

**LAS NARRATIVAS AUDIOVISUALES IMPLEMENTADAS POR LOS
YOUTUBERS PARA LA TRANSMISIÓN DEL MENSAJE**



PAULA ANDREA CLAVIJO ALZATE

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MEDELLÍN
2017**

**LAS NARRATIVAS AUDIOVISUALES IMPLEMENTADAS POR LOS
YOUTUBERS PARA LA TRANSMISIÓN DEL MENSAJE**

PAULA ANDREA CLAVIJO ALZATE

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE:
COMUNICADOR SOCIAL**

ASESOR

LIGIA INÉS ZULUAGA ARIAS

MAGISTER EN EDUCACIÓN Y DESARROLLO HUMANO


UNIVERSIDAD CATÒLICA LUIS AMIGÓ

FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD Y DISEÑO

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MEDELLÍN

2017



Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Medellín 24 de noviembre de 2017 (Fecha de entrega)

DEDICATORIA

Este trabajo de grado está dedicado especialmente a mi madre y a toda mi familia, ya que gracias a ellos que me brindaron un apoyo moral y económico tuve la oportunidad de ingresar a una universidad para engrandecer mis conocimientos y ser una gran profesional.

AGRADECIMIENTOS

A lo largo de esta investigación he contado con el privilegio de tener la ayuda de muchas personas, a las que debo mi gratitud. En primer lugar a Dios por regalarme la vida y a mi familia por darme la oportunidad de estudiar y brindarme el apoyo durante todo desarrollo.

Agradezco que acompañaron el proceso de elaboración del mí o trabajo de grado desde los siguientes cursos:

- V Nivel - Historia de las Sociedades y Modelos de la Comunicación: Luis Fernando Zúñiga M.
- VI Nivel - Epistemología de la Educomunicación: Pablo Andrés Huertas Obregoso
- VII Nivel – Teorías Cognitivas y del Aprendizaje: Claudia Teresa Herrera Caicedo
- VIII- Semiótica de la Educomunicación: Oscar Alberto Urribarri Urdaneta
- IX – Etnografía de la Comunicación – Educación: Ligia Inés Zuluaga

TABLA DE CONTENIDO

1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	10
1.1	JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD	10
1.2	FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA	12
1.3	DELIMITACIÓN	13
1.3.1	Sujeto u objeto de Investigación (sólo uno de los dos según el tipo de investigación).....	13
1.3.2	Tiempo y Escenario.....	13
1.4	OBJETIVOS.....	14
1.4.1	General	14
1.4.2	Específicos	14
1.	MARCO TEÓRICO	15
2.1	EL INTERNET	15
2.1.1	YouTube	16
2.2.1	Tipos de narrativas audiovisuales	17
2.2.1	Lo digital	22
2.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
3.1	PARADIGMA Y ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.....	24
3.2	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	25
3.3	TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	25
3.5	MUESTREO	26
3.6	PLAN DE TRABAJO	26
4.	SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	27
4.1	ORGANIZACIÓN DE DATOS	27

Gráfico del instrumento.....	28
RELACIÓN DE CATEGORÍAS	28
4.4 SISTEMATIZACIÓN	29
5. CONCLUSIONES.....	30
6. PRODUCTO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN.....	31
6.1 PRESENTACIÓN	31
6.2 JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	31
6.3 DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO O ELABORACIÓN DEL PRODUCTO	31
6.4 PRODUCTO.....	32
ANEXOS.....	41

FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO

Título del proyecto de investigación: Estudio de las narrativas audiovisuales implementadas por el YouTube para la transmisión del mensaje

Línea de Investigación: Comunicación-Educación

Sublínea: Comunicación, Educación y Cibercultura

Facultad: Comunicación, Publicidad y Diseño

Programa Académico: Comunicación social

PALABRAS CLAVE: Youtuber, narrativas audiovisuales, canal.

RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA:

Las narrativas audiovisuales son las imágenes que cuentan una historia de manera particular, y esta se complementa con los sonidos y la música. Estos dos elementos obtienen una parte importante dentro de lo que se narra y la manera como se cuenta.

De igual forma se pretende dar cuenta de cómo los youtubers tienen elementos ideológicos desde la transmisión del mensaje los cuales permiten evidenciar cómo son sus narrativas audiovisuales.

Allí se estudiarán sobre estos nuevos fenómenos, especialmente Juan Pablo Jaramillo que cuelga videos en la plataforma YouTube con el fin de estudiar cómo un joven youtuber, implementa las narrativas audiovisuales y cómo hace para ganar adeptos.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD

A lo largo de la historia se ha venido indagando sobre las narrativas audiovisuales en varios contextos, es así como algunos autores que han trabajado desde este campo plantean sus pensamientos en el cine, en plataformas audiovisuales, en la televisión, en videojuegos entre otros. Dentro de estos estudios se exponen los agentes involucrados, se diferencian los contextos y la importancia del estudio del audio y lo visual en estos entornos.

Por otro lado, desde la línea Comunicación-Educación:

Los medios de comunicación masiva y sus proyecciones en las renovadas posiciones de lo tecnológico son hoy protagonistas en el nuevo orden mundial; las prácticas de los comunicadores tienen que ver con la formación de identidades, con la integración de los más jóvenes al engranaje social y con la transmisión y legitimación de los saberes: funciones atribuidas milenariamente en la educación¹.

Teniendo en cuenta este primer acercamiento con el tema a través de la lectura y revisión de bibliografía destacada, se encontraron tesis de pregrado y doctorado, artículos periodísticos, etc., desde diferentes áreas del conocimiento, como por ejemplo la tesis titulada “*Mente creativa” serie de microprogramas acerca del pensamiento creativo audiovisual para la plataforma de televisión educativa virtual interactiva (TEVI)*”, escrito por Rubén Darío, también el trabajo realizado por Castell Arnau, titulado “*El documental interactivo como nuevo género audiovisual: Estudio de la aparición del nuevo género, aproximación a su definición y*

¹ LÓPEZ FERNÁNDEZ, Juan Guillermo. Fundamentación teórica, metodológica y operativa de la línea de investigación en comunicación- educación. Medellín: Centro de investigaciones Fundación Universitaria Luis Amigó, 2006. p. 1.

propuesta de taxonomía y de modelo de análisis a efectos de evaluación, diseño y producción”, de igual forma, la tesis de maestría titulada “Producción, consumo y prácticas culturales en torno a los nuevos media en la cultura de la convergencia: el caso de Fringe como narración transmedia y lúdica”, este estado del arte permitió evidenciar que no existe un estudio que enmarque las narrativas audiovisuales dentro del campo de los youtubers, de allí que se pretenda centrar la presente investigación en este tema, además por el auge que han venido tomando estos individuos en los últimos años.

Según Valls “el youtuber es un profesional autónomo que crea contenidos audiovisuales para YouTube de forma regular. Con ese fin, posee un canal en la plataforma bautizado, generalmente, con su nombre o nickname, ya que él/ella y su personalidad forman parte y son una de las principales atracciones de sus videos (...) el youtuber desempeña el rol de productor, guionista, director, cámara, editor, community manager y todo aquello que requiera la realización y popularización de sus videos”²(p. 8).

Por otro lado, desde la **sublínea comunicación, educación y ciberculturas:**

*Las nuevas generaciones que se integran a los sistemas sociales desde los consumos tecnoculturales, el mundo del trabajo mediado hoy por redes de informaciones, el pensamiento tardomoderno que habita los entramados de esas mimas redes; éstos y otros avatares del sujeto contemporáneo realizan una operación de engranaje que constituye un campo de investigación propio*³.

² VALLS, Gador. “Análisis de la figura de los principales youtubers españoles de éxito”. Universidad Politécnica de Valencia. Disponible en: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/54192/VALLS%20-%20An%C3%A1lisis%20de%20la%20figura%20de%20los%20principales%20youtubers%20espa%C3%B1oles%20de%20C3%A9xito.pdf?sequence=3>

³ Ibid. P.

Por lo anterior, nace el interés de estudiar el uso de las narrativas audiovisuales implementadas por los youtubers, para determinar cuáles son las estrategias más efectivas que radican en el número de seguidores y reproducciones de sus videos. De igual forma, se pretende analizar a través de un estudio las características verbales y proxémicas de las cuales cada uno de estos emisores hacen uso para transmitir su mensaje y hacerlo efectivo e influyente en los receptores o seguidores del canal.

En este sentido, la presente investigación pretende aportar a los estudios realizados sobre las narrativas audiovisuales, pero desde otra perspectiva que no ha sido explorada previamente, de igual forma podría contribuir a estudios futuros desde esta misma línea que permitan identificar el porqué de la influencia de estos personajes en el ciberespacio.

1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA

Teniendo en cuenta que los youtubers son individuos que desde hace algunos años para acá han venido teniendo auge muy grande en la comunidad virtual, como lo expresa Valls (2015), que con la masificación de la información y la cantidad de usuarios en la red

YouTube ha supuesto un cambio social en el consumo de contenido audiovisual, convirtiéndose en una amenaza real para la televisión tradicional y dando trabajo a millones de personas y convirtiendo a muchas de ellas en su propio círculo de famosos: los youtubers. Jóvenes que han conseguido rentabilizar sus vídeos y llegar a vivir del contenido que comparten a través de la plataforma es por ello que se quiere indagar más sobre éstos.

De allí el interés por indagar en este campo relativamente nuevo y surge la siguiente pregunta de investigación.

¿Cómo se desarrollan las narrativas audiovisuales que implementa el youtuber Juan Pablo Jaramillo para la transmisión del mensaje?

1.3 DELIMITACIÓN

1.3.1 Sujeto u objeto de Investigación (sólo uno de los dos según el tipo de investigación)

Sujeto

El estudio se centra en cómo este joven youtuber implementa las narrativas audiovisuales para la transmisión del mensaje comunicación, teniendo en cuenta a Juan Pablo Jaramillo un youtuber que se dedica a la creación y producción de videos para las redes sociales especialmente YouTube.

1.3.2 Tiempo y Escenario

El tiempo estipulado de esta investigación será desde el año 2015 hasta el año 2017, es un tiempo considerable que permitirá realizar el estudio de las narrativas que implementan el youtuber y el escenario será el canal de YouTube del youtuber Juan Pablo Jaramillo, ya que es allí donde se pueden rastrear todos sus contenidos y es el medio que utiliza para transmitir su mensaje.

1.4 OBJETIVOS

El objetivo de esta investigación es saber cómo los youtubers implementan las narrativas, y la importancia que estas tienen a la hora de transmitir su mensaje.

1.4.1 General

Analizar el desarrollo de las narrativas audiovisuales como la narratología temática que implementa el youtuber Juan Pablo Jaramillo para la transmisión de sus mensajes en la interacción con los públicos

1.4.2 Específicos

- Clasificar las narrativas audiovisuales que implementa el youtuber Juan Pablo Jaramillo.
- Diferenciar las estrategias de comunicación más efectivas que se desarrollan en las narrativas audiovisuales.
- Diagnosticar los contenidos de las narrativas audiovisuales del youtuber Juan Pablo Jaramillo.

1. MARCO TEÓRICO

2.1 EL INTERNET

Según Gustavo Sain⁴, “la historia de Internet se inicia durante la etapa de desarrollo de la Gran Ciencia norteamericana de los años 50s, en el marco de la batalla tecnológica librada entre el gobierno de los Estados Unidos y la Unión Soviética durante la Guerra Fría”

A través de lo anterior “un concepto clave motivó el desarrollo posterior de la red fue el de internetworking. Para sus creadores, la arquitectura de red abierta de ARPANET le permitiría en un futuro fusionarse con otras redes -satelitales y de radio, por ejemplo- para el intercambio de recursos e información”⁵.

En el siglo XX comenzó una concentración mundial, producto de la globalización informática, donde el intercambio colectivo empezó a afianzar y situar el internet, y fueron apareciendo nuevos fenómenos como las redes sociales.

De acuerdo con Boyd y Ellison⁶, una **red social** “se define como un servicio que permite a los individuos (1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, (2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten

⁴ SAIN, Gustavo. Historia del internet. Revista Pensamiento Penal. p.1.

⁵ Ibid. p. 2.

⁶ Boyd y Ellison. Boletines PandaLabs: Redes Sociales en el punto de mira. 2008. p3

una conexión, y (3) ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema”.

2.1.1 YouTube

Desde lo expuesto por Valls⁷, “

“YouTube es una página web que nace en Estos Unidos en el año 2005 de la mano de los ex-trabajadores de PayPal Chad Hurley, Jawed Karim y Steve Chen. En ella, los usuarios pueden subir y compartir vídeos a través de internet de forma totalmente gratuita.

En el año 2006, tras haber conseguido el apoyo de varias empresas como Sequoia Capital o Time Warner, y haber demostrado su éxito en el informe de Alexa.com (que le otorgaba en mayo de ese mismo año más de 2.000 visitas diarias); YouTube.com es adquirida por la gran y conocida empresa Google”.

En Internet convergen una serie de medios y diferentes tipos de lenguajes, por tanto tiene la capacidad de llegar de forma global a un sinnúmero de personas o usuarios siempre que tengan acceso a un computador y que estén conectados a la red; en palabras de Moreno⁸ “Internet es el paradigma de la convergencia de todas las sustancias expresivas, un canal flexible que admite todo tipo de informaciones y relatos, el soporte de los soportes que puede albergar a todos los medios de comunicación existentes, sean o no interactivos” .

⁷ Valls Osorio, Gádor. Análisis de la figura de los principales youtubers españoles de éxito. Universidad Politécnica de Valencia. 2015. p.6.

⁸ Doménico Chiappe. Hipermedismo, narrativa para la virtualidad. Biblioteca virtual Miguel de Cervantes. 2009. párr.2.

Por otro lado se encuentran las narrativas audiovisuales, que nos obliga a “remitirnos de manera casi inmediata, al estudio de “lo audio” y “lo visual” como formas articuladas de un mismo mensaje. Sin embargo, muchos estudiosos del tema han reconocido que lo audiovisual es mucho más que la suma de un elemento visual y un elemento auditivo, y que en este lenguaje pueden encontrarse rasgos característicos de lo verbal, lo proxémico o lo metalingüístico”.⁹

Es en este sentido como “los elementos visuales y sonoros se articulan para construir relatos y esa articulación de relatos es atractiva e interesante para los espectadores de la imagen”.¹⁰

Así pues, “el valor de la narrativa no es exclusivo de los ámbitos profesionales de la comunicación, al contrario, en ámbitos como el nuestro el estudio de lo narrativo dentro de lo audiovisual fundamenta la idea de que la comunicación está más allá de los medios y de la misma manera la educación más allá de las aulas”.¹¹

2.2.1 Tipos de narrativas audiovisuales

Es importante “destacar que la narrativa abarca otro campo, no solamente el literario sino que hace referencia también, a la historia que se desprende de los comic, los juegos de mesa, los videojuegos o la televisión entre otros.”¹²

La narración audiovisual “se entiende el término narración en su acepción más amplia en la teoría como proceso y resultado de la enunciación narrativa, una manera de organización de un texto narrativo”. Las dos tradiciones principales de “la representación narrativa son la mimética y la diegética. Por otro lado las teorías diegéticas conciben la narración como una actividad verbal, literal o

⁹ Rivera y Correa. La imagen y su papel en la narrativa audiovisual. Universidad de Medellín. p.6

¹⁰ Ibid. p.6

¹¹ Roldán García Ángel. VIDEOARTE EN CONTEXTOS EDUCATIVOS. Granada. 2012. p.33

¹² Arrieta León Ana María. Narrativa Digital: Concepto y Práctica. Universidad de Caldas. Manizales. 2011. p.23

analógicamente: el hecho de contar... Las teorías miméticas conciben la narración como la representación de un espectáculo: el hecho de mostrar”¹³.

De ahí se desprenden dos “tipos de narratologías la ¡modal y la temática!, la modal “Trata ante todo de las formas de expresión según el soporte con que se narra: formas de la manifestación del narrador, materias de la expresión manifestada por uno u otro de los medios narrativos (imágenes, palabras, sonidos, etc.), y entre otros, niveles de narración, temporalidad del relato y puntos de vista”¹⁴, La segunda trata más bien de la historia contada, de las acciones y funciones de los personajes, de las relaciones entre los actantes, etc.»(Wang Xin 2010).

Existe también la narrativa digital, “que da cuenta de una nueva forma de contar, usando diversas tecnologías. La narrativa digital toma forma en un mar de información, tecnologías y artefactos, que se combinan y recombinan permanentemente, la abundancia de los digital posibilita narrativa audiovisuales, soportadas en estructuras hipermedia que potencian lo interactivo, lo participativo o lo colectivo”.¹⁵

En la “narrativa digital el papel del lector, usuario o receptor de la información tiene la potencia de transformarse en co-autor, proceso donde se hacen fundamentales las tecnologías digitales. Son ellas las que posibilitan la creación de nuevos contenidos e información. Durante este proceso es cuando los roles tradicionales del receptor se transforman y la acción frente a la obra pasa de contemplativa a participativa”¹⁶.

La acción de navegar es a la narrativa digital como la lectura es a la escritura, la navegación es “la forma de explorar el mundo digital, se navega sobre las

¹³ El faro. Teorías miméticas y teorías diegéticas. 2012. parr. 3

¹⁴ Isse Moyano Marcelo. Características de la Narración en los textos de Ficción. (s.f). parr. 7

¹⁵ Arrieta León Ana María. Narratología Digital: Concepto y Práctica Narratopedía, un caso de estudio. Manizales. 2011. p. 31

¹⁶ Ibid. p. 38

arquitecturas que soportan la información y que se interconectan unas con otras, en un caos aparentemente pero lleno de significados y sentidos”¹⁷.

Además está Narración trasmedia que “No es sólo una adaptación de un medio a otro, sino que se configura como una estructura narrativa particular que se expande a través de lenguajes diferentes (verbales, icónicos, etc) y medios de comunicación diversos (cine, cómic, televisión, videojuegos, etc.). La historia que narran los cómics no es la misma que la de la televisión o el cine: los medios de comunicación y lenguajes diferentes deben participar y contribuir a la construcción del mundo narrativo trasmedia. Esta dispersión textual es una de las fuentes más importantes de complejidad en la cultura popular contemporánea”¹⁸.

También está, “La narrativa de la televisión para la Web es diferente a la de los productos audiovisuales análogos y a la de la narración literaria en general. La narrativa cinematográfica tradicional posee unos momentos fundamentales como: un inicio o presentación de personajes; un nudo, donde además existen ciertos puntos de giro (los cuales cambian repentinamente la historia y ayudan a generar tensión en el espectador); un clímax o momento sublime dentro del filme, y por último un único desenlace. Posteriormente se presenta una evolución de los productos fílmicos en la que se dan situaciones paralelas entre personajes y situaciones dentro de la película misma; es decir, se desarrollan diversas historias dentro de una misma, las cuales tienen a su vez diferentes puntos de giro y múltiples desenlaces posibles.

Mc Luhan plantea que “El medio es entendido como una extensión del cuerpo humano, el mensaje no podría ser entonces simplemente reducido a "contenido" o "información", porque de esta forma, excluiríamos algunas de las características más importantes de los medios: su poder para modificar el curso y funcionamiento

¹⁷ Ibid.p.36

¹⁸ Gifreu Castells Arnau.El documental interactivo como nuevo género audiovisual Estudio de la aparición del nuevo género, aproximación a su definición y propuesta de taxonomía y de modelo de análisis a efectos de evaluación, diseño y producción.Universidad Pompeu Fabra.2013

de las relaciones y las actividades humanas. En esta línea, Mc Luhan definirá al "mensaje" de un medio como todo cambio de escala, ritmo o pautas que ese medio provoque en las sociedades o culturas. De esta forma, el "contenido" se convierte en una ilusión, en el sentido que este se encuentra enmascarado por la intervención del medio (la mediatización)¹⁹.

Por otro lado, “el futuro de la narratividad audiovisual pasa por la selección en la que el receptor sea capaz de elegir diferentes puntos de vista de una misma historia. Más aún, ser capaces de plantear diferentes posibilidades en la misma narración, mostrándose inconclusa y abierta a diferentes tipos de interactividad. Lo que sólo nos parece un sueño, puede no estar tan alejado de otros ámbitos menos comerciales, como es el videoarte y cierto tipo de cine experimental”²⁰.

2.2.1 Lo audiovisual

La cultura audiovisual contemporánea “está fuertemente influenciada por las nuevas tecnologías digitales, tanto aquellas enfocadas a la producción, así como las que se enfocan a distribución, o la participación”²¹.

Se caracteriza “por su permeabilidad en la adaptación de otros lenguajes. De hecho, no pertenece a un campo exclusivo de la experiencia comunicativa, sino que su desarrollo está continuamente influido por una posición abierta hacia el intercambio con otras formas de comunicación humana. Podemos hablar de una cultura audiovisual global que describe multitud de contornos –oscilantes y transformables– y que se presenta orientada hacia la innovación constante como

¹⁹ Mc Luhan MARSHAL. - Redefiniendo medios y mensajes - El medio es el mensaje - Las cuatro edades - La aldea tribal - El hombre alfabético quirográfico - La galaxia Gutemberg o la Aldea Global - La Galaxia Marconi o la Aldea Cósmica - Medios fríos y Medios caliente. (En línea).
Dispone en: <https://comunicacion.idoneos.com/335169/>

²⁰ García Roldán Ángel. VIDEOARTE EN CONTEXTOS EDUCATIVOS LAS NUEVAS NARRATIVAS AUDIOVISUALES Y SU INCLUSIÓN CURRICULAR EN LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN ARTÍSTICA DESDE UNA PERSPECTIVA A/R/T/OGRÁFICA. Granada. 2012. p.35

²¹ Abril Valdez José Alberto, León Duarte Gustavo Adolfo. Nueva cultura audiovisual y ciberculturas juveniles: sociabilidad y apropiación mediática de jóvenes en el ciberespacio. México.(S.F).Parr.7

una forma de expresión y comunicación. Ante esta situación la educación se ve limitada a plantear, o estrategias de adiestramiento técnico sobre el medio, o adaptaciones de sus recursos para la exposición del discurso textual –forma tradicional sobre la que se ha sostenido el conocimiento aportado por la educación”²².

Por otra parte, “a poca producción de títulos, la dificultad para concretar la forma del ensayo y la proximidad con otros textos que se mueven en el ámbito de la no ficción complica la tarea de recopilar una historia del ensayo fílmico. Para Philip Lopate, esta escasez se debe a varias razones: la dificultad de la cámara, debido a su naturaleza para registrar pensamientos, la intransigencia del público ante una saturación de palabras, la poca comercialización de películas tan personales e intelectuales o, finalmente, las trabas que un proceso colectivo y caro como el cine se impone a un autor que pretenda crear un discurso de estas características”²³.

Sumando entonces el panorama, ya en la década de los ochenta, “el desafío fue emprender la alfabetización audiovisual de los docentes y desarrollar en los alumnos una capacidad crítica frente a los medios, la aptitud para apreciar y utilizar el lenguaje visual y posibilitar la recepción activa de sus mensajes. Esto no implicaba el abandono de los campos tradicionales del aprendizaje, sino la aceptación de que los jóvenes viven en un mundo cultural e informativo que se ha extendido” (Mills, 2010).

Para Martín Barbero “Son las redes audiovisuales las que efectúan, desde su propia lógica, una nueva diagramación de los espacios e intercambios urbanos”²⁴.

²² Ibid.p.29

²³ Gifreu Castells Arnau.El documental interactivo como nuevo género audiovisual Estudio de la aparición del nuevo género, aproximación a su definición y propuesta de taxonomía y de modelo de análisis a efectos de evaluación, diseño y producción.Universidad Pompeu Fabra.2013.p.138

²⁴ BARBERO. Jóvenes: comunicación e identidad.Revista de cultura Pensar Iberoamérica.2002.parr.12

La diseminación/ fragmentación de la ciudad densifica la mediación y la experiencia tecnológica hasta el punto de sustituir, de volver vicaria, la experiencia personal y social”. Estamos habitando un nuevo espacio comunicacional en el que “cuentan” menos los encuentros y las muchedumbres que el tráfico, las conexiones, los flujos y las redes. Estamos ante nuevos “modos de estar juntos” y unos nuevos dispositivos de percepción que se hallan mediados por la televisión, el computador, y dentro de muy poco por la imbricación entre televisión e informática en una acelerada alianza entre velocidades audiovisuales e informacionales.

2.2.2 Lo digital

La tecnología digital “permite la integración de todos los formatos de información (texto, audio, video, gráficos, animaciones) en un mismo soporte. Este carácter multimedia de la red ha permitido la convergencia de los diversos medios de comunicación en Internet. Diarios, revistas, videojuegos, canales de televisión y películas de cine se han integrado en un mismo soporte, junto a multitud de nuevos servicios de información, diseñados originalmente como recursos multimedia”.²⁵

También, “la revolución digital ha contribuido a un cambio en las costumbres de consumir los productos audiovisuales, la multiplataforma, la enorme oferta audiovisual y los diferentes canales de difusión, están creando nuevos hábitos, hay estadísticas que afirman que los niños de nuestra sociedad ven un veinte por cien menos la televisión que hace cinco años, esto no es porque se dediquen más a la lectura, el juego o la cultura, los niños del siglo veintiuno, buscan la oferta

²⁵ Bonilla Carlos.LOS NUEVOS MEDIOS EN EL ARSENAL DEL RELACIONISTA.RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación.(S.F).p.4.

audiovisual y el entretenimiento en la red, tienen su blog, se comunican a través de internet”²⁶.

Las tecnologías digitales “Abren un gran abanico de posibilidades a la hora de producir, consumir e interactuar con el contenido de los media. Esta experiencia multimodal e interactiva se ha convertido en cotidiana para muchos de nosotros, en parte porque la industria habilita a los públicos a ello, pero también porque éstos lo reclaman (cuando no lo crean ellos mismos). Desde hace algunas décadas, la noción de juego se ha convertido en un factor central en las estrategias productivas de las industrias el entretenimiento, y especialmente en iniciativas crossmedia”

27

²⁶ Herráiz Zornoza Beatriz.Grafismo audiovisual: el lenguaje efímero recursos y estrategias.Universidad Politécnica de Valencia.(S.F).p.48

²⁷ Belsunces Gonçalves Andreu.Producción, consumo y prácticas culturales en torno a las nuevas medias en la cultura de la convergencia: el caso de Fringe como narración transmedia y lúdica.Universidad Oberta de Catalunya. 2010.p.37

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 PARADIGMA Y ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación tendrá enfoque cualitativo, ya que busca analizar e interpretar las narrativas audiovisuales implementadas por el YouTuber Juan pablo Jaramillo. “Dentro del enfoque cualitativo toman gran importancia los conceptos como: significado, contexto y una perspectiva holística que posibilitará un adecuado abordaje de las diferentes variables que se pretende profundizar.”

Según Juan Herrera, citando a LeCompte (1995), “la investigación cualitativa podría entenderse como "una categoría de diseños de investigación que extraen descripciones a partir de observaciones que adoptan la forma de entrevistas, narraciones, notas de campo, grabaciones, transcripciones de audio y vídeo cassettes, registros escritos de todo tipo, fotografías o películas y artefactos"²⁸. Para esta autora “la mayor parte de los estudios cualitativos están preocupados por el entorno de los acontecimientos, y centran su indagación en aquellos contextos naturales, o tomados tal y como se encuentran, más que reconstruidos o modificados por el investigador, en los que los seres humanos se implican e interesan, evalúan y experimentan directamente”²⁹

De esta manera, el enfoque el cualitativo reduce la amplitud de la indagación para prestar atención sobre aspectos que van surgiendo dentro de la investigación, lo cual permitirá que la información obtenida alcance un grado alto de credibilidad.

²⁸ LeCompte Margaret D.Un Matrimonio Conveniente:Diseño De Investigación Cualitativa Y Estándares Para La Evaluación De Programas.Universidad de Colorado-Boulder.(s.f).parr.4

²⁹ LeCompte Margaret D.Un Matrimonio Conveniente:Diseño De Investigación Cualitativa Y Estándares Para La Evaluación De Programas.Universidad de Colorado-Boulder.(s.f).parr.4

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.3 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para el pleno desarrollo de la presente investigación se pretende utilizar técnicas como: el análisis de contenido del canal de YouTube de Juan Pablo Jaramillo que permitirá analizar las narrativas audiovisuales que implementa el YouTuber.

Según Fernando López Noguero, a juicio de Bardin (1986:7) “el análisis de contenido es un conjunto de instrumentos metodológicos, aplicados a lo que él denomina como «discursos» (contenidos y continentes) extremadamente diversificados. El factor común de estas técnicas múltiples y multiplicadas -desde el cálculo de frecuencias suministradoras de datos cifrados hasta la extracción de estructuras que se traducen en modelos- es una hermenéutica controlada, basada en la deducción: «la inferencia»”.

De otra manera, Serrano (1984) afirma que el análisis de contenido tiene relación con los procedimientos de análisis del lenguaje, el cual solo tiene utilidad si se sitúa en el contexto de un diseño de investigación porque conduce a verificar hipótesis, indagar sobre las causas y/o antecedentes del mensaje y los efectos de la comunicación.

Para el análisis de la información se diseñó una ficha tomando como base las diferentes categorías elaboradas a partir del análisis de contenido, en el cual se observó los videos del Youtuber Juan Pablo Jaramillo, centrando la observación en las narrativas audiovisuales de manera que se lograran identificar los elementos verbales, visuales y sonoros.

3.4 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Para el análisis de la información se diseñó una ficha tomando como base las diferentes categorías elaboradas a partir del análisis de contenido, en el cual se observó los videos del Youtuber Juan Pablo Jaramillo, centrando la observación en las narrativas audiovisuales de manera que se lograran identificar los elementos verbales, visuales y sonoros.

3.5 MUESTREO

Para responder a los objetivos planteados, se seleccionaron todos los videos que el youtuber Juan Pablo Jaramillo ha colgado en su canal, sin embargo, teniendo en cuenta criterios de factibilidad y alcances, sólo se analizaron aquellos que aportaban mayores herramientas para el análisis de las narrativas audiovisuales.

3.6 PLAN DE TRABAJO

Cronograma

	2015-1				2015-2				2016-1			
ACTIVIDADES	F	M	A	M	A	S	O	N	F	M	A	M
Búsqueda de actividades												
Elaboración del trabajo												
Correcciones												
Elaboración de instrumentos												

3.7 PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN

ITEM	FINANCIACIÓN	FINANCIACIÓN	TOTAL
	PROPIA	EXTERNA	
Papel	50.000	20.000	20.000
Fotocopias	50.000	35.000	35.000
Internet	50.000	50.000	50.000
Pasajes	50.000	50.000	50.000

4. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

4.1 ORGANIZACIÓN DE DATOS

Para tabular la información obtenida de las Narrativas Audiovisuales implementadas por el Youtuber Juan Pablo Jaramillo para la transmisión del mensaje, se realizó un análisis de contenido en el canal de YouTube para analizar que narrativas implementaba este YouTuber.

El instrumento figura de unas categorías y subcategorías que facilitaron tener una búsqueda más efectiva para reunir la información que solicitaba. La fragmentación de las categorías y subcategorías se realizaron de manera amplia con la ayuda de la herramienta Ofimática Excel, que posibilitó tener una tabulación más detallada e igualmente dio los porcentajes acerca del análisis de los datos.

Las categorías de análisis surgieron a partir del objetivo general de las narrativas audiovisuales implementadas por Youtuber Juan Pablo Jaramillo para la transmisión del mensaje. Todos los datos recaudados se obtuvieron a partir del análisis de contenido el cual se organizó en la tabulación elaborada en Excel, para el instrumento se ejecutó un porcentaje consiguiendo con más exactitud resultados claros al instante de analizar la información. Posteriormente del análisis y la tabulación se estructuraron por porcentajes de respuestas, obteniendo así relacionar las categorías.

Gráfico del instrumento

LO QUE DICE	RESPUESTA	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN
hola como están mi nombre es juan pablo Jaramillo y éste es mi nuevo videlillo	SALUDO	Narratología tematica	Monólogo	CONDUCTA DE ENTRADA
me encanta estar de nuevo aquí haciendo un video para ustedes es como mi momento favorito de la semana	EXPRESIÓN DE DESEO	Narratología tematica	Monólogo	MANEJO DE LA COMUNICACIÓN
hoy estoy aquí es para hacer un tag que se inventó mi hermana	INTENCIÓN DEL VIDEO	Narratología tematica	Monólogo	EXPLICACIÓN
que me gustó muchísimo es muy mi hermana	SENTIMIENTO FRENTE A UNA SITUACIÓN	Narratología tematica	Monólogo	SENTIMIENTO
de hecho ehhh se llama el tag de las emociones o tag emocional	TÍTULO DEL VIDEO	Narratología tematica	Monólogo	NOMBRE
no estoy seguro cómo se llama les voy a dejar el video de mi hermana aquí	ANOTACIÓN	Narratología tematica	Monólogo	AVISO
el de mi hermana me gustó muchísimo y los invito a que vayan y los vean	INVITACIÓN	Narratología tematica	Monólogo	ACCIÓN
si le dan clic al video igual no se van a salir de este video	ADVERTENCIA	Narratología tematica	Monólogo	AVISO
sino que se va abrir otra pestaña entonces si quieren denle clic y lo ven.	INVITACIÓN	Narratología tematica	Monólogo	ACCIÓN
Bueno comencemos con el tag.	INICIO	Narratología tematica	Monólogo	ACCIÓN

Acorde con los resultados adquiridos se puede concluir que el Youtuber Juan Pablo Jaramillo, implementa mucho narrativas como el monologo y diálogo en sus videos, los cuales de alguna forma se hace evidente a la hora de analizar sus videos.

RELACIÓN DE CATEGORÍAS

MULTIVARIADOS

La cantidad de veces que se repite la palabra, aceptación representa el 0% La cantidad de veces que se repite la palabra, aclaración representa el 1% La cantidad de veces que se repite la palabra, anotación representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, interrogante, explicación representa el 0%La cantidad de veces que se repite la palabra, interrogante, respuesta representa el 0% La cantidad de veces que se repite la palabra, interrogantes representa el 19%

4.3 TRIANGULACIÓN

Identificar las narrativas audiovisuales que implementa el youtuber Juan Pablo Jaramillo, La cantidad de veces que se repite la palabra, expresión representa el 50% La cantidad de veces que se repite la palabra, expresando sentimientos representa el 0% “La aparición de nuevos modos de narrativa audiovisual exige una redefinición de conceptos que adquieren nuevos matices fruto de la adaptación a dicha realidad (Rausell, 2005)”.

Diferenciar las estrategias de comunicación más efectivas que se desarrollan en las narrativas audiovisuales, La cantidad de veces que se repite la palabra, aceptación representa el 0% La cantidad de veces que se repite la palabra, aclaración representa el 1% La cantidad de veces que se repite la palabra, anotación representa el 0% “La narrativa se refiere, aquí, a los mecanismos mediante los cuales se establece el intercambio simbólico y dramático entre quien produce y quien asiste al mensaje mediático, Ricon Omar”

Develar sus contenidos para transmitir su mensaje, La cantidad de veces que se repite la palabra, contando representa el 0% La cantidad de veces que se repite la palabra, dando detalles representa el 0% “Cada vez son más los espectadores que se apuntan a disfrutar de los contenidos en Internet, por sus múltiples ventajas como ver el programa y comentarlo en las redes sociales, o porque se perdieron un programa y quieren recuperarlo, o para reengancharse a un programa y para ello se bajan los últimos capítulos, etc. Ruano López”

Identificar las narrativas audiovisuales que implementa el youtuber Juan Pablo Jaramillo, La cantidad de veces que se repite la palabra, interrogante, explicación representa el 0% La cantidad de veces que se repite la palabra, interrogante, respuesta representa el 0% -“Al considerar el desarrollo d una historia a través de las pantallas, sobre todo diseñadas para eventos masivos y como soporte de un escenario, es importante crear nuevas formas de visualizar historias que además de llegar a la audiencia final, también funcionen al comunicar el mensaje y al explorar las posibilidades del medio. Jessica Helfand”

Diferenciar las estrategias de comunicación más efectivas que se desarrollan en las narrativas audiovisuales, La cantidad de veces que se repite la palabra, invitación representa el 3%La cantidad de veces que se repite la palabra, manifestación representa el 0%

Develar sus contenidos para transmitir su mensaje, La cantidad de veces que se repite la palabra, título del video representa el 0% a cantidad de veces que se repite la palabra, intención del video representa el 0% “El avance de la comunicación en plataformas digitales como Internet mediada por el ordenador y los teléfonos móviles, junto a la introducción de la televisión digital en la Región, abre la posibilidad de una interacción más grande de la audiencia con el contenido de los programas audiovisuales Freitas y Castro”

4.4 SISTEMATIZACIÓN

Se identifica que las narrativas audiovisuales que son implementadas por el YouTuber Juan Pablo Jaramillo, repite la palabra expresión continuamente, mientras que la palabra expresando sentimientos tiene un porcentaje más bajo.

En diferenciar las estrategias de comunicación más efectivas que se desarrollan las narrativas audiovisuales, utiliza en un porcentaje igual la aclaración, aceptación y anotación.

Diagnosticar los contenidos para la transmisión del mensaje, tiene un porcentaje mínimo en ambos contando y dando detalles.

Igualmente al identificar cuales narrativas audiovisuales son implementadas por el YouTube Juan Pablo Jaramillo, hay un margen de porcentaje igual al interrogante, explicación y interrogante respuesta es decir que primero hace la interrogación explica y también puede interrogar y responder.

Cuando se diferencian las estrategias de comunicación más efectivas que se desarrollan en las narrativas, el YouTube Juan Pablo Jaramillo utiliza en un porcentaje igual la invitación y la manifestación para que sus seguidores hagan determinada cosa, ya sea que vean sus otros videos o sigan otro tipo de cosas que tengan relación con él.

Al diagnosticar los contenidos en la narrativas audiovisuales Juan Pablo Jaramillo da el título del vídeo y explica la intención del video,.

5. CONCLUSIONES

En la investigación se definen cuáles son las narrativas audiovisuales que implementa el Youtuber Juan Pablo Jaramillo, y se define que este joven utiliza en sus videos dos herramientas como lo son el monologo y el diálogo y de allí de desarrolla algo más profundo como la expresión, los interrogantes, las afirmaciones y las negaciones entre otras.

El YouTuber además, utiliza estrategias que le permiten de alguna forma dar a entender sus contenidos a partir de acciones y representaciones, y constantemente está haciendo invitaciones para que sus seguidores lo sigan apoyando y siguiendo en sus redes sociales para que estén enterados de todo lo que está pasando referente con su vida.

RECOMENDACIONES

6. PRODUCTO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN

6.1 PRESENTACIÓN

Como producto realizaré un artículo científico con el propósito de explicar el proceso, los conceptos y los resultados que obtuve como en base de la investigación.

6.2 JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

El artículo científico se va realizar desde lo técnico y lo teórico, explicando y describiendo los resultados de la investigación que se realizó y partiendo de unas bases conceptuales y un diseño metodológico que se llevó a cabo.

Este va contar con: introducción, ruta conceptual, ruta metodológica, resultados, discusión y conclusiones y, referencias.

Se realiza, con el fin de aportar en el área de comunicación educación en la medida que hace un análisis de fenómenos actuales y dimensionar la gran influencia que esto personajes es decir los youtubers tienen en las ciberculturas.

6.3 DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO O ELABORACIÓN DEL PRODUCTO

El artículo científico está dirigido a un público de ciberculturas y comunicación.

6.4 PRODUCTO

Las narrativas audiovisuales que implementan los youtubers

The audiovisual narratives that youtubers implement

Paula Andrea Clavijo Alzate³⁰

*Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño
Universidad Católica Luis Amigó*

Resumen. El presente trabajo estudia las narrativas audiovisuales presente en los videos que el youtuber Juan Pablo Jaramillo monta en su canal, guiado por la línea comunicación-educación, donde se pretende profundizar en estos nuevos fenómenos y la influencia que estos tienen en la población juvenil.

Este proyecto investigativo de corte cualitativo comprensivo, utilizó técnicas que permitieron un análisis exhaustivo de los componentes de las narrativas audiovisuales, como lo son lo diegético, lo mimético, lo temático, entre otros.

Se planteó como objetivo el análisis de las narrativas audiovisuales que emplea el youtuber Juan Pablo Jaramillo para la transmisión de sus mensajes a sus seguidores, en otros términos, se trata de desentrañar sobre los elementos audiovisuales que permiten a este personaje transmitir y adquirir más adeptos en su plataforma.

Dentro de los hallazgos encontrados en la investigación, el youtuber utiliza en sus vídeos estrategias de comunicación como la representación lingüística, la acción, la explicación entre otras que ayudan a llegar mejor a sus seguidores.

³⁰ Paula Andrea Clavijo Alzate. Estudiante de Comunicación Social, Publicidad y Diseño de la Universidad Católica Luis Amigó. Paula.clavijoal@amigo.edu.co

Palabras claves. Narrativas audiovisuales, estrategias, youtuber, seguidores, youtube.

The present work studies the audiovisual narratives present in the videos that the youtuber Juan Pablo Jaramillo mounts in his channel, guided by the line communication-education, where it is tried to deepen in these new phenomena and the influence that these have in the juvenile population.

This investigative project of qualitative comprehensive cut, used techniques that allowed an exhaustive analysis of the components of audiovisual narratives, such as the diegetic, the mimetic, the thematic, among others.

The objective was to analyze the audiovisual narratives used by youtuber Juan Pablo Jaramillo to transmit his messages to his followers, in other words, to unravel the audiovisual elements that allow this character to transmit and acquire more followers in your platform.

Among the findings found in the research, the youtuber uses in its videos communication strategies such as linguistic representation, action, explanation among others that help to reach its followers better.

Keywords. Audiovisual narratives, strategies, youtuber, followers, YouTube.

Introducción

Este artículo se dividirá en dos partes, la parte inicial expondrá algunas particularidades de la vida personal de la vida personal de Juan Pablo Jaramillo,

como algunas consideraciones generales de su canal en la plataforma de YouTube, y finalmente se hará una descripción de los componentes de las narrativas audiovisuales de los cuales dicho personaje emplea y que le permiten el aumento paulatino de sus seguidores.

Vale la pena señalar que a pesar de que este trabajo se enfoque en las narrativas audiovisuales que emplea un youtuber, es necesario ampliar sobre este campo de estudio ya que ha tomado demasiada fuerza en los últimos años, de ahí el imperativo de indagar sobre la influencia que los youtubers producen en los y las jóvenes.

Por otro lado, es necesario hacer una contextualización de la persona que se convirtió en el objeto de estudio durante este proceso investigativo, es decir, Juan Pablo Jaramillo un joven caleño de 25 años que desde del 2008 empezó a colgar videos en la plataforma de YouTube y es uno de los youtubers colombianos que tiene mayor número de seguidores que alcanza la cifra de 4.559.431; el tema de sus videos aborda temas de sexualidad, noviazgos, amor, amistades entre otros.

En relación a las narrativas audiovisuales abordadas en la investigación, como es la mimética que conciben la narración como la representación de un espectáculo: el hecho de mostrar, de ahí donde surge gran parte de los YouTuber, quienes a partir de los hechos quieren mostrar acontecimientos cotidianos.

Los resultados de la implementación de las estrategias es que cuenten con una producción y un contenido que sea destacado y es allí donde está el reto para estos personajes ganen más audiencia.

A partir de querer saber cuáles son las estrategias y de diagnosticar cuales son las narrativas audiovisuales que implementa un youtuber, esta investigación

cuenta con un análisis de contenido para saber más a profundidad acerca de este campo, es decir que por medio de esta técnica se tendrá un amplio conocimiento de cuáles son las estrategias que más utiliza Juan Pablo Jaramillo.

Ruta conceptual

Para la ejecución de esta investigación, fue necesario el apoyo de conceptos y definiciones de diferentes autores sobre las narrativas audiovisuales y todo los subtemas que esta indagación incluye,

“Las narrativas audiovisuales, nos obliga a “remitirnos de manera casi inmediata, al estudio de “lo audio” y “lo visual” como formas articuladas de un mismo mensaje. Sin embargo, muchos estudiosos del tema han reconocido que lo audiovisual es mucho más que la suma de un elemento visual y un elemento auditivo, y que en este lenguaje pueden encontrarse rasgos característicos de lo verbal, lo proxémico o lo metalingüístico”³¹.

Las narrativas audiovisuales, es mucho más que un tema visual y auditivo, es decir va más allá involucra otros elementos como lo verbal.

La narración audiovisual “se entiende el término narración en su acepción más amplia en la teoría como proceso y resultado de la enunciación narrativa, una manera de organización de un texto narrativo”³².

Pero es importante saber que existen teorías que abarcan la narración como una función verbal, es decir el hecho de contar y otras teorías que dicen que esa función es más el hecho de mostrar.

³¹ Rivera y Correa. La imagen y su papel en la narrativa audiovisual. Universidad de Medellín. p.6

³² El faro. Teorías miméticas y teorías diegéticas. 2012. parr.3

Partiendo desde la narrativa “el valor de la narrativa no es exclusivo de los ámbitos profesionales de la comunicación, al contrario, en ámbitos como el nuestro el estudio de lo narrativo dentro de lo audiovisual fundamenta la idea de que la comunicación está más allá de los medios y de la misma manera la educación más allá de las aulas”³³.

Por otra parte, “el futuro de la narratividad audiovisual pasa por la selección en la que el receptor sea capaz de elegir diferentes puntos de vista de una misma historia. Más aún, ser capaces de plantear diferentes posibilidades en la misma narración, mostrándose inconclusa y abierta a diferentes tipos de interactividad. Lo que sólo nos parece un sueño, puede no estar tan alejado de otros ámbitos menos comerciales, como es el videoarte y cierto tipo de cine experimental”³⁴.

Ruta metodológica

Esta investigación es de tipo cualitativo comprensivo, porque se hace un análisis de contenido para así ampliar más sobre cuáles son las narrativas más destacadas en lo videos.

Los resultados que se recuperaron en la investigación fueron encontrados durante el trabajo de campo; se utilizaron unidades de análisis que se encuentran fragmentadas entre las categorías y subcategorías con sus relativos porcentajes, en otros términos se anexo el análisis unicategorial, bicategorial y multicategorial que son utilizados dentro del análisis de contenidos.

Esta investigación se realizó en la plataforma de Youtube en el canal de youtuber Juan Pablo Jaramillo, y se hizo una elección de videos que tuviera un gran

³³ Roldán García Ángel. VIDEOARTE EN CONTEXTOS EDUCATIVOS.Granada.2012.p33

³⁴ García Roldán Ángel. VIDEOARTE EN CONTEXTOS EDUCATIVOS LAS NUEVAS NARRATIVAS AUDIOVISUALES Y SU INCLUSIÓN CURRICULAR EN LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN ARTÍSTICA DESDE UNA PERSPECTIVA A/R/T/OGRÁFICA.Granada.2012.p.35

número de visitas y también que utilizara las mismas estrategias y narrativas audiovisuales.

Resultados

El internet toma la determinación de adaptarse al mundo para edificar comunidades y en los últimos años sí que más pero ya virtuales, de ahí surgen la comunidad de los youtubers.

Los resultados de esta investigación se hacen a partir del análisis de contenidos en la plataforma de Youtube, donde se hace un análisis de unos videos de Juan Pablo Jaramillo que dan cuenta de algunas estrategias que implementa para así develar sus narrativas audiovisuales.

Desde el análisis de contenido se encontró que utiliza la conducta de entrada que siempre la implementa al iniciar sus videos, la invitación en todo sus videos es muy importante ya que desde allí motiva e invita sus seguidores que le den Like a sus contenidos lo sigan.

Por medio de los videos, se logra diagnosticar las narrativas audiovisuales que implementa como la mimética, la diégetica entre otras que se logran ver en sus videos a partir de su forma de contar y su forma de difundir sus contenidos.

Gracias a todas estas estrategias y narrativas que Juan Pablo Jaramillo implementa para sus videos, ha logrado ser uno de los youtubers más reconocidos a nivel nacional y por su forma de hacer invitaciones cada que algún seguidor mira sus videos.

Pero también es importante mencionar que a este joven youtuber le falta mejorar variar un poco más sus contenidos.

Discusión y conclusiones:

Basado en los conceptos y autores que se utilizaron en esta investigación, como ya se había dicho anteriormente gracias al análisis de contenido que realizo para dicha indagación se logró identificar todos los objetivos planteados para esta y gracias a la facilidad de acceder al canal de dicho personaje.

Por otra parte, también es importante resaltar que gracias a las nuevas generaciones que han traído estos contenidos para entretener la gente surgen grandes indagaciones de cómo ha surgido estos nuevos fenómenos.

REFERENCIAS.

Roldán García Ángel. VIDEOARTE EN CONTEXTOS EDUCATIVOS.Granada Disponible en:
<http://artography.edcp.educ.ubc.ca/wp-content/uploads/2015/11/Garcia-Roldan.compressed.pdf>

García Roldán Ángel. VIDEOARTE EN CONTEXTOS EDUCATIVOS LAS NUEVAS NARRATIVAS AUDIOVISUALES Y SU INCLUSIÓN CURRICULAR EN LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN ARTÍSTICA DESDE UNA PERSPECTIVA A/R/T/OGRÁFICA.Granada.2012 Disponible en
<http://artography.edcp.educ.ubc.ca/wp-content/uploads/2015/11/Garcia-Roldan.compressed.pdf>

REFERENCIAS

Cortes Marín Rubén Darío, “Mente creativa” serie de microprogramas acerca del pensamiento creativo audiovisual para la plataforma de televisión educativa virtual interactiva (TEVI), Medellín, 2009,110 h. Trabajo de grado (Comunicador Audiovisual y Multimedial).Universidad de Antioquia. Facultad de comunicaciones.

Gifreu Castell Arnau, El documental interactivo como nuevo género audiovisual: Estudio de la aparición del nuevo género, aproximación a su definición y propuesta de taxonomía y de modelo de análisis a efectos de evaluación, diseño y producción, 2013,667 h. Tesis doctoral. Universidad Pompeu Fabra. Departamento de comunicaciones.

Wang Xin, CINE DE ACCIÓN DE ESPADACHÍN HISTÓRICO EN CHINA. Estudio narrativo del cine de artes marciales en el período 2001-2010. Salamanca, 2012, 415 h. Tesis doctoral. Universidad de Salamanca. Facultad de ciencias sociales. Departamento de sociología y comunicación.

Ruiz Olabuénaga, J. I. (1996): Metodología de la investigación cualitativa. Bilbao:Universidad de Deusto.- Del Val Cid

Arrieta León Ana María: Narrativa digital: Concepto y practica narratopedia, un caso de estudio, Manizales, 2011, 158 h, Trabajo de maestría (Maestría en diseño

y creación interactivas). Universidad de Caldas. Facultad de Artes y Humanidades. Departamento de diseño.

Peralta Alexander, Duran Andrés: El fenómeno sonoro en el cine, Bogotá, 2009, 117 h. Trabajo de grado (Comunicación social énfasis en audiovisual). Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Comunicación y lenguaje.

Pérez Serrano, G. (2002): Investigación Cualitativa. Retos e interrogantes. II Técnicas y análisis de datos. Madrid: la Muralla S.A

Zornoza Herráiz Beatriz: Grafismo audiovisual: el lenguaje efímero recursos y estrategias, San Carlos, 609 h. Universidad Politécnica de Valencia. Departamento de Escultura Facultad de Bellas Artes de San Carlos

Roldan García Ángel: Videoarte en contextos educativos las nuevas narrativas audiovisuales y su inclusión curricular en los programas de educación artística desde una perspectiva a/r/t/ográfica, Granada, 2012,681 h. Tesis doctoral. Universidad de Granada Facultad de ciencias de la educación Departamento de Didáctica de la Expresión Musical, Plástica y Corporal.

Romero Checa Mirian: Discursos audiovisuales en las aulas: cine, videojuegos Y machinima, Alcalá de Henares, Octubre, 2010. Tesis doctoral. Universidad de Alcalá. Departamento. Psicopedagogía y educación física facultad de documentación

Gonçalves Belsunces Andreu: Producción, consumo y prácticas culturales en torno a los nuevos media en la cultura de la convergencia: el caso de Fringe como narración transmedia y lúdica, Barcelona y Montevideo, 2011,94 h. Tesis maestría, Universitat Oberta de Catalunya

ANEXOS

Análisis

ESTUDIO DE LAS NARRATIVAS AUDIOVISUALES IMPLEMENTADAS POR LOS YOUTUBERS PARA LA TRANSMISIÓN DEL MENSAJE

INVESTIGADORA: Paula Andrea Clavijo Álzate

Objetivo Específico: Identificar las narrativas audiovisuales que implementa el youtuber Juan Pablo Jaramillo.

Título del video: Adivina quien

Duración: 17 minutos

Número de Visitas: 1.732.174

Fecha publicación: 21 de noviembre de 2015

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=X6vOa7X9M24>

Categoría: Narrativas audiovisuales			
Subcategoría	Teoría	Video	Análisis
Narratología modal	Trata ante todo de las formas de expresión según el soporte con que se	Conversa con la invitada Juana Martínez, durante todo el video se	Todos los formatos se utilizaron para complementarse entre ellos y facilitar

	narra: formas de la manifestación del narrador, materias de la expresión manifestada por uno u otro de los medios narrativos (imágenes, palabras, sonidos, etc.	apoya en sonidos musicalizados, en texto y fotos para plasmar ideas.	la comprensión del público porque no todas las figuras mencionadas pueden ser reconocidas.
Narratología temática	trata más bien de la historia contada, de las acciones y funciones de los personajes, de las relaciones entre los actuantes	Durante el lapso del video se centran en adivinar nombres de personas a través de descripciones físicas y psicológicas.	Utilizaron una metodología que se trata del adivina quién, una dinámica muy conocida en la que se busca llegar a un personaje final, lo interesante es que se daban las características desde la perspectiva personal y la experiencia de ambos participantes.
Mimético	Conciben la narración como la representación de un espectáculo: el hecho de mostrar.	Se observa diferentes reacciones como la risa, exageraciones Y actos de improvisación	Se interpreta desde el entorno por ser muy relajado, una actitud muy extrovertida que cautiva y genera cierto ambiente de cercanía con el público.
Diegético	Conciben la narración como una actividad verbal,	. En el video se observa esta subcategoría	Utilizaron un lenguaje muy cotidiano, y

	literal o analógicamente: el hecho de contar...	durante toda su duración porque la actividad verbal es constante.	apropiado para el público joven.
--	---	---	----------------------------------

ESTUDIO DE LAS NARRATIVAS AUDIOVISUALES IMPLEMENTADAS POR LOS YOUTUBERS PARA LA TRANSMISIÓN DEL MENSAJE

INVESTIGADORA: Paula Andrea Clavijo Álzate

Objetivo Específico: Identificar las narrativas audiovisuales que implementa el youtuber Juan Pablo Jaramillo.

Título del video: Tag emocional

Duración: 13 minutos

Número de Visitas: 526.826

Fecha publicación: 23 de enero de 2016

Fecha de revisión:

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=AetTX7J70Gs>

Categoría:			
Subcategoría	Teoría	Video	Análisis
Narratología modal	Trata ante todo de las formas de expresión según el soporte con que se narra: formas de la manifestación del	En este video no hay un diálogo sino un monólogo, se ayuda también con imágenes y sonidos que dan respaldo al	En el monólogo no hay una retroalimentación inmediato, sino hasta que las personas puedan comentar el

	narrador, materias de la expresión manifestada por uno u otro de los medios narrativos (imágenes, palabras, sonidos, etc	youtuber.	video, las imágenes y sonidos graficaban lo que él estaba diciendo y dinamizan el video porque en otras condiciones podría tornarse monótono.
Narratología temática	trata más bien de la historia contada, de las acciones y funciones de los personajes, de las relaciones entre los actuantes	El tema central fueron las emociones humanas contrastadas con los hábitos alimenticios.	Su expresión corporal cambiaba según a las expresiones corporales que el tenía para reflejar lo que decía.
Mimético	Conciben la narración como la representación de un espectáculo: el hecho de mostrar.	En el video el youtuber uso otras estrategias comunicativas como twitter también se ven cambios de color en diferentes imágenes, prevalece las expresiones corporales exageradas.	Los tweets evidenciaban lo que él estaba diciendo le daban soporte a sus palabras, los filtros le daban otro color según sus emociones al igual que las expresiones exageradas.
Dialéctico	Conciben la narración como una actividad verbal, literal o analógicamente: el hecho de contar...	El hecho de contar sobre sus preocupaciones específicamente y realizar analogías con su entorno, con los animales, la familia y publique	Todo lo que cuenta en el video lo hace de una forma muy didáctica. Como se decía anteriormente con sus gestos y exageraciones algo muy particular para el

		anécdotas, hacen que el monólogo tenga un discurso variado.	contar.
--	--	---	---------

Alto:71-100
Medio:31-70
Bajo: 0-30

Análisis de contenido

- 1La cantidad de veces que se repite la palabra, aceptación representa el 0%
- 1La cantidad de veces que se repite la palabra, aclaración representa el 1%
- 1La cantidad de veces que se repite la palabra, adulación representa el 0%
- 1La cantidad de veces que se repite la palabra advertencia representa el 0%
- La cantidad de veces que se repite la palabra, afirmación representa el 8%
- 1La cantidad de veces que se repite la palabra, agradecimientos representa el 8%
- 1La cantidad de veces que se repite la palabra, anotación representa el 0%
- 1La cantidad de veces que se repite la palabra, comunica una elección representa el 0%
- 1La cantidad de veces que se repite la palabra, conclusión representa el 0%
- 1La cantidad de veces que se repite la palabra, contando representa el 0%
- 1La cantidad de veces que se repite la palabra, dando detalles representa el 0%
- 1La cantidad de veces que se repite la palabra, despido representa el 0%
- 1La cantidad de veces que se repite la palabra, duda representa el 1%
- 1La cantidad de veces que se repite la palabra, explicación representa el 4%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, expresando sentimientos representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, expresando, interrogante representa el 0%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, expresión representa el 50%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, información representa el 4%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, información, interrogante representa el 0%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, inicio representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, intención del video representa el 0%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, interrogante, explicación representa el 0%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, interrogante, respuesta representa el 0%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, interrogantes representa el 19%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, invitación representa el 3%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, manifestación representa el 0%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, muestra representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, negación representa el 6%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, notificación representa el 0%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, pregunta representa el 0%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, reclamo representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, recomendación representa el 0%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, regaño representa el 0%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, respuesta representa el 1%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, respuesta, expresión el 0%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, saludo representa el 0%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, sentimiento frente a una situación representa el 0%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, solicitud representa el 0%

1La cantidad de veces que se repite la palabra, título del video representa el 0%

UNIVARIADOS

La cantidad de veces que se repite la palabra, adulación representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, duda representa el 1%

La cantidad de veces que se repite la palabra, conclusión representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, intención del video representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, muestra representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, pregunta representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, sentimiento frente a una situación representa el 0%

BIVARIADOS

La cantidad de veces que se repite la palabra, contando representa el 0% La cantidad de veces que se repite la palabra, dando detalles representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, información representa el 4% La cantidad de veces que se repite la palabra, información, interrogante representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, agradecimientos representa el 8% La cantidad de veces que se repite la palabra, despido representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, reclamo representa el 0% La cantidad de veces que se repite la palabra, regaño representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, interrogante, explicación representa el 0% La cantidad de veces que se repite la palabra, interrogante, respuesta representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, expresión representa el 50% 1La cantidad de veces que se repite la palabra, expresando sentimientos representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, información representa el 4% La cantidad de veces que se repite la palabra, información, interrogante representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, notificación representa el 0% La cantidad de veces que se repite la palabra, solicitud representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, saludo representa el 0% La cantidad de veces que se repite la palabra, inicio representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, respuesta representa el 1% La cantidad de veces que se repite la palabra, respuesta, expresión el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, invitación representa el 3%La cantidad de veces que se repite la palabra, manifestación representa el 0%

La cantidad de veces que se repite la palabra, título del video representa el 0% La cantidad de veces que se repite la palabra, intención del video representa el 0%