulnerable o acomplejada como algo imprescindible, alimentando sus complejos y ayudando al desarrollo de desórdenes alimentarios. En este sentido considero de vital importancia tomar conciencia de la cantidad de seguidores que cada *youtuber* posee y el nivel de influencia que puede llegar a ejercer. Enviar mensajes como que hacer dieta, ejercicio, perder peso y maquillarse es llegar a «Ser la mejor versión de ti mismo», pueden ser percibidos de manera literal, y que la versión actual, normal y natural no son una versión suficientemente buena. Este mensaje se repite en el canal de Katie Angel, Patry Jordan, así como en el de Pautips, como un mantra. En el de Katie Angel hay un mensaje en concreto que puede llevar a conflicto en este sentido:

Ustedes no saben, no se imaginan la sensación tan bonita que es sentirte cómodo contigo mismo... con lo que ves en el espejo. Por eso siempre les digo ¡luchen, luchen por verse mejor! Si quieren bajar unos kilitos, luchen por bajarlos. Si quieren subirlos luchen por subirlos... (*¿ME OPERÉ LAS BUBIS, LA NARIZ Y LOS GLÚTEOS?*)

Esta «lucha» por sentirte cómoda o cómodo con lo que ves en el espejo, por querer cambiarlo mediante dietas, maquillaje o incluso operaciones, por querer alcanzar ideales poco realistas en lugar de aceptarse tal como se es primero, puede ser origen de una obsesión por el físico y de desórdenes alimentarios. Lo curioso del caso de Pautips es que, mientras da consejos de tipo similar, sobre aspecto, dietas y estilo de vida, padece de bulimia (confesado por ella en un vídeo de su canal).

En este contexto, por tanto, la mujer debe buscar la forma de agradar (a los hombres, antes que a una misma), como expone Caeli: «Aparte de que nos tiene que ver como unas niñas arregladas y bonitas y cuidadosas de nosotras mismas, también a los hombres les gustan las mujeres que hacen deporte». (*CaeLike - LO QUE NECESITAS PARA GUSTARLE*), a través del maquillaje, la depilación, el ejercicio físico y una cuidada alimentación. Encontramos multitud de ejemplos asociados a la depilación:

«¿Hace cuánto que no te depilas las piernas?» (*HolaSoyGerman - Y Por Eso Estoy Soltero...*)

«-Suegra, ¿por qué no se afeita los bigotes?» (*HolaSoyGerman - Queridos Suegros*)

«También te empiezas a poner peludo y ahí te das cuenta de que vivimos en una sociedad machista, o sea, los hombres nos empezamos a poner peludos y está bien, pero las mujeres no. Las mujeres conocen a una pequeña amiga que las acompañará por el resto de su vida: la depilación». (*HolaSoyGerman - La Adolescencia*)

«Otro consejo que les doy es que, por favor, rasúrense. No les vamos a decir: oye, amiga, estás bigotona... No». (*Werevertumorro - CONSEJOS PARA MUJERES*)

«Así que si tú eres una mujer con patilla, no seas gata y quítatela, por favor, eso es para los hombres. ¡En sí, una mujer con pelos en la cara es muy desagradable!» (*YosStop - QUITATE LA PATILLA! / ME VOY A CASAR! - YOSSTOP*)

«Creo que esto (*afeitadora Venus) es lo más más más importante, porque tienes que ir a la playa con piernas bonitas y suavitas y que no se vean raspadas». (*CaeLike -LO QUE PASA EN LA PLAYA... SE QUEDA EN LA PLAYA | CAELI*)

Sin embargo, la depilación no es una actividad propia de los hombres, puesto que se relaciona con una pérdida de virilidad:

«Si tú eres hombre y te depilas las cejas, por favor, también depílate la vagina». (*Werevertumorro - ¿ERES ANTI SEXY?*)

«Amiga, si tu novio se tarda más de 30 minutos en arreglarse, tiene más de 10 pares de zapatos, se saca las cejas y se compra cremas reafirmantes, felicidades: tu novio es mujer». (*Werevertumorro - TIPOS DE NOVIOS*)

Con respecto al maquillaje es importante señalar que tampoco debe ser excesivo, porque las alusiones a la prostitución son constantes en ese caso:

«Con ese maquillaje pareces pu...puerta» (*HolaSoyGerman - Y Por Eso Estoy Soltero...*).

Es importante prestar también atención al peinado, puesto que, aunque parece que hace años que veníamos aceptando la diversidad de peinados, *DalasReview* recupera en su canal los peinados clásicos: «Básicamente, está de moda ser alternativo, ir con peinados raros y, a más raros, mejor. Si eres tía, te rapas el pelo y, si eres tío, te lo dejas largo» (*Adios Hannah*)

Montana, hola Puti Cyrus). En general, la apariencia es muy importante, porque los hombres buscan a su prototipo ideal y las mujeres tratan de adaptarse a él:

«La apariencia es muy importante a la hora de conocer a otra persona, en especial si es del sexo opuesto. Por ejemplo, si eres hombre, ¿qué es lo primero que le miras a una mujer? (*gesto de hacer pechos con las manos). Todas o casi todas las personas tenemos un prototipo de persona que nos atrae. En el caso de los hombres, para el 99'9 (*pausa con cara pensativa)... 99,999% de los hombres, el prototipo perfecto de mujer sería algo así como una mezcla entre Susan Coffee y Megan Fox...».

El estereotipo femenino debe tener unos buenos pechos y no tener celulitis ni estrías, como recogen *Werevertumorro* y *DalasReview*:

«Señoritas, o bueno, ya... señoras de 16 años, si ustedes con copa A minúscula ahí al 10, no usen triple bra con push up, que parece que traen unas cangreburguers» y «No es sexy enseñar el trasero, y menos si parece que Wolverine te atacó con sus garras y te dejó estrías». (*Werevertumorro - ¿ERES ANTI SEXY?*)

«¡Puag! O la celulitis que tiene más de una, eso... sí que es terrorífico también. A veces, no sabes si estás mirando un culo o si estás mirando un meteorito con una raja en el medio». (*DalasReview - #AdanYEva POLLITAS y CELULITIS - Dalas Review*).

Mientras que *KatieAngel* nos da unos tips al respecto: «Y si estás preocupada por esa horrible celulitis... te tengo la solución». (*¡Mi secreto para unas piernas perfectas! ¡Adios celulitis!*)

Muchas de las bromas y expresiones recogidas en varios canales tratan, precisamente, de los pechos:

Dirigiéndose a una mujer real al verla: «¡Oh! ¿Qué pasa, tetitas de azúcar?». (*elrubiusOMG - Chatroulette | HOMBRES CON TETAS Y MAS HAMIJOS | Ep. 2*)

Dirigiéndose a una persona transexual: «Show me your tits». (*elrubiusOMG - Chatroulette | HOMBRES CON TETAS Y MAS HAMIJOS | Ep. 2*)

«-Oye, ¿tú qué es lo primero que le miras a una mujer?

-(*mira el pecho con cara embobada:) ¿Ah? Ehm... los ojos». (*HolaSoyGerman - Mentiras Mentirosas*)

«Si te miro de lado pareces hombre porque no tienes nada (*señala la zona del pecho con las manos)». (*HolaSoyGerman - Y Por Eso Estoy Soltero...*).

Refiriéndose a los pechos de una mujer: «Si te vas a operar, pues ponte... yo qué sé...una ciento y algo, ¿no?». (*Wismichu - El test gay, tetas falsas, reales y Moar shit.*)

Pero tienen que ser naturales:

«Eso es una puta convención de silicona, estereoides y botox. Pero mucho más allá de eso, mucho más allá de que parece que en cualquier momento vaya a rallar el foco de la cámara con sus dientes o que puede suceder que, en cualquier momento, alguna de esas tetas amorfas pueda explotar o que la cara de todas esas personas tienen más operaciones que un libro de matemáticas o que los tíos parecen más mujeres que las propias mujeres de lo repeinados y asquerosamente horteras que van...». (*DalasReview - #myhyv Mujeres y Hombres y Viceversa PUTO SIDA - DALAS REVIEW*)

«Te voy a pagar la silicona, guarra». (*Makiman131 - Tenéis que verlo xD*)

Por otra parte, sobrevuela por todos o casi todos los canales una acusada gordofobia, tanto dirigida al género masculino, como al femenino, utilizando el aspecto físico como forma de ofender en un juego o fuera de él o como forma de descartar la validez de una persona, relacionando la delgadez con el éxito, ya sea profesional o personal:

«¿Estás contenta con tu cuerpo? ¿Qué cosa te gustaría agrandar o disminuir de él? (*la chica responde:) "¿Sabes qué? Los he visto peores, jajaja. Agrandar nada, ¿verdad? Disminuir... la barriga". A lo que Dalas responde: -¡Hostia puta, qué asco!». (*DalasReview - Canis y Chonis en internet - [DALAS REVIEW]*)

«"Si todas las miradas matasen, yo ya hubiera matado a todas las que me critican" y es una niña de diez años, supergorda, que tiene una cara... Os la voy a intentar imitar, ¿vale? Para que os hagáis una idea está sacándose una selfie y está así, con esta cara». (*DalasReview - Los más GILIPOLLAS del ASK*)

«Eso, eso... Invítala a comer un dulce (*pone una cara de extrañeza, la chica está rellenita)». (*AuronPlay - EL CELOSO*)

«Y encima estás obeso. Tienes problemas. Debes ir al endocrino a que te mire esa puta cara y ese puto cuerpo de mierda que tienes, que tienes serios problemas de sobrepeso. ¡Asqueroso!». (*AuronPlay - MEXIVERGAS*)

«Me entraría ganas de dispararle a ese gordo, por ejemplo, un bazocazo». (*Makiman131 - CONTRA LA FBI !! TERCER GOLPE!! ASALTO A HUMANE! GTA V ONLINE ATRACOS A BANCOS*)

En relación con esto, los hombres deben estar musculosos y ducharse y asearse, puesto que se recurre al tópico de que los hombres son desaseados y descuidados.

«Pero no sé cómo me siento con este outfit, o sea, como que hace ver mi realidad (*en pantalla: GORDITO). O sea, aquí se nota que no hago ejercicio, aquí se nota todo eso que como, toda esa chatarra, todas esas hamburguesas, todos esos tacos... Aquí se nota, aquí y aquí (*en pantalla: GORDITO con un emoji de un cerdito). Estoy gordiito. Tengo que ponerme ya a hacer algo...». (*Juan de Dios Pantoja - Lo que no viste en "NO HA PODIDO"* 🐷 *Juan de Dios Pantoja*)

«-Me he hecho una promesa y cuando me vuelva a poner fuerte me pongo esas camisetas. (*dice *Makiman131* en referencia a las camisetas de tirantes)

-Yo le tocaba la barriga y era como tocar... no sé... hacía trrr trrr-trrr trrr, ¿sabes? La barriga... Era un ruido así... super raro, de los abdominales (dice *Patty Dragona*)». (*Patty Dragona - REACCIONAMOS A NUESTRAS FOTOS ANTIGUAS DE PAREJA!!*)

«Te ves taaan varonil (*ella piensa: báñate y aféitate, cerdo)». (*HolaSoyGerman - Indirectas*)

«En serio, hombres, el que usen loción... a las mujeres nos encanta porque es como que no están sudorosos y oliendo a hamburguesa y a fútbol y a pañales, o sea, a cosas de hombres ¿no? O sea, que huelan rico, que se cuiden...». (*CaeLike - LO Q QUEREMOS EN UN HOMBRE! (Mas noticia importante)*)

«Una de las grandes ventajas de ser hombres es que nosotros podemos ser groseros, podemos ser guarros, podemos estar todos despeinados, todos desaseados, podemos estar todos peludos, todos cochinos, oliendo a sobaco, podemos ser... todo lo que ustedes quieran y, aún así... te haces famoso en Internet» (*Werevertumorro - ¿SER HOMBRE O MUJER?*)

«- No me lavé las manos!

-¡Yo tampoco me lavé las manos!

-¡Somos hombres! ¡Somos hombres!» (*Kimberly Loaiza - UN DÍA SIENDO HOMBRE CON AMIGOS*)

Los hombres recurren a los objetos o los colores relacionados con el mundo femenino para insultar o menoscabar la «hombría» del otro:

«¡Qué pesado, tío! Y encima vas al Pull&Bear y te eliges la sudadera de color rosa. ¡Maricona! ¿Dónde vas? ¿Dónde vas? ¡Coño! Mira que hay colores, eh, que vas al Pull&Bear y la tienes azul, la tienes negro, la tienes rojo, pero él no... ¡Ayyy, soy una nena! ¡Me cojo rosa!» (*AuronPlay - empadronados en mordor city*).

Dirigiéndose a un hombre: «You like penises? Tú tienes cara de que te gustan los penises». (*elrubiusOMG - Chatroulette | HACIENDO HAMIJOS MULTICULTURALES | TROLEANDO LIKE A BAUS*)

Killadamente desarrolla un contraestereotipo de forma constante en su discurso, puesto que, a pesar de interesarse por la moda y el maquillaje, no se ajusta al patrón del resto de canales de belleza de chicas delgadas y blancas, sino que es negra y gorda y bromea habitualmente con eso y con su gusto por la comida. Se refiere a su exceso de volumen como «belleza extra».

«Quiero ser una princesa... pero no puedo serlo. Para serlo debo ser blanca, flaca y tener el pelo largo. ¿Por qué? Porque vivimos en un mundo lleno de complejos». (*Killadamente - SOY GORDA*)

«-¡Te amo! - ¡Yo también te amo, «mi misma»!». (*Killadamente - Mejores Amigas - Para mi mejor amiga*)

«(*leyendo un comentario que le han hecho en facebook) ¿Es en serio? Es la primera vez que veo un vídeo así y la verdad quisiera tomarlo de la manera más deportiva y jocosa como lo hacen, pero NO ES ASÍ. Sres., con el sobrepeso el corazón se llena de grasa... blablablablablabla... Bueno, ahora hablaré en serio... porque estos comentarios parecen inteligentes, pero son los más estúpidos e ignorantes que puede haber. Como todos saben yo soy comediante y que yo diga que me como veinte cajas de pizza no es en serio [...] Me parece injusto que hable de cuanto me gusta comer. Hay muchas personas enseñando a rebajar y hacer dieta, déjenme ser la que enseñe a los demás a amarse como son. (*Killadamente - Para los que me hacen BULLYING*)

«Ese es otro... problemita. Que mis manos están gorditas... oh, no, no, no, perdón. Tienen mucha belleza extra». (*Killadamente - MI VERDAD SOBRE FASHION NOVA CURVE*)

Las necesidades fisiológicas o cosas como eructar no son acciones que una mujer pueda hacer con la misma despreocupación que un hombre, puesto que son vistas como poco femeninas o vulgares:

«¿Cuántas maneras diferentes y sin ofender los hombres pueden decir que quieren ir al baño a hacer sus necesidades? / Eso simplemente no es justo porque en una mujer se escucha mal. Hay muchas mujeres que de todos modos lo dicen y así. / Lo peor de todo es que la manera en que los hombres lo pueden decir... la mayor que me comentaron son un poco vulgares, siento decirlo pero así es. Imagínense a una mujer diciéndolo:

"Disculpen, voy a agachar el topo y regreso en un momento", "Ay, me voy, que está asomando la cabeza la tortuga"...» (*CaeLike - ME ACOMPAÑAS AL BAÑO???*)

«-Amor, parece que comí demasiado. Voy al baño y me voy a echar la media ca...

-Eeeey (*interrumpe) Las mujeres para lo único que ocupan el baño es para maquillarse o peinarse.

-Nooo, nosotras también nos sentamos en el baño y echamos la media ca...

-Lalaalala (*interrumpe y se tapa los oídos para no escuchar)». (*HolaSoyGerman - Hombres (Macho Que Se Respeta)*).

En este sentido, *Soy una pringada* constituye un contraestereotipo que refleja con la misma naturalidad que un hombre sus necesidades fisiológicas:

«Ni puta idea, pasando. *Eructa* ¡Qué energía, eh! ¡Como siempre!» (*Soy una pringada - Acosadores de famosos*)

«He parado de hablar porque ahora mismo me estoy cagando mucho y no sabía si acabar el vídeo o pararlo, ir a cagar y volver». (*Soy una pringada - Acosadores de famosos*)

En relación con los **gustos y aficiones**, destaca enormemente entre los hombres el estereotipo de que a todos los hombres les gustan los videojuegos y el fútbol, y las reclamaciones, por parte de las mujeres ante la falta de atención de los hombres que juegan o ven un partido es la clave de varias parodias:

«Yo creo que lo que más podemos odiar las mujeres de los hombres es cuando se ponen a jugar a sus benditos y sagrados videojuegos». (*CaeLike - QUEJENSE NOVI@S!!! AAAARRRGG!!!*)

«-Amor, si tuvieras que elegir entre tu PlayStation y yo a quién elegirías?

-El Play.

-¿Qué?

-No, no, discúlpame, no escuché la segunda opción.

¡Ah! La primera opción era tu PlayStation y la segunda soy yo.

-¡Ah! ¡Haberlo dicho antes! El Play». (*HolaSoyGerman - Mujeres / Women*)

«Si en algo podemos estar de acuerdo es que a casi todos los hombres les gusta el fútbol y algunos son más adictos que otros». (*HolaSoyGerman - El Mundial De Futbol*)

«Hay novios que siempre tendrán una prioridad.

-Ay, mi amor, quiero que vengas, por favor. Estoy super triste, se murió Chipirilo.

-¡No! ¡No, mi amor! ¿Por qué? Mi amor, te juro que en cuanto me desocupe, voy. Voy como en media hora.

-Pues es que lo atropellaron, pero...

-¡¡GOOOL!! ¡¡Gooooo!!!». (*Werevertumorro - TIPOS DE NOVIOS*)

«Hacer lo que a tu pareja le gusta para que lo pasen superpadre, porque cuando complazco a mi novia me complazco a mi mismo, si a él le gusta el fútbol, siéntate y ve fútbol, si a ella le gusta ir al cine y ver pelis ridículas de niñas, acompáñala» (*Yuya - me corto mi novio*).

-Mi amor, no me vas a creer, estaba hablado con María Gabriela...

-Ajá.... ajá...

-Y no sabes Giussepe lo que le hizo... Ella estaba hablando de algo muy importante...

-Ajá.... ¡¡¡GOOOOOL!!! (*Mariale - 8 TIPOS de NOVIOS*)

Por otra parte, hay gustos que no se relacionan con lo masculino como el color rosa, las muñecas, las películas románticas o los libros como *Crepúsculo* o *50 sombras de Grey*, más propio de mujeres.

«Me encantan esas películas que son como de superación de personas que empiezan de abajo y van escalando, van escalando y llegan arriba, y las comedias románticas, que son como mi lado más cursi». (*HolaSoyGerman - Hollywood EXAGERA!*)

«Esas películas que te provocan una lagrimita loca que va saliendo por ahí, películas que son tan emotivas que no puedes evitar echar una lagrimita. Para las mujeres no es problema, que una mujer llore mientras está viendo una película es tierno, pero un hombre ¡no! Y ahora digamos que estás viendo una película de este tipo con un amigo:

-Oye, está superbueno la película.

-Síi. (*piensa: ¡Oh, por Dios, qué triste! Ya, pero olvídale, no puedes ponerte a llorar, eres un hombre y los hombres no lloran. ¡Aguanta! ¡Tú puedes! ¡Aguanta! ¡Aguanta aunque sea muy triste! ¡Aguanta! ¡Puedes! (*llanto) (...)

-¡Uhhh! ¡Estás llorando! ¡Gay, gay, gay!» (*HolaSoyGerman - Las Peliculas*)

«-Órale, no sabía que te gustaba la buena literatura. Twilight es lo mejor y el vampiro está guapísimo.

O sea, tampoco exageren. No se vayan a los extremos y menos quieran ligar diciendo que el vampiro está bien guapo, a menos de que quieran caer en la GAY FRIEND ZONE».

(CaeLike - El MUNDO DE LOS SEXOS - Ligue)

En relación con esto, el fenómeno fan femenino es despreciado por los hombres, con el máximo desprecio, consideradas «mojabragas», mientras que los hombres son «fanboys»:

«Y en cuanto a las fangirls de personajes como Grey, cantantes famosos y otras chorradas, antes que sentirnos atacados por la presencia de esos ídolos sexuales, más bien dejamos de tener atracción por ese tipo de mujeres, ya que ese tipo de comportamientos resultan muy poco atractivos en una mujer. La hace parecer necesitada, histriónica y, en resumen, muy poco mujer. A la mayoría de los hombres nos causan repulsión infinita las fangirls, no sus ídolos». *(DalasReview - 13 Mitos sobre el SEXO)*

«Si tuvieras un cuerpo normal, pues oye, te puedes permitir quitarte la camiseta y, con un poco de suerte, hasta puede venir alguna mojabragas a decirte: ¡Hostia! ¡Ay, yo te daba!». *(AuronPlay - MEXIVERGAS)*

«Este maestro de palabra comenzó a subir como la espuma en YouTube porque criticaba a gente que estaba muy arriba y no le faltaba ninguna razón en sus vídeos. Los tachaba de ególatras, de wannabefamous, de aprovecharse de sus fanboys y mojabraguitas en general...». *(Dalas Review - Crítica CON SENTIDO a Auronplay)*

También entre los estereotipos de género relacionados con el hombre destacan el gusto por el porno y las prostitutas:

«Yo el dinero me lo he ido gastando en tanques, en helicópteros, en propiedades para generar más dinero... en diversión... en barcos y putas, ¿no? Por así decirlo» *(Makiman131 - GTA5 Dinero infinito)*

«¡Aquí le tenéis! ¡Venga a disfrutar de la navidad, señores! Venga, vamos a hacerle un bukkake monumental a esta señora. ¡Toma! ¡Toma! Bukkake, bukkake monumental, chaval». *(Makiman131 - Especial de navidad regalando millones)*

«Yo, todo este dinero que estoy consiguiendo de Youtube, además de gastármelo en putas y fiestas, lo estoy ahorrando» *(Wismichu - Vlog #4 | La fama y sus contras: Los 3 tipos de retards que rondan por youtube)*

«-Vamos de putas, que yo invito.

-¿Puedo ir yo también?

-Tú no, que estás en pijama.

-¿En pijama? (*se enfoca y ya vestido). ¡Venga! ¡Vámonos de putas!» (*Jorge Cremades - SUPER RECOPIACION DE JORGE CREMADES*)

«-Anda, te gusta Twilight, ¿no? Mira, compré la versión porno en pirata. ¿Vamos a verla en mi casa en la noche o qué?» (*CaeLike - El MUNDO DE LOS SEXOS - Ligue*)

También se tratan en los vídeos estereotipos relacionados con los juguetes y los juegos, como podemos ver, asociando las canicas, los tazos y los soldaditos con los niños y las *Barbies*, los muñecos, las cocinitas, los ponys y videojuegos como *Los Sims* con las niñas:

Haciendo un test:

- ¿Cuándo eras un niño alguna vez jugaste con juguetes de la orientación sexual opuesta?

-(chica) ¡Ah! Sí, yo nunca tuve una muñeca, o sea, de que era puro cosas de niños, de canicas, tazos... ¡Puro hombre!

- ¿Y tú con barbies?

-(chico) Noo, a las comiditas.

-(chico) Yo, pues la verdad, pues yo jugaba normal con mis pinches soldados, y bueno, tenía las barbies, ¡pero para que se las cogieran los soldados! (*DebRyanShow - Test Gay | Examen Homosexual | MujerLunaBella*)

«Oigan, disculpen, si están viendo todos estos muñecos tan femeninos. Cuarto de mi madre, entiéndanme». (*Juan de Dios Pantoja - LE LLEVO SERENATA A MI MAMÁ - UN DÍA CON PANTOJA*)

«-Mira mira mira.

-Oh, my little pony.

-Gaaaaay» (*elrubiusOMG - Diablo 3 | Ositos, Ponys y Ranas transexuales*)

«Un juego de nenas» (refiriéndose a los Sims 3) (*elrubius OMG - Los Sims 3 Virgen y gordo a los 40 Ep.1*)

Con respecto a gustos y aficiones contamos con el contradiscurso de *YellowMellow* y de *Ami Rodríguez*, presenta siempre un espíritu infantil y relacionado con los juegos (tiene otro canal dedicado principalmente a juegos, incluso), sin especial distinción entre juegos considerados de niña y de niño.

«Ahora las cosas están cambiando... pero cuando yo era pequeña, las niñas cocinaban... jugaban a cocinitas, y los niños tenían coches teledirigidos. Y yo me moría por tener un coche teledirigido... y me daba vergüenza perder un ActionMan... Yo tenía Barbies. Tenía juguetes, varios, pero yo quería un ActionMan y me daba vergüenza pedirlo porque ese juguete era de niño. (*YellowMellow - No me siento mujer...*)».

«Porque hoy estoy en mi bañera rosadita macho alfa 4000...» (*Ami Rodríguez - Bañera de Unicornio*)

LA DIVAZA constituye también en este caso un contraestereotipo porque no se ajusta al patrón dicotómico de hombre masculino, aunque podríamos entrar en el terreno de los estereotipos asociados a hombre gay y mujer lesbiana. En lo que compete a este trabajo, manteniendo una estética masculina, refleja gustos femeninos como el maquillaje, que usa con cierta frecuencia, mientras habla de sí mismo en femenino, por lo que no se ajusta al estereotipo masculino que venimos manejando en toda la exposición.

En lo tocante a comportamientos y actitudes, hay varios que se repiten de forma persistente. Por ejemplo, las mujeres con una vida sexual activa son putas y zorras y todas las mujeres son, principalmente, unas interesadas, ya sea por el dinero, por el físico o por los regalos.

«...pero nadie toma en cuenta que para tener una mujer así hay que ser una especie de Brad Pitt o tener mucho dinero...» (*HolaSoyGerman - Las Apariencias*)

«-Mi amor, ¿qué me vas a regalar por San Valentín? [...]

Aunque ella te diga "-Nah, lo material no importa", con su mirada te está diciendo "Si no me compras algo, te voy a engañar con el primer tipo que me compre un chicle en la esquina" y si no lo haces, bueno... pasa esto:

-Amor, no existe objeto material que pueda demostrar el amor que yo siento por ti, así que decidí hacerte un regalo mucho más especial. (*Él empieza a cantarle una canción y ella le interrumpe:) -A ver, esperáte, esperate, déjame ver si entendí. ¿Esto quiere decir que no hay rosas, ni chocolates, ni auto nuevo?

-Es que esas son cosas materiales y yo decidí demostrarte mi cariño de una forma mucho más...

-Pfff... Sabía que tenía que quedarme con el ingeniero y no con el músico muerto de hambre...» (*HolaSoyGerman - El Dia De San Valentin*)

«Pero seamos sinceros: a menos que tú tengas o mucho dinero o seas sumamente atractivo o tengas, en dado caso, mucho verbo, jamás vas a hablar con esas mujeres».

(Luisito Comunica - CÓMO DESHACERTE DE UNA MUJER)

La interesada 2.0: «Es aquella que te encuentra en una fiesta, la neta ni te llevas con ella bien, no te llevas chido con ella, pero ve que tienes pomo, o sea, ve que tienes chupe o lo que sea, y llega... y se queda contigo como bailando, entonces chupa, se empeda y llega a unos pedos y se va con otro wey.

-La que ve que tienes carro bonito, o tienes botella o tienes algo que le conviene, se arrima contigo.

-¿Por qué creen que los feos con dinero siempre tienen unos pollotes de morras?»

(Luisito Comunica - MUJERES NEFASTAS | #SemanaDelPapilord 2/7)

Con respecto a los hombres, podemos destacar que no piensan más que en mujeres, lo que los identifica directamente con la promiscuidad y la infidelidad.

«Yo jamás jamás jamás jamás jamás jamás jamás jamás he sido infiel (*piensa: o al menos nunca me han pillado)». *(HolaSoyGerman - Mentiras Mentirosas)*

«El todas-mías. El clásico wey que dices: "Oye, wey, mira, esa vieja ¿qué tal? ¿Cómo se te hace?" "Ya me la agarré" "¿Neta?" "Oye, mira esta otra, Juana, está bien guapa" "Ya me la chupó". -"Ya me la succionó"» *(Luisito Comunica - WEYES NEFASTOS | #SemanaDelPapilord 6/7)*

Además, son poco detallistas, mientras que las mujeres son románticas.

«Si estas tan enamorado, déjate la guita, déjate la guita, vete a una floristería y compra un ramo de rosas. ¡No seas cutrón, joder!» *(AuronPlay - Destripando Canciones 1 - Alex Ubago)*

«Estamos en San Valentín!! bueno, no hoy, pero ya casi, y me puse a pensar en esas ideas románticas que tenemos las chicas con estas fechas, y así es como nació este video». *(Mariale - San Valentin EXPECTATIVAS vs REALIDAD)*

Por lo general, los hombres son más simples que las mujeres, que son complicadas y difíciles de contentar:

«Así que voy a hablar de las mujeres desde mi punto de vista, o sea, desde el punto de vista de un hombre. No es secreto para nadie que muchas veces las mujeres para los hombres son un misterio, y lo peor de todo es que cada mujer es un mundo diferente.

«Simplemente no hay una mujer igual a otra. Para un hombre, hacer feliz a una mujer es tooodo un logro y, de hecho, es casi imposible y no como con un hombre». (*HolaSoyGerman - Mujeres / Women*)

«Porque todos sabemos que hacer feliz a un hombre es muy fácil. Solo se necesitan cumplir estos tres pasos: Número 1: sexo: solo denos sexo mínimo tres veces a la semana y quedamos como un puerco en un chiquero. Número 2: comida: tripa llena, corazón contento, dicen, y ni siquiera tiene que ser buena comida, con unos huevos con fideos estamos al otro lado. Número 3: entretenimiento y con esto me refiero, obviamente, a una Play3 o una Xbox. Mujer, si sigues estos tres pasos tienes a cualquier hombre aquí (*gesto: señala la palma de la mano)». (*HolaSoyGerman - Mujeres / Women*)

«Tengo que decir que las mujeres somos más complejas, damos más de sí, tenemos más... gesticulamos más, y es más fácil de detectar si estamos interesados en un chico. Pero, por el contrario, los chicos son más simples y va a ser un poquito más difícil detectar si están interesados en nosotras y por eso vamos a tener que poner mayor atención». (*Patry Jordan - 10 + 1 maneras de saber si le gustas a un chico | Patry Jordan*)

Los hombres sentimentales o emotivos son homosexuales o a medio caballo entre hombre y mujer:

«Este chaval tiene pinta de ser muy sensible... es que... entre hombre y mujer se quedó en medio, porque... vamos... es un caso especial». (*AuronPlay - EL CORNUDO DE PERÚ*)

«Muchos de vosotros me estáis diciendo que me estoy amariconando, que mis vídeos cada vez son más suaves, que voy a acabar hecho un homosexual, ¿no?». (*AuronPlay - Bots y Fanatismo*)

Entre las actividades de las mujeres se encuentran las labores domésticas y el cuidado de los hijos.

«YouTube, YouTube, yo soy Willyrex. Yo gano 10.000€ al mes. Te puedo mantener a ti y a tu madre. Si quieres, eh, si quieres. Solo me tienes que limpiar la casa un poco y hacerme la cama, ¿vale? Para empezar, ves y hazme un Colacao». (*AuronPlay - ¡GRACIAS!*)

En todas las referencias a los hijos de la muestra es la mujer la que hace la comida, va a la compra, riñe y castiga a los hijos y ante quien ellos deben rendir cuentas.

«Porque el día anterior te has comido todos los garbanzos, toda la garbanzada que te ha hecho tu madre» (*AuronPlay - EL LIGÓN DE MORDOR*)

«Y mientras tanto, tenemos que seguir aguantando felizmente estas bonitas cosas que nos dicen las mamás... las mamás esas... de las cuales, la mayoría *todo*, uno que otro pues, *todo*, son regaños. ¡Nooo!». (*CaeLike - PURAS MADRES!!!!*)

«Por eso, el mejor despertador sigue siendo tu mamá:

-Ya, hijo, despierte, que si no va a llegar tarde.

-Gracias, madre, por despertarme». (*HolaSoyGerman - Las Madres*)

Con respecto a las actividades, son los hombres los que desempeñan las profesiones respetables, mientras que las mujeres solo «mueven el poto en la tele»:

«...la tele está llena de realities, chiquillas por mover el poto en la tele ganan más que ingenieros y profesores...» (*HolaSoyGerman - Pasado, presente y futuro.*)

Muchos de estos canales comenzaron su andadura muy focalizados en una temática, como *Makiman131* en videojuegos o *Mariale* y *Katie Angel* en belleza para ir progresivamente incorporando vídeos tipo «vlog», con intención de aproximarse y fidelizar a sus suscriptores, animándolos a suscribirse y a ver los vídeos hasta el final, lo que relaciona directamente su estrategia con el *marketing* y su contenido con un producto de consumo. En la actualidad, exceptuando los canales ya inactivos (como *HolaSoyGerman*) solamente mantienen su actividad inicial, sin incorporarse a esta dinámica de retos, *challenges* y tags excesivamente, el canal de *Malena Pichot*, que sigue creando contenido cultural de calidad centrado en series y cortos con un trasfondo feminista, y *Patry Jordan*, que conserva la profesionalidad inicial de su canal. Incluso *Willyrex*, que también destaca por su profesionalidad y su contenido «para todos los públicos» ha incorporado progresivamente más vlogs y vídeos de preguntas y respuestas.

De este modo, prácticamente todos los canales de la lista ofrecen, desde 2016, un contenido muy similar entre sí: vídeos sobre retos, vídeos sobre diferencias entre hombres y mujeres, parodias, vídeos de veinticuatro horas siendo madre o como embarazada, bromas pesadas, etc. Y resulta curioso que este tipo de vídeos es donde más fácil resulta encontrar estereotipos, siendo que, en los primeros años de los canales, el tema está

mucho más enfocado en los tutoriales y consejos y no da tanto pie a que aparezcan ejemplos de estereotipos de género tan marcados.

Por otra parte, y como contrapunto, varios de los canales de gamers, como *elrubiusOMG*, y varios canales de entretenimiento, como *AuronPlay* o *Wismichu*, recurren a estereotipos de género de manera continuada, por ejemplo, para ofender al jugador contrario atacando su masculinidad.

Además, en estos casos el estereotipo es utilizado como lugar común para causar la gracia. Son utilizados incluso de manera violenta o despectiva, como es el caso de *DalasReview*, quien continuamente utiliza lenguaje cosificante y despectivo hacia las mujeres, sin importar el tema que esté tratando (llegando a llamar gordas o victimistas a personas con trastornos alimentarios).

«Hay una horda de niñasotas en Internet que hacen de estas dos enfermedades mentales tan graves como la anorexia y la bulimia un puto chiste, una puta moda. Se pueden reconocer muy fácilmente porque ellas mismas se crean sus blogs de mierda en los que se hacen llamar: "Soy Ana" o "Soy Mía". Ana, de anorexia y Mía, de bulimia. Sí, penoso. (...) ¡Qué retraso! Es que encima de posers de mierda, de victimistas de mierda, encima son analfabetas. (...) Pero es que esta puta mierda, esta putísima mierda, también es una enfermedad, señores. Es una enfermedad muy grave: la enfermedad del retraso mental, porque las chicas que sufren de anorexia y bulimia real no hacen estos putos rituales de mierda, bendiciendo a estas diosas de mierda y haciéndose cortes sin puto sentido. Las chicas que sufren alguna de estas dos enfermedades de verdad están demasiado preocupadas para mantenerse en pie como para hacerse una puta subnormalidad tan grande como esta». (*DalasReview - las RETRASADAS de Ana y Mía*)

El problema principal de este tipo de contenidos es que todo el mundo tiene acceso a ellos y los principales usuarios de esta red son los adolescentes. En esas edades, el individuo todavía está formando sus ideas y opiniones con respecto al mundo en general y con respecto al sexo, a la política y muchos otros temas en los que puede ser influido fácilmente. En ese contexto, este tipo de contenidos alimentan la cosificación de la mujer, las agresiones verbales y el menosprecio, los prejuicios físicos y muchas otras taras con las que la sociedad actual trata de lidiar. *ElrubiusOMG* utiliza también de forma muy marcada este tipo de comentarios en busca del humor fácil, sin la consciencia aparente de que la

mayor parte de sus seguidores están en esa edad tan fácilmente influenciable y que todo lo que aprenden en su canal pueden llegar a incorporarlo a su vida diaria y su ideología.

En vídeos sobre atuendos concretos para citas o tips y trucos para citas y relaciones, encontramos representados los roles de género en comentarios como el siguiente de *Katie Angel*:

Siguiente punto... ¡No! ¡No lo beses! Aunque te mueras de ganas... No lo hagan. Miren que esos labios valen mucho más que eso... ¡Deja que el hombre muestre interés en la primera cita! ¡No te le tires encima! ¡Deja que sea él el que dé ese primer paso! (10 COSAS QUE NO DEBES HACER EN TU PRIMERA CITA ¡NO LO HAGAS!)

En este tipo de comentarios vemos el rol masculino representado como activo y el femenino como pasivo, al mismo tiempo que como premio después de un trabajo, como una conquista. Sin embargo, frente a estos comentarios, encontramos otros vídeos que critican comportamientos machistas como calificar a una *youtuber* por su aspecto en lugar de por el contenido de sus vídeos, sobre todo por parte de mujeres. En otro de sus vídeos Katie Angel reproduce algunos de estos comentarios recibidos y reflexiona al respecto:

[...] mujeres... ¡Qué fácil es criticarnos entre mujeres! Qué fácil y qué sabroso es pisotear a la otra porque le veo algo que yo no tengo o porque quisiera vivir algo que ella está viviendo... o porque simplemente me dio la gana, me levanté de mal humor y ah, esta es la de los ojos bonitos... esta es la que voy a pisotear hoy. (ENFRENTO a los ACOSADORES y HATERS de mi FOTO POLÉMICA en INSTAGRAM)

Es decir, podemos ver que, mientras se reproducen comportamientos y roles en ciertos aspectos por parte de la *youtuber*, también se realiza una cierta crítica, aparece una voluntad por romper roles y actitudes que tienen que ver con los estereotipos, y no es exclusivo de *KatieAngel*, sino que constantemente, constatamos la convivencia de mensajes contradictorios en estos canales, puesto que, junto con todos los consejos y trucos encaminados a «ser la mejor versión de ti mismo», conviven mensajes de aceptación, apoyo y empatía.

Esto hace pensar que la falta de autocrítica sobre estereotipos de este tipo de canales tiene más que ver con el desconocimiento que con la voluntad. En algunos de los países de origen de estas *youtubers* no se aprecian ciertos comentarios o actitudes como algo

estereotipado, machista o sexista en general, por lo que, para evitar continuar alimentándolos, haría falta una concienciación y un análisis externo que les ayudase a cambiar en cierta medida el ojo crítico.

Sin embargo, como ya se viene destacando, existen contraejemplos a los principales canales con contenido estereotipado, sea consciente o inconscientemente. Canales de moda y estilo de vida como el de Dulceida o de humor como el de YellowMellow o Ami Rodríguez, que, no sólo no recurren a los estereotipos de género para crear contenido de calidad, sino que, además, se toman momentos para reflexionar sobre ellos y otras problemáticas que afectan a la sociedad en la actualidad. Utilizan sus canales de manera más consciente, sabiendo que son una ventana al mundo y que tienen una influencia muy grande, y que esto puede afectar en mayor o menor medida al funcionamiento de la sociedad. Su influencia sobre el mundo puede ser muy grande y está en su mano definir la dirección hacia la que ejercerla y tomar conciencia del poder que esto supone, de manera responsable y sin tener que perder calidad en sus contenidos.

Asimismo, resulta interesante destacar las principales sorpresas de esta investigación. Por un lado, canales como *Patty Dragona*, *Makiman131* o *Willyrex* parecían, a priori, contener más estereotipos, sin embargo, en *Willyrex* son anecdóticos (y no olvidemos que tiene más de 4000 vídeos en su canal), mientras que en los canales de *Makiman131* y *Patty Dragona* no se utilizan estereotipos a nivel lingüístico, pero no quiere decir que no existan. Como se observó



MAKIMAN ME DICE QUE NO A TODO

1.9 M visualizaciones •

Imagen 244. Captura del canal de Patty Dragona

en sus fichas, las miniaturas de ambos canales contienen desde hace aproximadamente un año, un componente de reclamo sexual focalizado en ella, lo que constituye, en sí mismo, un rol estereotipado de la mujer. Sin ir más lejos, en esta miniatura observamos que la imagen, seleccionada del vídeo, va acompañada de un sugerente título que remite directamente al ámbito sexual.

Podemos constatar, por lo tanto, que el estereotipo se presenta, en la muestra que constituye este trabajo, en tres vertientes diferentes: por una parte, como esquema interiorizado que no se pone en cuestión (en ejemplos de *KatieAngel*); por otra parte, como

lugar común o tópico para la broma, tiene en común con el anterior que se encuentra parcialmente interiorizado, es decir, se asume que es así, pero de forma consciente se recurre a él para destacar su parte cómica (presente en ejemplos de *HolaSoyGermán* o *Jorge Cremades*); por último, comparte con el anterior lo que tiene de paródico, pero su intención final no es solamente la comicidad, sino que cuenta con un fuerte componente de crítica social (en ejemplos de *Malena Pichot*).

Algunas investigaciones sostienen que YouTube constituye un altavoz para todo aquel que quiera hablar por él, configurando personalidades muy diferentes de las que venimos de estudiar, como el caso de *Soy una pringada* y otros. A pesar de que ese halo de originalidad disruptiva conlleva cierta ruptura con los estereotipos convencionales, no podemos perder de vista dos cuestiones. En primer lugar, que un análisis profundo del discurso y de las actitudes puede mostrar cosas que en un primer momento nos han pasado desapercibidas y, teniendo en cuenta el grado de arraigo de ciertos clichés y la naturalización de ciertas actitudes, no sería en absoluto extraño. En segundo lugar, que YouTube no deja de ser un mundo virtual, movido en gran medida por los *followers* o seguidores, por lo que en muchos casos esa personalidad que admiramos es ficticia, es un personaje creado para tener éxito y movilizar unas determinadas cifras.

Efectivamente, el individuo tiene la posibilidad de apropiarse del relato y contribuir a su reproducción, pero también tiene, en teoría, la opción de construir un nuevo relato o modificar el existente. Sin embargo, conviene tener en cuenta el poder que aquí ejerce la pertenencia a una comunidad en la que las interacciones dependen en gran medida de los *likes* y del tiempo que la gente se mantenga viendo los contenidos para generar ganancias. Algunos *youtubers* (*Werevertumorro* y *DebRyanShow*, entre otros), han dedicado algunos de sus últimos vídeos a reflexionar sobre el daño que el cambio de políticas de YouTube les está generando, perjudicando especialmente a los creadores de contenido. *DebRyanShow* explica:

Al parecer aquí YouTube ni siquiera manda, los que mandan aquí verdaderamente son las marcas. Las marcas que manejaban la televisión restringiendo el contenido, ahora están en Internet, restringiendo todo a más no poder y a YouTube, como plataforma, solo le queda acatarse las reglas de las marcas, puesto que YouTube vive de lo que las marcas invierten en la plataforma, por lo tanto, YouTube tiene que restringir a los creadores de contenido a lo que quieren las marcas. A las

marcas no les gustan las groserías, a las marcas no les gusta el contenido sexual, a las marcas no les gusta absolutamente nada que no vaya con ellas, que no sea limpio, que no sea bueno, que sea inadecuado o muy extraño para su entendimiento [...]. (Los YouTubers) solo les platican lo felices que están. ¿Qué pasa si hablas de un tema bastante fuerte y que no vaya con las marcas? Simplemente, no ganas lo suficiente o te restringen las visitas o esconde el vídeo el algoritmo de YouTube». (*DebRyanShow - Borro los Videos Mas Vistos de Mi Canal | Perdí 80 Millones de Visitas*).

A propósito del algoritmo, no resulta extraño que canales con contenido interesante, innovador, reflexivo, de temáticas políticas o sociales, tengan tan pocas suscripciones y les cueste tanto crecer. Primero, porque el reclamo social que generan en un primer momento lógicamente no es el mismo, pero YouTube beneficia a los canales que más beneficio le dan, como corresponde a una lógica de mercado y esos canales son, hoy por hoy, los que mantienen a la gente durante más tiempo, viendo los vídeos hasta el final. Se produce una retroalimentación en torno a los mismos contenidos, por eso, a lo largo del desarrollo de este trabajo, hemos encontrado innumerables similitudes entre unos canales y otros, que responden a una fórmula que funciona.

Esa fórmula comparte muchas características con las fórmulas que se ofrecen en la televisión convencional: contenidos de relleno e irrelevantes, sin apenas carga social, con poca o nula reflexión que reproducen un esquema de poder preestablecido basado, entre otras cosas en estereotipos. Si reflexionamos acerca de los estereotipos que presentábamos en el marco teórico para la televisión y otros medios de comunicación y los buscamos en esta plataforma, nos encontramos con que los estereotipos están presentes exactamente igual, sin ninguna variación más allá del espacio en que se exponen. El contexto de YouTube nos ofrece otras cuestiones, otros aspectos sobre los que reflexionar más allá de la imagen, la voz y la gestualidad de la televisión, por ejemplo. En este caso, podemos atender a miniaturas y efectos, escenarios, publicidad en el entorno, etc.

Los jóvenes, sin reparar en esto, solo asisten a la evolución de los diferentes canales y ven cómo muchos de los *youtubers* a los que siguen comenzaron con un canal *amateur* y han ido profesionalizando su canal hasta convertirlo en su medio de vida. Estos comienzos, además, facilitan la identificación de los jóvenes con sus *youtubers* favoritos y contribuyen a alimentar la esperanza de ganarse la vida creando contenidos en la plataforma.

Por otra parte, cabe preguntarse por el nivel de responsabilidad de los comunicadores. Compartir información en los medios de masas conlleva a que el grado de impacto de esta información pueda llegar a ser mundial. La sociedad actual acoge una evolución determinada por la innovación y experimentación tecnológica y su uso para especular con la información. En este sentido, la repercusión de los conocimientos en la educación, como señalamos anteriormente, puede afectar a la evolución de la sociedad del conocimiento, en la tecnología y los avances que esta nos proporciona. Existen nuevas maneras de crear y transmitir conocimiento, cada vez más enfocadas hacia aquellos conocimientos que pueden ser traducibles a paquetes de información y, con ellas, viene de la mano el acceso tanto al contenido como a la comunicación en sí.

Hoy en día cualquiera puede llegar a crear contenido y depositarlo en la red, de tal manera que todo aquel que tenga un dispositivo y acceso a internet podrá recibirlo sin importar su situación geográfica. De este modo, por mucho que un maestro se esfuerce en educar a sus alumnos sobre información contrastada, por mucho que los padres de un joven se esfuercen en educarlo en valores, existe una ventana a través de la cual reciben otra información, que no necesariamente es conocimiento, pero que podrían llegar a interpretar como tal. Así, un vídeo en internet sobre teorías conspiranoicas puede llegar a convencer a un alumno de instituto de que la tierra es plana, pese a que ha estudiado que no es así. La manipulación de imágenes de aparente veracidad, de vídeos o de mensajes y teorías médicas pseudocientíficas falsas pueden llegar a convencer a un público que no haya sido educado para los nuevos medios de comunicación. Por este motivo, la presente investigación se centra en contenidos cuyo público mayoritario puede considerarse vulnerable porque todavía se está formando una idea del mundo, y la inclusión de estereotipos de género en contenidos de entretenimiento puede influir en su educación y en la convivencia que tendrá el individuo con los demás miembros de la sociedad.

Desde luego, el mundo de YouTube y de las redes sociales en general ofrece todavía para estudiar un amplio abanico de aspectos de extremado interés, no solo para el ámbito académico, sino también para la sociedad en general, que se expone a un mundo en el que la alfabetización digital y el espíritu crítico son fundamentales.

4.2. ANÁLISIS DE ENTREVISTAS CUALITATIVAS

La edad de los *youtubers* entrevistados es muy variada, y entre ellos contamos con un hombre y una mujer de más de 50 años, lo que consideramos que nos aporta una perspectiva de madurez y experiencia más completa. Normalmente, cada rango de edad intenta llegar a un determinado público, consciente de que sus inquietudes o afinidades pueden encajar mejor en un colectivo delimitado.

El salto a la plataforma de los *youtubers* a priori viene determinado por la necesidad de compartir su creatividad con gente que la sepa valorar, difundir una afición o una pasión que, de otra forma, es más complicado hacer llegar a un público concreto. Los más veteranos dan el salto un poco por curiosidad, por casualidad o por necesidad de expresarse en un medio en el que sea reconocido su esfuerzo y su dedicación.

Al estar en una plataforma libre, a diferencia de otros medios como pueden ser la radio o la televisión, no necesitan un reconocimiento previo para acceder a ella, simplemente pueden subir contenido independientemente de si luego llegan a tener seguidores o no. La facilidad y las herramientas necesarias para subir contenido facilitan la creación del mismo, ya que no requiere una gran inversión inicial, ni material audiovisual complejo.

La idea inicial, ya comentada, es la de llegar a un espectador o un colectivo que esté interesado en lo que el *youtuber* quiere difundir, tanto si es algo personal como si es algo más creativo o simplemente educativo o de divulgación.

Con el tiempo, ese contenido se va adaptando a la demanda de lo que los consumidores de contenido visualizan, haciendo que el creador de contenido se adapte a esas demandas y perfeccione más detalles y aspectos del mismo, desde la calidad de imagen y sonido, los efectos visuales, el tono de voz, el mensaje o el tipo de contenido a difundir, así como moderar o radicalizar el discurso dependiendo del número de visitas que esto genere. Cada público se suscribe a un canal buscando una determinada información o un determinado contenido que, de no ser lo que esperan, suele generar una bajada de suscripciones y de visualizaciones. Así que esto condiciona a algunos *youtubers* a encasillarse o a limitarse en cierto tipo de material audiovisual que mantenga su canal en número de visualizaciones, para que no decaiga. Superada una barrera de suscriptores, que puede variar entre 100.000 y 1.000.000 de usuarios, la exigencia se acentúa a la hora de

subir material nuevo, ya que puede tener el efecto contrario al deseado, al llegar a mucho más público.

Llegado este punto, algunos youtubers intentan mantenerse fieles a sus inicios, subiendo lo que les apasiona, mientras que otros creadores de contenido se adaptan a las nuevas demandas para monetizar sus visitas, llegando a añadir y perfeccionar el uso de herramientas de estadística y marketing digital, oratoria, edición de vídeo y audio, localizaciones en las que se graba el contenido, imagen y cuidado personal, tono de voz, gestualización, tendencias y una serie de pautas que generen más visitas y más *likes* en sus vídeos.

En la parte personal de cada youtuber, a todos les aporta algo positivo el hecho de subir contenido, ya que es su principal motivación. Desde la necesidad de difundir su creatividad, sus inquietudes, concienciar, debatir...hasta la idea de hacerse famosos, ganar dinero, tener una reputación y un poder de influencia que los haga sentirse mejores y con una autoestima más alta, todos buscan generar una repercusión a la hora de subir contenido a su canal.

En el papel opuesto como creadores de contenido, los *youtubers* son más diversos con respecto a su percepción de lo que YouTube les aporta como usuarios consumidores, ya que mientras unos apenas ven nada de otros *youtubers* en la plataforma, los hay que están compartiendo experiencias con otros creadores de contenido, desde buscar nuevas ideas, copiar contenido y modificarlo o no para subir a su propio canal, ampliar conocimientos en base a otros creadores, imitar patrones que generen más visitas, hacer círculos de amistades con gente afín a sus inquietudes y gustos, o simplemente visualizar temas que les interesen personalmente, aunque no tengan relación alguna con lo que ellos mismos generan para su propio canal.

La percepción que los *youtubers* tienen de la plataforma es la del hecho de estar todo muy encasillado y muy delimitado, sobre todo entre hombres y mujeres. En general, perciben que hay unos estereotipos y unos roles mayoritarios, en los que los hombres se decantan por *gameplays*, deportes, bromas telefónicas, retos, tutoriales de tecnología e informática... y las mujeres se centran más en manualidades, belleza, *tips* de automotivación, vida social, alimentación y estilo de vida.

También perciben que el contenido determina el número de suscriptores, ya que un contenido que sea tendencia genera muchas más visitas que un contenido que se salga de lo generalizado o de la norma. Temas tabúes no suelen ser tratados de forma positiva por los consumidores de contenido, siendo blanco de críticas, insultos, descalificaciones e, incluso, acoso. También reflejan la existencia de lo que muchos califican de «mal rollo», un ambiente negativo desde ciertos sectores de público, incentivados o no por otros *youtubers*, para descalificar ciertos vídeos subidos a un canal, generar comentarios negativos o simplemente intentar minar la autoestima y la moral del perjudicado por esos comentarios.

Los propietarios de un canal de YouTube con un cierto número de seguidores son conscientes de la influencia que sus publicaciones tienen entre el público al que llega el material audiovisual. Esto se puede llegar a trasladar hacia su vida personal, recibiendo mensajes en sus cuentas personales, a su número de teléfono particular, cartas a su domicilio, a ser abordados por la calle o en sitios públicos. Es un *feedback* constante entre creador y consumidor, con interacciones que a veces pueden llegar a ser negativas. Desde tener que rectificar un vídeo por error de contenido o información falsa, o crear uno nuevo con aclaraciones adicionales por algo que han dicho o hecho que genera debate y polémica, defenderse de comentarios de usuarios o de otros *youtubers* o rectificar declaraciones inapropiadas. Por una parte, hay *youtubers* que intentan ser autocríticos sabiendo que están influyendo en otras personas, moderando su discurso, intentando ser neutros en sus impresiones y valoraciones personales y respetando la diversidad de opiniones de los consumidores.

Por otra parte, están los que, siendo conscientes de su repercusión, la utilizan para beneficio propio, generando polémica, suprimiendo filtros de moderación en el discurso, exponiendo datos e información a sabiendas de que es falsa, incompleta o tergiversada, simplemente por el hecho de ganar más «likes» y más visualizaciones que generen beneficios, ya sean económicos o de reputación personal.

Con respecto a la publicidad, generalmente al llegar a un determinado número de suscriptores, algunas empresas y compañías se ponen en contacto con los canales que tengan más repercusión y que sean apropiados, para explotarlos como fuente de publicidad y beneficios, ofreciendo productos y muestras al propietario del canal, para que

las difunda y las comente en algún vídeo, exponga sus impresiones y genere interés en el producto, a veces, a cambio de recibir gratuitamente los productos de la empresa en cuestión, otras veces incluso recibiendo patrocinios por parte de esas compañías, llegando a poder ser imagen de empresa firmando contratos para asistir a eventos y ferias en los que promocionar un producto o generar una expansión de mercado hacia un determinado público.

Con respecto al papel que YouTube juega en nuestra sociedad actual, la media de edad de los usuarios cada vez es más baja, llegando a ser una herramienta potencial para influenciar y generar una opinión entre los consumidores. Esto es a la vez bueno y malo, ya que dependiendo del tipo de contenido, logra ser educativo en una parte de los usuarios, pero en muchos otros es muy negativo el hecho de que haya tanta desinformación, datos erróneos o sin contrastar, ignorancia o desconocimiento en los discursos de algunos youtubers, «salseo», cotilleos, odios y venganzas, insultos, descalificaciones gratuitas hacia colectivos o personas concretas y un largo etcétera de malas prácticas que pueden llegar a influir negativamente en el usuario que consume todo ese material audiovisual.

La idea de que YouTube es una plataforma libre, de fácil acceso para cualquiera y con bastante margen para subir cualquier tipo de contenido que respete las normas de uso de la web, la hace apropiada para que muchos nuevos creadores de contenido se animen a emular a sus ídolos audiovisuales, como si de futbolistas o actores se tratase, generando la sensación de poder hacerse ricos y famosos con poco esfuerzo y poca inversión inicial. Una creencia errónea, ya que la principal motivación de YouTube como empresa, es promover un gran número de visualizaciones y de tener un gran alcance entre el público consumidor, para así poder monetizar todo ese tráfico de usuarios en forma de publicidad agregada al canal o *links* a otras webs. Así que internamente se promueve el fomentar determinado tipo de canales que reciban muchas visitas en detrimento de otros que no lleguen a un determinado número de suscriptores o de minutos visualizados. Esto trae una «discriminación» hacia cierto tipo de contenidos y variedad de los mismos, siendo los menos populares los más perjudicados con respecto a los que son tendencia o tienen más tirón entre un público más generalizado y heterogéneo.

Algunos *youtubers* prefieren ser naturales, ser ellos mismos cuando crean contenido, centrarse en sus inquietudes personales y en lo que verdaderamente les apasiona. Otros

en cambio, prefieren crear un personaje en torno al que generar contenido para el canal, llegando a ser totalmente diferente la impresión que causan dentro y fuera de la plataforma web. Sin embargo, aunque utilicen un personaje para crear el material audiovisual en el canal, siempre hay una parte personal de cada uno en la que orientan el contenido a sus ideales y sus creencias, a sus gustos, inquietudes o percepción personal de las cosas. A algunos no les importa en absoluto la imagen que puedan llegar a proyectar en los suscriptores, pero otros se toman muy en serio el papel, tanto para poder ser ellos mismos como para que el personaje que interpretan sea lo más real o creíble que se pueda.

En cuanto a los estereotipos de género, todos son capaces de definirlos de forma más o menos acertada y son conscientes de su existencia, aunque algunos no son capaces de hacer una autoevaluación de si en su canal los reproducen o hasta qué punto llegan a utilizarlos, consciente o inconscientemente, lo que dificulta la lucha contra los estereotipos y la reproducción de determinados esquemas de pensamiento.

En algunos casos los exageran, como forma de crítica o de "humorización" de los mismos, en otros casos realmente no son capaces de dar ejemplos de los que utilizan habitualmente o, simplemente, no tienen constancia de que los estén utilizando.

La influencia del contenido de Youtube es cada día más importante, su consumo va en aumento, llegando a aislar de la realidad cotidiana a muchos usuarios, prefiriendo la interacción virtual con los creadores de contenido antes que con los amigos y familiares que les rodean. La influencia es tal que en algunos casos pueden llegar a imitar comportamientos, patrones de conducta inapropiados o tomar como válidas creencias erróneas sin base científica o moral alguna. Los filtros que YouTube utiliza para controlar determinado tipo de información son escasos e insuficientes, llegando a casos en los que el contenido de algunos canales genera desinformación y tergiversa la realidad, siendo replicada una y otra vez y difundiéndose viralmente en las redes sociales y entre otros usuarios hasta el punto de parecer veraz a los ojos de alguien que no esté bien documentado en el tema a tratar. Al mismo tiempo, como herramienta, también puede ser utilizada para visualizar colectivos y situaciones, realidades ignoradas, opiniones minoritarias, injusticias e información relevante poco conocida. El uso responsable que se le de a la plataforma como herramienta divulgativa, al final, queda en manos del creador del contenido de cada canal.

Tiene un gran potencial como vehículo para hacer llegar a la gente cuestiones de relevancia, aunque esto actualmente está poco explotado, siendo el contenido de «consumo rápido» (haciendo referencia al mismo como si consumiésemos comida basura), un contenido «masticado» y procesado para que sus potenciales consumidores no tengan que pensar demasiado y sea entretenimiento rápido y fácil de «digerir». La percepción que tienen los *youtuber* que crean contenido más crítico, complejo, elaborado y con datos contrastados es la de que no tiene tanta repercusión y visibilización en la plataforma, que el esfuerzo y la dedicación que conlleva generar ese tipo de material no compensa demasiado con los resultados obtenidos en forma de «likes» y de suscriptores, aunque siempre consiguen tener un público más o menos fiel y que valora este tipo de recursos que se salen de las tendencias y de lo más consumido por los usuarios de YouTube.

También influye el género en el tipo de material creado, ya que hay mujeres y hombres que se salen del estereotipo y son mejor valorados que los que no se salen del guión preestablecido. Al mismo tiempo, reciben más críticas cuando intentan hacer una valoración personal de ciertos estereotipos que están socialmente arraigados en la sociedad y que son motivo de discusiones y polémicas hasta el extremo de llegar a amenazar e insultar a determinados *youtubers* por generar opiniones al respecto.

5. CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo, hemos reflexionado acerca del papel que los *youtubers* cumplen en tanto que perpetuadores de los estereotipos de género en la sociedad. De forma inconsciente en unos casos, de forma deliberada en otros, lo cierto es que los estereotipos aparecen en todos los planos de la sociedad.

Al tratarse de un medio relativamente novedoso, que abre sus posibilidades expresivas a toda la ciudadanía y se postulaba como altavoz de la sociedad, valorábamos la posibilidad de que los comunicadores que utilizan esta plataforma sostuvieran otro tipo de discurso opuesto o, cuanto menos diferente, al de los medios tradicionales. Sin embargo, nada más lejos de la realidad, bajo la capa de modernidad que envuelve todo lo proveniente de Internet y las redes sociales, nos encontramos con el mismo discurso androcéntrico que viene reproduciéndose desde el principio de los tiempos, como vimos en el marco teórico.

La rentabilización que Google hace de su plataforma de vídeos pasa por reproducir el mismo discurso de poder establecido que ya reproducían otros medios de comunicación de masas como la radio o la televisión, en los cuales las mujeres cumplen un papel secundario, de apoyo, de cuidado, de atención al otro, en relación con ese carácter sumiso y pasivo que se nos asocia.

Para reproducir ese discurso, YouTube se basa en la repetición de patrones y formulas de entretenimiento vacías de contenido social y crítico y en la ocultación o no-recomendación de todos aquellos contenidos que considera inapropiados. No hace falta pensar en violencia o pornografía, mucho contenido LGTB es considerado inapropiado o tiene restricción de edad, por lo que no aparece entre los recomendados.

Es a través del algoritmo que muchos de los vídeos más interesantes se pierden en un mar de contenido insustancial e irrelevante. Por lo tanto, ¿es YouTube una herramienta de empoderamiento? No, no lo es. A nivel técnico, a nivel potencial, cumplía muchos de los requisitos que podríamos necesitar para visibilizar cualquier colectivo que necesite atención y, sin embargo, la lógica de mercado impera en la gestión por lo que, al igual que en los medios de comunicación tradicionales, son corporaciones las que al final deciden lo que se puede y lo que no se puede ver. Aunque cada uno tenga en su casa el poder de subir

lo que quiera a la plataforma, el poder de la información y el poder de la difusión es un poder más grande todavía.

En este contexto, los *youtubers* no son sino herramientas de marketing utilizadas para generar ingresos, para ellos mismos y para la plataforma. Considerados así, hasta cierto punto poco o nada pueden hacer para cambiar un discurso hegemónico, teniendo en cuenta que es la fuente de sus ingresos. Sin embargo, algunos *youtubers* como *Willyrex* o *YellowMellow*, por citar dos canales que hacen contenidos diferentes, han conseguido encontrar la fórmula para mantenerse en un equilibrio entre la colaboración con la plataforma y la reproducción de la menor parte de discurso mayoritario posible. El caso de *Willyrex*, como el de otros, se basa en un alto grado de profesionalidad, teniendo claro que su público es, en su mayor parte, muy joven, por lo que evita recurrir a la grosería fácil y a la violencia verbal, acercándose a una figura para todos los públicos.

Por otra parte, *YellowMellow* y otros canales, como el de *Dulceida*, por ejemplo, aun estando aceptadas en el contexto de la plataforma, llevan implícita, en cierta medida, una ruptura con el estereotipo de género dicotómico que venimos señalando, ya que no responden a un patrón heterosexual y, además, utilizan sus canales para tratar temas sociales de gran relevancia, como el tabú de la transexualidad.

Esta ruptura de los estereotipos y el mantenimiento del éxito en la plataforma nos anima a pensar que quizá se puede encontrar el equilibrio. Sin embargo, para ello son precisas dos cosas: que los comunicadores sean conscientes de que, en cierta medida, son educadores también, porque tienen una proyección global en la red y tienen cierta responsabilidad por ello; y que desde la escuela y las familias se abogue por una mirada crítica a todo lo que proviene de Internet y de los medios de comunicación de masas, para tratar de encontrar verdades entre tanto ruido. Para seguir trabajando a favor de la igualdad de género es necesario adoptar una perspectiva de género que nos permita identificar cuáles son las razones y los orígenes de la discriminación. En la base de esta discriminación se encuentran, entre otras cosas, los estereotipos de género.

Las entrevistas y el análisis de los vídeos (recordemos a Katie Angel) nos han mostrado que, aunque muchas personas saben definir qué es un estereotipo de género, en qué consiste y poner algún ejemplo, no son capaces de valorar si en sus canales o en otros están

presentes, lo que indica que falta un análisis crítico práctico, una puesta en práctica de los conocimientos que tenemos con respecto a los estereotipos para su identificación y puesta en cuestión. Solo poniéndolos en cuestión, podemos desterrar los estereotipos negativos que generan las discriminaciones.

6. LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Las limitaciones a la hora de realizar esta investigación han sido muchas. Por una parte y quizá, la más importante, ha sido la dificultad para contactar y entrevistar a los *youtubers*. Por otra parte, la dificultad a la hora de categorizar los estereotipos se presenta en frases que presentan varios estereotipos o cuya connotación positiva femenina conlleva la negativa masculina.

Por la naturaleza difícilmente abarcable de la complejidad del tema de esta investigación, muchas cuestiones que podrían haber resultado importantes e interesantes han tenido que quedarse fuera. Sin embargo, se entrevén diferentes flecos de los que tirar para completar un poco más el análisis de la repercusión de los estereotipos de género en los jóvenes desde la plataforma YouTube.

Sin necesidad de apearnos de esta plataforma en cuestión, se plantea la posibilidad de realizar un análisis desde el otro lado, es decir, desarrollar un estudio de las implicaciones reales y de las repercusiones que estos YouTubers tienen sobre los jóvenes. Conocemos la problemática y sería interesante conocer también la talla de la repercusión que genera. De este modo, una posible línea de investigación sería estudiar comportamientos en una selección de jóvenes, conocer su uso de la plataforma y la visión que tienen de los *youtubers*, con el fin de ver hasta qué punto están educados con un ojo crítico y el nivel de influencia que pueden generar los contenidos de YouTube en su educación.

Otra de las posibles vías con las que se podría completar esta investigación podría ser mediante el salto a otras plataformas de contenido digital, en las que los jóvenes conviven con información, de la misma manera que en YouTube, que no pasa filtros sobre estereotipos o contenidos de similar naturaleza. Desde redes sociales como Instagram o Facebook, donde también se comparte contenido audiovisual, además de noticias, imágenes, textos, etc., a otras plataformas de contenido audiovisual como puede ser la plataforma Vimeo.

Por supuesto, los estereotipos de género son solamente un ejemplo de contenido que puede llegar a ser pernicioso para la educación de los jóvenes. Por este motivo, sería interesante complementar esta investigación con el análisis de estos otros contenidos, que podrían ir desde estereotipos de otra naturaleza, comportamientos xenófobos y violencia,

hasta las teorías conspiranoicas que llegan a atentar incluso contra la salud pública, con teorías antivacunas, críticas con datos falsos a la medicina real, y un largo etcétera de contenidos. Estos conforman el lado oscuro de la libertad que proporciona YouTube y, por extensión, las nuevas plataformas de comunicación.

Tras esta investigación, sería ideal que aparecieran nuevas aportaciones de otros profesionales investigadores con inquietudes similares, que pudieran arrojar nuevos datos y puntos de vista sobre los temas aquí tratados. Asimismo, sería conveniente una continua actualización, comprobar la validez de este estudio en un futuro próximo y las utilidades que pudiera tener, además de los avances y evoluciones tanto en la plataforma como en la sociedad con respecto a los estereotipos de género. De este modo, podremos ver la repercusión que tienen los youtubers y la responsabilidad que asumen al generar contenido, y si los cambios sociales influyen o no en el contenido creado, es decir, si llega a haber una concienciación en los comunicadores de la plataforma YouTube.

7. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

- ACADEMIA MEXICANA DE LA LENGUA (2010). *Diccionario de mexicanismos*. Recuperado de: <https://www.academia.org.mx/index.php/obras/obras-de-consulta-en-linea/diccionario-de-mexicanismos>
- AGUADED, J. I.; HERNANDO-GÓMEZ, A. y TELLO-DÍAZ, J. (2011). El análisis de estereotipos femeninos en una ludoteca virtual «Rostros de mujer». *Revista Ciencias Sociales*, (3)133-134, 99-112.
- ALONSO, L. E. (1998). *La mirada cualitativa en Sociología*. Madrid, España: Fundamentos.
- AMOSSY, R. (1989). La notion de stéréotype dans la réflexion contemporaine, *Littérature*, 73 (pp. 29-46).
- AMOSSY, R. y HERSCHBERG, A. (2001). *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires, Argentina: Eudeba.
- ANDERS, V. et al. (2001-2018). Etimología de *naco*. Recuperado de <http://etimologias.dechile.net/?naco> (Consultada el 27 de julio de 2018).
- APARICI, R. (2010). *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*. Madrid, España: Editorial UNED.
- APARICI, R. (2008). Educación para la comunicación en tiempos de neoliberalismo. *Comunicación educativa en la Sociedad de la Información*, 403-414.
- APARICI, R.; GARCÍA MATILLA, A.; FERNÁNDEZ, J. y OSUNA, S. (2009). *La imagen: análisis y representación de la realidad*. Barcelona, España: Gedisa.
- BALLARÍN, P. (1989). La educación de la mujer española en el siglo XIX. *Historia de la educación: Revista interuniversitaria*, (8), 245-260.
- BEAUVOIR, S. (1986). *Cahiers du féminisme*, 36. París, Francia: Editions Gallimard.
- BEAUVOIR, S. (1976). *Le deuxième sexe*. París, Francia: Editions Gallimard.
- BELMONTE, J. y GUILLAMÓN, S. (2008). Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 31, 115-120.
- BERGANZA, M. R. & DEL HOYO, M. (2006). La mujer y el hombre en la publicidad televisiva: imágenes y estereotipos. *ZER – Revista de Estudios de comunicación*, 11(21), 163-177.
- BERZOSA, M. (2017). *Youtubers y otras especies. El fenómeno que ha cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales*. Madrid, España: Ariel, Fundación Telefónica.
- BONILLA-CASTRO, E. y RODRÍGUEZ, P. (1997). *Más allá del dilema de los métodos*. Bogotá, Colombia: Ediciones Uniandes-Grupo Editorial Norma.

- BOSCH FIOL, E. y FERRER PÉREZ, V. A. (2003). Fragilidad y debilidad como elementos fundamentales del estereotipo tradicional femenino. *Feminismo/s*, 2 (dic. 2003), 139-151.
- BRUNS, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage*. Nueva York, Estados Unidos: Peter Lang.
- BUTLER, J. (2005). *Trouble dans le genre: pour un féminisme de la subversion*. París, Francia: La Découverte.
- CALLEJO, J. (coord.) (2009). *Introducción a las técnicas de investigación social*. Madrid, España: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- CALLEJO, J. y VIEDMA, A. (2006). *Proyectos y estrategias de investigación: la perspectiva de la intervención*. Madrid, España: McGraw Hill.
- CASTELLÓ, A. y DEL PINO, C. (2015). La comunicación publicitaria con *influencers*. *REDMARKA. Revista Digital de Marketing Aplicado*. Universidad de A Coruña – CIECID Año VIII, 14 (I), 21-50. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5159613.pdf>
- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid, España: Alianza.
- CASTELLS, M. (2001). *Internet y la Sociedad Red*. Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento (UOC).
- CASTELLS, M. (2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I La Sociedad Red*. Madrid, España: Alianza.
- CHARLES, M. (1989). Los medios de comunicación en la construcción de la cultura de los jóvenes. *Diálogos de la comunicación*, (25), 59-65.
- CHAUMIER, S. (2007). Modes de socialisation et construction des genres: l'exemple des jouets. En Centre Pompidou, Ministère de la culture et la communication et Institut National de la Jeunesse et de l'éducation populaire (INJEP). *Panorama Art & Jeunesse*. París, Francia: INJEP. Disponible en: <https://hal.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/480708/filename/20080519123136021.pdf>
- COLÁS, P. y VILLACIERVOS, P. (2007). La interiorización de los estereotipos de género en jóvenes y adolescentes. *Revista de Investigación Educativa*, 25(1), 35 – 58.
- CONNEL, R. W. (1997). La organización social de la masculinidad. En *Masculinidad/es. Poder y Crisis*. Santiago de Chile: Isis Internacional-FLACSO.
- CORBETTA, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid, España: McGraw Hill.
- CORREA, R. I.; GUZMÁN, M. D. y AGUADED, J. I. (2000). *La mujer invisible. Una lectura disidente de los mensajes publicitarios*. Huelva, España: Grupo Comunicar.

- DARÉOUX, É. (2007). Des stéréotypes de genre omniprésents dans l'éducation des enfants, *Empan*, 2007/1(65), 89-95. Disponible en: <http://www.cairn.info/revue-empan-2007-1-page-89.htm>
- DE COSTER, L. (2015). *Pourquoi les filles préfèrent-elles les poupées et les garçons les voitures? Les stéréotypes, l'identité et les rôles de genre chez les enfants : perspective développementale*. Université Libre de Bruxelles, Bruselas.
- DENZIN, N. y LINCOLN, Y. (eds.) (1994). *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, Estados Unidos: Sage Publications.
- FREUD, S. (1972). *Obras completas*. Madrid, España: Biblioteca Nueva.
- GARCÍA CAY, GARCÍA PEÑA, KENDALL y LIMA (2013). Youtube: la clave de los canales con mayor número de suscriptores en España. En PÉREZ-RUFÍ, J. P. (Ed.) *Industrias audiovisuales: producción y consumo en el siglo XXI* (6-28). Málaga, España: Eumed.net.
- GALÁN, E. (2007). Construcción de género y ficción televisiva en España. *Revista Científica de Comunicación y Educación*, 28, 229-236.
- GARCÍA, A.; (2001) *Educación y comunicación en Escuela y Sociedad 2001*. Ponencia inaugural de las Jornadas de Formación del Profesorado convocadas bajo el enunciado Lenguajes, comunicación y técnicas. Gobierno de Cantabria, Consejería de Educación y Juventud. Dirección General de Juventud.
- GARRALÓN, A. (2001). *Historia portátil de la literatura infantil*. Madrid, España: Anaya.
- GARRIDO, M. (2008). Redefinición de los masculino y lo femenino en la publicidad actual. *Publicidad y sociedad*, 210-214.
- GOFFMAN, E. (2002). *L'arrangement des sexes*. París, Francia: La Dispute.
- GONZÁLEZ, B. (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. *Comunicar*, 12, 79-88.
- HAN, B. C. (2012). *La sociedad del cansancio*. Barcelona, España: Herder.
- IBRAHIM, M. y ALAVA, S. (2014). Les images connectées : enjeux éducatifs des nouvelles pratiques médiatiques des jeunes, en *Ludovia 2014*. Unité Mixte de recherche en Education, Formation, Travail, Savoir. Science de l'éducation – Université Toulouse Jean-Jaurès. Disponible en: http://culture.numerique.free.fr/publications/ludo14/Ibrahim_Alava_Ludovia_2014.pdf
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA [INE], 2017. Población que usa Internet (en los últimos tres meses). Tipo de actividades realizadas por Internet. Recuperado de: http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925528782&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout

- JENKINS, H. (2006): *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Nueva York, Estados Unidos: Universiy Press.
- JUNG, C. G. (1984). *Arquetipos e inconsciente colectivo*. Barcelona, España: Paidós.
- KREDENS, É. y FONTAR, B. (2010). *Les jeunes et Internet: de quoi avons-nous peur? Étude sur les usages d'Internet par les jeunes*. Disponible en: http://www.generationcyb.net/IMG/pdf/Synthese_Frequence_Ecoles.pdf
- KRÜGER, K. (2006). El concepto de sociedad del conocimiento. *Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, 683(11).
- LARRAÑAGA, J. y RUÍZ, A. (2009). El modelo de negocio de YouTube. *Icono*, 14(12), 109-131.
- LIPPMANN, W. (1922). *Public Opinion*. Nueva York, Estados Unidos: Free Press.
- LYOTARD, J. F. (2012). *La condición posmoderna. Informe sobre el saber*. Madrid, España: Cátedra.
- MANZANO, M. A.; MARTÍNEZ, V.; LEÓN, L.; MACÍAS, I. y LÓPEZ, M. El éxito en YouTube: las Networks. En CASTRO, A. y PÉREZ, J. P. (2016). *Hacia la consolidación industrial del audiovisual online*. Málaga, España: Grupo de Investigación Edumed.net.
- MARAÑÓN, GREGORIO (1926). *Tres ensayos sobre la vida sexual*. Madrid, España: Biblioteca Nueva.
- MARTINEZ NORIEGA, D. A. (2014). Música, imagen y sexualidad: El reggaetón y las asimetrías de género. *El cotidiano*, (186), 63-67.
- MONTAÑA, M. (2016). Influencers y mucho más. *Comein*, 60 (noviembre), Universitat Oberta de Catalunya. Disponible en: <http://www.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero60/articles/Article-Mireia-Montana.html>
- MUROS, B.; ARAGÓN, Y. y BUSTOS, A. (2013). La ocupación del tiempo libre de jóvenes en el uso de videojuegos y redes. *Revista Comunicar*, 40, 31-39.
- NEGROPONTE, N. (1995): *Ser digital*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Atlántida.
- ÖZATEŞ, M. (2002). Étude du personnage féminin dans le roman du XIXe siècle suivant les idées de Simone de Beauvoir. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(9), 111-124.
- PÉREZ, M. L. y FERNÁNDEZ, C. (septiembre de 2009): Políticas de género y estereotipos sexistas en la publicidad de los medios audiovisuales. En *Actas del IX Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración "Repensar la democracia: inclusión y diversidad"*. AECPA, Málaga.

- PÉREZ-RUFÍ, J. P. y GÓMEZ, F. J. (2013). Nuevos formatos audiovisuales en Internet: cuando el usuario es quien innova. *Prospectivas y tendencias para la comunicación en el siglo XXI*.
- QUIN, R. (2010). Ideología y medios de comunicación. En APARICI, R. *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*. Madrid, España: Editorial UNED.
- ORTEGA (1998). Imágenes y representaciones de género. *Asparkía*, vol. 9, 9-20.
- PÉREZ-RUFÍ, J. P. (2011). YouTube ya no es tu televisión: cultura colaborativa y red comercial en el vídeo online. *Revista Comunicación*, 9(1), 146-162.
- REY BRIONES, A. (Ed.). (2007). *El cuento tradicional* (Vol. 30). Madrid, España: Ediciones Akal.
- RICHARDSON, J. G. & SIMPSON, C. H. (1982). Children, gender and the social structure: an analysis of the contents of letters to Santa Claus. *Child Development*, 53, 429-436.
- ROLLS, G. (2010). *Women can't park, men can't pack*. Londres, Reino Unido: Hodder&Stoughton.
- SCOLARI, C. y FRATICELLI, D. (2016). Nuevos sujetos mediáticos en el ecosistema de medios: el caso de los youtubers españoles. En el V Congreso de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual. ASAECA, Bernal, Argentina.
- SCOLARI, C. (2008): *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- SEGURA, A. Y BARBAS, Á. (2017). Relatos y contrarrelatos digitales: Nuevos medios, viejos conflictos. En APARICI, R. y GARCÍA-MARÍN, D. *¡Sonríe, te están puntuando! Narrativa digital interactiva en la era de Black Mirror*. Barcelona, España: Gedisa.
- SERRANO-BARQUÍN, H. (2006). Construcciones y figuraciones del estereotipo femenino en imagen y letra impresas. *La Colmena*, 50, 18-29.
- SIRI, L. (2008). Un análisis de YouTube como artefacto sociotécnico. *Diálogos de la Comunicación*, (77)9.
- SUÁREZ, J. C.; GUADARRAMA, L. A.; VALERO, J. y PANARESE, P. (eds.) (2017). *La desigualdad de género invisibilizada en la comunicación. Aportaciones al III Congreso Internacional de Comunicación y Género y al I Congreso Internacional de Micromachismo en la Comunicación*. Editorial Dykinson: Madrid, España.
- TAJFEL, H.; BILLIG, M. G.; BUNDY, R. P. & FLAMENT, C. (1971). Social categorization and intergroup behaviour. *European journal of social psychology*, 1(2), 149-178.
- TOFFLER, A. (1980). *The third wave*. Nueva York, Estados Unidos: Bantam Books.
- WILLIAMS, J. E. & BENNETT, S. M. (1975). The definition of sex stereotypes via the adjective check list. *Sex Roles*, 1(4), 327-337.

YANKE, R. (19 de marzo de 2018). El 21% de los adolescentes españoles hace un "uso compulsivo de las redes sociales". El Mundo. Recuperado de <http://www.elmundo.es/papel/historias/2018/03/19/5aafba44e2704e6c1d8b45ae.html>

8. ANEXOS

8.1. Ficha-modelo para el estudio de los YouTubers

<p>CANAL 3</p> <p><u>Ficha técnica:</u> Nombre del canal: Descripción del canal: País: Categoría / temática del canal: Género discursivo: Fecha de incorporación a la plataforma: Fecha del primer vídeo: Número de vídeos subidos: Número de suscriptores: Número de visualizaciones: Duración media de los vídeos: Duración total del contenido: Edad del youtuber: Social Blade Rank: Otros canales del <i>youtuber</i>:</p>
<p><u>Aspectos relacionados con la técnica del vídeo:</u></p> <ol style="list-style-type: none">9. Plano o encuadre10. Punto de vista y angulación11. Efectos12. Música13. Sintonías14. Uso de cabeceras y cierres15. Uso de separadores16. Miniaturas
<p><u>Aspectos relacionados con el entorno:</u></p>
<p><u>Aspectos relacionados con el contenido:</u></p> <ol style="list-style-type: none">4. Discurso5. Tono6. Gestualidad
<p><u>Feedback con el público:</u></p>

8.2. Formulario para la recogida y clasificación de ejemplos estereotípicos

Clasificación de fragmentos discursivos

Este formulario permite categorizar los diferentes fragmentos en función del tipo de estereotipos y facilita su clasificación, análisis y utilización. (Trabajo de Fin de Máster. Curso 2017/2018. Sara-Altair Rodríguez Palacios).

*Obligatorio

Nombre del Youtuber *

Elige ▼

Nombre del vídeo *

Tu respuesta

Intervalo (minutos) *

Tu respuesta

Fragmento del discurso *

Tu respuesta

Categoría del estereotipo *

- Estereotipos relacionados con el físico y el aspecto
- Estereotipos relacionados con comportamientos y actitudes
- Estereotipos relacionados con gustos y aficiones

Subcategoría del estereotipo *

Tu respuesta

Imagen 4. Captura de pantalla del formulario de recogida de datos, de elaboración propia

8.3. Tabla de comparación de datos

Nombre de canal	País	Categoría	Primer vídeo	Nº vídeos	Nº suscriptores	Nº visualizaciones	Duración media	Duración total
<i>HolaSoyGerman</i>	Chile	Entertainment	9/9/2011	137	34.423.361	3.607.508.812	5:24 min	12:20:39 h
<i>elrubiusOMG</i>	España	Comedy	3/1/2012	778	30.581.265	6.823.233.508	16:13 min	210:10:57 h
<i>Yuya</i>	México	Howto	23/7/2010	568	21.969.881	2.275.946.884	9:39 min	91:25:16 h
<i>Luisito comunica</i>	México	Comedy	3/5/2012	524	17.716.745	2.017.702.527	9:51 min	13:59:44 h
<i>Werevertumorro</i>	México	Howto	8/3/2007	1033	16.023.625	2.502.416.118	9:09 min	156:50:46 h
<i>CaELiKe</i>	México	Entertainment	28/10/2010	455	14.373.466	1.276.360.616	8:36 min	65:02:42 h
<i>Kimberly Loaiza</i>	México	People	2/12/2016	66	12.568.591	636.044.564	11:09 min	12:16:10 h
<i>Willyrex</i>	España	Games	2/9/2010	4297	12.251.023	2.820.253.329	17:38 min	1259:33:46 h
<i>Juan de Dios Pantoja</i>	México	Entertainment	26/03/2016	119	11.479.677	708.769.517	13:20 min	26:13:09 h
<i>Mariale</i>	EE.UU.	Howto	6/01/2010	825	9.785.888	852.238.860	9:23 min	129:14:50 h
<i>AuronPlay</i>	España	Comedy	21/10/2009	339	9.695.251	1.342.797.172	12:20 min	68:34:14 h
<i>Makiman131</i>	España	Entertainment	13/02/2013	2332	8.733.359	2.001.068.946	9:36 min	373:40:43 h
<i>DebRyanShow</i>	México	Comedy	6/11/2011	358	8.577.844	828.916.128	7:36 min	45:18:30 h
<i>Juanpa Zurita</i>	México	Comedy	5/04/2015	138	8.472.229	467.862.765	13:27 min	30:55:11 h
<i>DalasReview</i>	España	Entertainment	25/06/2012	758	7.953.218	1.603.466.000	10:38 min	134:33:01 h
<i>YosStop</i>	México	Entertainment	05/03/2011	511	7.867.942	753.882.066	7:07 min	60:45:59 h
<i>Wismichu</i>	España	Entertainment	25/02/2012	304	7.509.903	993.633.340	9:40 min	48:56:41 h
<i>Ami Rodríguez</i>	Colombia	Entertainment	10/06/2010	230	7.275.920	826.665.583	7:43 min	29:26:10 h
<i>Pautips</i>	Colombia	Howto	5/5/2012	436	7.138.326	509.989.174	9:09 min	66:38:40 h
<i>LA DIVAZA</i>	Venezuela	Entertainment	12/12/2012	111	7.133.678	465.284.157	8:08 min	14:46:36 h
<i>Katie Angel</i>	EE.UU.	People	26/05/2015	280	7.049.561	680.454.964	13:19 min	62:34:26 h
<i>Patty dragona</i>	España	Games	8/4/2014	1028	4.648.985	515.304.992	13:16 min	227:11:06 h
<i>Patri Jordan</i>	España	Howto	15/09/2010	452	3.983.683	529.521.690	4:35 min	34:34:14 h
<i>Lizy P</i>	España	Howto	30/07/2013	301	3.758.525	280.172.235	10:34 min	53:00:05 h
<i>Killadamente</i>	EE.UU.	Entertainment	14/02/2016	59	2.395.027	67.917.914	5:58 min	5:46:01 h
<i>Dulceida</i>	España	Howto	27/06/2010	190	1.962.628	212.135.353	9:28 min	29:59:56 h
<i>YellowMellowMG</i>	España	Entertainment	6/05/2010	316	1.702.721	143.510.047	6:27 min	33:56:09 h
<i>Jorge Cremades</i>	España	Comedy	4/03/2014	356	869.200	96.374.651	4:13 min	25:03:22 h
<i>Malena Pichot</i>	Argentina	Entertainment	2/08/2007	225	278.789	76.254.867	4:48 min	17:58:42 h
<i>Soy una pringada</i>	España	People	1/04/2015	75	228.292	21.207.60	13:59 min	17:28:28 h

8.4. Entrevistas a YouTubers

8.4.1. Entrevista a *MarginalMedia*

Cuéntanos un poco sobre ti... (edad, ocupación, estudios, intereses...)

Me llamo Santiago tengo 57 años. Nací y me crié en España, por toda España. Me formé profesionalmente como un actor, viví como actor y sobreviví en la profesión durante 15 años. Luego empecé a viajar... de eso hace ya 25 años. Hace ya más de 20 años me asenté en Australia, donde vivo. He vivido y trabajado en países como Japón durante un año, África dos años, en la República de las Maldivas seis meses. Aquí en Australia también trabajé como actor. Luego me reciclé, volví a la Universidad y me hice profesor. Trabajé como profesor de reemplazo durante unos años. Y bueno, pues ya me metí en YouTube en cuanto surgió, al principio. Ya llevo como 12 años y ahora mismo pues, para apartarme del trabajo en el ordenador, pues trabajo como jardinero y como árbitro... O sea, que hasta aquí, esa es mi vida.

Sobre YouTube y tu relación con la plataforma... ¿cómo decides convertirte en *youtuber*?

Fue un poco de casualidad... Cuando surgió la plataforma yo tenía una pequeña producción... compañía de cine. Había producido un corto documental para salvarle la vida a un amigo en África que estaba desaparecido. Tenía el material con lo que había filmado... Todo era de pobre calidad y como estaba claro que no iba a conseguir vender ese documental que hice a ninguna televisión establecida, pues aproveché que surgía la plataforma YouTube para ponerlo ahí y ya poco a poco empecé a subir otro material procedente de la compañía, en principio en inglés y por ahí ya me enganché. No tenía ninguna intención de ser *youtuber*, simplemente que es así es como entré en la plataforma.

¿Cuál es tu intención cuando decides embarcarte en este proyecto?

Mmm... ninguna en particular. Bueno, ya después de crear material, de empezar a engancharme en YouTube, quería sentir, crear, dar rienda suelta a mi creación, porque dejé de trabajar como actor... Vivo alejado de las ciudades, entonces ya me daba cuenta de que me suponía mucho esfuerzo acudir a castings. Y luego, el último par de castings, además, me escogieron para realizar papeles, pero eran papeles secundarios, con lo cual decidí yo mismo no ir porque me pagaban poco. Entonces dije: "Pues por lo menos mientras exista YouTube... Empecé a poder crear, estaba también... Vivo en el campo, en una zona rural con muy pocos habitantes y estaba bastante metido en la creación de grupos de teatro, era el director artístico de la compañía de teatro local y hacía cortometrajes con la gente. Pero era todo a nivel muy parroquial, muy aficionado... Entonces, YouTube me aportaba la posibilidad de tener una audiencia. Así que me metí, me enganché en lo

que dices «este proyecto» para dar rienda suelta a mi creatividad y poder seguir llegando a una audiencia medianamente amplia.

¿Qué crees que aportas a la plataforma? ¿Qué te aporta la plataforma a ti?

A mí la plataforma me aporta lo que te acabo de mencionar: la oportunidad de crear y de alcanzar una audiencia y de interactuar con gente que no tengo a mi alrededor, porque... no es... ni la gente habla en mi idioma y, además, ya te digo, yo vivo en un pueblo de menos de 1000 habitantes.

Yo creo que apporto ahora, en el último par de años, un tipo de contenido que escasea, un tipo de contenido que... que invita al debate, a la reflexión, al cuestionamiento de la realidad que nos rodea y espero, espero que accionar la gente a tomar decisiones para solucionar problemas reales que hay. Eso es lo que yo creo que apporto a la plataforma.

¿Cómo ves a los otros *youtubers*?

Los veo poco, veo muy pocos vídeos, conozco poco lo que hay por ahí afuera porque me centro mucho en mi propio trabajo y mis propios videos.

En este sentido, ¿percibes diferencias entre hombres y mujeres?

Sí, las percibo de lo poco que conozco, pues creo que se refleja en YouTube. YouTube refleja pues... lo mismo que refleja la televisión, y las diferencias entre hombres y mujeres que existen en la televisión, los tipos de programas que mujeres y hombres ven en la televisión, creo que eso se traslada aquí, a YouTube.

¿Crees que los *youtubers* ejercen algún tipo de influencia en sus seguidores/en la sociedad?

Creo que sí. Creo que, especialmente en la juventud, en la gente más joven, los *youtubers* ejercen mucha influencia y generalmente negativa, porque hay poca gente que haga videos, me parece a mí, dirigido a las más jóvenes e intentando influenciarles positivamente. Entonces, la gente que hace vídeos a los más jóvenes, pues a lo mejor son los... gurús, por decirlo alguna manera, más poderosos y son los que se dedican más al salseo, al pasteleo, a pegarse... Entonces no me parece positiva la influencia para la gente. La influencia, sí, ejercen una influencia muy fuerte y yo he tenido la fortuna, el misfortunio, la desfortuna de probarlo, porque yo he sido... a mí me ha caído el abuso y el acoso de un gurú con millones de seguidores y basta que dijese: «Pues mira, vayan y háganle esto, o llámenle pedófilo o tal, tal...». Pues me ha caído todo eso encima de una manera abrumadora. O sea, la influencia de los seguidores sí es clara. En la sociedad... también, también... pero es un tema más complejo. En la sociedad, a lo mejor, yo espero, que yo pueda hacer algo de influencia en una pequeña parte de la sociedad para influenciarla en el sentido de cuestionar la

realidad, la veracidad de la información, cuestionar quienes nos gobiernan, cuestionar muchos temas que nos afectan.

¿Está la publicidad presente en YouTube? ¿De qué forma?

Sí, está presente. ¿De qué forma? Habría que preguntarle a YouTube, yo eso no lo sé. Yo sé de la forma en que me bloquean, pero yo sé que tengo muy poca información y que cuando la busco en la empresa me solicitan... me dan muy poca información, me proveen muy poca información, con lo cual yo creo que esto es una cosa que YouTube se lo calla muy mucho, para darnos a cada uno... para controlarlo... En el desconocimiento está su ganancia, por así decirlo. Entonces, no sé. Está, está presente. Yo creo que YouTube da más poder a menos usuarios: quiere tener un núcleo duro de gente que hace un contenido repetitivo y que se conoce que puede controlar hasta cierta manera para que la publicidad vaya de golpe en estos... en estos... hacia estos usuarios y hacia este tipo de contenido, porque es más fácil de controlar y de tener menos... de que creasen menos problemas a la empresa, pues con sus... con quienes pagan por la publicidad, con las corporaciones que contratan la publicidad en YouTube. Si Google puede controlar mejor su programación como cualquier televisión establecida, pues sabrá mucho mejor cómo alocar, colocar en la publicidad de las empresas, por lo que le pagan, porque en principio somos muchos, subimos contenido muy variado y cualquier cosa (como ya ha pasado en el pasado) puede disgustar a quién impone, a quienes pagan por la publicidad, y en ese sentido, para ahorrarse problemas, yo creo que YouTube simplemente va a controlar el contenido y controlar lo que más puede regular y eso afecta a muchos que se quedan o nos quedamos, en gran medida, fuera, para concentrar esa publicidad en un núcleo duro de gurús que ellos mismos promueven y un contenido que publicitan hasta la saciedad y que limeta la plataforma.

¿Qué papel crees que juega YouTube en nuestra sociedad actual?

Creo que es una website audiovisual de entretenimiento y poco más allá. Es un papel... Al ser la más grande, pues sí ejerce influencia en la sociedad, pero no especialmente positiva. De hecho, es más y más una... Está creando un producto audiovisual de entretenimiento puro y duro y yo creo que lleva pasos activos para deshacerse de cosas marginales o con posibilidades de que la plataforma crea por otras maneras, que producen menos beneficio económico. O sea, que es una gran empresa audiovisual de entretenimiento regida por el beneficio, como cualquier corporación.

¿Qué piensas de que los jóvenes quieran convertirse en *youtubers*?

Pues nada en especial. Lo mismo que pienso de que quieran convertirse en futbolistas o estrellas de cine que... los jóvenes pues persiguen las luces de colores y la fama, antes que llegar a la madurez y saber lo que requiere cada trabajo. El trabajo de *youtuber* es realmente duro y repetitivo. Tiene

sus partes estimulantes, pero a lo mejor de cada vez que inicias un tema que te despierta la curiosidad y un proceso de exploración del tema, de construir un texto, pero una vez que ya lo tienes, la voz hecha... ya te metes a editar y eso, problemas técnicos... Y luego subir videos e interactuar con la audiencia. Recibes muchos insultos, ataques... No es un trabajo agradable, a no ser que tengas un compromiso con la creación. Te tiene que gustar, el que lo persiga por solo la fama, por querer ser como una estrella de los videojuegos, una estrella de los *youtubers*, pues, pues ahí están los padres para educar y decir «mira, hijo, no todo el mundo es la fama, hay que sudarla, hay que conseguirla. Si quieres hacer esto, conoce el oficio y, si te gusta el oficio, pues a por ello»; pero si no, pues eso va a requerir mucho esfuerzo. Yo, si tuviese un hijo, no le animaría especialmente a ser *youtuber*. Le animaría a crear, sí, pero no a ser un *youtuber*. Además, no dentro de esta plataforma.

Con respecto a tus contenidos... ¿qué tienes en cuenta a la hora de publicar un vídeo?

Que capturen mi interés y que pueda y piense que va a capturar el interés de una audiencia hacia afuera. Ocasionalmente, publico contenido, pues por el mero entretenimiento o para satisfacer una curiosidad o para informar alguna frivolidad. Ocasionalmente. Pero, en general, pienso que el entretenimiento por el entretenimiento es un poco una frivolidad inútil, y quiero entretener, pero aportando algo, alguna sustancia de algún tipo cuando digo... Y no es principalmente información. El producto que llevo creado en los últimos dos, tres años, se llama cortodocumentales y es parte de una noticia, o reflejar, o debatir sobre un conflicto social, reflejar algo que a mí me preocupa, que se refleja en el mundo de algún tipo, con el medio ambiente, o injusticias sociales, violación de derechos humanos... y propongo el tema. No lo propongo de la manera de un documental porque no tengo la capacidad analítica, ni el compromiso, ni el tiempo para, para... ni el rigor periodístico...

No uso palabras como «investigación» o «periodismo» en mis cortodocumentales porque no son documentales. Prefiero, uso «información», sí; pero que la gente aprenda no es la prioridad de mis de mis cortodocumentales, no que aprenda información, porque cualquiera puede encontrar más información que yo si se pone a ello. Entonces, despertar la curiosidad sobre el tema que propongo, invitar a la reflexión, invitar a la acción, el cuestionamiento, inspirar a alguien hacer algo son objetivos más prioritarios a la hora de publicar un contenido. Si es lo que preguntas, para mí antes que informar, o sea, un corto documental no es un documental, de la misma manera que un cortometraje no es un largometraje, y por ahí me podría explayar.

¿Hay temas “tabú” en tus vídeos? ¿Hay temas de los crees que no hablarás en tus vídeos? ¿Por qué?

No, no tengo temas «tabú». De hecho, si los tuviese, me iría mejor como *youtuber* comercialmente, crecerían más los canales y la network que tengo. De hecho, yo sé si no hablase de política, o de religión, o qué sé yo, de machismo o de emigración, ..., me iría mejor, porque son temas que nos reflejan. En un momento, nos tocan la fibra por un lado o por otro y en el momento que planteas, cuestionas, invitas a alguien a criticarse, a analizarse a sí mismo o lo que le toca de cerca, o su gobierno, o su país, o las costumbres de su pueblo, tauromaquia, como un video que hice que me pegué con todos los de mi pueblo. Tuve que cortar el debate, porque tengo familia que van allí, que veranean... no voy a amargar a todo el mundo. Es difícil, pero no tengo temas «tabú» y eso me crea complicaciones a diario y porque... porque mi trabajo perdería mucho sentido si tuviese temas «tabú». por eso pienso que no deberían de existir, no los tengo.

¿A qué franja de edad crees que se dirigen tus vídeos?

A la gente más madura, entre 25 y 45 años es mi audiencia. Ocasionalmente, claro, como tampoco... La mayoría de la audiencia está... es más joven, pues ocasionalmente intento hacer vídeos que sean para la gente más joven y alcancen... y más frívolo, pero entonces desengaño o desencanto un poco a la audiencia más madura. Pero mi edad es esa, a partir de los 25 hacia arriba hasta los 45 o por ahí.

¿Consideras que la imagen que se proyecta de ti en tus vídeos es una imagen real (fiel a tus opiniones, comportamientos, etc., de la realidad)?

Sí, en la actualidad más o menos lo es.

¿Qué imagen te gustaría proyectar o qué te gustaría que percibieran de ti tus seguidores?

Un poco pues lo que he venido mencionando de fondo. Creo que mis seguidores perciben de mí, a estas alturas, la imagen real y que a mí me gusta proyectar un poco, que es de compromiso con el mundo, de una preocupación responsable y sin traumas y sin agobios, pero con lo que nos rodea, con el mundo que vivimos, con quienes nos gobiernan, con costumbres y actividades que vemos en nuestro vecindario y que puede que no estén bien... ser un poco más conscientes y reflexionar la vida. Sin reflexionar no vale la pena ser vivida. Entonces, esa es la imagen que yo proyecto.

¿Crees que tu contenido ejerce algún tipo de influencia en las personas que ven tus vídeos?

Creo que sí, creo que sí, o a lo mejor es que me gusta a mí pensar que sí. Pero por los comentarios que recibo... Yo interactúo mucho con los comentarios y leo los comentarios bajo mis videos y sí, hay gente que me da una apreciación sincera y me dice: «Mira, este video me ha ayudado con esto,

me ayudado a ver esto de esta manera, o nunca había reflexionado sobre esto, me ha abierto los ojos».

Antaño solía hacer bastantes videos de autoayuda porque me considero una persona afortunadamente feliz y entonces quería compartir las claves de cómo yo he llegado a ser feliz. Entonces, hacía bastantes vídeos reflexionando sobre el comportamiento, maneras de pensar, de ver la vida... Y por ahí también recibía muchos comentarios que me hacían ver que influenciaba a las personas. Pero también ahora, con los cortodocumentales en temas sociales hay gente que pregunta, quiere saber más y me doy cuenta de que les estoy influenciando, que el tema que ha tocado el cortodocumental les ha impactado de alguna manera y quieren hacer algo y saber más. Por lo tanto, sí. Creo que mi contenido ejerce algo de influencia; poca, porque no hay mucha audiencia, pero algo sí.

Como persona que publica contenido en una plataforma de libre acceso, ¿crees que tienes algún tipo de responsabilidad, algún tipo de papel?

Sí, creo que ya te lo acabo de responder. Respeto totalmente a quien crea contenido (y yo lo he hecho en el pasado) simplemente para su propio placer y para su propio entretenimiento o para el mero entretenimiento de la audiencia. O sea, respeto a alguien que no cree más contenido que videojuegos en directo, o cualquier cosa, lo respeto 100%. Desgraciadamente, yo ya estoy muy mayor para eso. De pronto, una vez me he metido en un camino un poco del que no puedo dar marcha atrás y no es un camino que haya escogido libremente, sino en el que la audiencia, de alguna manera, me ha ido empujando y ahora no sé... A lo mejor algún día me retiro y vuelvo y empiezo a hacer videos sobre... sobre qué sé yo... comentarios de fútbol, o los que hacía al principio, sobre actuaciones y comedia y contar historias y 100% cosas de ficción; pero ahora mismo, en el punto en el que estoy, yo tengo la responsabilidad de... Bueno, cualquier *youtuber*, de pulir contenido y la responsabilidad, por lo menos, de no hacer daño a otros, de minimizar lo negativo y, aunque sepas que estás haciendo videos basura, por así decirlo, para el consumo mayoritario de... bueno, vídeos que no van a ninguna parte, mero entretenimiento 100%... intentar no abusar de ello o... no sé. Yo creo que sí, que la gente tiene que tener un... Que hay que ser responsable. Cualquier comunicador o *performer* que llega a una audiencia tiene que tener una responsabilidad sobre lo que aporta intentar no abusar de ello.

¿Cómo es el *feedback* que recibes de tus seguidores? (No solo directamente en YouTube, sino a través de otras redes sociales)

El *feedback* es mayoritariamente positivo. No quiero repetirme, pero yo me enfoco en el positivo. Y es el *feedback* positivo por el que sigo haciendo el material que hago, o sea, el que me ayuda a

continuar de la manera que lo estoy haciendo. Hago lo que hago y estoy creando este tipo de cortodocumentales por el *feedback* específico de un puñado de seguidores que es lo que quieren ver y lo aprecian con sinceridad. Aparte de eso, te vienen muchos insultos, te vienen muchos abusos, te vienen... Yo soy alguien que he reaccionado contra el abuso y el acoso que he sufrido de otros *youtubers* aquí, en YouTube, y también me viene gente que, como quieren que siga metiéndome, defendiéndome contra estas otras personas, pues me vienen, me incitan, me hacen de troles... Pero también me siguen viniendo muchos insultos.

El *feedback* es variado. El *feedback* te viene de todo, como en cocina, y realmente en YouTube, en general, hay bastante mal rollo.

En relación con el núcleo de mi trabajo, ¿qué entiendes por *estereotipo de género*?

Creo que te refieres a que todos tenemos, bueno, que puede haber una visión estereotipada tanto en los hombres como en las mujeres de cómo se comportan los hombres y qué les gusta, y lo mismo de las mujeres. Creo que eso es el estereotipo de género.

¿Crees que ese tipo de comportamientos/ideas/opiniones están presentes en YouTube? ¿Y en tus vídeos?

Sí, sí, y los creadores respondemos a eso, yo creo que en general. Los seguidores conocen más la plataforma que yo como audiencia, ya te digo, yo como espectador veo muy poco YouTube, pero lo que veo es que las mujeres crean más, están más interesadas en crear vídeos y ver vídeos de moda, de cocina, de belleza, de manualidades, películas... También les interesan los temas de misterio, asesinatos sin resolver, series... Mientras que a los hombres les gustan más los videojuegos, los canales de fútbol, los canales de política, las peleas, deportes, o sea, lo mismo que se refleja en el salón de la casa, lo mismo se refleja en YouTube.

En eso no hay diferencia con la televisión. En mis videos, los estereotipos yo intento evitarlos, pero tampoco lo sé. Esto te lo podrían decir los espectadores que me ven, mejor que yo, si tengo estereotipos. De hecho, me gano mucho rechazo, por ejemplo, porque si tengo un estereotipo a lo mejor, defiendo a las mujeres y tengo varios videos sobre el abuso sexual, los femicidios o feminicidios. Entonces, como 3 de cada 4 de mi audiencia son hombres encuentro mucho rechazo por ahí. Me pego con muchísima gente. Quiero decir me pegan. No sé si tengo estereotipos.

Si tu respuesta es afirmativa, ¿los usuarios de la plataforma son conscientes de eso? ¿Por qué?

Yo creo que los creadores sí son conscientes del material que crean hacia los usuarios que los ven, porque Google tiene unas buenas analíticas que te hacen ver de dónde viene tu audiencia, qué edad tiene, qué tipo de audiencia es, si es hombre o mujer... Entonces, los usuarios más listos, entre

los que yo no me cuento, pues sí, hacen vídeos, los más vistos que se vean para su audiencia en particular, con lo cual repiten y fomentan y alimentan y establecen esos estereotipos. Creo que sí, creo que YouTube fomenta la estereotipación de género.

¿Consideras que tiene algún tipo de consecuencia?

Pues, lo que te acabo de decir, que sí, que al reforzar... que YouTube quiere, por el tema de controlar, quiere tener menos creadores y más fuertes. YouTube mata la variedad. Empodera el tipo de contenido repetitivo, con lo cual, todo esto sí. Estoy diciendo que sí: empodera los estereotipos establecidos, los refuerza, porque en el momento en el que te sales de ahí pierdes, pierdes audiencia. La audiencia, generalmente, te sigue por razones sencillas, y no estoy hablando de la mía en particular. Creo, de la impresión que tengo por ahí, repetición construye reputación. Una vez que alguien se suscribe a un canal, si por «h» o por «p», por un top, por un vídeo de comedia, por un vídeo de salseo y la gente quiere eso y empiezas a construir más de lo mismo y momento que te sacas los pies del tiesto, a lo mejor YouTube te bloquea la monetización o algo. Al final, todos más o menos terminamos en un nicho muy particular, también porque es un mundo muy amplio y muy competitivo y haciendo lo mismo, con lo cual, es más fácil para YouTube escoger y estereotipar tanto a la audiencia como a los creadores.

¿Es, en tu opinión, YouTube una herramienta de empoderamiento para la visibilización de determinadas realidades?

Sí. Sí. YouTube contribuye a que veamos el mundo de una manera particular u otra y de hecho y, de hecho, yo pensaba, cuando empezó todo esto de las redes sociales y YouTube, yo quería imaginar todo lo bueno que iba a traer y que, hasta algún punto ha traído; por ejemplo, me viene ahora pues, la primavera árabe cómo surgió a través de Facebook... esa manera de que de pronto surge algo, un conflicto en una parte del mundo y las redes sociales o un vídeo en YouTube pueda ponerlo ahí y llamar la atención y hablar de esa injusticia... En ese sentido, yo puedo ser un pequeño portavoz de la inquietud de alguien... qué sé yo, en la selva peruana que están cortando árboles... Yo hago muchos vídeos respondiendo a gente que veo que tienen una preocupación real, y ese vídeo y esa situación llega ahí. Soy el mediador de voces marginales y eso es muy positivo y eso ayuda a dar poder a que esas realidades salgan a la luz.

Pero eso es uno de diez, porque los otros nueve son realidades negativas que antes no sé... Es, por ejemplo, la cantidad de teorías conspirativas que existen es una cosa como... qué sé yo... Me está viniendo ahora, en mi juventud o en mi adolescencia cuando yo me reunía a hablar de extraterrestres o de brujas, de los temas que capturan tu imaginación cuando era más jovencito y más inmaduro. Pues eso eran las noches de verano, cuando nos sentamos en el césped, allí un grupo

de amigos y durante el veraneo, y uno sacaba la guitarra y luego alguien contaba una historia de terror, o en torno a una hoguera en una acampada, ¿sabes? Pero eran situaciones muy limitadas, mientras que ahora con YouTube cualquier persona se puede encerrar, apartar del salón familiar donde estaba la tela y meterse en su cuarto y ponerse a ver un día sí y otro también, y mañana, tarde, noche los fines de semana, historias de esto, de lo otro, de lo otro, de lo otro, de lo otro. Pues de pronto, me quedo perplejo, es decir, cómo puede ser que a estas alturas de la vida haya, no sé, un porcentaje tan alto de... la gente que te venga diciendo que la tierra es plana, no es circular, o que... que existen los reptilianos, que la familia real inglesa son reptiles, no humanos, y hay gente... Y te metes por ahí y es increíble la cantidad de incultura, de ignorancia, que la gente está perdida, pero como cabras, hay gente que sale muy cagada y no sé... Y es que realmente te pones hablar con ellos y piensas «¿Está en broma o está en serio?» y después de un rato te das cuenta de que la gente es muy burra, muy burra y ese tipo de realidades que se desplazan... Mira, ahora mismo estoy haciendo un vídeo sobre los haitianos en Chile y me cruzo con una foto que pone “Grupo nacista de haitianos” y es una foto que han cogido y le han sustituido la bandera de Chile por una esvástica y un poster que tiene este grupo haitianos ahí en la pared, que es una oración, han puesto un póster de Hitler. Entonces, con dos toques han cambiado esta foto normal de un grupo de haitianos, pues como si fueran una célula nazi metida en Chile, y este tipo de noticias falsas y difamación, barata, frívola, que no está penalizada por ningún lado... Está tan inundado las redes sociales y YouTube de esto que realmente contribuye, como tú dices, YouTube es una herramienta de empoderamiento para la visibilización de determinadas realidades y esas realidades 9 de cada 10 son peores... Son cosas, que contribuyen a hacernos, nos distraen, nos confunden y nos controlan. Porque a la hora de la verdad, luego, idiotizarnos es una conveniencia para que tengas que ir a votar y ni votes y no estés discutiendo de la factura del agua o de cuál es el concejal que se ha presentado y tal. Yo, fíjate, ya estoy más convencido de que viviríamos mejor en nuestros barrios, en nuestros pueblos, en nuestros vecindarios si no hubiese, si volviéramos a la radio y el periódico y la televisión, porque entonces tendríamos que sentarnos al lado de la hoguera ocasionalmente nos contaríamos una tontería, pero el resto del tiempo estaríamos lidiando con “A ver, ¿qué pasa con el alcantarillado? ¿Qué vamos a hacer con la basura?”. Y llevando una vida, en lugar de dejar esas cosas en manos de las corporaciones para que decidan por nosotros y estamos con la venda en los ojos sin ver lo que ocurre con el planeta.

8.4.2. Entrevista a *Fancylooks*

Cuéntanos un poco sobre ti: edad, ocupación, estudios, intereses...

Soy Marta Docampo, tengo 52 años, estudié pues hasta la selectividad y luego decidí hacer... Yo quería hacer los dibujos para los anuncios y entonces hice Artes y Oficios por dibujo publicitario; y después de acabar eso quise seguir completando mi formación y me fui a Londres. No sé cómo se llaman, un High School de esos y entonces pues ya me puse a trabajar. He trabajado de lo que estudié, he tenido la suerte de trabajar en eso como diseñadora gráfica. También como infógrafa en un periódico e incluso, he diseñado regalos infantiles y he hecho ilustraciones. En publicidad he llegado a diseñar *packing* como el de Atún Calvo. Y eso fue hasta que más o menos por el 2002 o 2003, tuve a las hijas y ya tuve que dejar un poco eso, porque tuve dos niñas seguidas y eso me forzó a tener que dedicarme a ellas y olvidarme de lo otro, pero precisamente YouTube vino como a suplir un poco mis pasiones creativas.

En principio, empecé a hacer YouTube porque me gustaba mucho hacer disfraces y yo, pues me hacía unos disfraces muy elaborados de gente que me gustaba, por ejemplo, de Masiel, de Salomé, también de Janis Joplin, de Olivia Newton John, de *Cabaret*, por ejemplo, de Liza Minelli, ¿no? Y yo veía que yo iba con esos disfraces en carnavales y veía que nadie los apreciaba, porque daban más aprecio a un disfraz de un hombre, de un hombre disfrazado de mujer, de «choqueiro», haciendo el ridículo con los tacones y las tetas ahí bien prominentes, que un disfraz bien currado a mano y con detalle. Todo eso no gustaba ni interesaba y tenía cierta frustración con eso. Y al empezar a ver videos en YouTube que todo el mundo, pues compartía cosas que les apasionaban y encontraban a gente que estuviera en su sintonía, pues yo dije «voy a buscar a alguien que le apasionen los disfraces tanto como a mí».

Entonces, en principio, tu decisión de convertirte en *youtuber* está directamente relacionada con encontrar a más gente un poco dentro de ese ámbito, pero viendo el contenido de tu canal, también a la vez enseñar tú un poco a los demás, ¿no? Quiero decir...

Era, era. Era encontrar a gente afín con la que, no sé... enseñarle lo que me gustaba, mi pasión, que era disfrazarme y caracterizarme y que no tenía a mi alrededor... porque yo nunca he conocido en mi entorno, ni familiar ni de amistades, a nadie que le interesara disfrazarse. Y yo siempre iba a los concursos de disfraces y veía que mucha gente se reunía en grupos enormes de amigos y se hacían todos los disfraces a juego. Era una frustración querer disfrazarme y molestarme en hacer el disfraz para que ni mi marido ni mis amigas quisieran ir. Él iba conmigo, pero por mí, no porque a él le gustara... Y entonces, ahí en YouTube encontré como mi escape y empecé a compartir. Y no interesó a nadie (risas).

Pero no le interesó a nade en un primer momento porque actualmente hay aproximadamente, si no recuerdo mal, unos 120.000 suscriptores. Además, hay otros contenidos en tu canal, no hay solamente disfraces. ¿Has notado que precisamente incrementan los suscriptores al poner otras cosas?

Ahí hubo el problema de que yo hacía los videos en inglés porque no había canales en español. Te estoy hablando de hace casi 10 años... No había canales en español, entonces.

Yo como sé inglés, aunque no sea muy buena hablando, cogí y dije: «Pues haré los videos en inglés», pero claro ahí el problema es que poca gente que hable inglés conoce a Masiel... Hacer un video sobre un disfraz de Masiel en inglés era raro. Entonces, lo siguiente que hice fueron videos en los que que hablaba de que iba a la peluquería y la peluquera me cortaba el pelo más corto de lo que se lo pedía... y ese tipo de cosas en inglés. Y de repente, se pusieron muy de moda las paletas magnéticas y entonces, ya uno de mis primeros videos fue ese «Cómo hacer una paleta magnética con una caja de DVD's». Y ese sí que gustó, caray, ese sí que me lo vieron. Y yo dije: «Ah, pues no van a querer saber de mis disfraces», y ahí empecé a subir más trabajos manuales en inglés. Y seguía metiendo algún disfraz más, que no me quede parada...

Sí es que yo he visto alguno en donde te disfrazas, precisamente. Pero también he visto algunos de, pues eso, cosas manuales y otros de *unboxing* de diferentes cosas, ¿no?

Bueno, esos ya vienen después. Cuando ya te empiezan a mandar cosas, eso viene después, eso tardas en tenerlo, porque tardas en tener audiencia como para que te manden cosas.

¿Y qué crees que aportas tú a la plataforma, es decir, qué crees que tu canal aporta, tanto en sus inicios como ahora en la actualidad?

Yo creo que apporto técnica, pasión por lo que hago e ideas originales. Porque yo me como el coco con las ideas, el tema es que luego las haces y te las van copiando y entonces ya piensan que tú también la copiaste... Es un poco desagradecido tener ideas originales. Hasta me han insultado... No a mí, personalmente, insultaron a una persona que me defendía a mí, porque una persona, en un vídeo que me copiaron, puso que este vídeo original lo había copiado de Menganita, de *FancyLooks* y le contestaron «esa vieja española, también lo habrá copiado ella». Lo leí y quedé flipada.

Es interesante el tema de que el insulto sea recurrir a la edad...

Eso es continuo, yo lo tengo continuamente. Me insultan por mi voz muy a menudo y por la edad. Por ser mujer también me han insultado, como «Vieja, vete a cuidar a tus nietos» o «Lo que tú tienes es que ayudar a tus hijas y olvidarte de YouTube». Ahora hace tiempo que no recibo ese

tipo de comentarios, pero hace años eran habituales. Hace mucho que no recibo ese tipo de... pero hace años eran habituales.

Retomando un poco la pregunta, tú aportas técnica, creatividad, ideas originales... ¿Y qué te aporta la plataforma a ti? Antes me comentabas un poco el tema de la frustración de no tener con quien compartir lo que a ti te gusta, ¿hay algo más?

Lo de YouTube hacia mí... pues... ¿cómo lo explico? Porque aumento de autoestima... No es exactamente eso, pero va por ahí. El reconocimiento, la valoración de que lo que haces le importa a alguien está muy bien. Porque, aunque uno no debiera depender de los demás para saber que lo que uno hace es valioso, hacerlo y ver que a nadie le importa es frustrante y saber que hay mucha gente que sí le importa y que ahora, gracias a YouTube, puedes encontrarla y conectar... Eso es muy importante porque no te sientes como aislada o sola o loca o la que hace lo que nadie más hace... Te da eso y te fortalece la autoestima. Luego, también te invita muchísimo a superarte. YouTube hace que te tengas que superar y no solo en equipo y en calidad de la imagen, o en lo que sea, o en luz, sino como persona. Ahora cambiar mi voz, eso no lo sé hacer (risas). A ver, que en alguna ocasión también me han dicho que les gusta mi voz, también lo han dicho, pero cuando me lo dicen, no sé por qué hace menos efecto que cuando me dicen «chillona». Ayer una me puso: «Me rompes los tímpanos, chillona» o algo así.

Bueno, hay una *youtuber*, la *youtuber* femenina con más suscriptores, Yuya, a la que, precisamente, una de las cosas que le critican es precisamente esa: la voz. Ese timbre de voz, esa voz que es tan personal y ella lo utiliza pues un poco como característica personal, como rasgo identitario... A fin de cuentas, es que lo es.

Pero a ella le funcionó y a mí no. Debe ser porque yo no soy tan jovencita ni hago carantoñas.

Seguro que influyen muchas cosas en ese sentido y, ya que estamos hablando así de otros *youtubers*. ¿Cómo ves a los demás *youtubers*? ¿Has entablado amistad con alguno a raíz de tu canal?

Muchísimo. Eso me da otro aporte que te iba a decir: he conocido a gente con la que, aparte de compartir eso, he entablado amistad y he conocido personalmente y nos hablamos por teléfono. Además, nos une mucho porque todos tienen el mismo problema que yo: que a su alrededor en su ambiente no tenían a nadie con quien compartir esa pasión de manualidades o de lo que sea.

Con respecto a cómo los veo, bueno... YouTube en el sentido de cómo funciona el propio YouTube, eso siempre nos decepciona mucho porque vemos que premian mucho a quien más alto está. Entonces la forma de funcionar de YouTube es cuanto más alto estés más te apoyan. Debería apoyar a los pequeños para que llegaran alto, pero no funciona así. Y de hecho, por ejemplo, llegar

de un suscriptor a 100.000 es mucho más difícil que llegar de 100.000 a un millón, pero también es muy difícil. Es, como le llaman, exponencial: cuanto más arriba, más rápido vas, porque más YouTube te ayuda, pero YouTube antes contaba a los suscriptores y ahora está empezando a contar el número de minutos que te han visto en el último mes. Le da casi tanta importancia o más al número de minutos que te ven que al de suscriptores.

Y ¿qué percepción tienes sobre tus compañeros *youtubers* en general?

No sé, pues que me encanta. Hay gente buenísima que yo, es que si lo tuviera delante me pondría a sus pies, ¿sabes? Para hacerle alabanza de lo buena que es, y hay gente que es muy... no sé... que tú dices: «¡qué pena, con lo que ha conseguido y lo está desperdiciando así!». Hay de todo. Por ejemplo, ya no hablando de manualidades, sino de gente que consigue muchísima fama y no la usa para nada. Es más, la usa para cosas malas. Entonces yo pienso que una persona pues como lo que decía Spiderman: una persona con un gran poder conlleva una gran responsabilidad. Y esa responsabilidad no la ejercen, no la usan. Y me da pena. Pero en cuanto a los de manualidades que he entablado amistad pues qué quieres que te diga, ¡genial! Nos apoyamos, no hay malos rollos entre nosotros... Y no sé, es que esa fama de que los que hacen el mismo tipo de videos se llevan mal entre ellos yo no lo he visto. Creo que en las de belleza dicen que sí, que ahí hay más, entre las *youtubers* de belleza, pero yo en las de manualidades no lo he visto. Yo puedo abrir a *youtubers* que tienen un millón de suscriptores, por ejemplo, una con la que tengo amistad, la de “Hoy no hay cole,” no sé si la conoces que tiene ya 5 millones o no sé cuántos. Y te aceptan no hay rechazo. En general, no por ser un canal más pequeño no te hacen caso o eso a mí, desde luego, no me ha pasado.

¿Y percibes diferencias entre los *youtubers* femeninos y los masculinos?

Sí, en las temáticas, generalmente. En manualidades hay *youtubers* hombres, pero son muy pequeños y, por lo general, también parece que son más valorados, pero no siempre. O sea, que si hay un *youtuber* en una temática en la que normalmente hay mujeres que es hombre y que destaca por que lo hace bien, va a destacar más que una mujer que lo haga bien; pero si un *youtuber* también hace manualidades, pero no es bueno, no va a destacar, no sé si me entiendes.

Lo que entiendo es que si es un grupo donde hay muchas *youtubers* femeninas, aunque haya una mujer que lo haga igual, como la mayoría son mujeres no llama tanto la atención, ¿te refieres a eso?

Sí, puede ser eso. Igual también lo hay al revés: una *youtuber* que se meta en una temática, por ejemplo, como electrónica que es más masculina. Yo vi una que hace cosas de electrónica, inventos y cosas así, y tenía muchos seguidores hombres y la ponían por los aires. Como que les molaba,

como que les ponía que la mujer esta les explicara. No leí en sus videos comentarios diciendo: «métete a tu cocina, tía» o «que las mujeres no valéis».

Por eso, me imagino que también una mujer que destaque en un nicho de hombres destacará más que un hombre que lo haga igual, o sea, que no pienso que por ser hombre las mujeres lo valoren más, sino que también si eres mujer y lo haces bien te valoran más que un hombre en una temática.

Entiendo. Por otra parte, ya cambiando un poquito de tema y centrándonos ya en lo que es YouTube y su repercusión, ¿qué papel crees que juegan YouTube y los *youtubers* en nuestra sociedad? ¿Crees que tienen algún tipo de influencia en sus seguidores?

La influencia es bestial. Yo me flipo con los compañeros y con mis hijas y el entorno de mis hijas, las compañeras que tienen, lo que influye en que todos quieran hacerse *youtubers*, pero sin saber ni por qué, sino «porque mola y está de moda y voy a ganar mucho dinero», que eso es mentira, pero bueno... Yo creo que YouTube se encarga de alentar a los jóvenes a que se hagan famosos haciendo videos y les vende el rollo del Rubius, que se hizo famoso. Y es verdad que puedes llegar a conseguirlo, pero es como llegar a ser Madonna, ¿me entiendes? ¿Cuántas llegan a ser Madonna? Pues lo mismo, un millón habrá una que lo consigue. Pues los *youtubers* por ahí andan. Y entonces sí es posible, sí lo puedes conseguir, pero es muy muy muy difícil, y entonces a YouTube le gusta que mucha gente se meta, pensando que además va a ganar dinero, porque así todos esos pequeños canales les dan duritos que no pueden recoger hasta que no tengan 70 euros en su cuenta de AdSens. Entonces, como no pueden recogerlos hasta que no tengan 70 euros, YouTube tiene esos 70 euros o 60 euros de aquí, los 50 de otro aquí, todos en su cuenta y eso le dará intereses a YouTube. Yo creo que juegan con las ilusiones de hacerse *youtuber*, para que así más gente le genere pequeños ingresos que no pueden recoger y así tenerlos ellos en su cuenta.

Tú me decías que crees que youtube ejerce una influencia enorme, ¿en qué sentido?

Bueno, mis hijas, una de mis hijas sigue a una *youtuber* en concreto que le gusta mucho y todo lo que ella enseña o todo lo que ella ve lo quiere ver y quiere probarlo. Le influye en su comportamiento, incluso... Y como ella ve tal serie de televisión, pues «yo también la quiero ver». Y como ella leyó tal libro, «yo también lo voy a leer», con lo cual la influencia puede ser muy buena y también puede ser terrible. En este caso, me parece buena, pero vamos, que le influye muchísimo. Y luego conozco a un *youtuber* que tiene 130.000 suscriptores y tuvo un problema con un *youtuber* que tiene varios millones de suscriptores, porque es una mala persona, porque también hay *youtubers* malas personas. Y este mandó las fieras, a todos los seguidores al canal del *youtuber* que yo conozco, para que le insultaran... ¡Dios mío, el pobre, lo que tuvo que aguantar! ¡Y no solo en su

canal, sino en su correo, en su mail llamadas por teléfono, averiguaron su número de teléfono... Le hizo la vida imposible. Y ese tío lo que hizo fue mandar a la gente, conducir a sus seguidores, y no solo con este amigo mío, sino que lo hizo con más gente, crear odio y utilizar a sus seguidores. Esa influencia es muy grave porque estos *youtubers* que hacen este tipo de cosas, atraen más que los que enseñan a leer libros.

Y ya, por último, en este bloque, a nivel general de YouTube, luego te pregunto acerca de aspectos más concretos de tu canal, ¿está muy presente la publicidad en YouTube? ¿Y de qué manera?

Sí. Llega un momento que tú tienes que hacer videos y gastar dinero. Bueno, depende, porque hay gente que hace videos simplemente hablando y no necesitan más que el equipo y tal, pero, por ejemplo, yo hago videos que precisan de material. Y llega un momento en que te gastas mucho dinero que ni ganas, si tú dijeras: «bueno, pero lo gano, porque los videos lo dan», pero no. Entonces ahí viene la publicidad: tal empresa me manda tal producto, lo enseño, lo uso... Ahí entramos ya en el tema de «¿y si el producto no me convence, lo recomiendo igual?» y ese tipo de cosas.

A mí ya me pasó en dos ocasiones, que me mandaron algo para enseñar en mis videos y no me gustó. Bueno, una de las cosas no me gustó y la otra era una máquina que era muy difícil de calibrar, muy difícil de aprender y yo les escribí (eran dos empresas distintas). Uno, en concreto, era un remachador que, en teoría, era para usar a mano... Usarlo a mano era matarse la mano y, sin embargo, funciona bien a martillazos y yo eso lo tengo que decir porque vosotros vendéis esto como que es para usar a mano, pero yo a mano le he sacado muy poca utilidad. En cambio, con un martillo me va genial y yo voy a tener que decirlo. Y me dijeron que perfectamente, que prefieren que yo haga eso antes de que la gente devuelva lo que compró. Si la empresa me acepta y me dice: «haz el video diciendo esto que tú has apreciado», yo encantada y chapó por la empresa. En la otra empresa me contestaron lo mismo: «preferimos que digas la verdad antes que la gente lo compre y luego nos lo devuelva porque no es capaz de usarlo».

Además, yo siempre digo: «la empresa tal me escribió y me ofreció colaborar con ellos». Hay gente que no lo dice en el video, sino que pone «vídeo patrocinado» o «contenido no sé qué». Parece ser que en España la legislación no obliga a hacer eso, en Estados Unidos sí, pero a mí, yo cuando pertencí a una *network* me dijeron que yo no tenía por qué decirlo, que en España no estaba obligada a hacerlo, pero yo lo digo siempre.

Centrándonos un poco en tu canal en concreto ¿qué tienes tu en cuenta a la hora de publicar un contenido? ¿En qué factores piensas, qué tienes en cuenta?

Yo soy un poco «a mi bola», ahora que tengo muy poco tiempo para hacer videos, elijo y tengo más en cuenta lo que subo que cuando tengo tiempo. Últimamente, además, como necesito conseguir que YouTube me funcione mejor monetariamente y no me funciona mucho... Pues sé que para conseguir eso, sé lo que tendría que subir, pero no lo hago porque no me atrae, porque una de las típicas cosas en todos los cursos de *youtube* que te dicen es «aprende a ser *youtuber*, se tú mismo en los videos».

Y es verdad tienes que ser tú mismo, pero luego es mentira, porque tú luego lo que tienes que hacer es videos de tendencia y si la tendencia no va contigo pues búscate una tendencia que sí vaya contigo, pero como no hagas videos de tendencias no te funciona el video. Por ejemplo, cuando se acerca *Halloween* o cuando se acerca la Navidad, pues de eso. Luego también hay las tendencias de «pues sean puesto de moda los unicornios», haz un video en que salga un unicornio. Me niego. No me importaría hacerlo, pero no va conmigo, prefiero invertir mi tiempo, porque me lleva mucho tiempo hacer un video, en algo que vaya más conmigo y eso me perjudica.

Otra cosa que me perjudica igualmente no tratar siempre el mismo tipo de temática, por la gente es muy monotemática. Una *youtuber* muy grande, un día en una conferencia que tuvimos de *youtubers*, dijo (y me acuerdo que se puso cabizbaja): «Desearía que no me hubieran encasillado», pero mi audiencia me ha encasillado y ahora no puedo hacer un video distinto a ese en el que me han encasillado. Y yo dije: «No, no, nunca voy a dejar que me encasillen, porque si me encasillan me muero porque soy multi, multi. Entonces eso perjudica. ¿Por qué? Porque la gente se suscribe a ti porque te vio hacer un video en el que hacías un collar; si el siguiente video que subes haces una libreta, dicen «¡Y a mí qué me importan las libretas! ¿Por qué me suscribí a esta? No me acuerdo, fuera. Me desuscribo».

Entonces, a la hora de subir tu contenido, principalmente, tienes en cuenta el contenido en sí mismo, es decir, ceñirte un poco a contenidos que vayan en la línea de tu canal, pero también a la audiencia, ¿no?

Sí, bueno, por ejemplo, las tendencias... A ver, si se acercan las navidades, tú puedes hacer un menú de navidades, un pollo relleno, bacalao... o una decoración. Es decir, lo puedes adaptar a tu temática. Entonces yo puedo hacer tendencia, pero dentro de mi temática y eso funciona muy bien. De alguna manera, la audiencia es la que marca un poco la pauta y, yo debería tenerla más en cuenta, pero voy mucho «a mi bola».

Y yo conozco gente que me dice: «Yo, es que hago siempre lo mismo, porque no sé hacer otra cosa y entonces, le va muy bien... Pero mi gran duda es si me ve mi video porque hago un collar y les gusta la bisutería, pero luego hago un video de cómo hacer una libreta eso no les interesa y se

desuscriben. Yo pienso que muchas veces esa persona que se desuscribió de ti porque hacías una libreta, a lo mejor sí que le interesan las libretas, pero no era lo que esperaba de ti y, aunque también le interesa saber cómo se hacen libretas, como de ti esperaba que hicieras collares, se desuscribe igual y eso es mi gran duda. La pregunta que no ha tenido respuesta aún. Pero me huele a que sí, que la gente espera de ti lo que tú haces o lo que piensan ellos que haces porque te lo han visto en un vídeo. Manualidades es muy amplio, hasta puede incluir bricolaje... Entonces, si yo hago un video en el que hago una estantería de papel con papel reciclado, se puede suscribir gente que le interesa ver como se hacen muebles de cartón, y también gente que le interese el reciclado en general. Cuando el siguiente video de reciclado, en vez de hacer un mueble haces un collar, pues muchos se desuscriben porque querían verme hacer muebles, pero igual luego van a otra persona a verla hacer un collar. Ahí está mi duda.

Por ejemplo, yo probé a hacer videos de vlogs. Hice un viaje a Londres e hice una serie de tres vídeos vloggeando sobre ese viaje y no interesaron nada, pero estoy segura de que los vlogs tienen muchos seguidores muy fieles. Estoy segura de que mucha gente que se desuscribió de mi o que pasó de mi video sí que sigue canales que hacen vlogs. En cambio, hay gente que me sigue por mí misma, me sigue porque le caigo yo bien, le gusto, hemos conectado. Entonces esa gente sí que te ve todo, pero es solamente el uno por ciento.

¿Consideras que la imagen que se proyecta de ti en tus videos es una imagen real?

Sí, porque no puedo evitar ser yo, pero sí que también... A ver yo no me maquillo normalmente, pero cuando hago los videos sí. ¿Por qué? Porque si no salgo con cara de muerta. Entonces yo no me maquillo para no parecer yo y parecer una mujer muy guapa, sino que me maquillo para no tener cara de muerta en los videos. En ese sentido, pues cuando voy a un acto también me maquillo para tener una cara... buena presencia.

¿Te gustaría proyectar alguna imagen diferente o te gustaría que tus seguidores percibiesen algo más por tu parte o estás satisfecha con la imagen que das?

La gente me percibe como tonta, mucho. Y pienso que es porque... por la voz infantil chillona, porque soy mujer y porque hago manualidades. Y eso me ha creado un mal rollo... Ya te conté antes lo de que, como opiné una vez en un video sobre lo del Premio Nobel de Malala, me contestaron «tú, nenita, vete a hacer tus manualidades, que no tienes que decir nada aquí, o sea desprecio. Yo he visto, por ejemplo, que hay bastante desprecio a la gente que hacemos manualidades comparado con la gente que dibuja, yo dibujo muy bien. Y a veces, he pensado que había hecho mal en ir por el camino de las manualidades en vez de por el dibujo, porque creo que me apreciaría más y me valorarían más los hombres también. Porque lo de las manualidades... Es que eso es «de

tontitos que no tienen nada» ... No todo el mundo es así, pero hay mucho de eso. No sé o lo decorativo no se valora como... no sé.

En parte, esto forma parte también de otra pregunta: ¿cómo es el *feedback* que recibes de tus seguidores? Es decir, ¿qué respuesta recibes de tus seguidores? Yo entiendo por lo que me comentas que hay un poco de todo: gente que valora tu trabajo y gente que te critica...

La gente que me critica por el trabajo no suele estar viendo mis vídeos, sino que lo hace porque me ve que comento en un video de política o de lo que sea. Ve mi perfil y ya dice: «Esta que vaya a hacer sus manualidades, que no tiene puta idea, que es una tonta». Además, me escuchan mi voz, ven que soy un poco mayor y el desprecio ya... O sea, te confieso que ya tengo otro perfil para comentar, porque ya decidí que no quería tener que aguantar ese tipo de apreciaciones. De hecho, normalmente ya ni comento, pero si quiero hacerlo ya no uso mi canal conocido.

Con respecto a lo que me transmiten, la verdad es que me gustaría que me transmitieran más, porque la mayoría de los comentarios que recibo es: «muy bien, qué bonito, muchas gracias, me gustó mucho, muchas gracias, qué bonito, disfrútalo, muy bien, muy bien...» y no me dicen nada. Eso no me dice nada. En cambio, cuando una me dice, a veces, incluso los comentarios que me molestan son los que más aprecio, porque son los que me hacen pensar o reconsiderar cosas. En el momento digo: «¡Ayyy! Esta tonta qué me dice...», de esto que te entra el pronto, pero luego lo piensas e igual tiene razón o no sé... Pero te puedo decir, debe ser el 90 % de los suscriptores, no suben ellos vídeos. El 95% más o menos, aprecian y agradecen en los vídeos y el 5%, o incluso menos, son los que tocan las narices por el tema de que si mi voz, que si soy vieja, que si vete a lavar platos, yo que sé... esas cosas que ponen a veces.

Lo que agradezco de verdad son los comentarios que comparten su experiencia o los que te hacen preguntas que te hacen pensar, que me aportan a mí algo también. Un día un chico me puso un comentario un poco negativo en el que me criticaba por promocionar una marca. Yo le dije que usaba las pinturas de esta marca, porque esta marca colaboraba conmigo, pero que podía usar las que tuviera y me criticaba y seguía criticando. Yo le decía: «No te das cuenta, no valoras, que la marca ayuda a que yo pueda hacer ese video que te ha gustado y que, si no fuera gracias a la marca no estaría ahí, porque yo hubiera tenido que comprar esas pinturas y entonces igual no lo hubiera hecho, porque no hubiera gastado el dinero en ellas. Y tampoco te estoy diciendo que tú te las compres y lo hagas, porque puedes adaptarlo a lo que tú tienes». Pero a veces, la gente no piensa más allá, por ejemplo, tengo otro video en el que hago una bolsa con bolsas de supermercado y es una bolsa muy gorda, y es mi video más visto, el que está tirando más del canal. Cojo muchas bolsas de supermercado que tenía acumuladas y hago una bolsa gorda, fuerte, que aún me dura, que

después de tres años aun la sigo usando y es una forma de reciclar estupenda, porque las bolsas pequeñas de por sí se van gastando, se van rompiendo, las vas tirando... ¿Qué pasa? Que hay que planchar mucho para hacer esa bolsa y me critican que da mucho trabajo, que se gasta mucha electricidad y no piensan más allá... Es que da mucho trabajo, pero es que ¿tú no te das cuenta que puedes hacerla más pequeña y ya te da menos trabajo? ¿O que puedes hacer un estuche y ya te da menos trabajo? Me da tristeza, porque la gente no piensa por sí misma. Hay un canal de una chica que hacía unas pulseras y siempre hacía la misma pulsera, pero cambiaba el color de las cuerdas o la forma de las cuentas, el color, el material... y quedaban pulseras muy diferentes, porque según le pusieras un material u otro, un color u otro, pues pasaba de ser una pulsera romántica o que podrías llevar a una boda, a ser una pulsera punky y era el mismo modo de hacer la pulsera. Pues la gente que le veía los videos, porque les gusta ver las posibilidades que a ellos no se les ocurren o no sé...

En cualquier caso, en general el *feedback* es que voy por buen camino, que les gusta... y luego está el *feedback* de gente que me dice esas cosas, y entonces ese *feedback* va más allá, porque me aporta a mí a otro nivel o a pensar las cosas de otra manera. Sin embargo, también dependiendo de la forma en que me dicen lo mismo, me influye de distinta forma, a veces, me aporta y otras veces me crea rechazo.

Con respecto a la temática, ¿crees que hay algún tema que tu consideres un tema tabú en tus videos? ¿Temas de los que tú crees que no vas a hablar nunca o de los que no te gustaría hablar en tus videos?

No, yo incluso una vez intenté hacer un video de política, no era de política exactamente, era de la situación del mundo más bien y tenía que ver con la política, y lo tengo escondido. No quiero meterme en eso. Fue hace muchos años. Para mí no es tabú hablar de política, pero ¿qué iba a aportar eso a mi canal? Nada bueno. Nada bueno, seguro.

Sí que hay un video... Yo quiero hacer un video sobre médicos porque está relacionado con manualidades, porque hay un producto de manualidades que me da alergia y quiero hacer un video sobre mi experiencia con la alergia, con cómo me trataron los médicos la alergia y cómo finalmente pude descubrir qué era lo que me daba alergia. Todavía no lo he hecho porque pienso cómo se lo tomará la gente.

Pero, por ejemplo, el vídeo de política, ¿por qué no lo has subido, si ya lo tienes hecho? Es decir, si lo hiciste y lo subiste en tu canal es porque en algún momento consideraste que era una buena idea, ¿no?

Sí lo subí y lo publiqué, pero luego lo escondí. Yo me uní a un grupo de *youtubers* que teníamos una serie de videos que teníamos que publicar en conjunto y a la vez. Era como una especie de colaboración. No duró mucho eso, pero claro te decían tienes que hacer un video sobre la situación actual del mundo y tal, y entonces yo daba mi perspectiva de cómo eran las cosas cuando yo era pequeña y claro, que mucha gente, la mayoría de la gente que ve YouTube es joven, no tienen ni idea de cómo era... Y entonces, no es que yo apoyara a Franco para nada, pero yo decía «cuando yo era pequeña, las cosas eran más sencillas, no era tan complejo». Entonces yo vi que la gente entendía eso como... No entendía lo que yo quería decir, lo tomaban por donde no era y lo escondí. También pensé que no iba a aportar nada bueno a mi canal y además iba a gastar muchas energías en dar explicaciones.

¿A qué franja de edad crees que se dirigen tus videos? ¿Cuál es tu público mayoritario?

Mira, yo tengo entre un 70 y un 75 % de mujeres. Antes, al principio, tenía más hombres, alrededor de un 30% de hombres y ahora es, más bien, un 25% de hombres, pero muchas veces pienso si son mujeres viéndolos desde las cuentas de sus maridos. Aunque tengo muchos hombres que me comentan en todos los vídeos... Con respecto a la edad, la mayoritaria era de 18 a 25 o por ahí, y la siguiente era de 25 a treinta y algo, pero este verano todas esas edades se me han igualado. Tengo muy pocos menores de 18 años, un 4'4% de mi tiempo de visualización y, después, en todas las edades se mantiene bastante bien... 29 %, 27% ,24% de hombres, excepto cuando llegamos a entre 45 y 54, que me baja al 13%. El país que más me ve es México y el segundo, España.

Con respecto al *feedback* y en parte en relación a lo que hablábamos antes, ¿tú crees que tu contenido ejerce influencia en el público?

Bueno, a mí me lo escriben, me escribe gente diciéndomelo, o sea, que debe ejercer. Yo recibo cartas de gente agradeciendo mis vídeos, cartas de gente que no me lo pone en los comentarios, pero por privado me escriben y me agradecen algunas veces un determinado vídeo en concreto y otras veces, mi canal en general. Otras veces, me agradecen mi actitud, pero he flipado con cosas que me han escrito por privado. Y en los comentarios también, pero los más emotivos son cuando te escriben en privado o por *Facebook*, te explican su vida y te piden consejo, en cosas que tú dices «pero yo que sé». Pero lo que notas es que te perciben como alguien que les puede ayudar, y yo lo intento.

Y tú, personalmente, como persona que publicas contenido en una plataforma de libre acceso, ¿crees que tienes algún tipo de responsabilidad con respecto a lo que publicas?

¡Mucho! Yo creo que... Por ejemplo, yo hice un vídeo explicando cómo limpiar una pared con lejía, porque sale moho de la humedad, y la gente ya decía «es que tienes la ventana cerrada y la

deberías de tener abierta». Y es verdad, lo que pasa es que si la tenía abierta se oía mucho el ruido de la calle y no podía grabar y luego cerré la persiana porque si me ven, si una persona de Coruña ve lo que se ve a través de mi ventana, sabe dónde vivo directamente, porque se reconoce el edificio que tengo enfrente y ya está. Entonces, como para ese vídeo en concreto tenía que enfocar la zona de la ventana, la cerré, pero en el video me olvidé de decir: «Yo ahora tengo cerrada la ventana, porque si no, no se me oiría hablar, pero cuando hagáis esto tened abiertas las ventanas, porque necesita ventilarse la habitación y eso fue un error que cometí.

Entonces, yo creo que la responsabilidad la tienes que tener, porque influyes a la gente. Es como un vídeo que tengo en el que me corto el pelo y a mí me importa un bledo, porque en el video digo «tengo una melena muy larga y no me lo voy a cortar muy cortito, si cometo un error, aun puedo ir a una peluquería y que me lo arreglen». A pesar de decir eso, una vez tuve un comentario de una persona desquiciada «porque no te imaginas la responsabilidad que tienes, incentivar a la gente a que se corte el pelo, porque a mí, personalmente me queda un milímetro mal cortado y no lo soporto». Pero tú piensas: «¿Hasta qué punto yo soy responsable de que si esa...?». No sé hasta qué punto yo tengo la responsabilidad de explicarlo todo, todo, todo, porque muchas veces ni se te ocurren las cosas que a la gente...

El problema, que ese es un problema que yo tengo, que soy muy detallada en mis explicaciones, es que me alarga los videos y hace que me los vea menos gente, pero los que los ven, también me lo agradecen, porque explico las cosas que me salen mal y muestro cómo lo corrijo y eso ayuda a que la gente también sepa cómo arreglarlo.

Y ya, por último, como te comentaba, mi trabajo se centra sobre todo en los estereotipos de género, y para eso me interesaba conocer tu opinión. ¿Qué entiendes por estereotipos de género?

Pues que se espera que una mujer haga cosas que se suponen típicas de mujer, como maquillarse, mostrar ropa que se compran, manualidades, en concreto, también es un poco estereotípico... Lo típico de calcetar, coser... Es decir, determinadas actividades asociadas a hombres y a mujeres, y también a los roles, el papel que tiene que hacer cada uno en la sociedad.

¿Tú crees que ese tipo de comportamientos, ideas, opiniones están presentes en YouTube en general? No solo en manualidades, sino en todo el ámbito de YouTube que tú conoces.

Yo creo que Youtube es un espejo total de la sociedad. Yo pienso que es el espejo mismo, así que sí. No lo dudo para nada. También creo que es un espejo como de aumento, ¿me entiendes? Un espejo de estos en los que te ves más grande y todo se exagera más.

Y en tus videos en concreto, ¿tú crees que hay presencia de estereotipos?

Bueno, sí, porque soy mujer y hago cositas de florcitas y eso es un estereotipo, pero no está en mí, sino en los ojos del que mira. Porque yo me imagino que la mayoría de las que me estarán viendo serán mujeres, pero, por ejemplo, yo sigo un canal de un chico que hace flores de papel, pero hay ideas que se rompen. Por ejemplo, tú podrías asociar canales que hablan de juguetes más a mujeres y a niños que a hombres, pero hay canales de juguetes de hombres y eso es porque también lo hay en la sociedad. Hay hombres, yo sigo muchos canales de gente que customiza muñecas: cogen las muñecas, les borran la cara, le hacen la cara nueva, les hacen vestiditos... La mayoría mujeres, pero hay varios de hombres. Eso sí: el estereotipo de que si hace ese tipo de cosas es homosexual en este caso, se cumple. En todos los casos que yo sigo, es así.

Y ¿tú crees que los usuarios que ven esos videos son conscientes de que están presentes estereotipos de género, que se perpetúan a través de los discursos? ¿Tú crees que los usuarios que se enfrentan a un vídeo son conscientes del trasfondo que hay en lo que están viendo?

Yo no sé de qué es consciente la gente, no puedo hablar por ellos... Pero yo le tengo prohibido a mis hijas que vean algunos canales concretos, como el de Dross. Es odioso, es repugnante las cosas que enseña, de las cosas que habla, la forma en la que habla de otra gente... No quiero, en absoluto, que mis hijas vean a ese. Les he hablado de por qué, les he explicado por qué. Tampoco quiero que vean a DalasReview, porque no les va a aportar nada bueno. No es persona que analice las cosas, como para invitarte a analizarlas tú. Es persona de «Esto es lo que digo y esta es la verdad, y no hay otra verdad que la que yo cuento». Y, de hecho, a una de mis hijas le tira el DalasReview, y yo ya le digo «pues nada bueno te va a aportar» y le explico, pero supongo que verá algo en casas de amigos o lo que sea...

¿Y tú consideras que esos estereotipos que pueden manifestar en un vídeo tienen algún tipo de consecuencia para la sociedad?

Sí, claro. Mala. Porque se unen y se embravuconan... A mí me han dicho: «cuando tengas un comentario malo en tu vídeo, bórralo». Y yo los dejo. Bueno, alguna vez que me han amenazado de muerte o han insultado a mis hijas esos sí los he borrado. Pero si me dicen, por ejemplo, eres una vieja fea, no le contesto y ahí queda ¿sabes? Ahí queda el comentario. A veces, siguen en la conversación insultándome cada vez más y ahí queda, pero me ha dicho mucha gente que no debo dejar eso ahí puesto, porque otros lo leen y les embravucona para ellos poner otro, para joder más, porque ven que hay alguien que lo ha hecho, entonces dicen «¡Ahh, esta! Pues sí, me voy a divertir con esta, ya que a este le estuvo contestando». Pero es como un efecto-llamada, como uno ya lo ha hecho... y esa gente tipo Dross y DalasReview pienso que tienen ese efecto llamada y, además, tienen un poder que para nada usan en el bien y lo usan para...

El otro día, yo veo a un hombre, *un tío blanco hetero*, ¿lo conoces? Y yo creo que utiliza el poder que está consiguiendo para abrir a la sociedad un problema que existe y que estaba escondido y pienso que es una maravilla lo que está haciendo. Puedes estar de acuerdo con él o no puedes ser de su palo, pero pienso que él está haciéndolo muy bien porque está abriendo conciencia de algo que existe, que la sociedad ha decidido ocultarlo: los malos tratos a los hombres, la desigualdad en ciertos temas que tienen los hombres en el trato y éste está usando muy bien su poder porque se lo ponen, además lo ponen muchas mujeres, también le agradecen. Pienso que ese poder lo están usando bien, pero hay otros que usan el poder para sus rollos personales, crear mal rollo, sembrar mal rollo y lo usan para eso...

Y la descalificación de los otros, ni siquiera por insultos, sin ni siquiera razonar, pues yo descalifico a esta persona, porque esta persona ha hecho esto, esto y esto. No, no, porque es un pedófilo y ya está. Porque lo digo yo lo es, como todos estos tontos que me ven. Porque, además, se ve que toman a su audiencia de tontos. Yo nunca tomo a mi audiencia de tonto.

Y solamente me queda una última pregunta, en relación a lo que me comentabas de *Un Tío blanco hetero*, por ejemplo, el uso que hace de su canal, que es muy positivo... ¿En tu opinión, YouTube es una herramienta de empoderamiento para la visibilización de determinadas realidades o problemas?

Nooo, tiene mucho más empoderamiento la idea sí lo dices por la radio, por ejemplo. Precisamente, lo dicen... No solo sigo a *Un hombre blanco hetero*, también sigo a *infoblogger* o a *Un abogado para la democracia*. Yo creo que YouTube mayoritariamente es una herramienta de atontamiento, porque los que triunfan son los que te tienen ahí embobado mirando como juegan a su jueguito que nada lleva, nada enseña. Y cuando esa gente podría usar ese poder que tiene para compartir alguna idea o concienciar de algo no lo hacen o lo hacen mal. Pero luego está, como todas las redes sociales, está la tontería del gatito que hace la gracia y el vídeo de la persona que te hace pensar. ¿Cuál tiene éxito? El gatito. Pero es verdad que lo ves cada vez más... que es una cosa gradual y cada vez más, yo pienso, cada vez más, cada vez más gente que tiene un mínimo de curiosidad, que tiene más interés en saber sobre las cosas que están pasando en el mundo, aunque también están los canales que, supuestamente, te informan, pero que en realidad te desinforman. Pero bueno, eso se nota en un canal. Lo que pasa es que yo creo que tienes que tener cierta cultura para notar en qué canal puedes aprender y en qué canal no.

Yo hasta ahora no seguía videos de este tipo, empecé ahora porque veo que lo que está pasando en el mundo en general es como un suicidio colectivo organizado y yo quiero ver que otra gente piensa, que se pregunta las cosas que yo me pregunto y, hasta ahora, igual no he tenido esa

necesidad, pero las circunstancias de la vida o las circunstancias del momento... Y yo pienso que *Un hombre blanco hetero* ha subido tan rápido precisamente porque hay esa necesidad en la sociedad... que hace unos años no la había, igual había la crisis monetaria y la gente miraba más videos de cómo emprender, pero ahora hay otras no sé yo pienso que todo se mueve... ¡Yo qué sé!

Y yo entonces pienso: «Si yo, con mis manualidades, puedo influir tanto en mejorar la vida de una persona, esta gente que ya toma unos temas que ya son más representativos de la sociedad en conjunto... esos deben de tener una influencia bestial» y, desde luego, esa influencia, al personalizarse más el mensaje... Creo que la tele tenía más por el volumen de la audiencia, pero ahora que está perdiendo audiencia la tele, la está ganando el video *online* y entonces están empezando a tener mucha más potencia los que están en YouTube defendiendo cosas que antes no se veían más que en la tele.

8.4.3. Entrevista a Rager Coffee

Cuéntanos un poco sobre ti...

Soy Germán, un granadino de 29 años, que siempre se ha sentido interesado por el mundo audiovisual. Me represento con la izquierda política, progresista y crítico. Creativo y fan del cine.

Sobre YouTube y tu relación con la plataforma... ¿cómo decides convertirte en youtuber?

Hace 5 años, cansado del mundo del cortometraje y la televisión, decidí, junto con una compañera, dar el salto a Youtube, por aquellos momentos una plataforma en alza de creadores de contenido que no encontraban en otros sitios la manera de exponer sus creaciones.

¿Cuál es tu intención cuando decides embarcarte en este proyecto?

Básicamente mi intención era llegar a la gente. Después de varios años realizando cortometrajes, vi que estos apenas tenían visitas ni repercusión y entonces decidí buscar dónde estaban los potenciales espectadores de lo que hacía.

¿Qué crees que aportas a la plataforma? ¿Qué te aporta la plataforma a ti?

Yo apporto a la plataforma un punto de vista adulto y diferente con un toque de humor adulto, ácido y lleno de ironía, pero siempre buscando el giro a la percepción de algo, una película, o cualquier cosa. Intento ir un paso más allá para dar un punto de vista adulto y profesional de algo.

¿Cómo ves a los otros youtubers?

A día de hoy, Youtube es muy, muy diferente a cuando empecé. Hoy es un negocio donde da igual la creatividad, lo que importan son las visitas. Hay miles de niños que intentan imitar a los *youtubers* famosos buscando la clave del éxito y dinero fácil y haciendo que la plataforma poco a poco se hunda.

En este sentido, ¿percibes diferencias entre hombres y mujeres?

Claramente. A día de hoy, hay canales para mujeres y para hombres: bromas, retos o videojuegos, para hombres; y maquillaje, moda y manualidades, para mujeres.

¿Crees que los *youtubers* ejercen algún tipo de influencia en sus seguidores o en la sociedad?

Completa y constante, un niño recibe día a día horas y horas de sus *youtubers* favoritos. A día de hoy, en muchos casos están más en contacto con sus *youtubers* favoritos que con sus amigos, profesores o familia.

¿Está la publicidad presente en YouTube? ¿De qué forma?

La publicidad siempre ha estado presente en Youtube, de todas las maneras que se les ha ocurrido a las empresas, ya que Youtube en sí es una empresa y quiere ganar el máximo dinero posible, por eso nunca ha tenido ninguna política ni norma con respecto a la publicidad, dejando el camino libre al capitalismo puro. En Youtube España hemos visto desde campañas de publicidad subliminal, publicidad encubierta, manipulación de noticias y análisis con fines publicitarios, y miles de campañas publicitarias que no están avisadas de ningún modo.

¿Qué papel crees que juega YouTube en nuestra sociedad actual?

Youtube es el padre de nuestros hijos. Antes, su público era bastante más adulto, pero ahora la media de edad es entre 8 y 14 años. Los padres utilizan Youtube para distraer a sus hijos, que se pasan horas y horas delante de la tablet o el ordenador sin ningún tipo de filtro o control.

¿Qué piensas de que los jóvenes quieran convertirse en *youtubers*?

Es lógico, es lo que más ven y consumen, ven dinero y fama rápidos y fáciles y al alcance de su mano y prácticamente sin esfuerzo ni estudios.

Con respecto a tus contenidos, ¿qué tienes en cuenta a la hora de publicar un contenido?

Al principio sólo tenía en cuenta lo que a mí me apetecía subir. Poco a poco, al ir ganando en número de suscriptores, tuve en cuenta otra cosa: no solo el video tenía que gustarme a mí, sino también interesar a mis suscriptores. Con el paso de los años, aparte de estos dos datos a tener en cuenta, y después de cientos y cientos de medidas que ha tomado Youtube contra los creadores, ahora también hay que tener en cuenta qué me deja Youtube subir... He tenido que cancelar decenas de vídeos que me gustaban tanto a mí, como a mis suscriptores, por el miedo a que Youtube me censure, me borre el video y tome medidas contra mi canal, que lo hace constantemente.

¿Hay temas «tabú» en tus vídeos? ¿Hay temas de los crees que no hablarás en tus vídeos? ¿Por qué?

Los temas «tabú» en mi canal son dos: primero, los que Youtube censura, por lo general, vídeos en los que hablo de la pornografía, por ejemplo, en tono de humor y sin que se vea nada. Y por otro lado, he decidido que en mi canal no se va a hablar otra vez de peleas y «salseos» entre *youtubers*. He acabado hastiado y cansado de esos temas que ya están completamente preparados y solo buscan rascar visitas y seguir emponzoñando la plataforma.

¿A qué franja de edad crees que se dirigen tus vídeos?

Yo intento que mis videos se dirijan a gente adulta entre 18 y 30 años, aunque en la vida real la franja de gente que me ve es más entre 16 y 24 años.

¿Consideras que la imagen que se proyecta de ti en tus vídeos es una imagen real (fidel a tus opiniones, comportamientos, etc., de la realidad)?

En algunos videos sí y en otros no. Si es un video de humor, exagero mi comportamiento y reacciones para provocar la risa. Si el video considero que es un tema serio, sí considero que se pueden ver mis opiniones reales. De todas formas, cualquier persona que haya visto más de tres vídeos míos, ya sabe diferenciar sin problemas cuando es un momento de humor y cuando es un momento serio.

¿Qué imagen te gustaría proyectar o qué te gustaría que percibieran de ti tus seguidores?

Pues mi imagen real, como soy. Yo solo quiero hablar y desahogarme sin crear una imagen de mí, que eso lo hagan los demás.

¿Crees que tu contenido ejerce algún tipo de influencia en las personas que ven tus vídeos?

Sí, aunque intento, precisamente, que eso no se ejerza. Busco que reflexionen y saquen sus conclusiones no imponer la mía, pero en videos más personales, me consta que han influido en personas.

Como persona que publica contenido en una plataforma de libre acceso, ¿crees que tienes algún tipo de responsabilidad, algún tipo de papel?

Yo aquí pienso que no, mi responsabilidad es la de un ciudadano normal, ni más ni menos. La responsabilidad es de quien ve mis videos que sea responsable y adulta para entender que es una opinión y respetarla o no, comprenderla o no, o seguirla o no, o en el caso de que sea un menor, la responsabilidad es de los padres de o bien adecuar lo que consumen sus hijos, o explicar lo que ven para que lo entiendan o comprendan.

¿Cómo es el feedback que recibes de tus seguidores? (No solo directamente en YouTube, sino a través de otras redes sociales)

Mucho. Tanto cientos de comentarios diarios, como correo mensajes o por la calle. De un tiempo a esta parte he visto mucha más agresividad, sobre todo entre los más jóvenes (menos de 14 años) que se dedican a insultar a cualquiera que tenga una opinión diferente a la suya e incluso atacar sin medida. Pero en mi canal son los menos.

Sobre los estereotipos de género ¿Qué entiendes por estereotipo de género?

Ideas preconcebidas de lo que tiene que ser y cómo se tiene que comportar un hombre y una mujer.

¿Crees que ese tipo de comportamientos/ideas/opiniones están presentes en YouTube? ¿Y en tus vídeos?

En Youtube claramente. Tenemos que tener en cuenta que, al final, los que suben videos a día de hoy son niños y niñas que, en muchos casos, no tienen ni 18 años y no tienen claro siquiera el tema e intentan imitar lo que hacen los grandes, entonces repiten los estereotipos casi sin quererlo. En mis videos intento luchar contra ello, aunque es un tema que no toco concretamente intento que sea un tema transversal.

¿Crees que los usuarios de la plataforma son conscientes de eso? ¿Por qué?

Los usuarios piensan que esto es solo entretenimiento, recordemos que la media son diez años, incluso solo se dedican a reproducir los mantras que les enseñan los *youtubers*. Esto es bastante doloroso, porque estamos viendo como grupos de feministas de 10 años se radicalizan sin entender siquiera el movimiento que defienden y solo se dedican a ser perros de presa de sus *youtubers* favoritos.

¿Consideras que tiene algún tipo de consecuencia?

Como estamos viendo ahora se está creando una radicalización y una desinformación, ya que los movimientos extremistas pro igualdad de género están creando un movimiento reaccionario muy fuerte ante estas ideas, como los canales de *Un hombre blanco hetero* y otros tantos, que aumentan la confusión y desinformación, porque quizás tantas voces distintas dando su opinión vienen bien cuando alguien adulto puede ampliar su percepción de la realidad, pero para un niño que está formándose aún puede ser más malo que bueno.

Me consta que, en tu canal, hay vídeos en los que tratas el tema del machismo y el sexismo en los cómics, pero también sobre el racismo y la homofobia. ¿Es, en tu opinión, YouTube una herramienta de empoderamiento para la visibilización de determinadas realidades?

Justamente, Youtube es una herramienta de comunicación y, como tal, puede ser utilizada literalmente para cualquier cosa, y sí puede ser una herramienta de visibilización aunque también de malinterpretación y confusión. La responsabilidad está en los que consumen la plataforma.

8.4.4. Entrevista a *La gata de Schrödinger*

¿Nos puedes contar un poco sobre ti?

Pues, bueno, tengo 25 años, estudié Periodismo y Publicidad, hice el Máster de Comunicación Científica en la Universidad Barcelona y bueno, una vez terminado y habiendo dejado un trabajo como responsable de una exposición científica de La Caixa, decidí embarcarme en el proyecto de YouTube y ver qué tal me iba.

¿Cómo decidiste convertirte en *youtuber*?

Pues, como te comentaba, porque al cerrar la exposición me quedé sin trabajo y entre que buscaba trabajo, pensé en hacer algo útil que me sirviera de portafolio, también de cara a las empresas y que me diera un poco de... Bueno, como yo también quería ser *freelance* en un futuro, pues que me pudiera dar un poco ese bagaje, ¿no? De ir haciendo cosas por mí misma, proyectos por mí misma. Entonces, eso, mi intención era pues tener un portafolio una cara que se me conociera ya por alguien, ¿no?, con *La gata de Schrödinger*, pero tampoco mi intención era dedicarme a ello económicamente, porque no lo veía viable... Básicamente, que YouTube es muy complicado, pero bueno, como me han ido bastante bien las cosas en muy poco tiempo, entonces pues ahora las perspectivas han cambiado un poco.

¿Qué crees que aportas a la plataforma y que te aporta la plataforma a ti?

Pues a la plataforma pues yo creo que al final el tema de la divulgación en Youtube todavía está muy virgen, por así decir, ¿no? Tenemos montones de canales de videojuegos, de maquillaje, de moda... Todas estas cosas, pero de divulgación no tenemos tanto. Entonces, yo creo que hay todavía mucho mercado y mucha gente, pues que podemos aportar nuestro granito de arena sin sobresaturar la plataforma.

A mí la plataforma me da la posibilidad de llegar a un número muy, muy extenso de gente al final, y de forma gratuita, tanto para ellos como para mí, en el sentido de que no pago por presentar mi contenido.

Conocida es tu opinión sobre Claudia Ayuso y María Cadepe, pero ¿cómo ves a los otros *youtubers*?

Bueno, en el mundo la divulgación somos todos una piña realmente, ahí no hay competencia. Pero en el resto de YouTube, pues, bueno... es que hay tantas opiniones como *youtubers* hay. Yo no solo veo el YouTube de divulgación, veo también a *gamers* y a otro tipo de *youtubers* de humor y todo eso, o sea que depende de cada persona.

En este sentido, ¿percibes diferencias entre hombres y mujeres?

Bueno, sí, que hay más predominancia de hombres, es verdad; pero bueno, también cada uno tiene su público. Por ejemplo, en canales de moda hay muchas más mujeres y en canales de *gamers* hay muchos más hombres, pero bueno, aparte de eso, en el mundo la divulgación siempre habido más hombres, pero cada vez hay más mujeres y eso es una buena noticia.

¿Crees que los *youtubers* ejercen algún tipo de influencia en sus seguidores o en la sociedad?

Sí, por supuesto. Sea en mayor o menor medida, tenemos que ser conscientes de que tenemos una gran responsabilidad a la hora de dirigirnos a nuestro público, porque estamos influyendo sobre todo en los más jóvenes, ¿no? En la franja de edad hasta 20 años, que son todavía chavales muy influenciables y tienes que tener mucho cuidado con lo que dices o dejas de decir.

¿Está la publicidad presente en YouTube? ¿De qué forma?

Bueno, claro, básicamente es lo que te hace ganar dinero, tanto con patrocinios como con publicidad directa, que te mete YouTube el *partner*, que se llama. Tú ganas por anuncio insertado en YouTube y eso es lo que más o menos te hace ganar dinero de forma mensual.

¿Qué papel crees que juega YouTube en nuestra sociedad actual?

Pues una alternativa a la televisión básicamente. Los jóvenes ya no consumen televisión. Eso es una realidad. Ahora consumen contenido a la carta y eso es desde Netflix hasta YouTube. Se trata de una nueva forma de consumir contenido audiovisual.

¿Qué piensas de que los jóvenes quieran convertirse en *youtubers*?

Es inevitable, porque ahora mismo sus referentes son *youtubers*, entonces es evidente que tiene que tener mucha influencia. Entonces, pues bueno, no es malo *per se*, porque también es una forma de ganarse la vida, así que hay que adaptarse a las nuevas profesiones.

Sobre tú relación con YouTube ¿qué tienes en cuenta a la hora de publicar un contenido?

Bueno, pues principalmente, que sea de interés público, que a mí... que yo sepa del tema más o menos, que pueda controlar y que vea que haya necesidad de hablar de ese tema, o sea, que sea algo de lo que sea necesario hablar, que yo considero que tiene una utilidad y que creo que a la gente le puede interesar.

¿Hay temas «tabú» en tus vídeos? ¿Hay temas de los crees que no hablarás en tus vídeos? ¿Por qué?

No, en principio, no. No, realmente. De hecho, yo trato básicamente temas «tabú» en otros, en otros, canales de ciencia, o sea, que realmente la palabra tabú para mi canal no existe.

¿A qué franja de edad crees que se dirigen tus vídeos?

A muchas. Es que es difícil de decir. Tengo muchos tipos de público, tanto de jóvenes universitarios o pre-universitarios, que lo ven y se informan, hasta gente más mayor que, a lo mejor no consume YouTube de habitual, pero le interesan mis vídeos al ser de ciencia. Así que no tengo un perfil definido, pero sí diría que, sobre todo, gente joven.

¿Consideras que la imagen que se proyecta de ti en tus vídeos es una imagen real (fiel a tus opiniones, comportamientos, etc., de la realidad)?

Sí, más o menos, sí. Yo siempre intentado ser lo más fiel que pueda a mi imagen real. Que es verdad que, jolín, pues hacer vídeos de 10 minutos... Pues es de una manera que no eres el 100% de tu vida real, pero sí que es una parte de lo que eres, o sea, nunca he querido ser impostada ni crear un personaje, porque luego yo creo que eso a la larga te pasa factura.

¿Qué imagen te gustaría proyectar o qué te gustaría que percibieran de ti tus seguidores?

Pues, bueno, una persona que se informa de lo que va a hablar, que no tiene pelos en la lengua también y que... bueno, que intenta ser rigurosa con todo lo que hace, pero también intenta, bueno, pues no tener temas «tabú» y que no le importa decir lo que piensa y yo qué sé... Pues más o menos eso, ese equilibrio entre las dos cosas.

¿Crees que tu contenido ejerce algún tipo de influencia en las personas que ven tus vídeos?

Sí, pues sí, claro sí. Es que es inevitable, aunque tengas mil seguidores, vas a ejercer influencia en la gente. Cuantos más seguidores tienes, evidentemente, más, o sea, que hay que ser muy responsable con lo que se dice.

Como persona que publica contenido en una plataforma de libre acceso, ¿crees que tienes algún tipo de responsabilidad, algún tipo de papel?

Sí, bueno, creo que ya lo he dicho anteriormente, o sea, creo que tenemos una gran responsabilidad todos los que divulgamos. Es mucha responsabilidad la que tienes, porque al final la gente te tiene como una figura de autoridad, muchas de las personas que ven tus vídeos, y les influye muchísimo lo que tú digas o dejes de decir, o sea, que por supuesto. Mucha responsabilidad.

¿Cómo es el *feedback* que recibes de tus seguidores? (No solo directamente en YouTube, sino a través de otras redes sociales)

Bueno, de todo, desde los típicos *haters*, esos son una gran proporción, pero también es comprensible porque en mi canal pues critico la pseudociencia, las creencias de mucha gente, entonces es normal levantar ampollas. Así que recibo mucho *hate*, pero también recibo muchísimo

apoyo, gente que me propone temas en plan: «hoy ha pasado esto», «mira esto, están estafando aquí, están tal» ... Muchísima gente me propone temas y todo eso. Recibo mucho tipo de *feedback*, tanto positivo como negativo.

¿Qué entiendes por *estereotipo de género*?

Bueno, pues es una opinión preconcebida, ¿no?, en torno a una mujer o un hombre solo por el género que tiene, ¿no? Por ejemplo, pues que se nos concibe a las mujeres menos aptas para divulgar la ciencia, menos científicas, menos creíbles. Y pues eso, a los hombres más racionales... También hay, pues estereotipos de género que no benefician a los hombres, ¿no?, como menos empáticos, más agresivos, no sé... O sea, hay todo tipo estereotipos que nos benefician y nos perjudican a unos y a otros.

¿Crees que ese tipo de comportamientos/ideas/opiniones están presentes en YouTube? ¿Y en tus vídeos?

Sí, por supuesto, o sea, me he encontrado con comentarios que, simplemente que, por el hecho de ser mujer, pues ya no ya no me toman en serio. Pero bueno, también creo que mis compañeros divulgadores hombres también reciben otro tipo de comentarios que no son *per se* machistas, pero también denigrando su trabajo, o sea, que realmente todos recibimos por todos lados. Bueno, yo creo que no, porque, además, tampoco creo que sea una mujer que reproduzca muchos estereotipos asociados a mi género, ¿no? Me dedico a divulgar la ciencia, soy friki, me gustan los videojuegos, tengo un lenguaje así... yo qué sé... digo palabrotas, no sé. Supongo que no se puede escapar 100% de los estereotipos, pero creo que, en mi discurso, especialmente, no están presentes.

¿Crees que los usuarios de la plataforma son conscientes de eso? ¿Por qué?

Bueno, es que realmente es muy complicado, porque muchos usuarios se esconden detrás de un *Nick*, la mayoría de *haters* se esconden detrás de un *nick*. Entonces, son así las redes sociales, es que no puedes pretender negar una realidad que es totalmente evidente. Sabes que tenemos el problema del anonimato en YouTube que permite que te puedan acosar directamente y que no te tomen en serio.

¿Consideras que tiene algún tipo de consecuencia?

Bueno sí, y, sobre todo, efecto disuasorio. Hay muchos hombres y mujeres que no quieren exponerse públicamente en Youtube porque las redes sociales... por la respuesta negativa que puedan tener, sobre todo mujeres, ¿no? Yo también intento quitar ese miedo, es decir, es verdad que eso existe, pero de verdad que merece la pena y que no hay dejarse llevar por los comentarios

negativos, pero bueno, sí que, para mucha gente, y sobre todo muchas chicas jóvenes y todo eso que quieran empezar, puede causar un efecto disuasorio.

¿Es YouTube una herramienta de empoderamiento para la visibilización de determinadas realidades?

Sí, claro. En YouTube tienen cabida todo tipo de opiniones y visiones sobre la vida, o sea, que por supuesto, puede servir como herramienta de empoderamiento de todo tipo de visiones sobre la vida, tanto feministas como yo que sé... como otro tipo de visiones sobre la vida y siempre vas a encontrar un público si lo haces bien y de determinada manera, que a tu público le enganche, o sea, que por supuesto.

8.4.5. Entrevista a *Saranoguerolp Blog*

Cuéntanos un poquito sobre ti edad, ocupación, estudios, aficiones...

Yo tengo 26 años, soy de Ferrol. He estudiado Derecho y luego hice un Master en Abogacía y me dediqué algún tiempo de mi vida a ello, pero ahora mismo simplemente me dedico a gestionar redes sociales, tanto las mías como de otras empresas como *community manager*, o sea, como relaciones públicas en la red.

¿Cómo decides convertirte en *youtuber*? ¿Cómo surge un poco esta idea?

A ver, en *youtuber* yo me convertí bastante tarde, porque ahora tengo 26 años y llevo un año con el canal más o menos, pero me convertí porque, bueno, yo tengo un blog de moda que abrí hace muchísimos años, cuando empecé la carrera de hecho y de ahí pasé a Instagram y de Instagram, pues me solicitaban como un paso más, ir más allá, la gente quería videos, estaba muy, muy de moda hace un año y pico el tema YouTube y me lancé. Dije: «Bueno, pues ahora o nunca»

De hecho, es más potente tu cuenta en Instagram que en YouTube, ¿no?

Sí, porque por ahora la gente ve los videos, pero no se suscribe todo el mundo.

Bueno y cuando te planteas esto de YouTube, ¿cuál es tu intención personal?

Que me puedan conocer más como soy yo, que no se queden en una foto, porque es una persona en una foto y un texto, que al final pones tres palabras, y no te conocen realmente como eres, como te expresas, como sientes las cosas... En YouTube lo pueden ver tal cual, pueden ver que soy una persona normal, que hablo... que no soy una persona fría, que soy cercana, que me vean como soy al natural, vamos.

¿Qué crees que aportas tú a la plataforma de YouTube?

Uuff, yo creo que personalmente yo no apporto nada, porque soy un canal como muchos otros porque hay muchos de mi temática y no sé yo... Lo único que yo todo lo hago con cariño y que siempre soy real en cuanto, por ejemplo, no me vendo a las marcas. Eso es algo que siempre tuve muy claro desde el principio que, aunque me regalen algo, me estén pagando por una colaboración... siempre, siempre, siempre digo que es una colaboración, cuando es una colaboración y yo creo que muchas pecan de no hacer eso, de no ser reales en cuanto a ese tema. Es que todo el mundo lo está viendo y no cuesta nada decir que te lo han regalado, o sea, hay que ser honesto. Pierdes credibilidad cuando no lo dices y la gente no es tonta. De hecho, ya no es la primera vez que ven que es una colaboración y tú dices que te lo has comprado... Pierdes tu

credibilidad... Al final, somos como un producto de *marketing* para las empresas, para... y hay gente que ni ellos mismos se saben vender, o sea, yo creo que mentir a la gente no te lleva a nada.

Y la pregunta a la inversa ¿qué te aporta a ti la plataforma?

A mí, ahora mismo, aparte de que... aunque tenga más seguidores en Instagram me da más dinero YouTube que Instagram, aparte de económicamente, personalmente me aporta muchísimo, porque la comunidad que he creado, aunque sea pequeña en YouTube, o sea, puedes tener un mal día como cualquiera persona y el cariño... Ves que es cariño real de la gente, o sea, que ves que la gente te va cogiendo cariño de verdad, por eso, como decía antes, a través de una foto igual no llegas a esa conexión con la gente. Y yo en YouTube... la verdad es que lo notas, porque yo todos los comentarios los leo y todos los contesto, y veo que hay gente que me comenta todos, todos, todos los domingos. Y digo: «Jolines, es que... gastan su propio tiempo». No sé, a mí, la verdad que me emociona realmente.

Y ¿cómo ves a otros *youtubers*?

Yo como ahora mismo esto de las redes y todo esto es como mi trabajo, tanto por mis propias redes como de las que genero el contenido, así que pues los veo como mis compañeros de trabajo. Yo no tengo un lugar de trabajo al que acudir, o sea, trabajo desde casa. No tengo... entonces... si yo, o sea, si me pasa algo, por ejemplo, si hay algo que no entiendo de YouTube o hay algo... Yo acudo a otros compañeros, a otros que igual me puedan ayudar. Entonces yo los veo como compañeros de trabajo. Nunca veo alguien como competencia o como... no. Es cierto que, jolines, somos muchos, muchos, muchos, sobre todo en mi temática, este último año hay muchísimas... En moda, muchísimas, muchísimas, muchísimas. Y realmente, hay algunas que me gustan y otras que no, tanto al nivel del contenido que generan como ellas como personas, que sí es cierto que te dejan conocerlo más. Yo creo que, por mi zona, aquí por Galicia, *youtubers* de moda tampoco conozco muchas. Entonces, pues, o sea, tengo alguna relación, pero tengo mucha más relación por la parte de Instagram que por YouTube con gente.

Yo, desde dentro, yo sí sé que hay mucha gente, sobre todo envidiosa, pero yo, personalmente, nunca voy a decir: «Joder, qué cabrona esta, que le han dado esto y a mí no me han llamado». Pienso que le han dado esto, porque les encajaría mejor su perfil o no. Es que a mí me genera mucha tristeza eso, que las envidias de chica, es verdad..., pero lo veo mucho más en Instagram que en YouTube.

De todos modos, como espectadora, yo veo más guerra en campos como los videojuegos o todo eso, que en realidad ahí sí que se mueve mucho más dinero. Y yo ahí creo que sí que hay más competencia que la que pueda haber a mi nivel, que estoy a un nivel bajo.

Con respecto a los *youtubers*, ¿percibes diferencias entre hombres y mujeres?

De contenidos, sí. Es cierto que yo solo consumo de lo que yo hago. Consumo moda, algo de belleza, muy poco. Prácticamente, solo consumo canales de moda. Entonces, claro, lo que más conozco es eso, pero no conozco ningún chico que tenga un canal de moda, por ejemplo. Seguramente los haya, pero yo no los conozco. Ni conozco ningún chico que se dedique a hacer *videoblogs*, suelen tirar más a mujeres. Después, sí que es cierto que, de hombres, de chicos, los *youtubers* así potentes, casi todos los que conozco o son de fútbol, de este de... FIFA, de videojuegos, vamos.

Y ¿crees que los *youtubers* ejercen algún tipo de influencia en la sociedad en general?

Está claro, o sea, ahora mismo son como los nuevos famosos, como digo yo. No en mi caso. Son los *youtubers* que están ahí en el top. Ahora mismo mueven más masas que muchísima gente de la televisión, de la música, del cine. Ahora mismo, sobre todo dependiendo del contenido que generen, dependiendo del nivel de edad que tengas detrás de la pantalla... Por ejemplo, yo tengo un nivel de edad entre 25 a 35 años, y es gente como más madura, más centrada. Pero es cierto que todos los de los videojuegos o los que hacen bromas y *challenges* y todo eso tiene una edad... los que consumen ese tipo de canales tienen 15, 14 años... que ahí, obviamente, pues es gente muy influenciada, que no tiene claro lo que quiere en la vida y que idealizan a este tipo de *youtubers*. Como yo igual idealizaba igual a las Spice Girls cuando era pequeña, pues lo mismo ahora, pero con los *youtubers*, entonces sí.

Y en relación con esto ¿qué piensas de que los jóvenes quieran convertirse en *youtubers*?

Mira, yo di varias charlas en varios coles de aquí, de todo Ferrol, sobre esto, porque los profesores estaban realmente preocupados porque muchos niños (fui a dar a clases de 4º de la ESO), muchos niños, cuando les preguntaban qué quería estudiar, que en 4º de la ESO ya tienen que elegir qué bachiller quieren y cuál no, tenían en la cabeza que ellos iban a ser *youtubers*, que van a ser como el Rubius, que van a ser como Auronplay, que son los que más influyen sobre este tipo de edades. Pues a mí me parece algo muy peligroso, porque tú nunca... Yo ya les dije que, si les gusta esto, si les gustan las redes sociales, que hay estudios que tienen que ver como, por ejemplo, el *marketing* o comunicación audiovisual. Cualquier cosa, pero que se formen, que, aunque les guste esto, que lo tengan como un complemento, que no piensen que van a vivir de esto, porque es muy complicado y no a todo el mundo le sale bien. O sea, yo ya te digo, yo tengo mi carrera y porque ahora mismo la vida me llevo por aquí y ahora mismo gano más dinero con esto que como abogada, así está la vida, pero siempre tuve claro lo que tenía que hacer.

Voy a Lugo, ahora, dentro de dos semanas a dar una charla a chavales de entre 15 y 20 años sobre esto, sobre las redes sociales. No sé, me parece... no sé. Para mí, fue una experiencia que... yo a ellos les conté mi experiencia, les conté la realidad de YouTube, lo que cobraba, les enseñé los números y les enseñé todo, pero ellos a mí también me ayudaron mucho, ¿sabes? Ver como lo ven ellos, para mí fue una experiencia muy chula.

Por otra parte, ya cambiando así un poco de tema, ¿está la publicidad presente en YouTube y de qué forma?

¡Buuff! A ver, la publicidad... YouTube es publicidad, es así, o sea... Tengas un canal pequeño o uno grande, prácticamente todo el mundo, el 90% de YouTube, monetiza sus videos, porque esto también es una idea que tienes que tener 10.000 suscriptores para monetizar tus videos. No, cualquiera puede monetizar los videos en YouTube. Eso está bien, porque tú estás generando un contenido para una plataforma y es una manera de que te lo paguen, o sea, porque tú, en realidad a YouTube le estás haciendo un favor también. La gente consume YouTube, porque hay gente que genera contenidos. Luego está la publicidad que tú metes dentro de tus videos, aparte de los videos estos con los que lo monetizas. Eso hay dos maneras de hacerlo, legalmente o con publicidad engañosa, como lo que contábamos antes. Yo, por ejemplo, es cierto que es de lo que viven, o sea, YouTube por las visualizaciones paga una porquería, porque para que te paguen por una visualización tienen que ver un anuncio entero o, si es de menos de 30 segundos, si es de más de 30 segundos tienen que comérselo 30 segundos y eso es muy poca gente, todo el mundo salta el anuncio, a no ser que te toque uno de 6 segundos de estos. Y cuando te pagan por una visualización, es menos de 1 céntimo. Lo que paga YouTube, en general, es una mierda. Tú, de lo que vives, es de las campañas que tú metes en tus videos. Entonces, claro, yo personalmente cada vez que es una campaña o que es algo que me regalen entonces yo lo digo. Luego, hay gente que hace publicidad encubierta y que algún día les tirarán el chiringuito, digo yo o espero, no sé.

Si tuvieras que concretar de alguna manera el papel que cumple YouTube para la sociedad en la que estamos, ¿qué me dirías?

Yo creo que ahora mismo YouTube está cogiendo tanto nivel como la televisión, o sea, me refiero... Ahora mismo, es que yo... en mi entorno, consume todo el mundo YouTube, o sea, hasta mi abuela con 85 años, aparte de mis vídeos, mi abuela ya veía YouTube antes, veía las recetas de YouTube con 85 años en el móvil, o sea, es una pasada. O sea, no sé, a mí me dices hace 10 años que mi abuela con 85 años va a estar viendo videos en el móvil y digo: «¿qué me estás diciendo?». ¡Pero si en mi entorno la única que no consume YouTube es mi madre! El resto, dependiendo de la

edad, cada uno lo suyo, pero es que se te estropea algo pues miras en YouTube un tutorial de cómo coño se arregla...

Centrándonos un poco en tú canal en concreto, ¿qué tienes en cuenta tú a la hora de publicar un contenido? ¿En qué piensas cuando vas a publicar un contenido?

Primero pienso en que, a ver... obviamente, hago contenido que me apetece, pero también pienso en la aceptación que va a tener o que no va a tener. Yo tengo clarísimo que lo que más se ve en mi canal son los *hauls* de ropa, o sea, el «¿qué me compro?». Eso es lo que me gusta, por encima de todo, entonces es lo que genero con mayor frecuencia. Obviamente, dentro de unos límites, pero sé que es lo que más gusta y lo que más me gusta ver a mí. Entonces, es lo que más hago. Después hago otro tipo de videos que sé que no van a tener tanta repercusión o no van a gustar tanto, que me apetece o te acabas quedando sin ideas a veces... Y, en general, eso. Lo que me piden también. Yo estoy aquí para generar el contenido que también quiere ver la gente. Entonces lo que me van pidiendo en mayor o menor medida lo voy haciendo.

¿En tus videos hay algún tema tabú o algún tema del que crees que no vas a hablar nunca? ¿Te autocensuras a la hora de hacer un video?

Yo nunca, nunca, nunca, voy a hablar de religión o de política. Creo que no es mi cometido aquí y son temas muy, muy sensibles, que yo ya lo digo ahora, que nunca los voy a tocar en mi canal. Mi canal es de moda. Después, puedo hablar algo de formas de vivir, de lo que a mí me gusta o me deja de gustar, pero no temas políticos ni religión. De hecho, mi mayor público es aquí España, pero siempre te ve alguien de Argentina, Chile, Perú, y me dejan muchos comentarios del tipo: «¿eres creyente?» Y es al único comentario que yo no contesto, porque creo que, sea creyente o no, eso, aparte de que eso es cosa mía y no le importa a nadie, creo que no es relevante cuando estoy hablando de moda. Creo que si el contenido que genero de moda les gusta es independiente de que yo crea en algo o no crea nada o lo que sea.

¿Consideras que la imagen que se proyecta de ti en tus videos es una imagen real?

Me expreso tal cual, o sea, me corto y no digo... o sea, yo hablo un poquito mal a nivel de que digo palabrotas, y eso sí que a veces lo he intentado quitar de los videos, porque sé que me está viendo también gente joven. A veces, hay mamis que me ven con sus niños. Eso sí que lo intento quitar, pero por el resto me expreso tal cual soy y las opiniones siempre si me gusta, me gusta, y si no me gusta, no me gusta.

¿Qué imagen te gustaría que tus suscriptores tuviesen de ti? ¿Qué te gustaría que pensasen tus suscriptores de ti?

Que soy una persona tal cual ellos, que soy cercana. Igual que si yo, a veces, les cuento mis problemas y ellos me animan, también que ellos puedan contar conmigo, porque en realidad yo a ellos les debo todo. Yo estoy aquí por ellos, que sepan, que creo que ya lo saben, porque a todo el mundo le contesto, que si ellos me escriben yo siempre les voy a contestar. Yo no sé si esto un día se va a ir de madre y no voy a ser capaz de llegar a todo, pero por ahora, mientras que pueda, desde luego que sí.

Antes comentábamos que tú crees que los *youtubers* ejercen influencia en la sociedad, ¿qué opinas de tu contenido en concreto?

A ver, mi contenido lo único que la gente lo tacha de consumismo, y a ver, es cierto, yo estoy hablando de cosas que me compro o cosas que me regalan... O sea, sí, generas... Estás dentro como de la ola de consumismo, pero bueno la industria de la moda es así. Yo, aun así, por ejemplo, yo sé que tengo un nivel de ropa que no es necesario para nada, por ejemplo. Yo sé que no me hacen falta muchas cosas o de las que me envían o de las que me compro. Y eso es lo único que me molesta transmitir. Porque yo soy consciente de ello y sé que algunas veces tengo un comentario así, en plan, que todos los *youtubers* sois unos consumistas. No, no es así, pero también tienen que entender que es mi trabajo, que si no genero contenido de moda yo no me voy a poner a cantar... Es cierto que a raíz del canal recibo más cosas de las que me hacen falta, eso es lo único que... Ahí tengo una guerra personal. Hay que tener en cuenta que es que a la gente le encanta, el 99'9 % están encantados de que yo suba ese tipo de contenido, lo que pasa que, claro, siempre es la típica persona que entra en el *haul*, entra en todos los *hauls* de todos los *youtubers* y pone «Sois todos unos consumistas». Pero bueno, yo le digo: «No consumas tú este tipo de videos sino es lo que te va». Yo entiendo totalmente y tiene su razón, sí que tienen razón, pero...

Como persona que publicas contenido a una plataforma a la que tiene acceso todo el mundo, ¿crees tú, personalmente, que tienes algún tipo de responsabilidad o algún tipo de papel con respecto a tu contenido?

Sí, eso ya se lo contaba también a los niños en el cole. Por ejemplo, las declaraciones que hizo Dulceida, en plan: «Yo no tengo ningún tipo de estudios y a mí me va genial en la vida» ... Yo creo que eso, teniendo un público de 13 o 14 años, no puede salir de tu boca, porque entonces es cuando le llevas al error de pensar que haciéndote *youtuber* o haciéndote *instagrammer* o colgando videos diciendo chorradas, pues te puedes ganar la vida y puedes llegar al nivel de vida que ella muestra. Porque ella solo muestra nada más lo bueno. O sea, pongo Dulceida no le tengo ningún tipo de manía, pero porque fue la que hizo estas declaraciones.

Entonces, yo creo que tienes que ser consciente de que tienes más de un millón de seguidores y que, de ese millón de seguidores, el 99 % son niños, o sea, son adolescentes. Yo no te digo que seas un modelo a seguir, no eres su madre, no les tienes que educar tú. Pero tampoco, si tienes un millón de seguidores, tienes que medir un poquito más lo que dices o lo que no. Sobre todo, de cara a eso a que la vida es muy fácil, porque no lo es y después vienen los disgustos

Y también, pues en colaboraciones encubiertas y todo eso, también existe responsabilidad, es una responsabilidad también. Hubo ahí una polémica super grande sobre unos sprays, Coloristas de L'Oreal, que teñían el pelo de colores, de esto que te duraba varios días. L'Oreal invirtió mucho dinero, contrató a los mejores *influencers* para hacer videos diciendo que esos sprays eran la puta hostia y resulta que eran una mierda y que no te teñían, te estropeaban el pelo. Y claro, ellas salían todas diciendo que eran una maravilla. Tienen que saber que por mucho que te pague una marca, tú no tienes que decir que algo es una maravilla. Una marca nunca te paga para que tú digas que todo es una maravilla, si te paga por eso, ya... chungo. Porque si tú ya aceptas ese contrato diciendo que es una maravilla antes de probarlo ya estás haciendo algo mal. Tú tienes la responsabilidad de decir la verdad, porque muchas niñas se fueron a comprar los tintes de L'Oreal y estropearon el pelo. Entonces, claro, a raíz de ahí de esa campaña tan grande que hubo, se empezó a poner muy en duda la palabra de los *influencers*, en plan que somos todos unos vendidos, que no tenemos... totalmente lógico.

En fin, y con respecto al *feedback* que recibes de tus seguidores, ya me decías antes que te llega a emocionar, ¿añadirías algo más?

La gran mayoría sí. Pero, obviamente, siempre hay comentarios que son constructivos y otros que son totalmente destructivos, y que, bueno, con el tiempo, al principio sí que fastidiaban un montón, pero con el tiempo... empiezas a dar valor a lo que tiene que tenerlo... Los comentarios como «Qué fea eres, hija, pareces un sapo», pues obviamente no me aportan nada.

¿Tienes más *feedback* con ellos en la misma plataforma de YouTube o en otras plataformas? Probablemente... Probablemente en Instagram, porque es más por los directos. Subo un *stories* y al momento me contestan y el video, al final lo grabo con una semana de antelación. Entonces es menos directo, pero también, aun así, tengo conversaciones a raíz de los comentarios de YouTube, pero aun así creo que tengo más en Instagram.

Y luego ya centrándome en el último bloque de preguntas, ¿qué entiendes por estereotipos de género?

Pues las típicas ideas que asociamos a los diferentes géneros, por ser... que por ser una niña o por ser un niño, o una chica o un chico, tienes que tener determinados comportamientos o llevar determinadas cosas o hacer determinados trabajos.

¿Crees que ese tipo de comportamientos, ideas, opiniones... están presentes en YouTube?

Ya te digo que yo al final soy una gran desconocedora de YouTube, porque solo consumo lo que yo hago, pero bueno supongo que sí. Pero bueno, porque está presente en todo el mundo... así que no va a ser menos en YouTube.

¿Tú dirías que en tus videos hay estereotipos?

Pues es cierto que alguna vez he caído en ellos. Bueno, yo saludo: «¡Hola, mis chiquis!». Cada uno tiene su saludo ridículo, ¿no? El mío es este, porque ahí pensé que englobaría a todos, tanto chicos como chicas. Es cierto que, muchas veces, como estoy hablando de ropa de mujer, me sale directamente hablar en femenino, en plan, como si detrás de la pantalla, sobre todo al principio... solo hubiera, como que lo asumes, tu subconsciente te lo da así, pero es cierto que me ven tíos, no solo amigos, o sea, mis *haults* de ropa de chica también los ven chicos. A partir de ahí, me corregí y ahora siempre hablo en general. Pero ahí en concreto, sí que caí en ellos.

¿Y tú crees que los usuarios de la plataforma son conscientes de que existen esos estereotipos en la plataforma?

Yo no tanto en mi canal, pero, por ejemplo, en otros... A mí me preocupan como vienen las nuevas generaciones, porque las veo como mucho más radicales que la gente de mi edad o de mi generación. Creo que no tienen ningún tipo de conciencia ni sobre esto ni sobre nada, o sea, no sé, son muy dañinos. Yo creo que hay poca conciencia, en general, o sea, dependiendo del público. En generaciones más pequeñas yo es que veo un grado de machismo leyendo comentarios que flipo, flipo... Por ejemplo, ahora, ahí atrás, no me acuerdo qué canal era... Había varios canales de estos de familias una mamá, que entra ahora en Gran Hermano, que se llama Verdeliss, entró en Gran Hermano y triunfan un montón y gustan un montón. Y pues en uno de eso, no recuerdo el canal, si no te lo decía, se ve en plan toda la ropita rosita, ya me han regalado la ropita rosita, porque va a ser niña y digo «Joder, qué antiguos», porque me llamó la atención. No sé si fue en el de Verdeliss o en otro.

Y en mi opinión, es más peligroso lo de ellos que lo de ellas. Ellos son mucho más... porque es cierto que están... O sea, yo lo noté en los cuatro colegios a los que fui, noté la diferencia de que ellos tienen como muchos más pajaritos en plan: «Yo quiero ser Auronplay», «Que quiero ser Vegetta»,... Ellos más que ellas. A ellas las vi... Es cierto que se nota la madurez, que con 15-16 años

que tenían, ejercen más influencia, mucho más, el campo de los videojuegos y todo eso que, por ejemplo, mi campo, yo creo.

¿Y crees que el hecho de que no sean conscientes de los estereotipos que están atravesando la pantalla puede tener alguna consecuencia social?

Principalmente, que lo normalicen, o sea, que ellos es lo que ven, pues lo acaban normalizando. Pues lo que te digo yo del rosa: lo normalizan y lo ven como algo normal. Tú lo ves normal que el rosa es de niña y el azul es de niño o que un hombre puede ser futbolista y una mujer, yo que sé, tiene que ser costurera. Se están llegando a normalizar otra vez este tipo de pensamientos... Por eso yo tengo la sensación de que echamos muchos años para atrás.

Y ya la última pregunta, ¿es, en tu opinión, YouTube una herramienta de empoderamiento para visibilizar determinadas realidades?

Yo creo podría y debería. Pero, a día de hoy, el contenido que se genera, el contenido que tiene más visualización, que se genera, yo no veo a nadie reivindicar nada y yo la primera. Yo me dedico a la moda y no salgo de ahí, pero es cierto que la gente como que tiene miedo a utilizar YouTube para reivindicar cosas, realidades sociales. Para eso yo creo que se utiliza más Facebook o plataformas como la de Change.org, pero en YouTube es raro que veas un contenido de reivindicar algo o de un problema social, pero sí que es una buena plataforma para hacerlo, porque te puedes explayar muchísimo mejor en vídeo que poniendo un texto en Facebook, por eso creo que la gente le tiene miedo, pero creo que en un futuro puede acabar siéndolo.

8.4.6. Entrevista a Papadry

Cuéntanos un poco sobre ti, por favor...

Me llamo Adrián Gómez, tengo 32 años, trabajo como comercial en automoción. Me gusta el deporte en general y el coleccionismo en particular.

Sobre YouTube y tu relación con la plataforma... ¿Cómo decides convertirte en *youtuber*?

Tras ver una serie de videos sobre coleccionismo bastante interesantes, creí que podría dar mi punto de vista sobre el tema y mostrar cosas interesantes al resto de la gente.

¿Cuál es tu intención cuando decides embarcarte en este proyecto?

Simplemente disfrutar de la experiencia y crear una comunidad de gente interesada en mi mundo.

¿Qué crees que aportas a la plataforma? ¿Qué te aporta la plataforma a ti?

Yo apporto mi punto de vista particular sobre nuestro hobby y a mí la plataforma me aporta más visibilidad y acceso a un público muy variado.

¿Cómo ves a los otros *youtubers*?

Realmente hay un poco de todo en general. «Jetas» y gente que realmente vale la pena conocer. Dentro de mi ámbito, he conocido a grandes personas con las que compartir la experiencia e intercambiar puntos de vista.

En este sentido, ¿percibes diferencias entre hombres y mujeres?

Percibo que hay muchos más hombres que mujeres en la plataforma en general y, en mi canal en particular, y no sé el por qué realmente.

¿Crees que los *youtubers* ejercen algún tipo de influencia en sus seguidores o en la sociedad?

Sobre todo, los de más calado o más suscriptores, creo que sí que influyen enormemente a sus seguidores, pero especialmente a los más «influenciables» por edad, desde la ropa o la estética hasta los gustos musicales o las actitudes.

¿Está la publicidad presente en YouTube? ¿De qué forma?

En todo. Es el principal motor de la plataforma. Si no hubiera publicidad, estaría muerta.

¿Qué papel crees que juega YouTube en nuestra sociedad actual?

Actualmente es una red social más, poderosísima, sobre todo por la inmediatez y el componente atractivo de lo audiovisual. Creo que son mensajes más directos a los receptores y de más fácil recepción, por decirlo así.

¿Qué piensas de que los jóvenes quieran convertirse en *youtubers*?

Normalmente el 90% lo quieren ser por fama o dinero, y ese es el problema, que hay poca constancia y sacrificio, lo quieren todo dicho y hecho y no ven que, como todos los trabajos, hay un esfuerzo detrás o, al menos, lo hay en una gran cantidad de casos.

Con respecto a tus contenidos, ¿qué tienes en cuenta a la hora de publicar un contenido?

Realmente subo lo que me apetece y según la época del año, alguna temática relacionada con el momento.

¿Hay temas “tabú” en tus vídeos? ¿Hay temas de los crees que no hablarás en tus vídeos? ¿Por qué?

No creo que existan temas tabús. De haber uno, realmente podríamos llamar así a mi vida privada. Hay cosas de mi vida personal que jamás mencionaré en mis vídeos, evidentemente. Tampoco quiero meterme en temas políticos, porque son muy polémicos y hay una gran diversidad de opiniones.

¿A qué franja de edad se dirigen tus vídeos?

Busco un público de mediana edad, pero realmente la plataforma me está proyectando a un público más adolescente o incluso más joven, de entre 12 y 16 años.

¿Consideras que la imagen que se proyecta de ti en tus vídeos es una imagen real (fidel a tus opiniones, comportamientos, etc., de la realidad)?

En algunas cosas sí y en otras no. Siempre tiendo a crear algo de «personaje» en los vídeos. En la realidad no me comporto como en los vídeos constantemente. Digamos que hay un poco de todo.

¿Qué imagen te gustaría proyectar o qué te gustaría que percibieran de ti tus suscriptores?

Que soy una persona humilde que no busca fama, simplemente enseñar y compartir sus conocimientos, colecciones, etc., disfrutar de un hobby en compañía, en definitiva.

¿Crees que tu contenido ejerce algún tipo de influencia en las personas que ven tus vídeos?

Puede ser, mucha gente me escribe comentando que han cambiado formas de ver las cosas gracias a mis opiniones sobre las temáticas que toco.

Como persona que publica contenido en una plataforma de libre acceso, ¿crees que tienes algún tipo de responsabilidad, algún tipo de papel?

Por supuesto. Tenemos responsabilidades morales y no podemos mostrar comportamientos incívicos o violentos, por ejemplo. Personalmente, procuro cuidar el lenguaje y la actitud.

¿Cómo es el *feedback* que recibes de tus suscriptores? (No solo directamente en YouTube, sino a través de otras redes sociales)

Muy positivo en el 95% de los casos. El 5% restante es de *haters* que, normalmente, son personas celosas o envidiosas y que se dedican a minar la moral, porque no tienen una mejor ocupación.

¿Qué entiendes por *estereotipo de género*?

Yo creo que son comportamientos «predeterminados», por así decirlo, que se presupone que debe tener una persona por el mero hecho ser de un sexo concreto.

¿Crees que ese tipo de comportamientos/ideas/opiniones están presentes en YouTube? ¿Y en tus vídeos?

En mis vídeos en particular no, porque mi temática es eminentemente futbolística. Eso significa que mis vídeos no van dirigidos a hombres o a mujeres en concreto, sino que se dirigen a quien le guste el fútbol y las colecciones, sean del sexo que sean. En YouTube, según en qué canales, sí que se pueden ver.

¿Crees que los usuarios de la plataforma son conscientes de eso? ¿Por qué?

Sobre todo, los que somos más maduros sí que podemos darnos cuenta de ello (que no quiere decir que lo hagamos). El público más joven, por desgracia, no es consciente de ello, porque no tienen las herramientas de análisis ni la experiencia para analizar y criticar según qué cosas.

¿Consideras que esto tiene algún tipo de consecuencia?

A la larga es probable que sí. Si a través de la plataforma se transmiten estereotipos, es inevitable que los jóvenes los interioricen y los incorporen en su vida cotidiana, por lo tanto, yo creo que así se contribuye a su mantenimiento.

¿Es, en tu opinión, YouTube una herramienta de empoderamiento para la visibilización de determinadas realidades?

Si se utiliza como tal, puede ser un arma de gran valor para ello, como toda red social, aunque actualmente esté bastante desaprovechada en ese sentido...

