



**Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación**

**Título del documento: Una mirada sobre la Comunidad YouTuber argentina a partir de los casos de Daiana Hernández y de Julián Serrano**

**Autores (en el caso de tesistas y directores):**

**Edgardo Martínez**

**Damián Fraticelli, tutor**

**Datos de edición (fecha, editorial, lugar,**

**fecha de defensa para el caso de tesis: 2021**

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.  
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: [https://creativecommons.org/choose/?lang=es\\_AR](https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR)





**UBA Sociales**  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

# TESINA

Una mirada sobre la Comunidad YouTuber argentina a partir  
de los casos de Daiana Hernández y de Julián Serrano

DOCENTE: DR FRATICELLI DAMIÁN

ALUMNO: MARTÍNEZ EDGARDO

DNI: 37752504

[edgar.martinez2806@gmail.com](mailto:edgar.martinez2806@gmail.com)

AÑO 2020

# ÍNDICE

Agradecimientos	2
<b>Resumen</b>	<b>3</b>
<b>CAPÍTULO 1 Introducción</b>	<b>5</b>
Abordaje del problema	5
Objetivos y preguntas de investigación	7
Metodología	8
Estado del arte	9
Marco teórico	10
<b>CAPÍTULO 2 YouTube y los YouTubers</b>	<b>13</b>
Reseña histórica y características principales	13
Los YouTubers y el vlog	16
El caso de los argentinos	19
<b>CAPÍTULO 3 Análisis de los casos Serrano y Hernández</b>	<b>22</b>
Producción	22
Caso Serrano	24
Caso Hernández	29
Relación con la Industria Cultural	33
Circulación hipermediática	35
Caso Hernández	36
Caso Serrano	48
Colectivos hipermediáticos en reconocimiento	58
Caso Serrano	59
Caso Hernández	63
<b>CAPÍTULO 4 Conclusiones</b>	<b>68</b>
<b>ANEXO</b>	<b>72</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>89</b>

# *Agradecimientos*

A mis seres queridos, familia y amigos.

A Damián, mi tutor, por la predisposición y el acompañamiento.

A Paula Morales por los primeros pasos.

## RESUMEN

En un contexto de plena convergencia y desarrollo tecnológico, personas de todo el mundo tienen la posibilidad de grabarse, subir contenido e interactuar con otros individuos en todo momento y desde cualquier lugar (Murolo y Lacorte, 2015). El proceso de la digitalización en el sistema capitalista actual modifica los modos de producción y consumo (Dolcemáscolo, 2016).

En lo audiovisual, por ejemplo, la industria televisiva que supo tener el monopolio de los recursos técnicos y el público al cual venderle contenido fue perdiendo espacio. El significativo aumento de sujetos que circulan en las redes sociales y los cambios en los modos de hacer y los medios para consumir (Verón, 2009 citado en Carlón, 2016a) produjeron transformaciones en las formas de conseguir ganancias y rentabilidad.

Todas estas condiciones fueron necesarias para generar una plataforma como la que hoy es YouTube, compuesta por medios tradicionales, pequeñas empresas, consumidores y productores independientes, conocidos como YouTubers. Estos últimos, jóvenes -en su mayoría-, creadores de contenidos y productores de origen amateur que con el paso del tiempo se han ido profesionalizando. “En este sentido es importante no caer en la trampa de asumir que un tipo de video casero está organizado principalmente alrededor del deseo de transmitirse a uno mismo” (Burgess y Green, 2009b, p. 8).

En cuanto a los argentinos, destacamos dos casos, Daiana Hernández y Julián Serrano. Ambos ocupan un lugar de reconocimiento dentro de la plataforma y del universo mediático. Construyeron sus videos en base a sus experiencias, cosmovisiones y personalidades, a su vez han ido sumando seguidores que son de importancia para producir y difundir sus contenidos. El trabajo YouTuber, básicamente, podría ser entendido como un modo de hacer con la que los demás usuarios se sienten identificados (Vizcaíno Bonete, 2015).

El YouTuber es a través del visionado de sus producciones y el colectivo hipermediático que los rodea resulta preponderante. La figura de estos enunciadores hipermediáticos existe porque a través de los videos crean personajes de ficción, generan contacto y emotividad, se muestran a sí mismos, con espontaneidad y toman sentido cuando consiguen seguidores que a su vez se transforman en participes de las producciones siguientes.

Ambos trabajan el costado risible, pero dos son los géneros de videos que resumen la producción de estos enunciadores hipermediáticos. En el caso de Serrano, los vlogs, videos de contenido autorreferencial que se centran en su imagen y en sus experiencias personales. En cuanto a Hernández, en mayor medida, los de comedia y en menor, los vlogs. En este sentido se ve reflejada la idea de la espectacularización, de romper con el esquema de lo público-privado y de mostrarnos a un individuo que se encuentra inmerso en un contexto de consumo permanente (Debord, 2002 citado en García García y Gil Ruiz, 2018).

También señalamos como los medios tradicionales utilizan la figura y la popularidad del YouTuber para producir contenidos para sus señales y canales con características similares, la ambientación y la utilización de lo gracioso, como encontramos en los casos de STO y Yutubers. Es así como en el marco del sistema capitalista, no debe olvidarse que la construcción de imagen de los YouTubers adquiere la forma y el valor de un producto/mercancía (López, 2016).

Solamente algunos de los productores audiovisuales que comenzaron subiendo grabaciones a la web adquirieron el status de “star system”. Mediante las narrativas ficcionales y las autorreferenciales, Hernández y Serrano lograron encontrar su espacio entre los referentes argentinos dentro la plataforma. La circulación de sus figuras hipermediáticas les permitió traspasar el ecosistema de internet y en diferentes medidas encontraron un lugar en los medios tradicionales.

Actualmente ambos siguen produciendo videos para sus colectivos que ven en estos YouTubers características como la espontaneidad y la originalidad y reconocen también rasgos de solidaridad como suelen darse dentro de los grupos de la cultura participativa “emergente” (Jenkins, 2006 citado en Scolari y Fraticelli, 2016). Se genera así una construcción de identidad entre los YouTubers y sus seguidores, donde la subida de videos no implica una mera carga a la plataforma. En este acto encontramos una relación afectiva recíproca, entendiendo también que la presencia de los jóvenes en las redes digitales funciona como una herramienta de intervención económica, política y cultural (Sabich y Steinberg, 2017a; 2017b).

# CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

## ABORDAJE DEL PROBLEMA

La presente tesina de investigación tiene como objetivo analizar la producción, circulación y reconocimiento de los videos de los YouTubers Julián Serrano y Daiana Hernández e indagar en los elementos constitutivos de su identidad y su discursividad. Para llevarlo a cabo se trabajará principalmente en la circulación hipermediática. También en la construcción de ambos como enunciadores hipermediáticos referentes dentro de las redes, el uso de lo risible para realizar sus videos y la relación que presentan con la industria cultural. Además, por último, se verá el trato con sus colectivos hipermediáticos.

Tan solo basta tener una cuenta en Google para subir contenido a la página, la convergencia de las industrias info-comunicacionales y el proceso de digitalización ocupan un espacio central en el actual sistema capitalista global e hiperconectado que encuentra en el conjunto de mensajes que circulan en la red una manifestación de afectividad y lazos socioculturales, textos en los cuales los usuarios buscan ser visibles y compartir experiencias (Dolcemáscolo, 2016).

La cultura de la convergencia es aquella donde los medios viejos chocan con los nuevos y donde los populares y los corporativos se entrecruzan, donde el poder del productor mediático y el poder del consumidor interaccionan de múltiples maneras. “La convergencia de medios es tanto un proceso corporativo (de ´arriba hacia abajo`), dirigido por las grandes empresas de medios, así como un proceso dirigido por los consumidores (de `abajo hacia arriba´)” (Jenkins, 2008 citado en Álamo, 2017, p. 17). En este sentido plataformas como YouTube tienen un rol preponderante en la producción y difusión de contenidos en el ciberespacio “(...) individuos, marcas, empresas y todo tipo de instituciones luchan por hacerse un hueco en ese prime time permanente que es la red” (García García y Gil Ruiz, 2018, p. 152).

Internet funciona como una red global, esto permite a cualquier otro navegador además de generar, propagar y consumir contenido constantemente. Los YouTubers son parte de este espacio y suben sus videos a YouTube, una plataforma que participa dentro del ecosistema de la Web2.0<sup>1</sup> en internet. En este contexto logra instaurarse un

---

<sup>1</sup> “La llamada Web 2.0 supone la participación en la red y la generación de contenido por parte de los internautas, lo cual se basa en la interacción entre usuarios, una actitud colaborativa de éstos y las

nuevo tipo de sociedad, la hipermediatizada (Carlón, 2015b; 2016b). Una de sus características principales es que gracias a la web 2.0 y a las redes sociales, la mediatización que venía expandiéndose aumenta extendiéndose al conjunto de lo social, incluyendo individuos y colectivos (Fratlicelli, 2019a). Con el avance de internet y de las nuevas tecnologías, la comunicación unidireccional y vertical que provenía de los medios tradicionales como la televisión cambia completamente, se rompe ese esquema de dirección del mensaje y el usuario pasa a ser un potencial creador de productos masivos y a su vez consumidor. Por lo tanto, la aparición de algunas plataformas como YouTube y de redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter, permiten al internauta subir contenido y compartir experiencias.

Sobre los YouTubers, en primera instancia, podríamos señalarlos como -jóvenes en su mayoría- creadores de un contenido audiovisual que buscarían ser vistos. Muchos de ellos logran obtener ingresos económicos, pero sujetos al nivel de exposición y reproducciones que posean sus trabajos audiovisuales ya que las normativas de YouTube así lo establecen (Dolcemáscolo, 2016). A su vez, hoy, la sociedad capitalista ha sufrido una ruptura por las tecnologías de la comunicación que han desempeñado un gran protagonismo de una sociedad posmoderna impersonal a otra identificable de internet (Romero, 2015 citado en Vizcaíno Bonete, 2015). Además, la desconfianza hacia los contenidos de los medios tradicionales y la manera en la que estos los presentan provocó una preferencia por productos más genuinos y una cierta naturalidad de los YouTubers que ofrecen una sensación de espontaneidad e identificación con aquellos que los siguen (Vizcaíno Bonete, 2015).

Como hecho trascendental a nivel mundial destacamos el encuentro<sup>2</sup> que tuvo el Papa Francisco con 11 jóvenes YouTubers de todo el mundo en 2016 que se llevó a cabo durante el VI Congreso Mundial de Scholas en la Ciudad del Vaticano. En él se trataron distintos ejes como los derechos de los inmigrantes, la equidad de género, la libertad de expresión y el mayor respeto por la diversidad. Resulta imposible calcular el tipo de influencia que un YouTuber puede tener sobre su colectivo, pero este encuentro nos muestra como estos productores audiovisuales no pueden ser considerados simplemente como usuarios que suben videos a internet (Sabich y Steinberg, 2017a; 2017b).

---

posibilidades que brindan las nuevas tecnologías (herramientas, sistemas, plataformas, aplicaciones y servicios)” (Murolo y Lacorte, 2015: 27).

<sup>2</sup> “11 YouTubers se reunieron con el papa Francisco” 29/05/2016 <https://www.infobae.com/2016/05/29/1814926-11-youtubers-se-reunieron-el-papa-francisco/>

Por todos estos motivos se procederá a realizar una tesina de investigación sobre dos miembros de la comunidad argentina, Daiana Hernández y Julián Serrano. La elección de ambos se debe a que son los que cuentan con mayor reconocimiento dentro de YouTube según el ranking elaborado por Hill+Knowlton Strategies en 2018. La agencia de comunicaciones tiene en cuenta las siguientes variables: el nivel de influencia que tienen los YouTubers más exitosos del país, basándose en la cantidad de seguidores que tienen, número de posteos e interacciones en otras redes sociales como Facebook e Instagram<sup>3</sup>.

### OBJETIVO PRINCIPAL

Analizar la producción, circulación y reconocimientos de videos de YouTubers argentinos.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- \* Describir la producción audiovisual de Daiana Hernández y Julián Serrano, dos de los YouTubers más representativos de la escena actual.
- \* Indagar la circulación hipermediática que produjo el ascenso de los YouTubers y cuál es su relación con los medios masivos.
- \* Dar cuenta de las transformaciones enunciativas y giros de sentido que se dieron en esa circulación hipermediática.
- \* Conocer los vínculos entre los YouTubers y los colectivos hipermediáticos que conforman.

### PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- A) ¿Cómo son los productos audiovisuales realizados por los YouTubers? ¿Qué estrategias de comunicación utilizan para llevar a cabo sus videos?
- B) ¿Qué importancia tienen los fans y seguidores al momento de generar videos? ¿Cómo se dirigen a ellos? ¿Cómo convive esta comunidad virtual?

---

<sup>3</sup> “Top 5 de los YouTubers más exitosos de Argentina en 2018.” Consupermisio 28/02/2019 <https://www.consupermisio.com.ar/blog/top-5-youtubers-argentinos-2018/>

C) ¿Qué papel cumple la industria cultural y el mercado en la construcción del YouTuber como referente comunicacional dentro de la plataforma, en el ecosistema de internet y en los medios tradicionales?

D) ¿Cómo es la circulación hipermediática que produjo su ascenso a los medios masivos?

## METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

La metodología será principalmente sociosemiótica (Verón, 1987) para estudiar la discursividad y para observar y analizar su circulación se utilizará el modelo de circulación hipermediático (Carlón 2015b, 2016b). Primero la intención es describir la plataforma. Luego se revisarán nociones referidas a los YouTubers y sus principales características. También se tendrán en cuenta una serie de datos de los canales del 2019 como el estilo, los ingresos percibidos y las reproducciones. Por último, se analizarán a estas figuras a través de tres ejes, producción, circulación y reconocimiento.

Al centrarnos en el primer eje, nos detendremos en el estado de los YouTubers como enunciadores hipermediáticos, trabajaremos lo risible y los elementos de la comunicación oral y no verbal que se encuentren en sus videos.

Con respecto al segundo eje, se buscará analizar cómo es la circulación de estas figuras en la sociedad hipermediatizada (Carlón, 2015b; 2016b) y la propagación de la producción que permite reconocer saltos entre el subsistema de medios basados en internet y el subsistema de medios masivos (Fratlicelli, 2019a).

Asimismo, y atendiendo el tercer eje, intentaremos comprender los colectivos hipermediáticos y sus colaboraciones en la producción de videos, como así también la conformación de grupos fans y su labor en la difusión de los mismos (Fratlicelli, 2019a). Para finalizar se realizarán entrevistas no directivas y atentas a indicios de los seguidores que nos permitan reconstruir sensaciones y particularidades del universo cultural y las lógicas de sus prácticas (Guber, 2001).

## ESTADO DEL ARTE

Sobre el objeto de estudio YouTube, tenemos trabajos previos de tesinas de investigación como *Vidding. Fanatismo, colaboración y creatividad en la era de YouTube* (Noel González, 2013) que analizan la práctica vid<sup>4</sup> sobre las series televisivas y su circulación dentro de la plataforma por parte de comunidades fans. También *Cultura Fan en YouTube. Las implicancias del derecho de autor y copyright en el derecho a la libre participación en la vida cultural* (Martínez Elebi, 2015) donde se analiza las disputas entre las herramientas tecnológicas e internet y las restricciones de los derechos de autor de los fans para producir y subir videos a la plataforma<sup>5</sup>, generando una discusión sobre las libertades, características de la cultura fan, términos de usos y condiciones de la plataforma y las tensiones que existen entre leyes y tratados de propiedad intelectual y el derecho humano de la libre participación en la vida cultural. En ambos casos registramos un uso de metodología cualitativa, con entrevistas abiertas que buscaron interpretar el universo cultural de las prácticas de los fans.

Otros trabajos como *Artes de hacer en el YouTube. El video-tutorial como emergente de la cultura participativa* (Álamo, 2017) donde se describe y analiza el video-tutorial como emergente de la cultura participativa, con una metodología que se enmarca dentro de la técnica de recolección de datos del scraping<sup>6</sup> y para llevarlo a cabo se utilizan las APIs<sup>7</sup>, un conjunto de funciones y procedimientos que ofrece una plataforma para luego pasar a un software que jerarquice y organice esos datos. Lo que se buscó en este caso es comprender cómo se producen y consumen los video-tutoriales en la plataforma, como se generan las prácticas entorno a la producción, participación y consumo.

*Las disputas por "lo popular" en YouTube. Un estudio exploratorio sobre la sección de Tendencias* (Ibañez Duarte, 2019). Aquí lo que se realizó fue una exploración sobre el funcionamiento de "Tendencias" y la relación entre los usuarios

---

<sup>4</sup> "Son videos editados por fanáticos de determinada serie o película a partir del material original de la producción de la que son seguidores" (Murolo y Lacorte, 2015, p.20)

<sup>5</sup> Se trabaja sobre los fanvids, fanfilms y el mashup, un género de música basado en combinación de videos o temas musicales como collage.

<sup>6</sup> Es una técnica utilizada para la descarga, el procesamiento, el análisis e interpretación de una serie de datos significativos. Además, es la acción de extraer de forma automática esos datos para luego poder construir información concreta (Álamo, 2017).

<sup>7</sup> Interfaces de programación de aplicaciones o en inglés, Application Programming Interfaces (Álamo, 2017).

productores, los medios tradicionales, empresas independientes y los uploaders<sup>8</sup> en el posicionamiento y el espacio de sus contenidos en la sección, una disputa dada por alcance y monetización. Además, se analizó como las leyes y normas que rigen en YouTube actúan castigando y premiando a los usuarios, según la infracción o no que se haya cometido y como las tensiones de poder se centran en el copyright en donde los uploaders resultan ser los más penalizados con la eliminación de contenidos y canales y los medios tradicionales los más protegidos y favorecidos.

La presente tesina se propone investigar a los YouTubers y no a YouTube de forma exhaustiva, por lo que se tendrá en cuenta, sobre todo, de trabajos previos, las características de la plataforma que nos permita comprender su funcionamiento. El objetivo, en este caso, es analizar los casos de los argentinos desde el nivel de la producción, circulación y reconocimiento. Como se resumió y se repasó, no abundan tesinas sobre la circulación hipermediática de los YouTubers. Por lo tanto, teniendo en cuenta esto, desarrollaremos y focalizaremos nuestro estudio principalmente en este eje para estudiar la discursividad de estos enunciadores hipermediáticos. Además, buscaremos describir y analizar la relación de estas figuras con sus colectivos, medios masivos y sus transformaciones enunciativas.

## MARCO TEÓRICO

A modo de contextualización para intentar comprender la producción de los YouTubers traemos a colación el concepto de “nativos digitales”, elaborado por Marc Prensky, una metáfora que intenta dar cuenta de la experiencia que los jóvenes tienen de las TIC- tecnologías de la información y la comunicación- en la sociedad contemporánea. Estos han nacido en un tiempo de posible acceso a dispositivos técnicos y espacios virtuales y se rodean con naturalidad de los artefactos tecnoculturales, sin embargo, el tipo de vínculo que puedan tener con las tecnologías digitales nunca puede ser configurado de antemano, solo toma sentido a partir de ciertas prácticas culturales, sociales y políticas (Benítez Larghi, 2013).

Estas tecnologías infocomunicacionales además produjeron rupturas con la forma de consumir los medios tradicionales rompiendo la unidireccionalidad de la radio o la televisión, en los que se encuentran un emisor y múltiples receptores. La llegada de

---

<sup>8</sup> Aquellos usuarios que suben contenido, pero no es producción propia, sino simples recortes o ediciones. Generalmente son fragmentos de videos de medios tradicionales.

Internet y la Web 2.0 rompen con esa lógica ya que el receptor pasa a ser un prosumidor, figura híbrida entre el productor y el consumidor (Scolari, 2008).

Siguiendo esta idea, en la década de los 80' se caracterizó a una sociedad mediática como aquella donde los medios operaban como espejos de esta (Verón, 2001b [1984] citado en Carlón, 2015a; 2018a). Luego pasamos a una sociedad mediatizada donde todas las prácticas socioculturales y las instituciones se estructuraban en relación directa con la existencia de los medios. Actualmente las sociedades hipermediatizadas transforman hábitos y conductas, una gran cantidad de características de la sociedad mediatizada siguen operando y existiendo, las prácticas sociales se organizan “en función de la existencia de las redes (acontecimientos, toma de fotos, etcétera); pero ahora son los sujetos, que estaban en reconocimiento, los que gracias a que se encuentran también en producción generan y distribuyen sus propios contenidos” (Carlón, 2015b, p. 7). Es así como distinguimos un proceso de convergencia mediática de producción, que configura nuevas formas de hacer y nuevos actores en la escena comunicacional y desde la perspectiva del consumo, nos enfrentamos a una divergencia ya que el sujeto se encuentra con una multiplicidad de opciones y formas (Verón, 2009 citado en Carlón, 2016a).

“Los YouTubers son a través de los videos, configuran su subjetividad en tanto hay visibilidad y conexión” (Di Palma, 2015, s/p). Su herramienta principal es él mismo: su forma de pensar, de hablar, de manifestarse y de realizar acciones cotidianas. Cada uno muestra algo que le diferencia de los demás, y que, a su vez, le otorga valor. Un posible indicio de ello es la cantidad de visitas que tienen los vídeos (García García y Gil Ruiz, 2018). Por medio de estas características se ve como la construcción de imagen del YouTuber adquiere la forma de un producto/mercancía (López, 2016), así su identidad se encuentra en la negociación permanente entre el colectivo hipermediático y el rédito económico. El “Broadcast Yourself”, slogan de YouTube, fija la idea del yo como transmisor, alude a la idea del espectáculo que rodea al individuo en un contexto de consumo permanente (Debord, 2002 citado en García García y Gil Ruiz, 2018).

En lo que se refiere al contenido, nos preguntamos ¿qué elementos utilizan para hacer sus videos y a quiénes se dirigen? Podemos encontrar como elementos significativos la comunicación oral y no verbal. Entendiendo a la oralidad, como una forma de narrar que pertenece a una cultura no letrada, relatos que se inscriben en lo oral en cuanto dispositivo de enunciación y establece una visión del mundo, una interpretación de distintas experiencias por parte del enunciador (Martín-Barbero,

1983). En cuanto a lo no verbal hablamos de lo gestual y lo corporal, una cultura que revaloriza la experiencia de la cotidianeidad (Ford, 1994).

En relación a la producción de los YouTubers encontramos un elemento central en lo risible. Tendremos en cuenta las categorías que integran lo reidero<sup>9</sup> (Fratlicelli, 2020), estableciendo que todo acto de comunicación se encuentra inscripto dentro de un marco enunciativo. Destacamos lo cómico, el humor, el bufón y el bromista. La primera se caracteriza por ser la de una relación asimétrica entre los interlocutores, uno se transforma en objeto de burla del otro, en cambio, en el humor, el enunciador y enunciatario se ríen de sí mismos. “Así mientras lo cómico es reírse de, el humor es reírse con” (Fratlicelli, 2020, s/p). Además, tenemos al bufón como aquel que degrada a las figuras poderosas y el destinatario se identifica en ser víctima de ellas. Por último, el bromista, es un transgresor que invita a reírse de las normas que conforman el orden social. De esta manera tendremos en cuenta las diferentes categorías de enunciador y enunciatario hipermediático. En esta sociedad globalizada la cuestión de entretenernos es también “una forma de conocer el mundo y acceder a la individualidad, propia y ajena, de manera relajada y naturalizada, necesidad que se encuentra también vinculada con el humor” (Lipovetsky, 2017 citado en García García y Gil Ruiz, 2018, p. 176).

En cuanto a la circulación<sup>10</sup> hipermediática, se tratará de ver los saltos de escala de las cuentas<sup>11</sup>, es decir, como es la producción que les permitió dar el salto de los medios digitales a los tradicionales (Carlón, 2015b; 2016b; Fratlicelli, 2019a).

Sobre el reconocimiento, tenemos a los YouTubers como aquellos que construyen colectivos hipermediáticos<sup>12</sup> (Carlón, 2015b; 2016b; 2017), miembros de la plataforma que comparten sus videos e interactúan con ellos. Es importante destacar el rol que cumple la comunicación mediada por las plataformas digitales ya que habilitan la creación de comunidades que busquen compartir temas en común (Brubaker y Cooper, 2001). Y, además, en este sentido, ver y analizar como “acompañado del interés de un canal específico o de determinados tipos de contenidos audiovisuales, los usuarios crean redes de reconocimiento hacia el interior de la comunidad que les otorgan una suerte de identidad colectiva” (Dolcemáscolo, 2016, p.55).

---

<sup>9</sup> Comprende géneros, tipos y procedimientos discursivos que promueven la risa (Fratlicelli, 2019).

<sup>10</sup> Verón la define como el desfase entre la instancia de producción discursiva y su reconocimiento (Verón, 1987a citado en Fratlicelli, 2019a).

<sup>11</sup> “El intercambio entre la cuenta y su colectivo puede comprenderse como un sistema de producción discursiva al que se llama sistema de cuenta” (Fratlicelli, 2019a, p.60).

<sup>12</sup> Se habla de colectivos hipermediáticos y no de colectivos mediáticos porque gracias a la web 2.0 y a las redes sociales, la mediatización se extiende al conjunto de lo social incluyendo colectivos e individuos (Fratlicelli, 2019a).

## CAPÍTULO 2: YOUTUBE Y LOS YOUTUBERS

### RESEÑA HISTÓRICA Y PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

La plataforma de videos fue fundada en 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim<sup>13</sup>, tres antiguos empleados de la empresa Paypal, y rápidamente se convirtió en el sitio más popular a nivel mundial en materia audiovisual “significando nuevos modos de consumir relatos audiovisuales” (Murolo y Lacorte 2015, p. 15). Al año siguiente Google se hizo de ella, compró la plataforma por 1.650 millones de dólares<sup>14</sup>. En ese momento YouTube introdujo una serie de implementos como la opción de crear perfiles de usuarios, limitar el tiempo de duración de los videos y permitir los comentarios de cada usuario. A partir de 2007 se caracteriza por implementar programas que les permiten a los usuarios populares tener control y obtener ganancias con sus videos. El Programa de Socios de YouTube (YPP)<sup>15</sup> posibilita a los generadores de trabajos audiovisuales obtener ingresos de la plataforma a través de medios como la publicidad y suscripciones de pago. Este ingreso asciende al 55%, el resto lo administra YouTube (Dolcemáscolo, 2016)<sup>16</sup>.

Como requisitos para unirse el YPP exige<sup>17</sup>:

1. Cumplir con todas las Políticas de Monetización de YouTube.
2. Vivir en un país o región donde esté disponible el Programa de socios de YouTube.
3. Tener más de 4.000 horas de reproducción en los últimos 12 meses.
4. Tener más de 1.000 suscriptores.
5. Tener una sola cuenta de AdSense vinculada para recibir los pagos.
6. Una vez logrado estos requisitos se debe solicitar participar en YPP y al término de un mes se verificará y se obtendrá la membresía.

---

<sup>13</sup> “Un breve recorrido por la historia de YouTube” Catedradatos

<http://catedradatos.com.ar/2014/04/un-breve-recorrido-por-la-historia-de-youtube/>

<sup>14</sup> “Google To Acquire YouTube for \$1.65 Billion in Stock”

[http://googlepress.blogspot.com/2006/10/google-to-acquire-youtube-for-165\\_09.html](http://googlepress.blogspot.com/2006/10/google-to-acquire-youtube-for-165_09.html)

<sup>15</sup> “¿Cómo ganar dinero en YouTube?”  
<https://support.google.com/youtube/answer/72857?hl=es-419>

<sup>16</sup> Se estima que este ingreso por reproducción ronda entre 0,0007 y 0,002 dólares. El valor depende de muchos factores: el tipo de publicidad, el PBI del país, la fecha del año y si efectivamente la persona que visualiza el video hace clic u omite la publicidad insertada. Si nadie ve o consume la publicidad, nadie cobra (Dolcemáscolo, 2016: 49).

<sup>17</sup> “Primeros pasos para ganar dinero en YouTube.” YouTube 22/01/2019  
[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=24&v=bIngfKyJyUw](https://www.youtube.com/watch?time_continue=24&v=bIngfKyJyUw)

Dentro de este contexto es posible encuadrar el surgimiento de los YouTubers, ya que a partir de esta instancia los productores audiovisuales de la plataforma pueden subir el contenido de forma independiente a la red y lograr monetizar, un detalle a tener en cuenta es que sí en el plazo de seis meses el usuario de la plataforma que posee el YPP no sube contenido el programa deja de aplicarse.

Por último, en 2010 se lanza YouTube Argentina, con el objetivo de generar oportunidades para creadores de contenido de forma local y también una oportunidad para las marcas de llegar a sus consumidores.

En los primeros años encontrábamos videos breves y en general, de producción amateur. Actualmente sabemos que abundan los contenidos de calidad para aquellos productores individuales, pero también para artistas y medios de comunicación que encontraron un espacio redituable donde compartir sus contenidos (Murolo y Lacorte, 2015). Continuando con esta forma de incrementar las utilidades y monetizar, en 2012 se implementa el sistema publicidad en video que permite generar ingresos o recibir beneficios promocionales a cambio de que se incorporen clips publicitarios durante la reproducción del contenido (Murolo y Lacorte, 2015).

Ya que el sitio obtiene ganancias por la publicidad que tienen los canales y videos de los diferentes creadores, cuanto mayor cantidad de personas ingresen y reproduzcan contenido en la plataforma, más grande será el negocio y la cantidad de anunciantes que querrán publicitar. “Asimismo, todo ese movimiento genera datos de los usuarios que son cooptados por Google para ser vendidos a sus anunciantes con el fin de generar ‘publicidad dirigida a públicos específicos’” (Wasko y Erickson, 2009 citado en Dolcemáscolo, 2016, p. 48).

Hay que destacar que YouTube no es simplemente una plataforma, también puede comprenderse como un metamedio porque contiene de manera dinámica a otros medios. Es un conjunto de medios de comunicación y un sistema para generar herramientas mediáticas y desarrollar otras. A través del lenguaje audiovisual, YouTube contiene géneros de la televisión y el cine, pero abre posibilidades para nueva producción de sentido (Manovich, 2008, citado por Ibañez Duarte, 2019). Tal es así que en la plataforma es posible visualizar la tensión entre la producción de los medios tradicionales y la de creadores de contenidos como los YouTubers, y permite abordar cuestiones del ecosistema cultural como la aparición de normas sociales, la innovación conducida por el usuario y las nuevas alfabetizaciones (Scolari y Fraticelli, 2016).

Según los productos audiovisuales publicados podemos encontrar los siguientes grupos organizados en seis categorías (Burgess y Green, 2009 citado por Ibañez Duarte, 2019):

- 1) Medios tradicionales, las networks televisivas que convergen en YouTube con sus canales propios.
- 2) Empresas medianas o productores independientes, usuarios intermedios entre los mainstream y los individuales con características amateur.
- 3) Uploaders: usuarios que suben contenido, pero se limitan a recortar clips producidos por los medios tradicionales.
- 4) Productores: aquellos que crean productos y piensan en la plataforma como principal medio de difusión.
- 5) Participativos: usuarios que suben contenido y le dan a la plataforma características de red social a partir de sus interacciones.
- 6) Consumidores: utilizan YouTube para consumir contenido.

Además, YouTube facilita la circulación y difusión de videos, proporcionando URLs y el código HTML. El éxito de YouTube puede medirse en base a cuatro elementos claves (Gannes, 2006 citado en Scolari y Fraticelli, 2016):

- Recomendar videos.
- Compartir videos mediante enlaces de correo electrónico.
- Realizar comentarios.
- Exportar e insertar un mismo video en diferentes plataformas y formatos.

## LOS YOUTUBERS Y EL VLOG

Según los productos audiovisuales que se encuentran en YouTube destacamos estos grupos organizados en las seis categorías (Burgess y Green, 2009 citado por Ibañez Duarte, 2019):

- 1) Medios tradicionales
- 2) Empresas medianas o productores independientes
- 3) Uploaders
- 4) Productores
- 5) Participativos
- 6) Consumidores

Vamos a considerar a los YouTubers como productores, es decir aquellos que crean en la plataforma contenido propio y que tienen como objetivo publicitarse. Entendiéndolos también como enunciadores que se originan y constituyen a través de los videos y se configuran por la visibilidad y la conexión (Di Palma, 2015).

Con respecto a los formatos generados por estas figuras (Murolo y Lacorte, 2015) se destacan:

- Remix, fanvids o lip-dub como mezclas y videos musicales editados por los usuarios usando clips de series, películas, combinados con música.
- Blooper como algún error cometido en alguna secuencia narrativa.
- Los videos que incluyen habilidades artísticas o físicas que muestran personas tocando algún instrumento o realizando distintos deportes.
- El videoblog testimonial en el cual cada usuario produce un video de carácter autorreferencial, se encuentra hablándole a la cámara siendo el actor principal del mismo.
- Los webisodes son videos cuya narración se centra en algún tema específico o inquietud que el realizador quiera contar.
- Los sketches producen sus narraciones utilizando el humor como uno de sus elementos indispensables.
- Los tutoriales como construcciones narrativas que tratan de enseñar a los seguidores el procedimiento sobre un producto o tema.

- Los gameplays son tutoriales de videojuegos y presentan la impronta de sus realizadores.
- Registros documentales funcionan como productos creados para narrar ciertos acontecimientos.

Además, y con respecto a la popularidad, tenemos entre los YouTubers más representativos<sup>18</sup> a nivel mundial al sueco Félix Kjellberg, quién posee el canal PewDiePie<sup>19</sup> y cuenta con el mayor número de suscriptores en la plataforma, más de 100 millones.<sup>20</sup> En Sudamérica el más reconocido es Germán Garmendia<sup>21</sup> quién cuenta con tres canales (JuegaGermán, HolaSoyGermán<sup>22</sup> y Garmendia Music) siendo el más valorado el segundo, con 39,7 millones de suscriptores.

Retomando el formato de videoblog o también el denominado vlog es aquel que nos permite entender mejor la figura comunicacional del YouTuber. En base a guiones, producción y ejecución de los temas pensados, la narrativa del vlog introduce al espectador básicamente al mundo cotidiano del enunciador. El vlog, claro está, puede no tener un mensaje superador o exclusivo en particular y tan solo contar con relatos clichés, pero es aquel más fiel a los rasgos y a las personalidades de cada YouTuber. Además, es el género que les permite interactuar digitalmente con mayor frecuencia con sus seguidores, por ende, entendemos que es imprescindible para analizar y creemos refleja con mayor claridad sus universos y prácticas culturales.

En este punto es el YouTuber sobre su propia figura donde posiciona el relato y la configuración espacial-temporal del video. La enunciación construye un doble enunciador. Uno diegético, el que muestra las acciones con su propia filmación y otro extradiegético constituido en la edición, por medio de los recursos que permite el montaje se opera sobre la narración generando otros efectos de sentido y rompiendo la

---

<sup>18</sup> Los 100 canales de YouTube con más suscriptores.

<https://socialblade.com/youtube/top/100/mostsubscribed>

<sup>19</sup> Canal de Félix Kjellberg

[https://www.youtube.com/channel/UC-IHJZR3Gqxm24\\_Vd\\_AJ5Yw](https://www.youtube.com/channel/UC-IHJZR3Gqxm24_Vd_AJ5Yw)

<sup>20</sup> “El récord histórico de PewDiePie: es el primer youtuber en alcanzar los 100 millones de suscriptores.” Infobae 25/08/2019

<https://www.infobae.com/america/entretenimiento/2019/08/25/el-record-historico-de-pewdiepie-es-el-primer-youtuber-en-alcanzar-los-100-millones-de-suscriptores/>

<sup>21</sup> “Germán Garmendia, el youtuber de los 100 millones de seguidores, lanza su primera novela” Clarín 19/10/2018

[https://www.clarin.com/cultura/garmendia-youtuber-100-millones-seguidores-lanza-primera-novela\\_0\\_Ms2IKbXID.html](https://www.clarin.com/cultura/garmendia-youtuber-100-millones-seguidores-lanza-primera-novela_0_Ms2IKbXID.html)

<sup>22</sup> Canal Germán Garmendia

<https://www.youtube.com/channel/UCZJ7m7EnCNodqnu5SAtg8eQ>

transparencia que poseen los demás géneros (Scolari y Fraticelli, 2016).

Además, en este marco es posible destacar un caso mediático y público, el canal *Lonelygirl15* de Bree ejemplifica cierta tensión existente en las relaciones de producción cultural sobre el sentido de lo amateur y el espacio de YouTube.

En 2006, medios tradicionales de Estados Unidos hablaban de esta vlogger, que posteaba historias sobre problemas amorosos, familiares y religiosos. Uno muy significativo fue el de 4 de julio de 2006 sobre conflictos con sus padres por su oposición a una relación, obtuvo un gran número de vistas en pocos días y recibió un incremento significativo de 50 mil a 100 mil por semana en relación a sus videos previos (Davis, 2006 citado en Burgess y Green, 2009b). En este marco las publicaciones de *Lonelygirl15* llegaron a tener una gran cantidad de audiencia estable. Sobre la gran calidad y prolijidad, la prensa estableció un debate sobre si la chica era una vlogger real mientras mostraron sus producciones como un ejemplo para explorar las capacidades creativas de los jóvenes (Murphy, 2006, citado en Burgess y Green, 2009b). Otros, en cambio, saltaron directamente en el debate sobre la legitimidad una vez conocida la verdad, que la cuenta *LonelyGirl15* era en realidad un experimento de filmación por parte de los productores Mesh Flinders y Miles Beckett (Chonin, 2006; Fine, 2006; Gentile, 2006; Heffernan y Zeller, 2006, citado en Burgess y Green, 2009b). Todas estas tensiones que se fueron dando marcaron el fin de la idea de producción amateur y transparente que existía hasta ese momento y legitimaron al vlogging como un género de producción cultural que podría tener consigo grandes creaciones, actores, guiones, etc. (Burgess y Green, 2009b).

Este ejemplo es claro para establecer la tensión lógica entre amateurismo-profesionalidad que podríamos encontrar en la producción de Serrano y Hernández. Más allá de la autobiografía existente, no podremos dejar de tener en cuenta la instancia del reconocimiento y tener presente la idea del voyeurismo como una característica contemporánea que implica el mirar con deseo, proveniente de los rasgos enunciativos de estos tipos discursos. Los consumidores que interactúan en este espacio con los YouTubers podrían aprender saberes y conocimientos, reflexiones y críticas o hasta jugar videojuegos y vivir la vida como un juego (Di Palma, 2015).

## EL CASO DE LOS ARGENTINOS

Julián Serrano es entrerriano, nació como YouTuber, pero logró traspasar la plataforma y desde 2012 su popularidad estuvo centrada en sus apariciones en distintas series televisivas como *Presentes*, *Aliados*, *Quiero vivir a tu lado* y *Golpe al Corazón*. Además, fue participante de uno de los shows televisivos más populares como *Showmatch* en 2018<sup>23</sup> y recientemente fue conductor en *STO*, un programa de entretenimiento conducido por jóvenes que intentó mediar entre la televisión y las redes sociales, pero no obtuvo el éxito deseado y optó por abandonar el ciclo<sup>24</sup>. También incursionó como actor en el cine, en la película *Perdida* y como cantante, en 2015 lanzó su primer disco bajo el nombre artístico de Jota Esse.

Con respecto a sus cuentas tiene tres activas<sup>25</sup>:

A) JulianSerrano7 es su cuenta oficial, tiene 2,75 millones de suscriptores y fue abierta en 2011.

B) Julián Serrano con 246 mil suscriptores es la que utiliza para promocionar los videoclips pertenecientes a su carrera musical.

C) Yotmbnestoyalpedo en la que tiene 120 mil suscriptores y es de diciembre de 2009, es de una producción totalmente amateur. En este canal vemos como arrancó a grabarse como pasatiempo. La frecuencia de subida de videos durante el primer año es de aproximadamente uno por mes, luego fue disminuyendo a casi uno cada tres meses. Su último trabajo es de 2013 y es llamado *Pocha*<sup>26</sup>, en el mismo Julián realiza una parodia de la publicidad de *Reumosan*<sup>27</sup>. Podemos agrupar sus videos en este canal bajo las categorías de vlogs, playbacks y parodias.

Con respecto a Daiana Hernández, tuvo menos éxito en poder saltar de la plataforma a otros medios tradicionales, si bien tuvo apariciones esporádicas en otros soportes, destacamos su libro *La comedia de mi vida* de 2015. Hernández es graduada en la carrera de Dirección de Cine, TV y Nuevos Medios (CIEVYC) y también estudió

---

<sup>23</sup> Sofía Morandi y Julián Serrano son los campeones del "Bailando 2018" Infobae 18/10/2018 <https://www.infobae.com/teleshows/paso-en-la-tv/2018/12/21/sofia-morandi-y-julian-serrano-son-los-campeones-del-bailando-2018/>

<sup>24</sup> "Julián Serrano también renunció a S.TO." Televisión.com.ar 27/07/2019 <http://television.com.ar/julian-serrano-tambien-renuncio-a-s-t-o/107221>

<sup>25</sup> Revisado el 24/03/2020

<sup>26</sup> "Pocha" yotmbstoyalpedo 1/7/2013 <https://www.youtube.com/watch?v=5nrFV3EwqvE>

"Reumosan" 22/09/2011

<sup>27</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=NIROwE3XbCI>

teatro más de diez años en distintos institutos, como el Centro Cultural General San Martín, el Instituto Vocacional de Arte Manuel José de Labardén y Buenas Artes Social Club<sup>28</sup>.

Posee dos cuentas<sup>29</sup>:

A) Dai Hernández de 2.99 millones de suscriptores.

B) Dai Hernandez`s way de 165 mil suscriptores y que tiene solamente ocho videos. Entre ellos tiene uno que se llama *haciendo pis parada por fin*<sup>30</sup>, en la que nos cuenta en tono reflexivo la incomodidad que puede tener la mujer para ir al baño en lugares públicos y se graba utilizando un dispositivo para orinar. En este canal abundan los vlogs.

Para realizar el análisis en circulación utilizaremos todos los canales de ambos, para llevar a cabo la investigación en producción y en reconocimiento nos centraremos en los videos de las cuentas JulianSerrano7 y Dai Hernández. No obstante, antes de introducirnos en el primer eje de análisis, el de la producción, dejamos una serie de datos que nos señalan algunas características sobresalientes de los dos y que nos permiten ir comprendiendo cuestiones ligadas a su popularidad. En los primeros cuadros tenemos la cantidad de videos, el número de reproducciones y los suscriptores, entre otros<sup>31</sup>. En el último destacamos los ingresos económicos<sup>32</sup>.

Canal	N° de suscriptores	Tipo de canal	Visualización de videos	Fecha de creación del canal	N° de videos subidos
Dai Hernández	2,99 millones	Entretenimiento	333,962,229	01/02/2008	329
Dai Hernandez`s way	165 mil	Comedia	1,077,703	15/08/2012	8

Fuente: SocialBlade. Fecha de consulta 25/03/2020

<sup>28</sup> Daiana Hernández. Planeta de Libros <https://www.planetadelibros.com.ar/autor/daiana-hernandez/000044972#:~:text=Daiana%20Hern%C3%A1ndez%20naci%C3%B3n%20en%201991,y%20Buenas%20Artes%20Social%20Club>.

<sup>29</sup> Revisado el 24/03/2020

<sup>30</sup> “Haciendo pis parada por fin” 29/11/2019 <https://www.youtube.com/watch?v=wNRyWPHALEw>

<sup>31</sup> Cuadro de relevamiento de datos de YouTubers generado a partir de esquema en Sabich y Steinberg (2017a).

<sup>32</sup> Cuadro de relevamiento de datos de YouTubers producido a partir de Dolcemáscolo (2016).

Canal	N° de suscriptores	Tipo de canal	Visualización de videos	Fecha de creación del canal	N° de videos subidos
JulianSerrano7	2,75 millones	Comedia	249,190,461	3/02/2011	166
Julián Serrano	246 mil	Música	50,518,085	15/10/2014	11
yotmbstoyalpedo	120 mil	Comedia	18,568,002	25/12/09	36

Fuente: SocialBlade. Fecha de consulta 25/03/2020

#### Estimación del rango de ingresos (en dólares)

JuliánSerrano7	Ingreso Mensual	176 /2.8	Ingreso Anual	2.1 /33.8
Dai Hernández	Ingreso Mensual	231 / 3.7	Ingreso Anual	2.8 / 44.4

Fuente: SocialBlade. Fecha de consulta 25/03/2020

En conclusión, los primeros cuadros nos explican parte de sus éxitos en YouTube. El tercero una estimación del rango de monetización que tienen por producir contenido en y para la plataforma.

El análisis del tercer capítulo constará de tres partes: producción, circulación y reconocimiento. En esta primera instancia trabajaremos lo risible y analizaremos la posición de los dos YouTubers como enunciadores y los distintos elementos que se desprendan de la comunicación oral y no verbal de sus videos. Además, se verán puntos de contacto entre el programa español Comedy Central y el argentino STO- conducido por Serrano-.

El segundo eje será el de la circulación, se buscará corroborar si hubo un pasaje de estas figuras del subsistema de las redes sociales y las plataformas de internet a los medios tradicionales y de qué forma se produjo.

En el último se atenderá la cuestión ligada al reconocimiento compuesto por la relación YouTuber- colectivo. Asimismo, se complementará con entrevistas a los seguidores de ambos.

# CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE LOS CASOS SERRANO Y HERNÁNDEZ

## PRODUCCIÓN

A modo introductorio y por medio de trabajos previos (Scolari y Fraticelli, 2016), sabemos que hay algunas características que se repiten en los YouTubers:

- En el nivel discursivo tenemos dos elementos centrales, la mirada a cámara y hablarle constantemente al destinatario. Una de las condiciones obligatorias es la marcada función fática que tienen y señala un vínculo estrecho entre el enunciador y los enunciatarios (Jakobson, 1960 citado en Scolari y Fraticelli, 2016). En estos términos este tipo de operación es equivalente a la que se produce en la televisión (Verón, 1983, Casetti y Di Chio, 1998 citado en Scolari y Fraticelli, 2016) donde se establece un efecto enunciativo del conductor que mira a los ojos a cada uno de los espectadores. También la función emotiva (Jakobson 1960 citado en Fraticelli y Scolari 2016), generada por medio de sus discursos cargados de afectividad.

- En la estructura narrativa encontramos tres partes: Introducción, Desarrollo, Cierre. Prácticamente todos los videos tienen estas características, organizan el visionado y de alguna manera todo aquello que el espectador espera que vaya a suceder. Por lo general también suelen durar entre 5 y 15 minutos, a excepción de las transmisiones en vivo. Es así como podemos sumar la idea de continuidad narrativa, dado por las repeticiones de los recursos visuales, las mismas locaciones y la estructura que conforma cada guion- los saludos, despedidas, frases registradas- que identifican a cada creador y establecen una organización, sitúan al espectador en un lugar cómodo ya que le permite interiorizar ciertas ideas con familiaridad y sabrá con que códigos socioculturales se encontrará en los videos<sup>33</sup> (Vizcaíno Bonete, 2015).

---

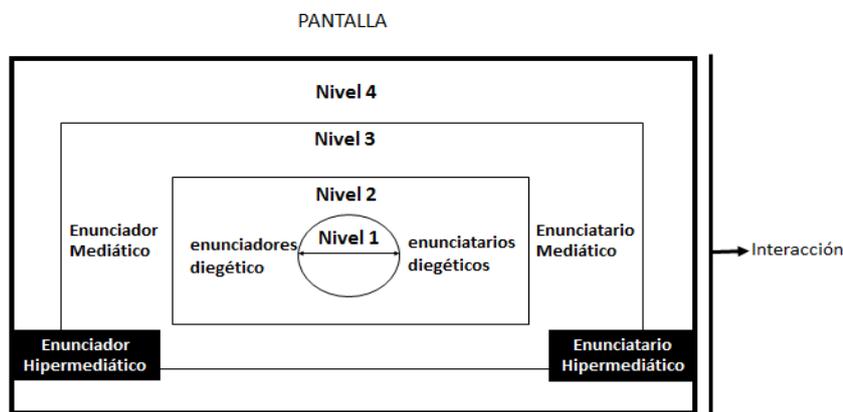
<sup>33</sup> Según la clasificación realizada por Vizcaíno Bonete (2015, pp. 907-908) cada YouTuber posee su propia identidad y cualidades individuales que lo diferencian del resto, no obstante, de forma colectiva hay seis características que pueden resumir cuestiones ligadas a la producción y popularidad

1. Lo ordinario protagonista: historias creadas a partir de lo rutinario con los aportes humorísticos pertinentes de cada usuario.
2. Invitados: con cierta periodicidad algún miembro reconocido de la plataforma o de las redes digitales aparece en su canal.
3. Continuidad.
4. Vlog.
5. Orden: organización del contenido de una forma específica, por ejemplo, la de la lista de reproducciones que se puede encontrar en una de las pestañas en el menú principal de cada productor de la plataforma.

También podemos destacar características como (Di Palma, 2015):

- Mirada a cámara y utilización de planos medios y primeros planos.
- La configuración de espacios interiores como las habitaciones y las salas de estar y la construcción de otros lugares mediante las narrativas en plazas, viajes de vacaciones, trabajos, etc.
- Recursos sonoros y de superposición de imágenes en la edición para generar diferentes efectos de sentido.
- Los temas que se refieren principalmente a críticas al amor, la escuela, la sexualidad, la tecnología, las adicciones, las relaciones sociales y las experiencias de vida.
- Planteo a los seguidores para que se suscriban y difundan contenido y se involucren en la producción de los videos.

Antes de adentrarnos en los casos puntuales para analizar lo risible tendremos en cuenta las categorías que integran lo reidero- lo cómico, el humor, el bufón y el bromista- (Fratlicelli, 2020). Además, siguiendo el esquema del dispositivo enunciativo de las redes sociales hipermediáticas que intenta captar la relación comunicativa que se genera dentro del universo de las redes sociales destacamos cuatro tipos de enunciadorees:



Esquema del dispositivo enunciativo de las redes sociales hipermediáticas (Fratlicelli, 2019)

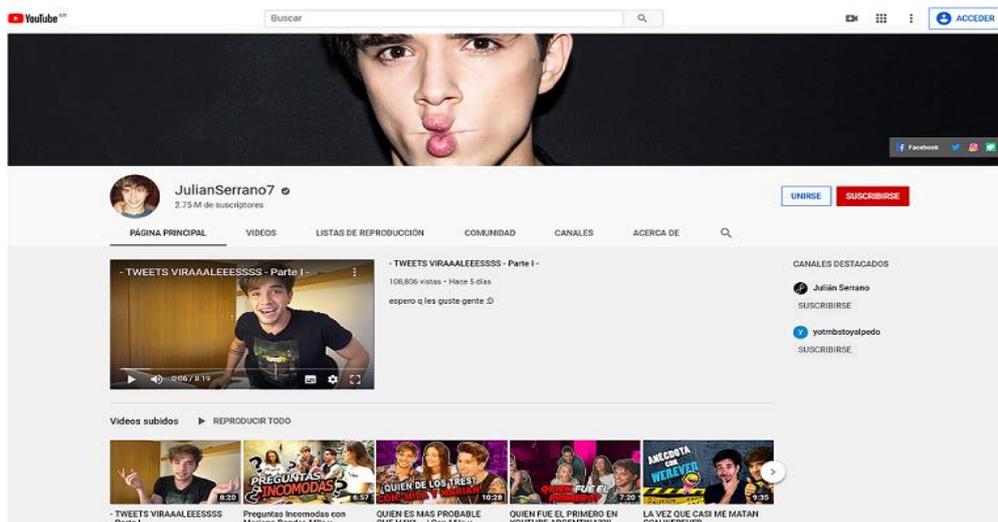
En el nivel 4 tenemos al enunciador hipermediático como la unión de dos figuras: el enunciador de la cuenta y el propietario de la cuenta, a su vez en

---

6. Duración: según el autor ronda los seis minutos de duración.

reconocimiento encontramos al enunciatario hipermediático que es la figura a la que se dirige la cuenta. En el nivel 3 al productor y receptor de cada publicación particular. El nivel 2 se compone de las escenas enunciativas desarrolladas en los enunciados de cada publicación. Tenemos varios enunciadores y enunciatarios como los representados por personajes o efectos como la música, ruidos, etc. El nivel 1 lo constituyen las escenas de los mensajes producidos por los enunciadores diegéticos.

### Caso Serrano

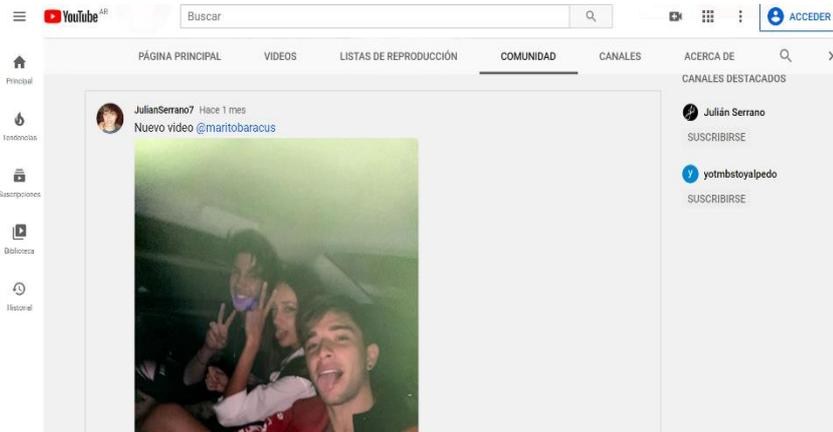


Portada de la página principal de JulianSerrano7

La imagen nos muestra la página principal. En la parte superior encontramos los íconos de las redes sociales del YouTuber y su portada. Luego tenemos las opciones de unirse y suscribirse y abajo, en canales destacados, sus otros dos. En la pestaña de Videos encontramos todas sus producciones. En Listas de reproducción aquellas organizadas de forma personalizada. En canales se repiten nuevamente los dos y en Acerca de, tenemos la información del dueño de la cuenta y de su canal. Además, está la pestaña Comunidad, en la que se permite crear publicaciones e interactuar con el colectivo, escribir mensajes y subir fotos, opciones como las que se encuentran en redes sociales como Facebook y Twitter.

Podemos pensar en la personalización de las cuentas como una estrategia de YouTube para que los usuarios continúen la mayor cantidad de tiempo circulando en la plataforma, ya que el sitio obtiene ganancias mediante la publicidad en los canales y en los videos. Cuanto mayor sea el tráfico, más anunciantes querrán publicitar un producto. A esto le sumamos que todo ese movimiento genera datos de los usuarios que son

utilizados por Google para ser vendidos a sus anunciantes con el fin de generar una publicidad segmentada (Wasko y Erickson, 2009 citado en Dolcemáscolo, 2016).



Pestaña Comunidad de JulianSerrano7

En cuanto a estructura narrativa (Sabich y Steinberg, 2017a) en la apertura de los videos tenemos al YouTuber saludando Hola gente ¿cómo están? Es la marca que lo identifica, actúa como un latiguillo y una frase registrada. En el final de los videos tenemos la despedida del YouTuber con los agradecimientos, el pedido al colectivo sobre que video les gustaría ver, reforzado con imágenes en donde encontramos el llamado a la suscripción, el comentario y la difusión de los mismos. Con respecto al desarrollo es la parte más extensa del video y nos muestra lo que el YouTuber graba y edita.



Estrenando el Canal “julianserrano7” 8/02/2011 Como conquistar a un pibe 30/08/2018

Por lo general, con cierta periodicidad los YouTubers tienen la iniciativa de invitar a sus pares o a alguna celebridad del mundo de las redes sociales a participar en su canal (Vizcaíno Bonete, 2015), lo que nos indica cierta solidaridad y reciprocidad entre los miembros de la comunidad. Encontramos como recurrente la aparición de sus amigos en los videos, el caso más emblemático es el de “El Gordo Chon”. Además, luego de sus participaciones en series de la industria televisiva, el YouTuber comenzó a exponer más su privacidad, su familia, sus parejas y también fue profesionalizando sus trabajos audiovisuales.

Entendemos en este punto que la imagen y figura del YouTuber entró en una lógica producto/mercancía para ser consumido bajo las relaciones propias de monetización (López, 2016). En efecto se produce una espectacularización de la vida cotidiana, cambios en la relación de lo público/privado que las nuevas tecnologías y el acceso a la red permiten (Debord, 2002 citado en García García y Gil Ruiz, 2018). Estas características se pueden encontrar en una de las secciones típicas como la de responder preguntas de sus seguidores o dar a conocer gustos o experiencias como por ejemplo en *MI FAMILIA RESPONDE TUS PREGUNTAS | Con mi Hermana mi Papa y Mama SERRANO*<sup>34</sup>, *70 FOTOS SOBRE MI*<sup>35</sup> y *PREGUNTAS y RESPUESTAS | Con Agu Bernasconi, Maxi Espindola y Julián Serrano | + VIDEOREACCIONES*<sup>36</sup>. En este contexto el YouTuber nos enseña su privacidad y utiliza los recursos de edición y sus narrativas autorreferenciales con tintes bromistas para construirse como enunciador en las redes.



MARITO BARACUS: "La felicidad es la no contradicción" 26/03/2020 QUE PREFIERES?!?! | #ComerCACCA (?) 28/11/2015

<sup>34</sup> “MI FAMILIA RESPONDE TUS PREGUNTAS | Con mi Hermana mi Papa y Mama SERRANO” 2/06/2016

[https://www.youtube.com/watch?v=0s\\_dEhUCUuQ](https://www.youtube.com/watch?v=0s_dEhUCUuQ)

<sup>35</sup> 70 FOTOS SOBRE MI 9/9/2016

<https://www.youtube.com/watch?v=cqN870EAA0Y>

<sup>36</sup> “PREGUNTAS y RESPUESTAS | Con Agu Bernasconi, Maxi Espindola y Julián Serrano | + VIDEOREACCIONES” 2/11/2018

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

Tenemos un YouTuber que busca generar situaciones risibles como uno de sus recursos comunicacionales más claros. En esta dirección encontramos, por ejemplo, el uso del doble sentido, los silencios, la gesticulación con el rostro y la utilización de un vocabulario grosero, un lenguaje coloquial, de carácter juvenil como el “dale boludo” y el “ah re”.

Lo reidero en su caso no está ligado a los chistes y en varias ocasiones utiliza el lenguaje sobre lo sexual en videos como *Yo nunca nunca*<sup>37</sup>, *¿con cuantas chicas estuviste*<sup>38</sup>?, *Así fue mi primera vez*<sup>39</sup>, entre otros o el humor negro como en *Intenta No Reír Vol 1. / Con Mariano Bondar, MaraLu, Mila Garay y Malena Narvay*<sup>40</sup>, en esta producción lo que se buscó es que los cuatro participantes que fueron invitados contengan la risa frente a los diferentes memes que les iba enseñando Serrano.

También tenemos otras como *QUE PREFIERES?!?! | #ComerCACCA (?) | Con SEBASTIAN VILLALOBOS | JULIAN SERRANO*<sup>41</sup> en la que invita a uno de los YouTubers colombianos más reconocidos. En el video se puede ver como leen una serie de tweets de los seguidores de Serrano y de Villalobos y cada uno debe responder a las preguntas que le va haciendo el otro. En esta instancia resalta el juego de palabras y la deformación del lenguaje de los que escriben como, por ejemplo, la palabra “short”, usada como “yor”, preguntas amorosas, sexuales y escatológicas como “Salir con una colombiana o con una argentina”, “comer la caca de Julián o pagar 100.000 dólares y no comerla”, “cojerte a la mejor amiga de tu novia o a la novia de tu mejor amigo” o “tener sexo entre un hombre o un caballo”. Todas se encuentran acompañadas de humor negro, miradas a cámara y gesticulaciones.

Por último, *¡¡ PREGUNTAS SEXOSAS!! | #Tag: ¿Qué PREFIERES? | LUCAS CASTEL Y JULIAN SERRANO*<sup>42</sup> en donde cada uno de los YouTubers, responde una serie de preguntas también relacionadas en mayor medida con la sexualidad en base a los tweets de los seguidores. Entre otras destacamos “rubias o morochas”, “escabio o

---

<sup>37</sup> “YO NUNCA NUNCA | Con ‘El Gordo CHON’” 7/10/2016  
<https://www.youtube.com/watch?v=7VVXI2WTmx0>

<sup>38</sup> “¿CON CUANTAS CHICAS ESTUVISTE? | El Gordo Chon RESPONDE” 22/10/2016  
<https://www.youtube.com/watch?v=iAClWVHesJM>

<sup>39</sup> “Así fue MI PRIMERA VEZ” 5/10/2018  
<https://www.youtube.com/watch?v=FRRFUS4G9j4>

<sup>40</sup> “Intenta No Reír Vol 1. / Con Mariano Bondar, MaraLu, Mila Garay y Malena Narvay” 27/03/2020  
<https://www.youtube.com/watch?v=IfgZRJw2X-k>

<sup>41</sup> “QUE PREFIERES?!?! | #ComerCACCA (?) | con SEBASTIAN VILLALOBOS | JULIAN SERRANO” 28/11/2015  
<https://www.youtube.com/watch?v=I5oBvjKEIPs>

<sup>42</sup> *¡¡ PREGUNTAS SEXOSAS!! | #Tag: ¿Qué PREFIERES? | LUCAS CASTEL Y JULIAN SERRANO*  
<https://www.youtube.com/watch?v=kMJt8c5-VpY>

minas”, “viejas o jóvenes”, “buen culo o buenas tetas”. Algunas de las más “llamativas” para los YouTubers fueron acompañadas con impresiones en el video como “somos la barra brava de youtube loko” o “milfearla”<sup>43</sup>.

Además, en las siguientes descripciones de sus videos también encontramos una deformación del lenguaje acompañada con vocabulario grosero.

#### *LA VERDAD DEL GORDO CHON*

QUE ONDA PERRKES ESPERO Q LES GUSTE, COMENTA Q LEEMOS TODOS LOS COMENTARIOS, SUSCRIBITE Q VAMOS A SUBIR BOLUDECES MAS SEGUIDO, Y DALE ME GUSTA ASI NOS CEBAMOS TODOS :D

*Mi primera vez en DISNEY \*se lo cogian\* ahre se iba a la mierda en el titulo*<sup>44</sup>

Hola gente como estan!! Es la primera vez que fui a Disney, Y ESTOY RECONTRA REMIL FELZI DE MOSTRARLES ESTE EXPERIENCIAAA ASDGKNKNGgsdkl. Dale LIKE MOTHERFUCKER!!!!

*Top 5 Peores Regalos De Navidad - Julián Serrano!*<sup>45</sup>

¡¡¡Holaaaaa genteeee comoooo estannnn!! eaeae!! Estuve desaparecido todo este tiempo, pero es porque estaba ocupado, No porque me agarro un ataque de paja o algo así! xD El video de hoy es un especial de navidad :D Así que espero que lo vean y les cope! :P Pongan "MeGusta", Compartanlo y Comenten! Porfavorr!! :P Tiene un lindo mensaje ? Un besitoo! :d



YO NUNCA NUNCA | Con "El Gordo CHON" 7/10/2016    TACTICAS DE SEDUCCION | Con el #GORDO CHON 22/01/2015

<sup>43</sup> Milf cuya sigla en inglés quiere decir Mother I like to fuck.

<sup>44</sup> “Mi primera vez en DISNEY \*se lo cogian\* ahre se iba a la mierda en el título” 5/4/2018 <https://www.youtube.com/watch?v=ESV1LWyZ3O8>

<sup>45</sup> “Top 5 Peores Regalos De Navidad - Julián Serrano!” 19/12/2012 <https://www.youtube.com/watch?v=gR5CDeLSWQ>

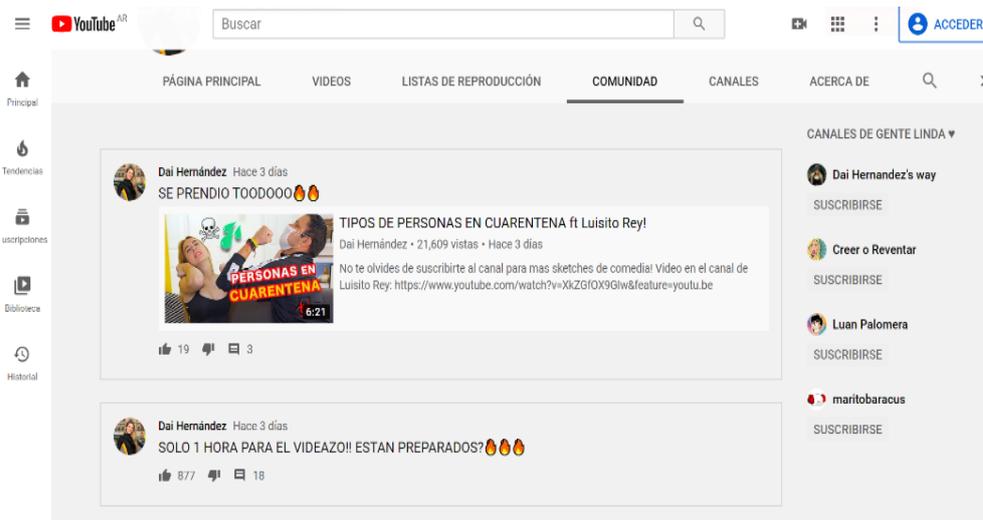
En definitiva, sobre Serrano, encontramos un cuerpo histriónico que aparece en los videos y gesticula. Mediante el lenguaje coloquial y lo grosero, el uso humorístico de la sexualidad, el doble sentido y los memes de humor negro el YouTuber crea un enunciador hipermediático bromista porque invita al enunciatario a reírse de distintos actores sociales, de costumbres y de consumos culturales de la sociedad actual. A nivel mediático, lo tenemos a él porque es el encargado de producir sus videos. Y también en algunos puede aparecer como un enunciador diegético humorístico que, según el género, satiriza contenidos y a su vez se transforma en objeto de burla ya que se coloca en el centro de la escena narrativa.

### Caso Hernández



Portada de la página principal de su cuenta Dai Hernández

En cuanto al diseño del perfil, encontramos las mismas pestañas y opciones como en el caso anterior. En Comunidad vemos todos sus avances, sus lanzamientos e interacciones con sus seguidores. Se aprecia mayor actividad interactiva en esta pestaña y más producción de videos con respecto a Serrano.



### Comunidad de Dai Hernández

Sobre la estructura narrativa, encontramos sus videos divididos en inicio, desarrollo y desenlace. En el inicio por lo general Hernández se presenta, pero no remarca el saludo con impresión de imagen como sí lo hace Serrano. En el desarrollo nos narra su historia y el desenlace es prácticamente el mismo, saludos e invitación a la suscripción.

En lo que respecta a los videos resaltamos la utilización de un cuerpo histriónico, mediante la sobreactuación gestual y el uso del lenguaje disparatado que crea discursos para entretener como en las producciones *LA PRIMERA VEZ!!! Expectativa vs Realidad*<sup>46</sup>, *EL INVIERNO - Expectativa vs Realidad!!!*<sup>47</sup> o *VIVIR SOLO - EXPECTATIVA VS REALIDAD!!!*<sup>48</sup>.

La sección de expectativa vs realidad es la más frecuente en los videos de comedia. En *VIVIR SOLO-EXPECTATIVA VS REALIDAD!!!* se parodia el hecho de ir a vivir sola a un departamento, y todo lo que se espera o sucede con respecto a las fiestas con amigos, la comida diaria, la ropa, el orden y la limpieza. En *EL INVIERNO - Expectativa vs Realidad!!!* se juega con lo que se espera y lo que sucede durante la noche, la mañana, salir a bailar o bañarse. Es recurrente la aparición de una fotografía del padre con gestos banalizando y satirizando el mensaje antes de presentar cada tema

<sup>46</sup> “LA PRIMERA VEZ!!! Expectativa vs Realidad” 7/04/2014

[https://www.youtube.com/watch?v=HTPe\\_iShKm4](https://www.youtube.com/watch?v=HTPe_iShKm4)

<sup>47</sup> “EL INVIERNO - Expectativa vs Realidad!!!” 27/07/2014

[https://www.youtube.com/watch?v=3zI2\\_G-E\\_RY](https://www.youtube.com/watch?v=3zI2_G-E_RY)

<sup>48</sup> “VIVIR SOLO - EXPECTATIVA VS REALIDAD!!!” 22/06/2017

<https://www.youtube.com/watch?v=nNPYjpZfM6k>

que se desea parodiar. Además, en *LA PRIMERA VEZ!!! Expectativa vs Realidad* podemos ver cómo interpreta el rol del hombre y la mujer en el contexto de la primera relación sexual, con expectativas y realidades actuadas sumando algunos elementos que buscan lo risible como el uso del alcohol.

Junto a los videos cómicos tenemos una serie de narraciones como son los vlogs cuya finalidad, en su caso, es brindar consejos y reflexiones. Todos estos presentan una narrativa con un carácter sumamente crítico sobre el tema e invita a todos a recapacitar. Destacamos *SER LESBIANA O GAY "ES UNA ENFERMEDAD" - Mi opinión*<sup>49</sup> donde la YouTuber debate y opina sobre el amor y la homosexualidad a causa de un panfleto de una Iglesia que leyó, *ME ECHARON POR ESTAR CON MI NOVIA*<sup>50</sup>, en el que cuenta una experiencia en la que sufrió bullying como adolescente con el objetivo de poder pensar sobre las discriminaciones que sufren las personas con distintas orientaciones de género y *SOY HOMOSEXUAL*<sup>51</sup> donde narra su primera experiencia amorosa con una chica y también decide hablar de su condición sexual.



MI RUTINA EN LA MAÑANA YOUTUBERS VS REALIDAD 8/06/2016



VIVIR SOLO - EXPECTATIVA VS REALIDAD!!! 22/06/2017

Hay una serie de videoblogs particulares que sube Hernández, consta de varias partes y nos enseña la operación de nariz que debió hacerse por problemas respiratorios. El vlog no es único en la plataforma, pero es una forma emblemática de participación (Burgess y Green, 2009b) y esta modalidad además le da la posibilidad de crear utilizando los mensajes de sus seguidores. El eje de los videos más allá del éxito de la operación es la cuestión estética de la nariz, la YouTuber plantea que no quiere que se note algún retoque e invita a sus seguidores a que opinen al respecto sobre lo que sienten y ven. Las narrativas se extienden durante dos semanas, desde la noche anterior,

<sup>49</sup> “SER LESBIANA O GAY "ES UNA ENFERMEDAD" - Mi opinión” 18/01/2017  
<https://www.youtube.com/watch?v=msBnmDd0pDU>

<sup>50</sup> “ME ECHARON POR ESTAR CON MI NOVIA” 8/01/2018  
<https://www.youtube.com/watch?v=v9vbYTZTEKU>

<sup>51</sup> “SOY HOMOSEXUAL” 21/02/2016  
<https://www.youtube.com/watch?v=o4-94u4InDM>

la pre operación, hasta los días post intervención quirúrgica. En total encontramos siete videos y a pesar de ser un tema complejo como es una operación, estos no pierden la búsqueda de lo risible que caracteriza a Hernández.

En el transcurso de la pre operación, su amiga “Mindy”, se mofa constantemente de la YouTuber haciendo foco sobre si la estética de su nariz podría quedar parecida a la de Michael Jackson, esto se transforma en una cuestión recurrente y en un fragmento del tercer video *SOY UN MONSTRUO*<sup>52</sup> se puede apreciar la búsqueda de lo gracioso cuando por medio de la edición aparece el color gris en un tramo del video y junto a ello se las ve a ambas con la música de *Thriller* de Michael Jackson parodiando algunos de los bailes más conocidos del músico en el videoclip. Otras cuestiones recurrentes que se entienden en clave humorística, son las situaciones que se captan de los actos de los padres en el hospital y en el hogar, los comentarios de ambos son motivos de burla o de disputa con Hernández, inclusive cuando la misma YouTuber muestra su fastidio, cada ítem que se va desprendiendo está acompañado de una edición que termina banalizando la complejidad de la intervención quirúrgica.

En el cuarto video *LES DOY MI NUMERO DE TELEFONO REAL!!*<sup>53</sup> encontramos a la YouTuber haciendo videollamadas con sus fans, y el tema de discusión era sí su nariz iba a quedar en el “team normal” o el “team Jackson”. Finalmente, en el último *ANTES Y DESPUES DE MI CIRUGIA!!*<sup>54</sup> vemos a Hernández mostrando el antes y el después de su rostro con “Mindy” haciendo bromas sobre los teams “Jackson” y “normal.”



SOY UN MONSTRUO 30/03/2018



LES DOY MI NUMERO DE TELEFONO REAL!! 3/04/2018

52	“SOY	UN	MONSTRUO”	30/03/2018				
	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Nw9MtHfWa68">https://www.youtube.com/watch?v=Nw9MtHfWa68</a>							
53	“LES	DOY	MI	NUMERO	DE	TELEFONO	REAL!!”	3/04/2018
	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=RTivYfYxrcg">https://www.youtube.com/watch?v=RTivYfYxrcg</a>							
54	“ANTES Y DESPUES DE MI CIRUGIA!!”							11/04/2018
	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=GwF1rlgB6Ms">https://www.youtube.com/watch?v=GwF1rlgB6Ms</a>							

En conclusión, encontramos un enunciador hipermediático payaso, que se ridiculiza así mismo simulando no saberlo. Como enunciador mediático tenemos a Daiana Hernández que si bien puede tener videos con mensajes reflexivos para concientizar, como aquel donde cuenta su homosexualidad, sus trabajos suelen ser cómicos y busca capturar momentos graciosos. Así por lo general, en el nivel diegético, tenemos un enunciador cómico ya que con la actuación e imitación se burla de distintos actores y momentos de la cotidianeidad. La interpretación de personajes basados en hechos cotidianos, como los días de clase, las vacaciones, el amor, la sexualidad o la vida rutinaria, componen una serie de narrativas clichés dirigidas a los adolescentes y a los más jóvenes y buscan generar un proceso identificatorio entre ambas partes (Sabich y Steinberg, 2017a; 2017b).

## RELACIÓN CON LA INDUSTRIA CULTURAL

Siguiendo la idea de que la popularidad de un productor audiovisual llega cuando logra dar el salto al medio tradicional, (Grossman, 2006; Burgess y Green 2009, citado en González, 2013) encontramos un momento donde la televisión intentó apropiarse de la figura YouTuber en España y en Argentina. En el primer caso, en 2015, y en la señal Comedy Central se estrenó un programa titulado Yutubers dedicado a contar la actualidad y las novedades en las redes. Encontramos similitudes con el programa argentino STO que condujo Serrano en 2019 y que tuvo entre otras invitadas a Hernández. Ambos son conducidos por personalidades destacadas de YouTube y de las redes sociales. Las dos escenografías presentan mucho color y una ambientación hogareña, recreando experiencias en cuartos o livings -misma lógica que en los videos de YouTubers- y nos enseñan a los invitados por medio de entrevistas cómicas (Scolari y Fraticelli, 2016).



Programa STO



Fuente Scolari-Fraticelli 2016- Programa Yutuber

Sí resaltamos que dentro de la configuración escénica de los dos programas se remarca la multiplicidad de colores y los espacios interiores de un hogar, que generan familiaridad y proximidad, podemos pensar en una búsqueda por parte de los medios tradicionales en utilizar la producción YouTube como estrategia para posicionar sus contenidos tratando de captar cierto público juvenil a través de estas figuras. Una suerte de “negociación” para generar productos audiovisuales entre la industria cultural y estos referentes (Best, 1997). Actualmente otros dos programas de la televisión argentina que tienen características similares serían Redes y Dale Like<sup>55</sup>.

---

<sup>55</sup> Espn Redes supo tener entre sus conductores a Nati Jota y Grego Rosello, dos reconocidos Instagramers. Por su parte, Dale Like es un programa dedicado a las novedades del mundo digital y a las figuras de Influencers, YouTubers, Instagramers, entre otros.

## CIRCULACIÓN HIPERMEDIÁTICA

Para analizar el actual escenario de la sociedad hipermediatizada utilizaremos el modelo analítico de circulación<sup>56</sup>, el cual se apropia del esquema comunicacional elaborado por Verón (1987) y que básicamente consta de cuatro partes (Carlón, 2016a)<sup>57</sup>:

- Nivel diacrónico: es el desarrollo de la circulación a lo largo del tiempo.
- Nivel de fases: es cada tramo de la circulación delimitado por los saltos entre sistemas mediáticos (de redes sociales a medios masivos o de medios masivos a redes sociales).
- Nivel micro: son las escenas de intercambio generadas en las redes sociales y los medios masivos.
- Nivel espacial: sintetiza posiciones enunciativas respecto del discurso de análisis.

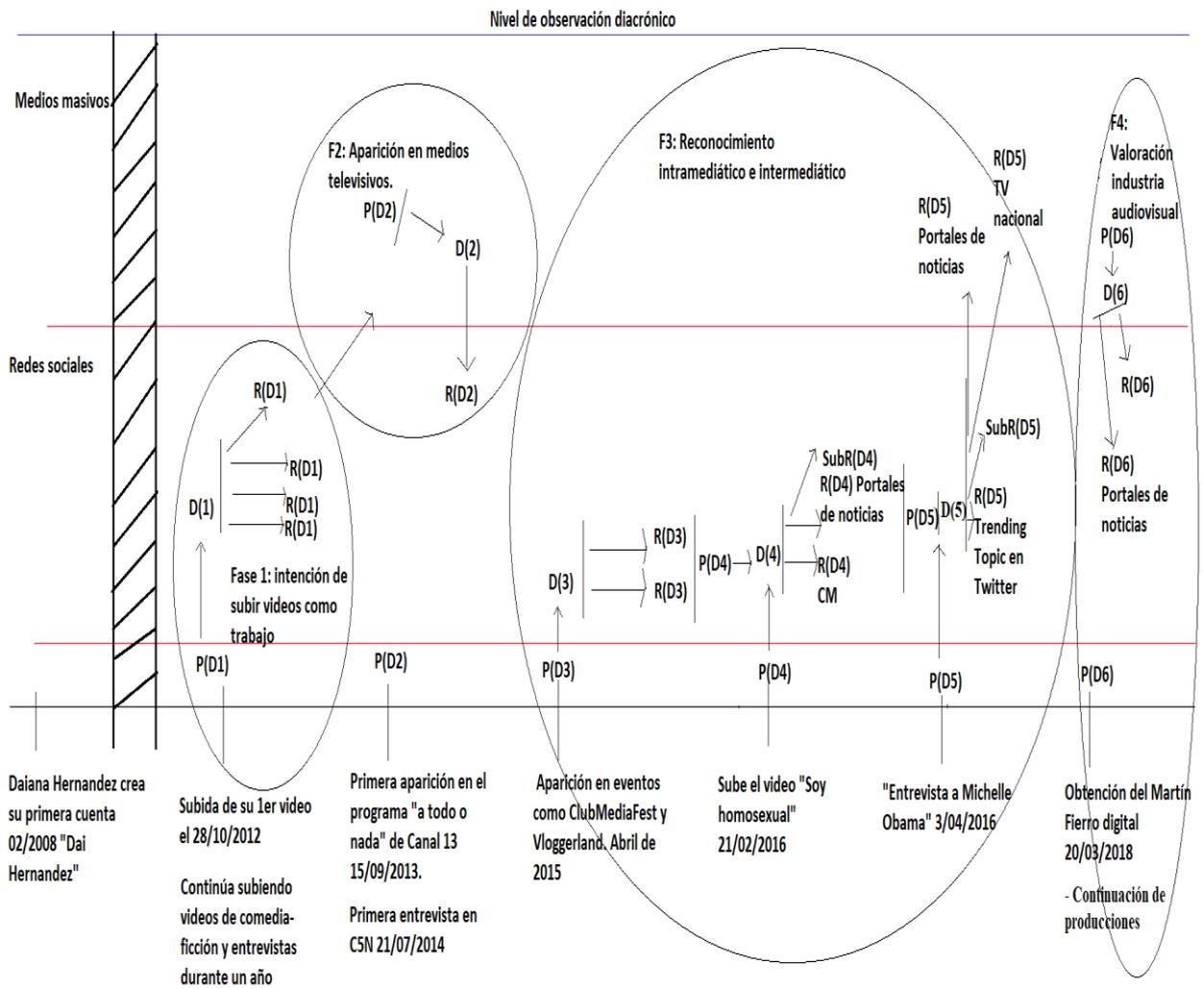
De los cuatro niveles, el micro no se analizará ya que fue desarrollándose a lo largo de la tesina.

---

<sup>56</sup> En el modelo de circulación debemos tener en cuenta que P(D) son las condiciones de producción, (D) es el discurso y R(D) las condiciones de reconocimiento. Las flechas indican el tipo de dirección comunicacional, ascendente, descendente u horizontal. Además, el modelo se compone de distintas fases que detallan los momentos de circulación y las subfases que indican cierto ascenso del enunciador generado por un aumento en la escala de distribución.

<sup>57</sup> Eliseo Verón desarrolló en la década del ochenta una teoría comunicacional que plasmó en “El sentido como producción discursiva” (1987), un capítulo perteneciente a la *Semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. En este capítulo se plantea la noción de circulación como aquel que muestra el intersticio, la diferencia entre la producción y el reconocimiento.

Nivel Diacrónico



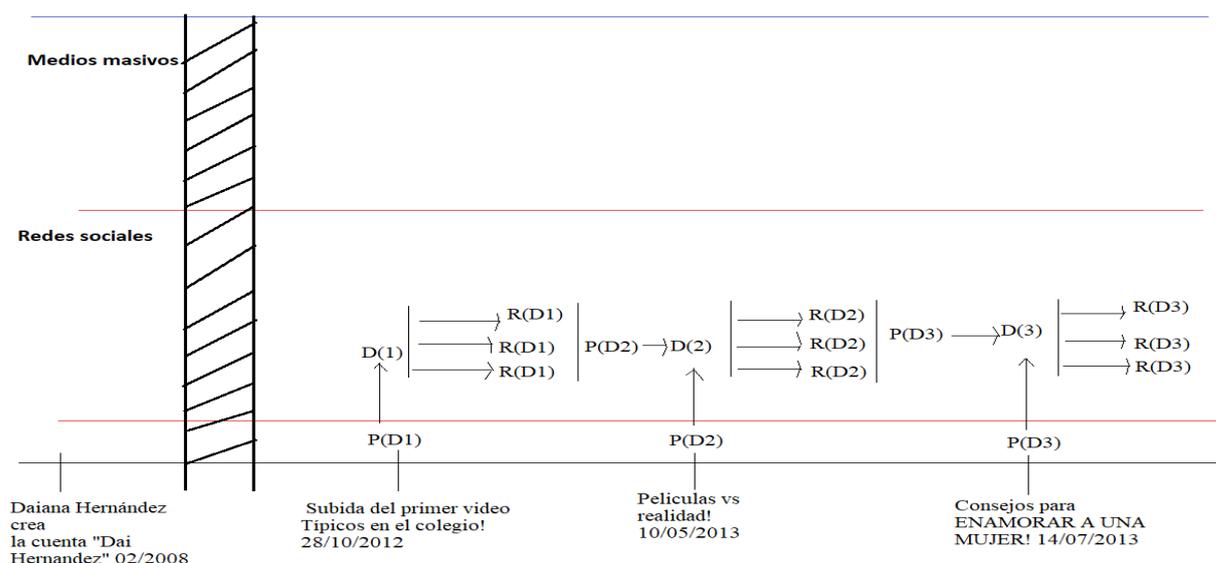
Esquema de la circulación hipermediática de Hernández

El primer caso analizado es el de Hernández donde distinguimos cuatro fases a lo largo del tiempo.

En la primera fase, D1 representa las primeras subidas de videos de Daiana en su cuenta como enunciador amateur con P(D1) y R(D1) sus condiciones de producción y de reconocimiento. Esta etapa contiene una dirección comunicacional horizontal, hay un vínculo entre pares dentro de las redes y comienza a conformarse lentamente un grupo que la sigue y valora. A continuación, tenemos la fase dos simbolizada por D2 con las apariciones en programas de medios televisivos donde Hernández consigue resaltar en las redes y generar un leve reconocimiento en el mundo digital y P(D2) como sus

condiciones de producción y R(D2) como sus condiciones de reconocimiento. En la tercera fase tenemos una serie de videos que comprenden el ascenso como enunciativa profesional. Encontramos su aparición en eventos masivos de figuras digitales D3 con sus condiciones de producción y de reconocimiento P(D3) y R(D3), la subida del video *Soy Homosexual* D4 donde cuenta su condición sexual y el colectivo que la sigue se declara positivamente hacia su figura con sus condiciones P(D4) y R(D4). Por último, la *Entrevista a Michelle Obama* D5 donde se genera una comunicación ascendente y logra llegar a los medios tradicionales con sus condiciones P(D5) y R(D5). En D4 y D5 encontramos subfases ya que se produce un aumento notable en la escala de distribución luego de la visualización de ambos videos. Podemos ver en esta instancia como la figura de Hernández termina de consolidarse dentro del universo de las redes sociales como parte del “star system”. En la fase 4 con D6 tenemos a la industria audiovisual que valora la producción de la YouTuber y la consagra con el “mejor video de los más vistos en YouTube del 2017” y otros trabajos como el *ROAST YOURSELF CHALLENGE* que confirman su popularidad dentro del universo digital con sus condiciones de producción y de reconocimiento P(D6) y R(D6).

### Fase 1: Intencionalidad mediática



Esquema de la primera fase de la circulación de Hernández

En la primera fase encontramos a la YouTuber que crea su primera cuenta “Dai Hernández” en febrero del 2008, tenemos un hiato temporal prolongado hasta 2012. D1 es la primera subida de sus videos, *Típicos en el colegio*. P(D1) sus condiciones de

producción y R(D1) sus reconocimientos. Luego tenemos D2 *Películas vs realidad!* y D3 con *Consejos para ENAMORAR A UNA MUJER!* con sus P(D2) y P(D3) condiciones de producción y R(D2) y R(D3) condiciones de reconocimiento, respectivamente. Como ya se contó anteriormente, la YouTuber estudió dirección de cine y teatro y en la plataforma encontró un nicho para poder llevar a cabo su creatividad, darse a conocer y monetizar. Esta etapa que distinguimos continúa aproximadamente un año hasta 2013. Como se ha tratado a lo largo de la tesina, se repite el predominio de cuestiones como el amor y la actualidad al momento de elegir temas por parte de los YouTubers. Además, las valoraciones y comentarios sobre sus videos son positivos y empieza a conformarse un colectivo que la apoya y sigue.



**Daniel Fariñas** Hace 6 años

Estos tipo de videos son muy interesantes. sigue asi! los demas tambien, pero estos me parecen mejores. Saludos :)



RESPONDER



**Aldair Hernández** Hace 7 años

Suuper!! Yo te sigo desde tu primer video, eres genial aparte de linda... Cada ves son mejores tus videos, Suerte y mucho exito!!



RESPONDER



**celina silisque** Hace 5 años

Sos una geniaaa! Me suscribo:D



10



RESPONDER



**Franco Rodriguez** Hace 5 años

ya le di me gusta  
y me suscribí dame todo lo de la oferta ya jajaaj.



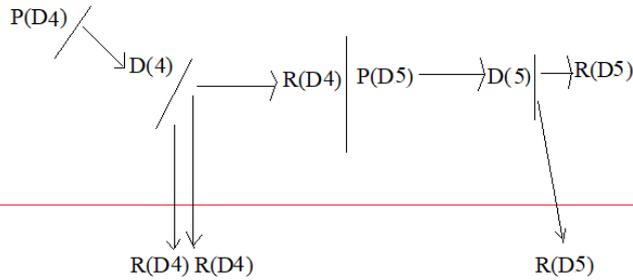
8



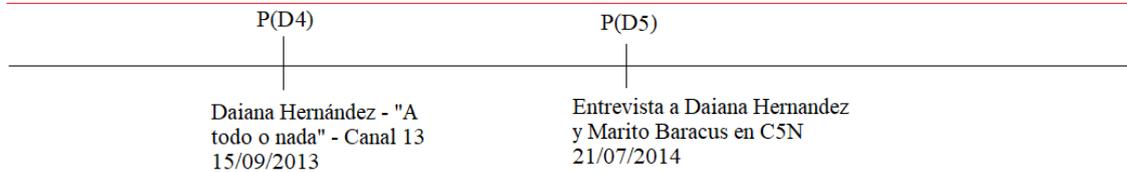
RESPONDER

## Fase 2: Aparición en medios televisivos

Medios masivos



Redes sociales



Esquema de la segunda fase de la circulación de Hernández

Terminada la primera instancia con D3 *Consejos para ENAMORAR A UNA MUJER!*, la segunda fase comienza con D4 su aparición en programas como “A todo o nada” en septiembre de 2013, participa de una breve sección dándose a conocer mediante un pequeño sketch con sus condiciones de producción P(D4) y de reconocimiento R(D4). También, meses más tarde, en julio del 2014, con D5 tenemos su participación en la señal C5N con P(D5) condiciones de producción y de reconocimiento R(D5).

 **Milagros C** Hace 3 años  
te re bancoo dai sos re buena hermosa pero quedaste como una boluda  
👍 461 🗨️ RESPONDER  
▼ [Ver 11 respuestas](#)

 **Giovana** Hace 4 años  
Siento vergüenza ajena :’u  
ademas se re nota que a guido le chupa un huevo jaja  
👍 204 🗨️ RESPONDER  
▼ [Ver 6 respuestas](#)

 **Camila Mouro** Hace 4 años  
Mira que algunos videos me hacen reír, pero este me dio vergüenza ajena.  
👍 91 🗨️ RESPONDER

 **Flores Rebeca** Hace 3 años  
pensé que era la única a la que le estaba dando vergüenza ajena,hasta que leí los otros comentarios :’v  
👍 22 🗨️ RESPONDER

Participación en el programa “A todo o nada”

 **PonySama** Hace 4 años  
4:54 MARITO: NATALIA ajajajajajaj que genio  
👍 57 🗨️ RESPONDER  
▼ [Ver 4 respuestas](#)

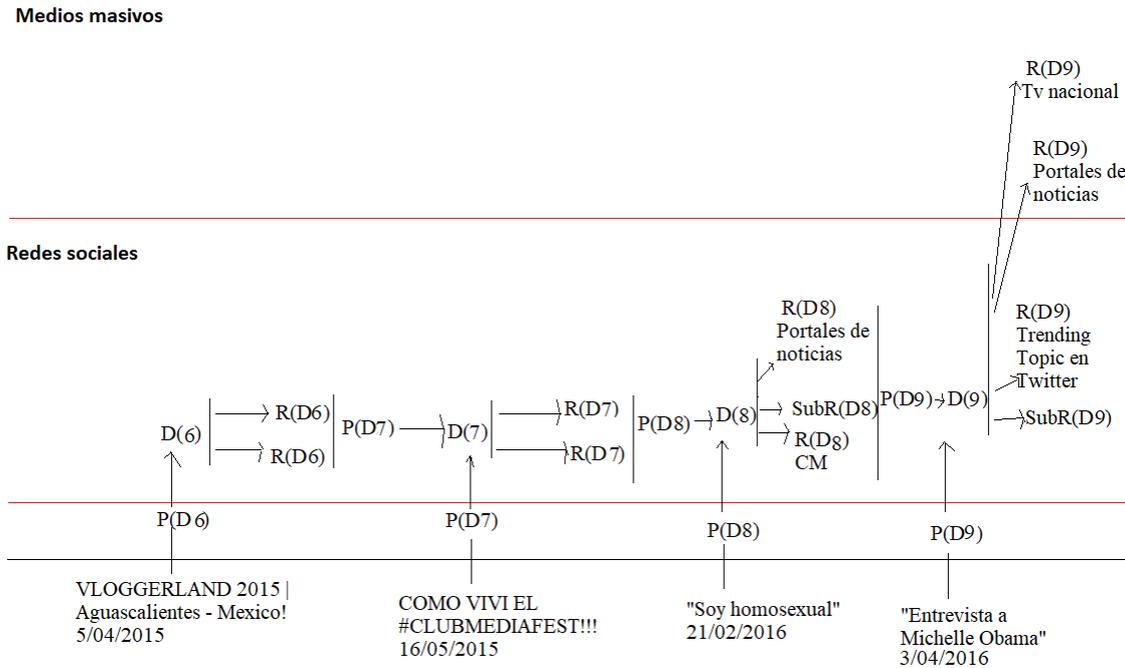
 **cripii5** Hace 4 años  
Marito no puede explicar de que van sus videos jajajaja que idolo bo  
👍 44 🗨️ RESPONDER

 **Federico Manzolillo** Hace 3 años  
Marito es el.único que vale la.penaaaaa vamos.maritooooooooo  
👍 86 🗨️ RESPONDER

Entrevista en el programa de C5N

Si bien la YouTuber siguió aumentando sus suscriptores y logró establecer un vínculo con su colectivo en las redes, sus primeras apariciones televisivas generan comentarios y posiciones negativas de sus seguidores y opiniones con tintes negativos del medio televisivo. Desde los programas hay opiniones y críticas burlándose o denostando el trabajo YouTuber. Los medios muestran cierta reticencia y prejuicio hacia estos productores audiovisuales.

### Fase 3: Reconocimiento intra e intermediático



Esquema de la tercera fase de la circulación de Hernández

Después de la entrevista a *Daiana Hernández* y *Marito Baracus* en *C5N D5*, tenemos la fase 3 que comienza con la invitación a la YouTuber a eventos masivos de personalidades de las redes como *Vloggerland D6* y el *Club Media Fest*, ambos del 2015 *D7*. Tenemos sus condiciones de producción y de reconocimiento *P(D6)*, *P(D7)*, *R(D6)* y *R(D7)*. La enunciativa empieza a producir en mayor cantidad contenido autorreferencial como los vlogs. Los seguidores se interesan y demandan saber más de su vida privada. Hernández deja de ser una productora de contenidos amateur y se posiciona en el star system de la plataforma con producciones más profesionales. Otro salto importante a nivel intramediático es el que consigue cuando da a conocer su orientación sexual. Si bien el video no es el más visto de su canal -tiene 2,6 millones de reproducciones- sí sobresale por la cantidad de comentarios, alrededor de 34 mil -el más comentado-. Este es *D8 Soy Homosexual* con sus condiciones de producción y de reconocimiento *P(D8)* y *R(D8)*. Además, en esta subida de video encontramos una subfase *SubR(D8)* con un aumento de seguidores y de reconocimiento en las redes hacia su figura. De esta forma termina de consolidar el vínculo con su colectivo

hipermediático, los “Daianistas” y obtiene una valoración positiva por parte de ellos, como por ejemplo vemos en la red social Twitter.



**Dai Hernández**   @Daibhernandez · 21 feb. 2016

NUEVO VIDEO  SOY HOMOSEXUAL 

LINK: [youtube.com/watch?v=o4-94u...](https://youtube.com/watch?v=o4-94u...)

Ojala me apoyen con ésto y compartan el mensaje! Los amo inmensamente 



SOY HOMOSEXUAL  
▶ INSTAGRAM:  
<http://instagram.com/Daianahernandezoficial> ▶ ...  
🔗 [youtube.com](https://youtube.com)

 345    1,4 mil    3 mil   

Cuenta de Twitter de Daiana Hernández



**Mindy+** @mindymas · 21 feb. 2016

En respuesta a @Daibhernandez  
[@Daibhernandez](#) amarteeeee 

    4    1   

---

 @\_carxlina · 21 feb. 2016

En respuesta a @Daibhernandez  
[@Daibhernandez](#) [@YouTube](#) Te admiro con mi vida, en serio, te amo mucho nunca lo olvides:')

    1    3   

---

**αGUS** @casanovaxfedo · 21 feb. 2016

En respuesta a @Daibhernandez  
[@Daibhernandez](#) [@YouTube](#) te amo Daiana 

       5   

---

**Guillermo** @Guillermo\_018 · 21 feb. 2016

En respuesta a @Daibhernandez  
[@Daibhernandez](#) [@FafafaFtRubius](#) [@YouTube](#) tu mensaje me llegó al corazo! Te apollamos dai  TKM genia 

    1    2   

Cuenta de Twitter de Daiana Hernández

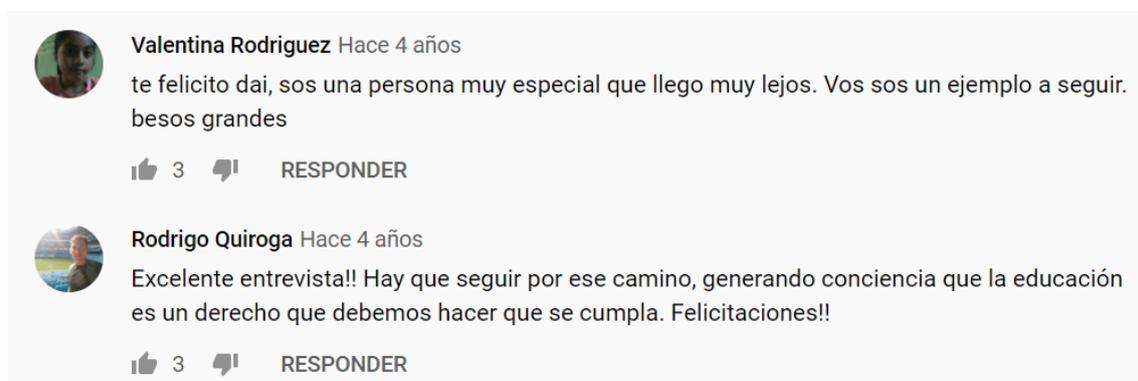
El 3 de abril sube el video *Entrevista a Michelle Obama* con el que logra dar otro salto de escala a los medios masivos y tradicionales. Tenemos así D9 con la subida del video y sus condiciones de producción y de reconocimiento P(D9) y R(D9) y otra

subfase SubR(D9) que se produce porque el acontecimiento llega a ser Trending Topic en Twitter. La repercusión de la entrevista fue tal que logró ser convocada a distintos programas televisivos de Canal 13, TN y C5N.



Cuenta de Twitter de Daiana Hernández

No obstante, a diferencia de los mensajes y valoración positiva que obtuvo del colectivo tras contar su condición sexual, los comentarios disponibles en su canal sobre la entrevista que realizó a Michelle Obama son variados. Encontramos mensajes de aprobación:



## Opiniones negativas sobre Hernández:



**Luciana Puccia** Hace 4 años

Che, vos sos daiana hernandez? la que el año pasado se puso a llorar porque le robaron una botella de chupi? QUE PAÍS GENEROSO.

👍 26 🗨️ RESPONDER

▼ [Ver 3 respuestas](#)



**Daniela Martínez De Jesús** Hace 3 años

Ella hablando de educación y ni siquiera conoce la palabra 😂😂 encima ni inglés sabe

👍 7 🗨️ RESPONDER

Y algunos expresando el descontento sobre la figura internacional a la que entrevistó. En estos casos reluce cierta posición política e ideológica de algunos de los miembros de YouTube.



**Ramnico** Hace 4 años

Me imagino a Obama y a sus hijas jugando a adivinar que ciudad van a bombardear hoy.

👍 466 🗨️ RESPONDER

▼ [Ver 71 respuestas](#)



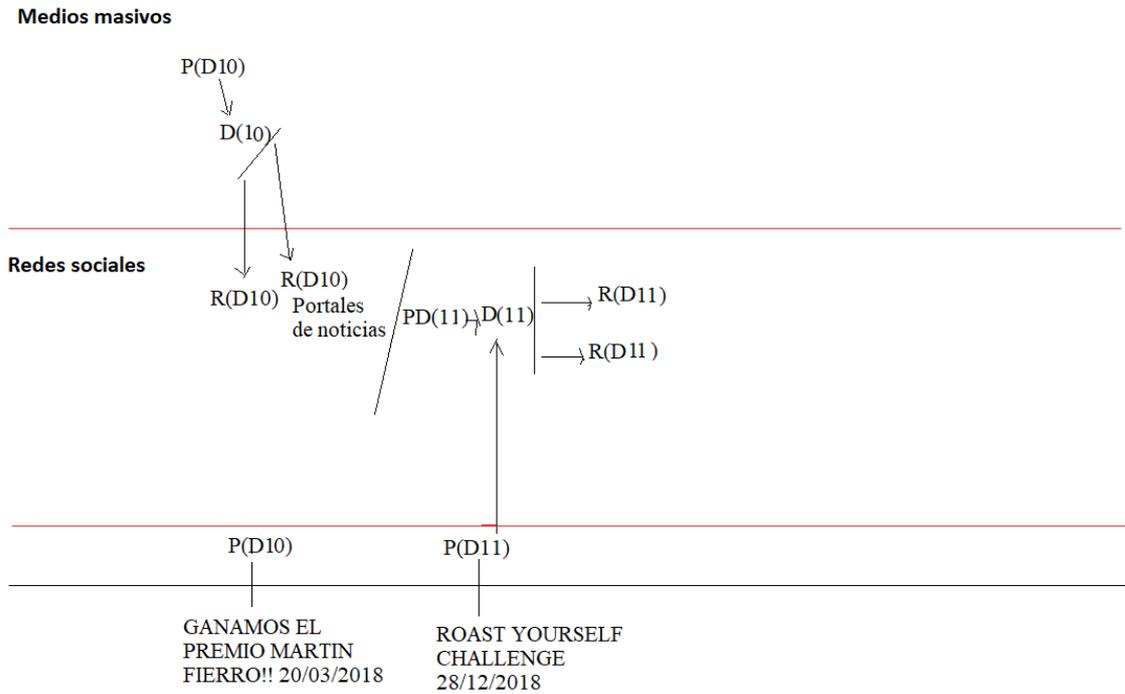
**Herness dark** Hace 4 años

La entrevista esta genial te felicito , todo habría sido perfecto no no supiera quien es Obama y que es lo que hace , y muchos me dirán que tiene que ver Michelle ?? tiene muchos que ver por que siempre se la pasa hablan de las mujeres de los niños y se olvida o no quiere pensar en que las Bombas , las tropas que Obama manda a otros países mata a muchísima gente , por que nadie cuenta que para matar a un terrorista se mata miles de personas inocentes y es tan complicase el que da la orden como el que acompaña , tengo amigos que viven en EE.UU y Obama no es mal precedente pero tampoco es el mejor ni un santo como muchos nos quieren hacer creer

Mostrar menos

👍 5 🗨️ RESPONDER

## Fase 4: Valoración de la industria audiovisual



Esquema de la cuarta fase de la circulación de Hernández

Luego del reconocimiento dentro de las redes y su llegada al medio televisivo por la *Entrevista a Michelle Obama D9* tenemos la fase 4 que se da en el 2018. La Youtuber ya es una figura hipermediática consolidada dentro del star system de las redes sociales y consigue el premio Martín Fierro Digital en 2018 con D10 *GANAMOS EL PREMIO MARTIN FIERRO!!*, P(D10) y R(D10) sus condiciones de producción y de reconocimiento. No solo obtiene las felicitaciones de sus seguidores, también la de otros Youtubers.



GANAMOS EL PREMIO MARTIN FIERRO!! \*Todo lo que paso\*

Por último, tenemos a una Hernández que continúa con la producción audiovisual dentro de la plataforma buscando expandirse dentro de las redes sociales. Encontramos uno de los trabajos más destacados el D11, *ROAST YOURSELF CHALLENGE* con sus condiciones de producción y de reconocimiento P(D11) Y R(D11). El videoclip fue una producción especial por haber llegado a los 2 millones de suscriptores.

### Nivel espacial

Para realizar el análisis a nivel espacial se tuvo en cuenta el momento posterior a que contara su condición sexual en su canal y anterior a la entrevista que realizó a Obama. En las primeras y remotas apariciones en medios televisivos de Hernández se vio cierto prejuicio por parte de la industria. En aquellas ocasiones encontramos en los programas comentarios que desvalorizaban su trabajo, con tono burlesco la interrogaban sobre qué tipo de contenido realizaba para atraer a tantos seguidores. Se tomaron estos antecedentes con el objetivo de ver nuevamente la valoración de los sectores tradicionales de la comunicación masiva sobre la enunciadora hipermediática.

En el gráfico 1 se ve la mirada que tenía de los medios tradicionales, de distintos portales, del colectivo hipermediático que la seguía y de individuos amateurs.

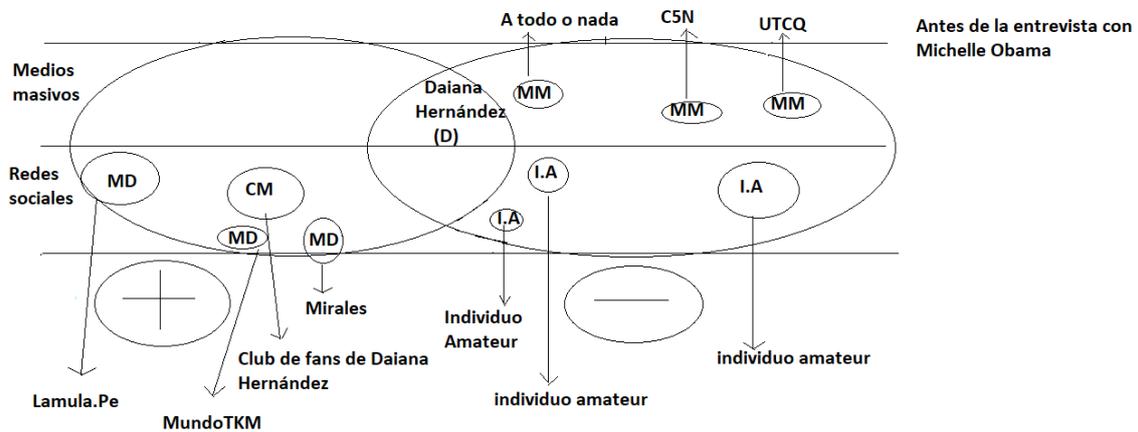


Gráfico 1

Luego de la entrevista varios portales de noticias de internet tomaron la nota. También fue convocada por diferentes programas televisivos. La valoración por parte de los medios masivos esta vez fue positiva con respecto a las primeras apariciones que había tenido la YouTuber. Este cambio se cristaliza cuando los programas de la televisión reconocen a las redes sociales como herramientas de intervención política y social con llegada masiva. Se coloca en estos enunciadores hipermediáticos del universo digital cierto saber, aprobación y experiencia capaz de poder conformar colectivos hipermediáticos. Además, Hernández contó que la elección de convocarla para entrevistar a Obama tuvo que ver con una decisión comunicacional que surgió de Estados Unidos y que fue la de elegir a figuras de las redes sociales como fuente discursiva para llegar con más claridad a los jóvenes de todo el mundo.

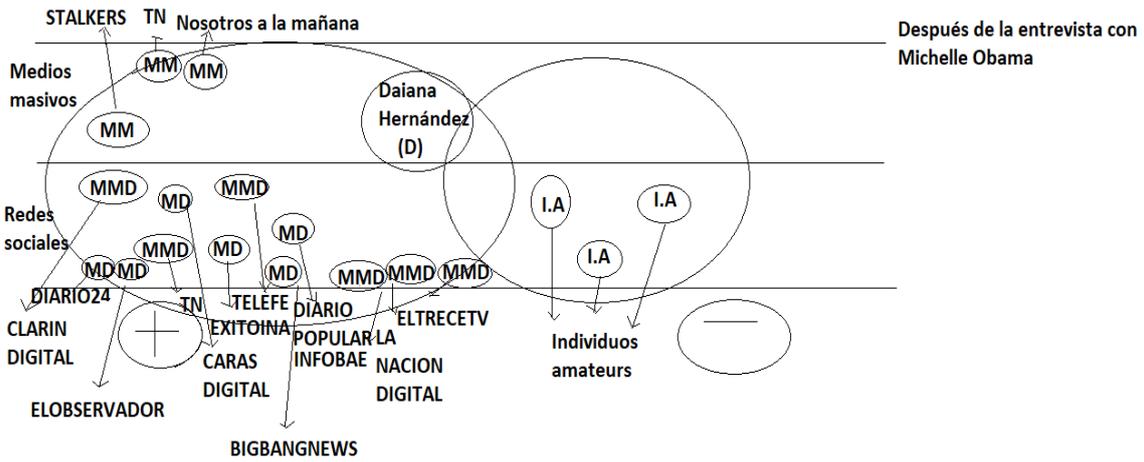
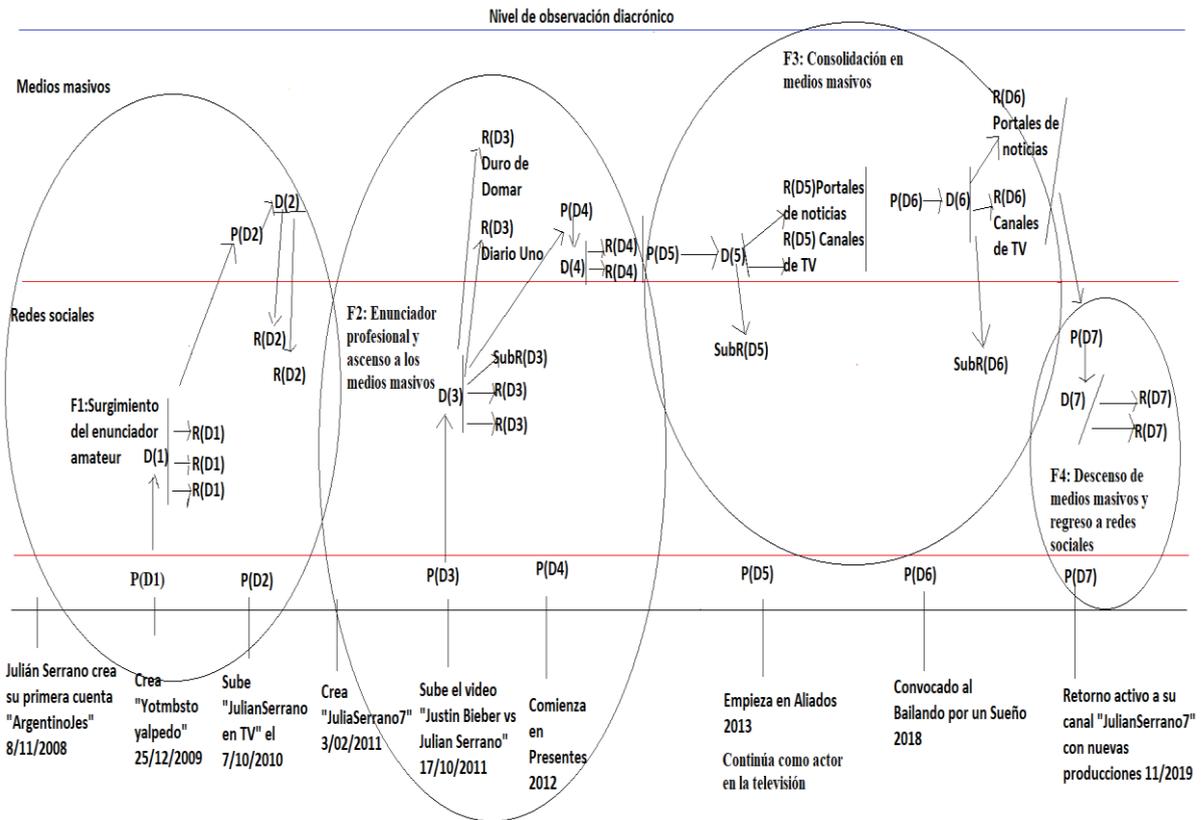


Gráfico 2

Caso Serrano

Nivel Diacrónico



Esquema de la circulación hipermediática de Serrano

El oriundo de Entre Ríos, crea su primera cuenta “ArgentinoJes” el 8/11/2008, donde sube videos de parodias y bromas (Bendayan et al., 2018). Al siguiente año abre “Yotmbstoyalpedo”, encontramos a un enunciador amateur y videos que nos muestran imitaciones, playbacks y algunos vlogs. Tenemos así con estas producciones D1 con sus condiciones de producción y de reconocimiento P(D1) y R(D1). En octubre del 2010, finalmente llega a la televisión de Paraná. D2 con sus condiciones P(D2) y R(D2). Comienza a virilizarse su contenido y a principios del 2011 abre el canal “JulianSerrano7”, dándose así comienzo a la segunda fase que contempla su constitución como enunciador profesional y su llegada a los medios masivos. Entre las producciones de este canal abundan desde un primer momento los vlogs. La popularidad dentro de las redes sociales llega cuando sube *Justin Bieber vs Julian Serrano*<sup>58</sup>, D3 con sus condiciones de producción y reconocimiento P(D3) y R(D3), en este punto además de sumar seguidores y obtener el apoyo de un colectivo hipermediático, “Serranistas”, sufrió una crítica por parte de las fans de Justin Bieber, los “Beliebers”<sup>59</sup>. Destacamos un aumento de seguidores como una subfase SubR(D3). Tras las repercusiones y el ascenso al medio televisivo, el programa emitido por canal 9, Duro de Domar, invitó a un grupo de seguidores del cantante canadiense que expresaron su descontento hacia el entrerriano. Entre algunos de los comentarios de los videos que se encuentran en YouTube vemos las opiniones de los dos colectivos.



#### Beliebers

<sup>58</sup> El video logró más de 5 millones de vistas, no obstante, en la actualidad no se encuentra disponible en su canal ya que el YouTuber decidió borrarlo por no sentirse a gusto con el mensaje dado.

<sup>59</sup> Una parte de la entrevista que le realizaron a las seguidoras de Bieber. “DEBATE CON LOS FANS DE JUSTIN BIEBER - JULIAN SERRANO VS JUSTIN BIEBER Y SUS FANS.” 12/11/2013 <https://www.youtube.com/watch?v=r9KPIYqodbl>



**Milagros Raineck** Hace 4 años

Bueno Primero lo que dice Julian Serrano en su video en donde critica a Justin Bieber es verdad Justin No tiene talento lo único que hace es cantar como un Gay creo que una gallina canta mejor mas afinado y con mas talento que el x favor no comparen a un CAPO como JULIAN SERRANO con justin bieber justin no le llega ni a los talones a JULI. Y otra cosa Nosotras las SERRANISTAS no nos Humillamos ni nos tiramos al suelo y lloramos parece deforme como las beliebers si podemos gritar, llorar y hasta decir que haríamos cualquier cosa x Julian Pero no nos revolcamos en el piso llorando osea ven la diferencia las beliebers no nos llegan ni a lo talones a nosotras las SEERANISTA AGUANTE JULIAN SERRANO UNICOOOO IDOLO

Mostrar menos

👍 2 🗨️ RESPONDER

▼ [Ver respuesta](#)



**Aliados** Hace 6 años

Aguante julian soy Serranista

👍 1 🗨️ RESPONDER

Serranistas

Durante esta etapa de discusión entre grupos fans y colectivos hipermediáticos, Serrano llega a los medios televisivos, primero a Presentes en el 2012, tenemos a D4 con sus condiciones P(D4) y R(D4).

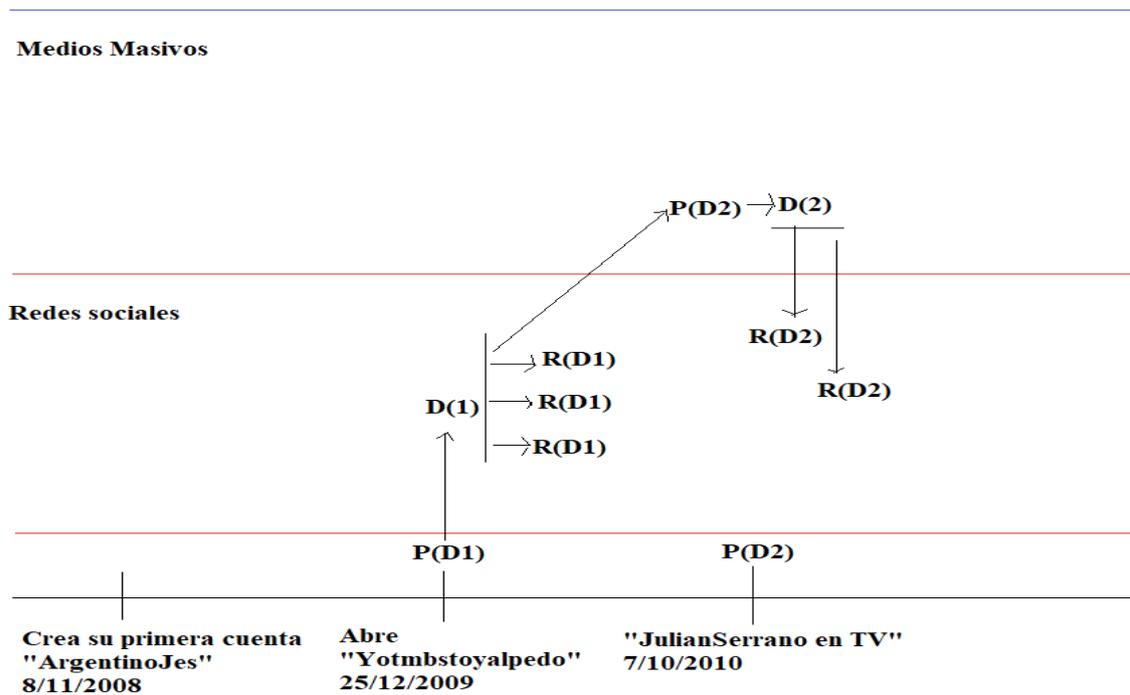
La tercera fase comienza con la consolidación de la figura del YouTuber en la pantalla televisiva. Con D5 contemplamos su llegada a la serie Aliados en 2013 y sus posteriores actuaciones en otras novelas de televisión abierta como Quiero vivir a tu lado o Golpe al Corazón, con sus condiciones de producción y de reconocimiento, P(D5) y R(D5). Distinguimos una subfase SubR(D5), su llegada a los medios tradicionales genera un aumento de sus seguidores y suscriptores, aunque también hay discrepancias sobre su posición como enunciador dentro de las redes por el abandono de estas en el momento de su fama televisiva. En el 2018 Serrano es convocado al Bailando por un Sueño, tenemos D6 con sus condiciones de producción P(D6) y de reconocimiento R(D6), vemos sus apariciones en portales y programas televisivos,

también otra subfase por el aumento de seguidores SubR(D6).

La cuarta fase se produce al año siguiente cuando el YouTuber decide alejarse de los medios tradicionales para volver a realizar contenido para las redes sociales. Estas producciones comprenden D7 junto a sus condiciones de producción y de reconocimiento P(D7) y R(D7).

En resumen, de la fase 1 a la 2 tenemos una etapa de constitución de enunciador amateur a profesional y de conformación de un colectivo dentro de internet como así también de ascendencia a los medios masivos. En la fase 3 su consolidación y recorrido en los medios tradicionales que finaliza con la fase 4 donde se produce un descenso nuevamente hacia el universo digital en 2019.

### Fase 1: Surgimiento del enunciador amateur

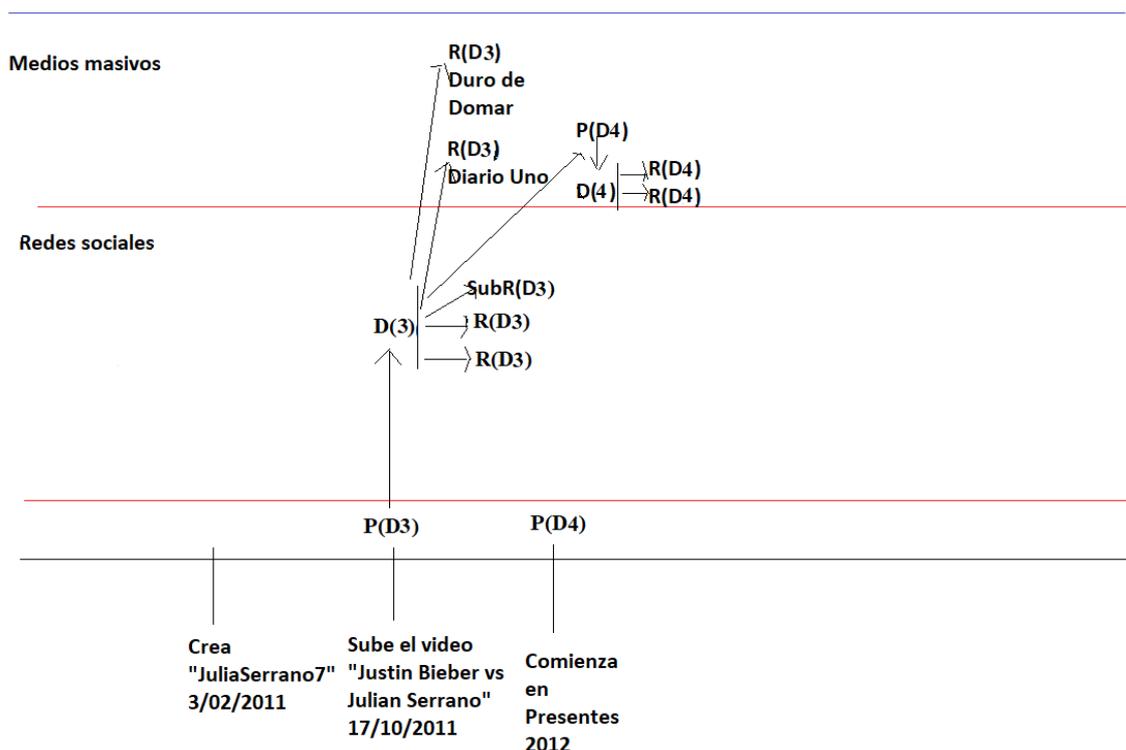


Esquema de la primera fase de la circulación de Serrano

La primera fase comienza con la creación de su primera cuenta ArgentinoJes donde tenemos un narrador extradiegético, no hay producción propia, solo videos de

humor subidos a la plataforma. Luego crea “yotmbstoyalpedo” donde sí se puede reconocer a Serrano como enunciador diegético realizando primeras producciones sumamente amateurs, básicamente playbacks y parodias. Estos videos componen D1 y también sus condiciones de producción P(D1) y de reconocimiento R(D1). A causa de su difusión llega por primera vez a un programa televisivo de Paraná en 2010, D2 con sus condiciones de producción P(D2) y de reconocimiento R(D2)

## Fase 2: Enunciador profesional y ascenso a los medios masivos

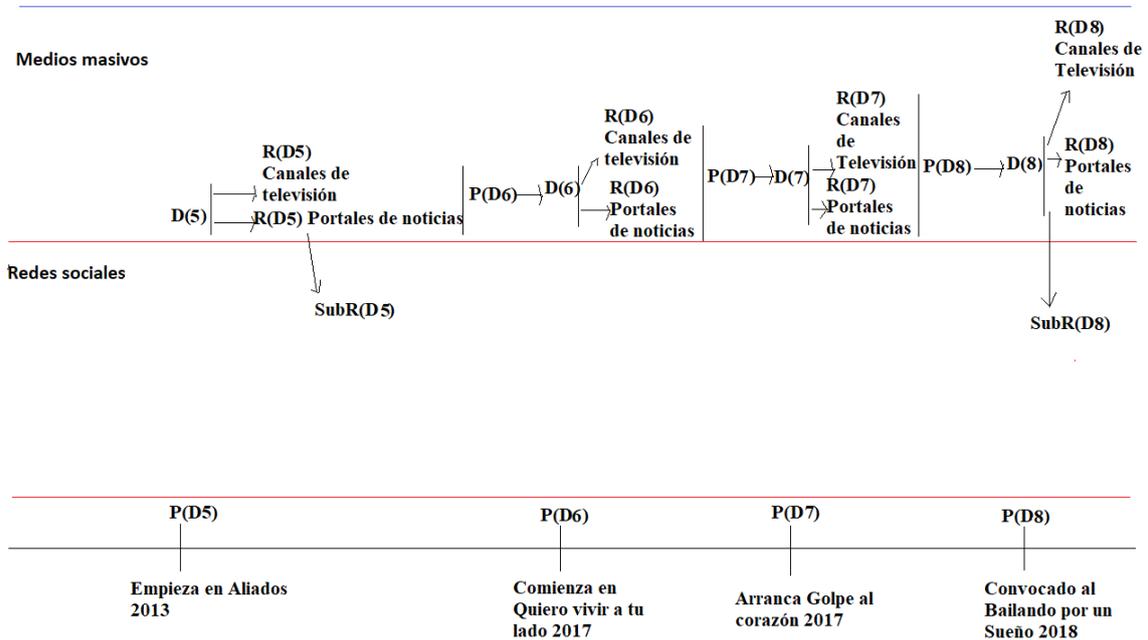


Esquema de la segunda fase de la circulación de Serrano

Luego de su primera aparición en TV D2, Serrano crea su canal actual “JulianSerrano7” en 2011, sigue haciendo algunos videos de imitación o parodias, pero empieza a subir contenido autorreferencial y a conformar un grupo de seguidores. El enunciador deja de ser amateur y sus producciones paulatinamente empiezan a mejorar tanto en la parte técnica, como en la construcción discursiva. El video *Justin Bieber vs Julián Serrano* D3 con sus condiciones de producción P(D3) y de reconocimiento R(D3) logra llegar a la televisión y a un portal de noticias Diario Uno. Su popularidad

SubR(D3) se da por un aumento de seguidores y de difusión de contenido a través de las redes. Para finalizar esta fase tenemos su comienzo en el programa Presentes, D4 con sus condiciones de producción P(D4) y de reconocimiento R(D4).

### Fase 3: Consolidación en Medios Masivos



Esquema de la tercera fase de la circulación de Serrano

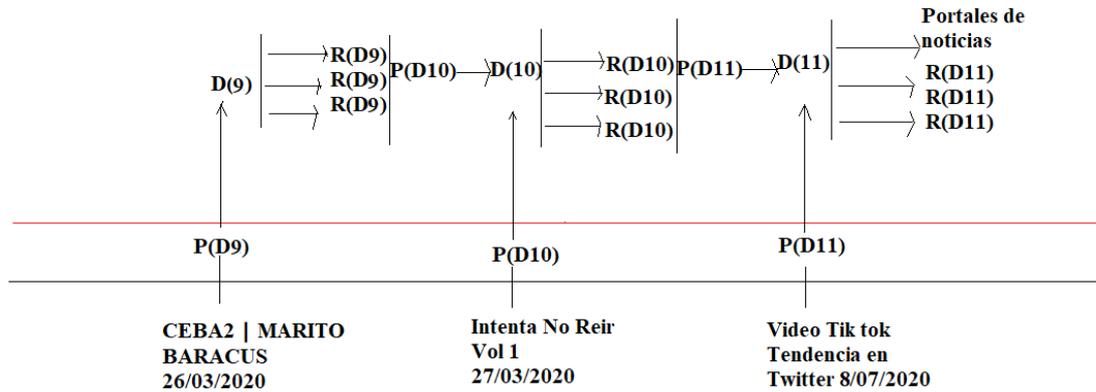
Al finalizar su participación en Presentes y así también su primer trabajo como actor en el medio tradicional, distinguimos a la fase 3 con su desarrollo y consolidación por varios años en la televisión. Si bien en esta etapa sigue generando contenido dentro de las redes sociales, el medio televisivo es aquel donde circula preferentemente. También lanza su carrera como cantante en el 2015, pero esta se mantiene con intermitencias por su desarrollo actuarial en la televisión. Encontramos D5 cuando comienza en la serie Aliados, con P(D5), sus condiciones de producción y de reconocimiento R(D5) con repercusiones en el medio y en las redes sociales expandiendo su colectivo hipermediático SubR(D5), luego sus participaciones en Quiero vivir a tu lado D6 y Golpe al Corazón D7 con sus condiciones de producción y reconocimiento P(D6) y P(D7) con R(D6) y R(D7). Alcanza el punto más alto de reconocimiento al llegar al Bailando por un Sueño en 2018, tenemos en esta instancia

D8 por su llegada al certamen de baile, P(D8) sus condiciones de producción y R(D8) de reconocimiento, además otro salto de escala de distribución por aumento reconocimiento con SubR(D8).

#### Fase 4: Descenso de los medios masivos y regreso a redes sociales

Medios masivos

Redes sociales



Esquema de la cuarta fase de la circulación de Serrano

Después de su primera convocatoria en el Bailando por un sueño D8, en 2019 Serrano decide abandonar su segunda participación en la competencia y la conducción del programa de televisión STO para dedicarse a su carrera como músico y generar contenido renovado y constante para su canal de YouTube y para otras redes sociales como Instagram, Twitter o TikTok. En esta nueva etapa el YouTuber innova géneros como la entrevista a Marito Baracus D9 con sus condiciones de producción y de reconocimiento P(D9) y R(D9), trabajos humorísticos como *Intenta no Reír Voll* D10 con sus condiciones de producción y de reconocimiento P(D10) y R(D10). También la subida a su cuenta de TikTok de un video mostrándose teniendo relaciones consigo mismo que fue Tendencias en Twitter, varios portales de noticias digitales se hicieron eco de lo sucedido en las redes sociales. Tenemos a D11 como el video con sus condiciones de producción P(D11) y de reconocimiento R(D11)

El colectivo del entrerriano empieza a conformarse con la creación del canal “JulianSerrano7”. Como ya se mencionó el video que trata sobre Justin Bieber genera una relación de mayor cercanía con su colectivo y un rechazo del grupo fan del canadiense. En esta instancia se produce una disputa entre ambos grupos, “Serranistas” y “Beliebers”. El argentino irá sumando fans durante su etapa en los medios masivos, aunque también se darán ciertas discordias y múltiples opiniones al interior del grupo de seguidores.

Nivel espacial

El análisis del nivel espacial se hará teniendo en cuenta la situación del YouTuber antes y después de la viralización del video que publicó mediante la aplicación TikTok<sup>60</sup> y en las redes sociales de Twitter e Instagram y que logró una repercusión tal que llegó a ser tendencia en Twitter ese día. El video es del 8/7/2020 y en el mismo podemos ver una parodia que realiza Serrano sobre el acto sexual interpretando a un hombre y a una mujer.

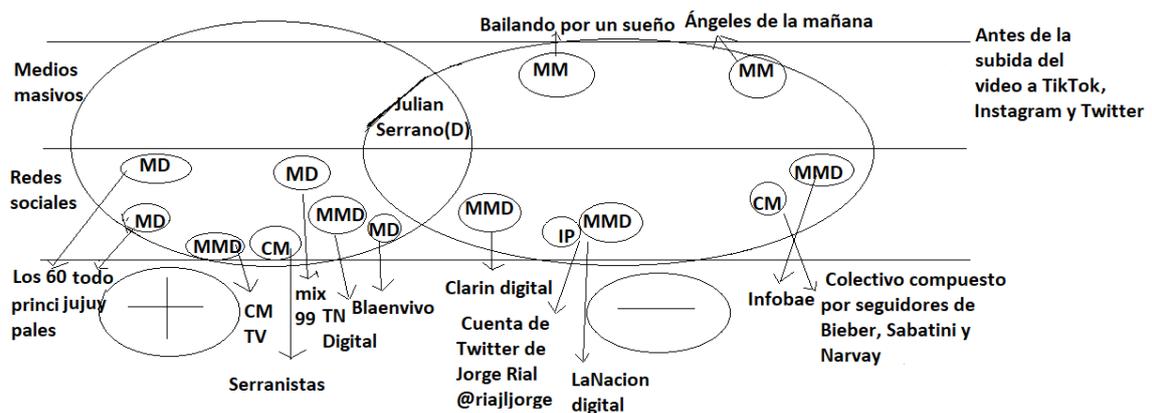


Gráfico A

En el primer gráfico nos encontramos situados en un espacio posterior a su renuncia al Bailando por un Sueño en el 2019 y de la separación con Malena Narvay<sup>61</sup> en marzo del 2020. Nos ubicamos exactamente en Julio, después del estreno de temas musicales en las redes sociales por parte del YouTuber. Como se puede ver si bien hay valoración positiva por parte de algunos medios y portales, casi todos son digitales. En

<sup>60</sup> TikTok permite crear y subir producciones, pero solamente de una duración breve.

<sup>61</sup> Malena Narvay fue novia del YouTuber, es actriz e influencer.

cambio, la valoración negativa cuenta con los antecedentes de programas masivos de televisión y de una mirada crítica hacia la figura del YouTuber por medios masivos digitales como La Nación, Infobae y Clarín.

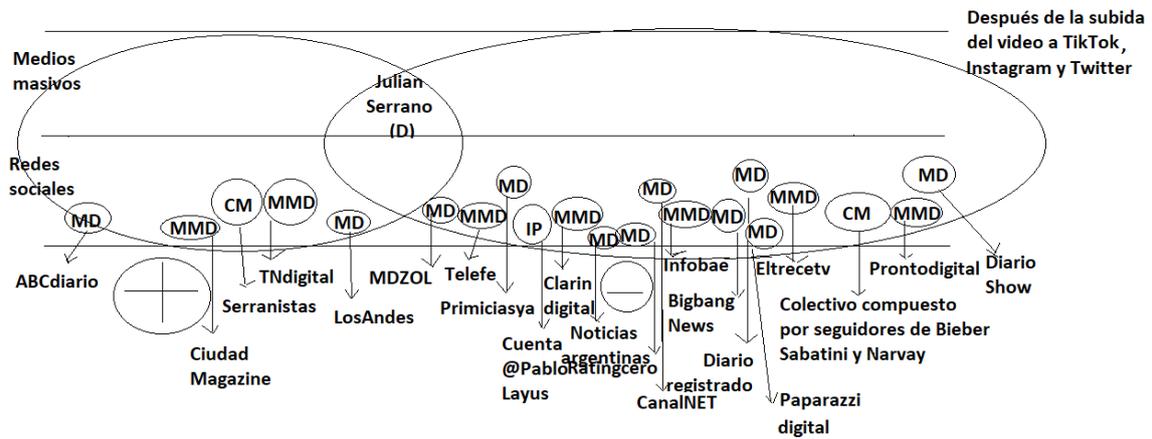


Gráfico B

En el segundo gráfico vemos la repercusión de la subida del video a las redes. Hay una notoria valoración negativa por parte de los medios digitales que hicieron hincapié en que muchos de los seguidores de Serrano son niños y que el video en vez de generar un momento cómico terminó siendo desagradable. Hay poca valoración positiva de algunos medios digitales explicando que el YouTuber intentó realizar una parodia.

Podemos ver como los portales de noticias construyeron el acontecimiento en Twitter:



Si bien mayoritariamente fueron críticas hacia el video, también encontramos tweets que aprobaron y defendieron la producción de Serrano.

-  **Marianella** @solmarianellar · 1min  
De chica era fan de **Julián Serrano** (pero del que hacía videos en YouTube) ahora ni siquiera puedo ver su cara del rechazo que me causa
-  **Lorena** @LoreMassi1 · 38min  
pasan los años y **julián serrano** sigue siendo el mismo boludo de siempre
-  **Catty** 🇨🇺 @catymondino · 1h  
De verdad hay gente que todavía e causa risa los vídeos de **Julián Serrano**?

Usuarios con valoración negativa hacia Serrano

-  **@cuestion de actitud** @ElViejoDelVino6 · 23min  
Como dijo **Julian serrano** haga lo que haga diga lo que diga por a o por b siempre terminan puteandome
-  **ab** @abriloduryer · 44min  
Bardeen al que quieran pero NO ME TOQUEN a **julian serrano** porq es el único youtuber que amo y respeto
-  **Mica** @micaperez02 · 1h  
En serio se enojaron con ese video de **Julián Serrano** ? Re que en TikTok hay más contenido así que de baile, cierran el orto

Serranistas

## LOS COLECTIVOS HIPERMEDIÁTICOS EN RECONOCIMIENTO

Con respecto al funcionamiento de los colectivos dentro de las redes sociales tenemos tres características sobresalientes (Fratlicelli, 2019a). El medio hace converger en un mismo espacio distintas manifestaciones de los usuarios. Segundo, la individuación de sus integrantes, gracias a las interfaces de las redes, permiten el uso de nicknames, contadores de vistas, suscripciones, los botones de like y dislike y los comentarios (Scolari y Fratlicelli, 2017 citado en Fratlicelli, 2019a). La última es la baja mediación institucional en la interacción que promueve con más libertad los saltos de escala.



Cuenta JuliánSerrano7

La relación entre los comentarios del colectivo y los productores discursivos operan como condicionamiento. Distintas huellas ayudan al productor a entender por donde pasa el éxito de su contenido y a su vez estas gramáticas de reconocimiento que se encuentran materializadas en la construcción discursiva de los seguidores, establecen las siguientes gramáticas de producción (Verón, 1987). Además, este colectivo colabora en la propagación del contenido y ayuda a dar saltos de escala de las figuras de las redes sociales a los medios masivos.

Las gramáticas de reconocimiento permiten establecer condiciones para la producción discursiva futura y nos posibilitarán analizar y agrupar a ciertos usuarios en tipos de colectivos hipermediáticos reconocibles. Se utilizarán los comentarios que se

creo cristalizan las demandas y valoraciones de aquellos que siguen a estas figuras hipermediáticas teniendo en cuenta dos parámetros, vistas y el desarrollo diacrónico del YouTuber. Es así como mediante esta elección tendremos videos que contemplen el inicio de un enunciador amateur hasta su ascenso como profesional.

### Caso Serrano

*LA TELEVISIÓN ACTUAL*<sup>62</sup>

♣ *Julian Serrano Cumbiero* ♣ :D<sup>63</sup>

*10 PERSONAJES TIPICOS DE LA SECUNDARIA*<sup>64</sup>

*Julian Serrano & Oriana Sabatini | VIDA TRANQUILA*<sup>65</sup>

*Intenta No Reír Vol 4*<sup>66</sup>

### LA TELEVISIÓN ACTUAL



---

<sup>62</sup> “LA TELEVISIÓN ACTUAL” 8/04/2011

[https://www.youtube.com/watch?v=0a\\_AK-S00lc](https://www.youtube.com/watch?v=0a_AK-S00lc)

<sup>63</sup> “JULIAN SERRANO CUMBIERO” 15/11/2012

<https://www.youtube.com/watch?v=oO0De63axDY>

<sup>64</sup> 10 PERSONAJES TIPICOS DE LA SECUNDARIA 28/02/2014

<https://www.youtube.com/watch?v=0bMeK79RCTM>

<sup>65</sup> Julian Serrano & Oriana Sabatini | VIDA TRANQUILA 06/01/2017

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

<sup>66</sup> Intenta No Reír Vol 4 21/06/2020

<https://www.youtube.com/watch?v=PCH8gdzbOrI>

 **Cris Gramajo** Hace 6 años  
JAJAJAJAJJ me meo :3 sos muy genio xD nunca lo había visto - tu vos ah.  
👍 🗨️ RESPONDER

 **space dude** Hace 6 años  
"miz aritoz jorge... zztupiddo" te juro que te amo.  
👍 4 🗨️ RESPONDER  
[▼ Ver respuesta](#)

## JULIAN SERRANO CUMBIERO

 **Florencia Moyano** Hace 1 año  
Quien lo mira en 2019  
👍 1165 🗨️ RESPONDER  
[▼ Ver 22 respuestas](#)

 **CNCOwner Forever** Hace 2 años  
Quién lo ve en 2018?  
👍 1072 🗨️ RESPONDER  
[▼ Ver 11 respuestas](#)

 **Javiera Poblete Herrera** Hace 4 meses  
Quien lo mira en la cuarentena 2020 ÑAKSKSKDJDJ  
👍 28 🗨️ RESPONDER

## 10 PERSONAJES TÍPICOS DE LA SECUNDARIA

 **Clipovich** Hace 10 meses  
Like si estas viendo este vídeo a fines del 2019 , y cómo es un vídeo viejo y no te acordás y estás al re pedo a la madrugada pinto verlo  
👍 16 🗨️ RESPONDER

 **Martina Nako** Hace 2 años (editado)  
-"Ojalá que te coga un burro pelotudo"  
-" que capo que soy"  
Jajajaj  
👍 3 🗨️ RESPONDER

 **Avru Duarte** Hace 2 años  
Definitivamente es mi video favorito de todo el canal 🐱💜. Lo miro y me sigo riendo en las mismas partes 🐱🐱. AY  
DIOSSS TE AMO YHULIII 🐱🐱💜💜

👍 38 🗨️ RESPONDER

## Julian Serrano & Oriana Sabatini | VIDA TRANQUILA

 **July Nicole** Hace 2 años  
ahora tiene una vida tranquila pero con dybala jaja

👍 11,961 🗨️ RESPONDER

▼ [Ver 129 respuestas](#)

 **Gero\_Diaz** Hace 1 año  
VIDA tranquila en Italia con dybala

👍 1855 🗨️ RESPONDER

▼ [Ver 36 respuestas](#)

 **Gaston Gonzalez** Hace 8 meses  
Como perdiste amigo, sinceramente yo lloraria cada noche

👍 1474 🗨️ RESPONDER

▼ [Ver 35 respuestas](#)

## Intenta No Reír Vol 4

 **Yane Lucero** Hace 1 mes  
Jajajajaj me hicieron el día!! 😂❤️

👍 🗨️ RESPONDER

 **Daii Artigas** Hace 1 mes  
Este Julián de cuarentena me cae re bien 🤔🤔❤️

👍 1 🗨️ RESPONDER



Como puede verse a lo largo del desarrollo de Serrano como enunciador tenemos distintas etapas. En sus orígenes es calificado positivamente por un grupo y a medida que se va involucrando cada vez más en televisión, los usuarios empiezan a tener distintas posiciones y la valoración tiene matices entre positivas y negativas. No obstante, este grupo de seguidores, “Serranistas”, permitió al YouTuber establecer un salto de escala y hacer que llegue a los medios masivos. Luego de su separación de Oriana Sabatini y Malena Narvay terminó siendo objeto de críticas, de burlas hacia su figura y, en algunos casos, de cyberbullying. Actualmente tenemos un grupo que sigue apoyando al YouTuber y podemos ver cómo otra parte del colectivo se torna disconforme con la producción nueva, y le reclaman que realice videos con los rasgos humorísticos que lo llevaron a ser reconocido dentro de la plataforma y en las redes sociales.

En base a las entrevistas realizadas al colectivo de Serrano encontramos como elementos claves de la popularidad y el reconocimiento a su humor y el vínculo afectivo con sus seguidores.

“De sus videos me gusta el humor que utiliza, el sarcasmo con el que habla y que tiene un gran carisma, cuando lo conoces a fondo podés ver mejor la clase de persona que es, súper humilde y transmite mucha felicidad.” (Corina)

“A veces tira un poco de humor negro, pero tranquilo, sin pasarse de la raya. Y se ríe mucho de él mismo” (Celeste)

“(…) Siempre está muy atento a lo que opinemos de su trabajo, si ve a alguien mal le habla al privado y esos detalles.” (Cecilia)

“Me encanta lo simpático, humilde y buena gente que es, siempre intenta ayudar y hacer sentir bien a los demás, súper admiro eso de él.” (Camila)

### Caso Hernández

*TÍPICOS en el COLEGIO!*

*Daiana Hernández - "A todo o nada" - Canal 13*

*LA PRIMERA VEZ !!! Expectativa vs Realidad*<sup>67</sup>

*SOY HOMOSEXUAL*

*ROAST YOURSELF CHALLENGE | Dai Hernandez | BLA BLA BLA*<sup>68</sup>

---

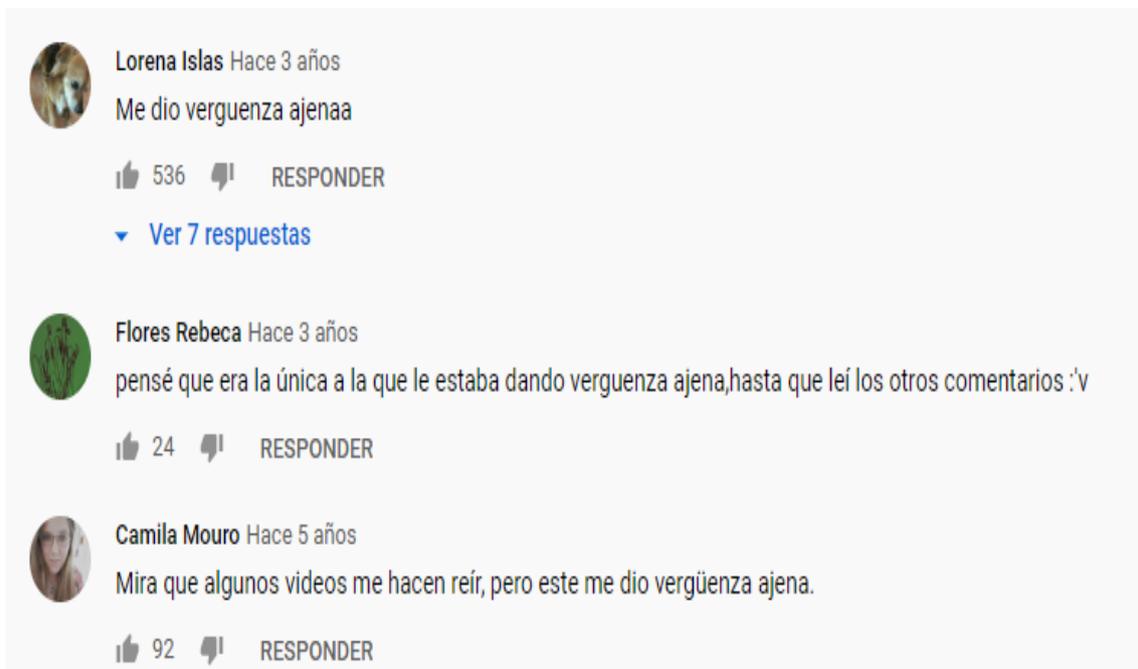
<sup>67</sup> LA PRIMERA VEZ!!! Expectativa vs Realidad 7/04/2014  
[https://www.youtube.com/watch?v=HTpe\\_iShKm4](https://www.youtube.com/watch?v=HTpe_iShKm4)

<sup>68</sup> ROAST YOURSELF CHALLENGE | Dai Hernandez | BLA BLA BLA 28/12/2018  
<https://www.youtube.com/watch?v=lk4aC5kSX78>

## Típicos en el colegio!



## Daiana Hernández - "A todo o nada" - Canal 13



## LA PRIMERA VEZ!!! Expectativa vs Realidad

 **Sara Aguilar Castaño** Hace 3 años  
Las fotos de expectativa/realidad me matan!!! jajajaj

👍 1699 🗨️ RESPONDER

▼ [Ver 9 respuestas](#)

 **Tomás Sahagún** Hace 3 años  
JAJAJAJA garchaban con gorra 😂😂😂😂😂

👍 957 🗨️ RESPONDER

▼ [Ver 11 respuestas](#)

 **zahian campo hernandez** Hace 3 años  
me cague de risa en el minuto 3:14

👍 331 🗨️ RESPONDER

▼ [Ver 11 respuestas](#)

## SOY HOMOSEXUAL

 **Anais Soto Mdza** Hace 3 años  
tengo 4 cosas que decir sobre esto:  
1-º lo estoy viendo en el 2017  
2-º yo soy bisexual y la gente se burla de mi :c  
3-º cuando se burlan de mi lo unico que les digo es:  
yo me burlo de ti por ser hetero? nol entonces no me jod\*s  
4-º te entiendo y apoyo con todo mi corazón y espero poder ser igual de valiente que tu para poder decirlo  
Mostrar menos

👍 434 🗨️ RESPONDER

▼ [Ver 39 respuestas](#)

 **Francisco Marx** Hace 2 años  
Que linda historia daiana 😊 me estas haciendo llorar de la emoción al respeto a los homosexuales, bisexuales, transexuales y asexuales.  
Yo soy bisexual y estoy orgulloso de eso, me proporciona odio los homofobicos y demas 😊 pero me da alegría q la gente halla apoyado esa causa 😊 y me da más felicidad de q se halla logrado eso, la verdad te agradezco 😊

👍 27 🗨️ RESPONDER

▼ [Ver 2 respuestas](#)

 **Carolina Minetti** Hace 3 años  
like si la entiendes a dai

👍 309 🗨️ RESPONDER

▼ [Ver 2 respuestas](#)

## ROAST YOURSELF CHALLENGE | Dai Hernandez



El colectivo hipermediático que sigue a Hernández presenta simpatía con su contenido y los personajes que aparecen en sus ficciones, mensajes que la YouTuber utilizará para producir sus siguientes videos como los personajes en la escuela o la aparición del padre en los videos de comedia, “expectativa vs realidad”. Sobre su participación en “A todo o nada”, los seguidores vieron negativa la estadía de la YouTuber en el programa. El video en el que cuenta su condición sexual nos muestra como muchos seguidores que comentan a menudo sus producciones y la siguen se sienten representados y la apoyan. Por último, el *ROAST YOURSELF CHALLENGE* es otra producción audiovisual en la que se la ve actuando y realizando coreografías con el fin de celebrar los 2 millones de suscriptores y tiene una valoración positiva por parte del grupo de seguidores, los “Daianistas”. Sobre el colectivo no vemos críticas hacia la YouTuber ni que reclamen nuevas estrategias o disconformidad a la hora de realizar los videos como sí se nota en el caso de Serrano.

Con respecto a las entrevistas, los “Daianistas” destacaron la personalidad y el vínculo afectivo que tienen con ella.

“Amo su carisma, tiene algo muy especial que la caracteriza, siempre transmite buena onda y tiene esa chispa de energía para grabar y para darse con todos.” (Daniela)

“(…) Es sencilla, divertida, buena persona, siempre transmite cosas buenas para su audiencia. Y mantuvo sus ideales. Siempre demostró ser buena compañera (entorno a su ámbito laboral) tenía buena onda con todos. (Siempre fue lo que yo pude apreciar).” (Melina)

“Su humor, el carisma que transmite y sobre todo la manera en que se expresa. (...) el día que llegó a los dos millones de suscriptores le hice un video felicitándola, el cual ella citó y su mensaje fue tan lindo.” (Magalí)



“Me gusta mucho su personalidad y la buena energía que transmite a través de sus videos.” (Mauro)

Para concluir y en base a las respuestas de los seguidores si nos detenemos en la dimensión discursiva de los YouTubers, podemos manifestar que no son simplemente usuarios que suban su contenido como una práctica, los dispositivos de los hipermedios abren configuraciones discursivas y nuevos enunciadores (Carlón, 2012, citado en Scolari y Fraticelli, 2016) y ellos construyen su identidad en esos videos (Fraticelli y Scolari, 2016). En este sentido, es así como encontramos en sus colectivos, elementos como la preferencia por lo risible y la reciprocidad con un vínculo afectivo y emocional.

## CONCLUSIONES

En el actual contexto de sociedades hipermediatizadas nos encontramos con una convergencia mediática en la producción y una divergencia en el consumo ya que existen múltiples formas de acceder al contenido (Verón, 2009 citado en Carlón, 2016a). En todo este proceso asociado a una cultura digital creciente destacamos a una generación que nació rodeada de los artefactos tecnoculturales. Estos jóvenes tuvieron el acceso a dichos dispositivos y lograron llevar a cabo ciertas prácticas creativas, de elaboración de contenidos audiovisuales (Benítez Larghi, 2013).

YouTube nació en el 2005, pero no fue hasta el 2007 cuando bajo el Programa de Socios de YouTube le permitió implementar a los miembros de la página programas para la monetización, como las opciones de publicidad y las suscripciones de pago. Hoy del total de los ingresos que alguien pueda percibir, la plataforma junto a Google, administran un 45% (Dolcemáscolo, 2016). Sumado a esto podríamos entender a YouTube- tanto la empresa y la infraestructura del espacio- ocupando un rol institucional, “funciona como un mecanismo de coordinación entre la creatividad individual y colectiva y la producción de sentido, y como un mediador entre varios discursos e ideologías orientadas hacia la industria y otros orientados a los usuarios/ audiencia” (Burgess y Green, 2009b, p. 16).

Entre todos los generadores de contenido que habitan en la plataforma distinguimos a los medios tradicionales, las pequeñas empresas y marcas, los uploaders, los consumidores y finalmente, los productores independientes: los YouTubers. Sin saber si tendrían éxito o sin buscarlo, pero con la idea presente de que en estas comunidades virtuales lo que impera es la reciprocidad y el hecho de compartir, propio de la cultura participativa “emergente”, (Jenkins, 2006 citado en Scolari y Fraticelli 2016) ciertos enunciadores hipermediáticos empezaron a obtener reconocimiento dentro de este espacio. Es así como empezaron a verse inmersos en la lógica capitalista, las figuras YouTubers fueron tomando la forma y el valor de un producto/mercancía (López, 2016) dado que en un tipo de sociedad como la actual, el individuo ocupa un lugar de consumo permanente (Debord, 2002 citado en García García y Gil Ruiz, 2018).

Así finalmente distinguimos a los YouTubers como un grupo de jóvenes que se encargan de subir contenido propio y que tienen como características principales salir de un espacio mediático amateur hasta llegar a la profesionalización, obtener reconocimiento y en diferentes casos, posicionarse dentro del “star system” de las redes.

A modo general, en la construcción discursiva habíamos destacado dos cualidades fundamentales de los YouTubers, la mirada a cámara y hablarle a un destinatario. En el caso de la función fática, tenemos un vínculo constante entre enunciador y enunciatario, la función emotiva se genera por la relación entre productor y destinatario (Jakobson, 1960 citado en Scolari y Fraticelli, 2016). Sobre la estructura narrativa, sabíamos que los YouTubers respetan un orden, videos que rondan los 5 a 15 minutos y nos garantiza cierta coherencia y reglas en el visionado, es decir, el espectador sabe en gran medida que verá y como se organiza el material. Entonces tenemos una apertura que nos introduce al tema, el desarrollo, básicamente en el que se narra la historia y el desenlace, con la despedida y el llamado a participar a los seguidores compartiendo el contenido y suscribiéndose al canal.

Otro elemento a tener en cuenta son los diferentes formatos generados por los YouTubers. Entre todos ellos destacamos principalmente el vlog como aquel que nos permite conocer mejor a estos productores audiovisuales ya que se trata de un video con características autorreferenciales. Por eso, tenemos lo “ordinario” como ítem central, ellos toman como punto de partida sus situaciones y clichés diarios, en cualquier contexto y espacio, inclusive en uno donde la finalidad del mensaje sea “serio”, como en el bullying, la violencia o la homosexualidad (Vizcaíno Bonete, 2015).

En los casos analizados sobre Daiana Hernández y Julián Serrano encontramos una serie de datos que nos señalan la cantidad de videos, reproducciones y el estilo del canal, entre otros, y también una referencia estimada en dólares de sus ingresos mensuales y anuales. Toda esta información nos brinda una pauta del contenido que generan, sus rangos de popularidad dentro de YouTube y la relación de negocios que tienen junto a la plataforma. También nos ayuda a comprender la organización de la página y la lógica empresarial que tiene YouTube al estimular la creación de contenido.

En el eje de producción, destacamos a Hernández como un enunciador hipermediático payaso porque se ridiculiza simulando no saberlo. Además, como enunciador mediático la tenemos a ella misma y vemos que algunas de sus producciones como los vlogs nos invitan a la reflexión. Sin embargo, sus trabajos son mayoritariamente cómicos y apuestan a la creación de momentos risibles. En el nivel diegético, encontramos un enunciador cómico que mediante la actuación se burla de la cotidianeidad.

Con respecto a Serrano prácticamente todos sus contenidos son autorreferenciales. Mediante el uso del humor negro, lo sexual y lo escatológico

encontramos un enunciador hipermediático bromista que invita al enunciatario a reírse de diferentes actores sociales y hechos cotidianos. Vemos una deformación del lenguaje propia de una cultura juvenil que se torna como irreverente y crítica al mundo impuesto en el que transitan (Moglia, 2010). A nivel mediático lo tenemos a él ya que es el encargado de hacer sus trabajos. Sobre el enunciador diegético lo definimos como humorístico porque muchas veces su figura se transforma en el objeto de burla de los videos.

Otro elemento a destacar es la iniciativa que encontramos por parte de la industria cultural y el mercado que toman a miembros del “star system” y les dan un espacio en la televisión. Tenemos los casos de Yutubers en España y STO en Argentina que produjeron programas de características similares y apuntaron a un público juvenil como el que existe en internet.

Sobre el eje de la circulación establecimos un análisis diacrónico, por fases y espacial. En el caso de Hernández encontramos menos saltos a los medios tradicionales. Su carrera mediática se vincula casi completamente al universo de las redes. Al distinguir las fases vimos que las producciones de mayor visionado y reconocimiento son las que nos cuentan su homosexualidad y la entrevista hecha a Michelle Obama. Ambas terminaron de consolidar un colectivo hipermediático, los “Daianistas”. Asimismo, las primeras valoraciones con tintes negativos que encontramos en el nivel espacial por parte de los medios tradicionales cambiaron completamente después de la entrevista realizada a Obama.

Sobre Serrano tenemos una relación entre las redes y los medios tradicionales totalmente diferente a la de Hernández. El YouTuber logró dar el salto a la pantalla televisiva, la repercusión del video en internet que trata sobre Justin Bieber fue tal que incidió en su popularidad y le permitió lograr una carrera actoral sostenida en el tiempo en el medio televisivo y participar en programas de alta audiencia como Showmatch. Junto a esta producción sobre el cantante canadiense, se pudieron ver disputas entre dos colectivos, uno que lo sigue actualmente, “Serranistas”, y otro que lo critica, “Beliebers”. Además, y a diferencia de Hernández, con Serrano vemos que en el nivel espacial resalta una valoración más negativa, sobre todo, por parte de los medios digitales que se acentuó luego de la subida de un video a TikTok.

En el eje del reconocimiento destacamos a los colectivos que siguen a ambos YouTubers, “Daianistas” y “Serranistas”. Como se estudió anteriormente, las gramáticas de reconocimiento operan condicionando la producción siguiente. Los

productores de contenido utilizan los comentarios, las vistas, los likes y dislikes y toda la información que obtienen de cada video para realizar el próximo.

En el caso de Hernández encontramos un colectivo que, en líneas generales, nos muestra simpatía por su contenido y su figura. En el caso de Serrano tenemos diferentes valoraciones. Después de su trabajo en el medio televisivo notamos disidencias dentro del colectivo respecto al contenido, un sector muestra valoración positiva, mientras otro remarca una pérdida de impronta.

Para finalizar y según lo recopilado en las entrevistas vemos por parte de los YouTubers una búsqueda que apela constantemente a la generación de un contenido que se orienta a lo risible y en menor medida otro que invita a la reflexión. Ambos contenidos son aceptados y valorados generalmente por el colectivo hipermediático y, en este marco, terminan produciéndose y consolidándose vínculos afectivos-sentimentales.

## ANEXO

### ENTREVISTAS<sup>69</sup>

#### COLECTIVO HIPERMEDIÁTICO DE JULIÁN SERRANO



Cecilia Pérez de Montevideo, Uruguay, tiene 19 años. Usuario @Ceci01\_JS

Te encontré como miembro del grupo de fans de [comunidadserranista.wixsite.com/comunidadserranista](http://comunidadserranista.wixsite.com/comunidadserranista). Es del 2015. ¿Siguen actualizándolo?

No, fue muy complicado porque necesitábamos un staff y nadie se comprometía del todo.

¿Seguís en contacto con los demás miembros del grupo o ya no utilizan, ni la página ni las redes?

Ya no la usamos más y no tuve más contacto con ellos. A Julián no lo siguen más porque no los he visto por Twitter.

Por ahí cambiaron las cuentas o las cerraron... ¿Vos desde cuando seguís a Serrano? ¿Qué te gusta de él? ¿Lo conociste por sus videos de YouTube?

Sí claro, ahora estamos todos más grandes y con otras responsabilidades que no nos permiten estar tanto en Twitter. Lo sigo desde finales del 2011. A decir verdad, recién descubría a los YouTubers. A pesar de tener solo 11 años, estaba pasando por un momento complicado en mi vida. Ver sus videos y seguirle era como una distracción. Me gusta cómo se expresa, el trato que tiene con nosotros principalmente.

¿Cuáles son los videos que te gustan? ¿Cuándo decís que te gusta el trato que tiene a qué haces referencia? ¿Por ejemplo los nombra en sus videos?

Los videos que me gustan son los más viejos, donde hablaba de un tema en especial y divagaba, opinaba y decía cosas que, por ejemplo, no se podrían decir en la TV. El trato en las redes sociales, siempre está muy atento a lo que opinemos de su trabajo, si ve a alguien mal le habla al privado y esos detalles.

---

<sup>69</sup> Las entrevistas fueron realizadas por redes sociales, Twitter y WhatsApp.

¿Cómo sabes del trato con otros fans en redes sociales?

Por menciones que he visto en Twitter.

¿Cuándo hablas de videos antiguos haces referencia a aquellos que subió antes de aparecer en series televisivas?

A decir verdad, en este fandom somos gente casi toda que se conoce de hace muchos años. Lo seguí antes de que apareciera en la TV. La televisión fue un corte en su fandom, mucha gente dejó de seguirlo.

En el 2013 empezó a salir más en TV, en series como Aliados, vos decís que ahí hubo un quiebre dentro del grupo fan... Pero desde ahí siguió apareciendo en otras series televisivas y en películas también.

Su primera aparición fue en Presentes.

Vos sin embargo lo seguís. ¿Por qué crees que pasó eso con parte de sus fans? ¿Por pasar a la TV y dejar un poco de lado sus trabajos en YouTube?

La verdad que no les gustaba que no subiera videos, gente muy demandante, obviamente fue un quiebre.

¿Y seguís a otros YouTubers o solamente a Serrano?

Solamente lo sigo a él.

Corina Pacheco, 15 años de Provincia de Buenos Aires con el usuario @AyeeeJS



¿Hace cuánto seguís a Julián y por qué medio lo conociste? YouTube, TV, leyendo...

Sigo a Julián hace 5 años y lo conocí en 2012 por YouTube, mi hermana mayor lo miraba, pero comencé a seguirlo más de grande

¿Lo conociste por los videos que hace para su cuenta? ¿Y qué te gusta de ellos?

Sí, lo conocí por su canal JulianSerrano7. De sus videos me gusta el humor que utiliza, el sarcasmo con el que habla y que tiene un gran carisma, cuando lo conoces a fondo podés ver mejor la clase de persona que es, súper humilde y transmite mucha felicidad.

¿Cuándo decís que lo conociste a fondo a qué haces referencia? Una chica a la que entrevisté, Cecilia Pérez, me dijo que está muy pendiente de sus fans e interactúa con ellos. Les escribe en momentos tristes y les da su aliento.

Solo una vez tuve la suerte de hablar personalmente pero cuando digo a fondo me refiero a seguirlo de cerca y ser parte del fandom. Conuerdo con lo que dijo Ceci, él trata de ayudar vía mensaje directo de Twitter a muchas chicas que tienen depresión, ansiedad, etc.

Habla bien de él lo que hace. Ella me comentó también que cuándo Julián tuvo sus primeras apariciones en series de TV algunas fans dejaron de seguirlo ¿Te pasó del grupo de fans que conoces?

Es una persona maravillosa. No, ninguna de las chicas que conozco dejó de seguirlo por eso.

¿Pertenece a algún grupo de fans o solo seguís a Serrano por las redes?

No, no pertenezco a ningún grupo de fans. Lo sigo solo por las redes y conozco solo a Comunidad Serranista que es más una fuente de información de Julián. Ya casi no hay grupos de fans, solo había al principio en 2012 o 2013.

¿Seguís a otros YouTubers o solo a Julián?

Antes seguía a otro, pero por algunos motivos no lo sigo más, ahora solo sigo a Julián.

Entrevista a Camila, 17 años del departamento de Maldonado, Uruguay con el usuario



@camiluchiss07

¿Desde cuándo seguís a Julián y por qué vía lo conociste?

Lo sigo desde hace dos años. Lo conocía por Quiero vivir a tu lado, luego empecé a seguirlo más en YouTube y ahí empecé a convertirme en su fan. Lo súper admiro.

¿Qué te gusta de él y de sus videos? También es cantante.

Me encanta lo simpático, humilde y buena gente que es, siempre intenta ayudar y hacer sentir bien a los demás, súper admiro eso de él. Es mágico. Y de sus videos y trabajos artísticos, la creatividad que tiene y lo divertido que es. Él se filma y ya tiene algo mágico, es único literalmente, admiro muchísimo todo el esfuerzo y la pasión que le mete a lo que más quiere y como nunca se rinde. También es cantante, sus canciones transmiten mucho de él, me encanta porque se adapta a cualquier estilo y lo hace súper bien.

Otras chicas me comentaron que destacan en sus videos el humor y cómo se desenvuelve. También me dijeron que es muy atento con sus fans.

Sí, exacto, es súper atento con los fans y siempre está pendiente de nosotras. Se desenvuelve re bien en los videos, sin duda alguna, también maneja súper bien el humor.

¿Cuáles son los videos que más te gustan de su cuenta? ¿Pudiste hablar con él alguna vez?

Tour por mi ciudad natal y Vacaciones en México con mi novia son mis favoritos. El 18 de octubre me siguió por Twitter y le dio me gusta a una respuesta de un tweet que le comenté. No lo conozco todavía, pero me encantaría poder conocerlo pronto.

¿Conoces a otros fans?

Sí, tengo contactos con algunas fans.

¿Fans de Uruguay? ¿Pertenece a algún grupo o solo lo seguís por tu cuenta?

Más de Argentina en realidad, tenemos un grupo en WhatsApp que estoy con algunas de Argentina.

¿De Argentina? ¿Las conociste por redes? ¿En el grupo comparten novedades sobre él?

Exacto, por las redes y después empezamos a hablar. Sí, en realidad el nombre del grupo lo cambiamos por una sorpresa que le habíamos hecho y quedó sorpresa Juli.

¿Qué sorpresa le hicieron? ¿Seguís a otros YouTubers o solo a Serrano?

Le hicimos una sorpresa con una letra de sus canciones en nuestras biografías. Sigo a otros YouTubers. Calle y Poche son otras.



Celeste Sullivan de 16 años de Rosario con el usuario @Ceele\_js

¿Hace cuánto seguís a Serrano y cómo lo conociste?

Lo conocí por su canción "Ella baila enamorada" que salió en 2014, en ese entonces yo tenía 11 años. Lo sigo hace 5 ya.

¿Entonces lo conociste por las redes y su canal de YouTube?

Si, de ahí empecé a seguirlo y a mirar todos sus videos.

¿Te consideras fan o seguidora? ¿Qué te gusta de sus videos, el humor, algo relacionado con el carisma?

Fan, las veces que vino a Rosario fui a verlo. El humor más que nada, entiendo mucho su humor. Además, hace los tipos de vídeos con contenidos que suelo mirar o que más me gustan.

¿Cómo describirías el tipo de humor que hace? ¿Los eventos a los que fuiste de Rosario eran de YouTubers?

Y a veces tira un poco de humor negro, pero tranquilo, sin pasarse de la raya. Y se ríe mucho de él mismo. Fui a 3 recitales de él. En el último recital pude conocerlo, porque hizo un meet and greet.

¿Meet and greet es como un encuentro entre fans y Serrano?

Sí, es en una parte del teatro en la que cada fan tiene unos 5 minutos un poco más para hablar con él, sacarse fotos, etc.

¿Pertenece a algún grupo fan de Serrano?

Cuando era más chica sí. Ahora ya no

¿Cómo se llamaba? ¿Era de Facebook? ¿Has tenido la posibilidad de ir a eventos de YouTubers?

Si, de Facebook, JSAO (Julián Serrano Argentina Oficial). No nunca fui, por lo general son en Bs As, por eso.

¿Seguís a otros YouTubers o solo a Julián?

Veo a otros YouTubers, pero no soy fan.

Entrevistando a otros fans y seguidores me comentaron que cuándo Serrano pasó de YouTube a la televisión, por ejemplo, a algunos les cayó mal y dejaron de seguirlo. ¿Vos lo conoces por la televisión también? ¿Lo seguís por todos los medios posibles?

Si, sigo todo lo que hace y en donde él esté. No me cayó mal que vaya a la televisión, es más, me gustó. Dio a conocer su talento y lo ayudó a crecer.

¿Para vos ser un Youtuber es un trabajo?

Yo creo que es un trabajo, y está muy infravalorado. Más si es un contenido de vídeos de sketch, ni hablar. Claramente, hablo sin comparar otros trabajos.

¿Lo decís desde el lado de la crítica? ¿Cómo que hay subestimación a los productos de los YouTubers?

Si, pueden o no gustarte los YouTubers o algunos contenidos, pero es un trabajo.

Hay planificación y edición, son varias etapas y los YouTubers perciben dinero si suman varias reproducciones de sus videos...

Claro, por eso.

## COLECTIVO HIPERMEDIÁTICO DE DAIANA HERNANDEZ



Entrevista a Daniela Sarmiento de 26 años, de Córdoba.

¿Hace cuánto seguís a Daiana y cómo la conociste?

Hace mucho la sigo, pero antes no le daba mucha atención o veía sus videos así nomás. Hace un año aproximadamente que me hizo un clic y me re gusta lo que hace. Un día estaba en el colegio con mis compañeros, estábamos en clase de informática y nos dieron tiempo libre para hacer lo que quisiéramos y un amigo que la seguía dijo para ver sus videos en YouTube. Vimos sus videos y me gustó, de ahí empecé a verla, pero no como en la actualidad. Veía sus videos sin darle tanta importancia y tampoco los veía siempre.

¿Qué te gusta de ella y de lo que hace en sus videos?

Desde hace un año me empezó a gustar más su contenido porque se renovó, antes hacía cosas para un público más chico, adolescente, ahora cambió, amo lo que está haciendo. Amo su carisma, tiene algo muy especial que la caracteriza, siempre transmite buena onda y tiene esa chispa de energía para grabar y para darse con todos.

¿Con qué detalles te diste cuenta que empezó a hacer contenido para un público más grande? ¿Hablaste con ella alguna vez por redes?

Ahora sale a la calle con el nuevo emprendimiento que se llama la Gente juega, hace preguntas y van sumando rapicréditos, por ejemplo. También hace unos días arrancó con el nuevo canal que habla de temas relacionados a la sexualidad o en su contenido de Instagram hace coreos de baile. Siempre sabe compartir en sus historias cosas que les ponemos sus fans. O cuando publica fotos o videos y le comentamos siempre nos responde, nos pregunta cómo estamos o nos dice cuanto nos quiere, siempre estamos ahí conectados a través de Facebook, Instagram y YouTube. Es una chica que siempre por más cansada que esté y trabajo que tenga nos dedica parte de su tiempo.

¿Formas parte de algún grupo de fans o solo la seguís por tu cuenta?

Solo la sigo por mi cuenta.

Y el cambio de canal se debió a eso. ¿Leíste su libro la “Comedia de mi vida”?

Dejó Dai Hernández para seguir con comedia y el nuevo Dai Hernandez’s Way es para subir cosas más personales y hablar de temas para grandes.

¿Cuándo decís para hablar de temas para grandes a qué te referís? ¿Seguís a otros YouTubers?

Conozco el libro, pero como en ese momento no le prestaba tanta atención no lo leí, justo el otro día estaba pensando en comprarlo. Dai es mi Dios, no sigo a otros YouTubers porque para mí sería traicionarla. Me encanta la música que sacó María Becerra. Y Daiana está por sacar nueva música que la estoy esperando a full. A quién admiro un montón es a Mindy, es la mano derecha de Dai, no es YouTuber, pero siempre está en los videos y apoyando cada cosa que hace Dai.

A todos los que entrevisté me dijeron lo mismo, solo seguían a un YouTuber... ¿Dai canta también? Entrevistó a Michelle Obama Dai, fue importante eso.

Sí, antes hacía parodia con temas conocidos. Después saco El Roast Yourself y ahora nos dijo que se venía música nueva. Sí, obvio fue épica esa entrevista. También condujo un encuentro de mujeres en el Luna Park.

¿El Roast Yourself es un videoclip?

Sí, todos los YouTubers lo hacen, por lo general, como especial de los 2 millones.

¿Dos millones de suscriptores?

Claro, pero Daiana ahora tiene más de 3 millones. Hace re poquito que llegó a los 3 millones. Fue épico ese día porque llegó haciendo un vivo por Facebook donde había puesto el contador de YouTube y entre todos los fans la ayudábamos compartiendo, agarrando celulares, suscribiendo a todos a su canal. Una locura hermosa. Ella siempre nos hace partícipes de cada cosa que hace.



Melina Daiana Zbrun, 30 años, Santa Fe, con el usuario @melizbrun

¿Hace cuánto seguís a Dai y como la conociste?

Desde el verano del 2013. Una prima menor me pasó un vídeo.

¿Te consideras fan íntima o solo seguidora? ¿Qué video era?

Fan, la admiro muchísimo. No me acuerdo exactamente qué video fue el primero que vi, solo sé que fue a principios de enero del 2013. Vi uno y después todos los que había.

¿Y qué fue lo que te gustó?

Cómo es ella, es sencilla, divertida, buena persona, siempre transmite cosas buenas para su audiencia. Y siempre mantuvo sus ideales. Siempre demostró ser buena compañera (entorno a su ámbito laboral) tenía buena onda con todos. (Siempre fue lo que yo pude apreciar). Gracias a Dios tuve la oportunidad de decirle todo esto personalmente una vez.

¿Cuándo decís que siempre mantuvo sus ideales a qué te referís? ¿Cuándo y dónde la conociste? He visto que los YouTubers tienen un ida y vuelta constante con sus seguidores y fans.

Cuando hablo de que mantuvo sus ideales me refiero a que siempre fue la misma, en relación a pensamientos y esas cosas. Obviamente que en tema de contenido fue creciendo un montón. Pero ella su personalidad y esencia fue siempre la misma. Si, interactúan con sus seguidores, eso es lo que a veces nos hace sentir más cerca de ellos. Es como que saben que existimos, que los seguimos, disfrutamos y compartimos su trabajo.

Claro, si, leí bastante sobre la relación fan-YouTuber, es muy diferente a ser admirador de alguien de la televisión, por ejemplo, acá podés ser partícipe de sus videos y hay una relación más estrecha. ¿Cuándo la conociste personalmente? ¿En algún evento donde estuvieron los YouTubers?

La conocí el año pasado, vino a mi ciudad con “Mindy”, una facultad hizo una pre inauguración de un campus y trajo a distintos influencers, entre ellos a Dai.

¿Cuáles son los videos que más te gustan de su sección? ¿Vlogs, ficción, entrevistas?

En realidad, todos me gustan, pero si tengo que elegir uno serían los de comedia, o sea ficción. Los de vlogs también me gustan mucho.

Ella estudió una carrera relacionada a lo actoral, quizás los producidos como comedia-ficción se destacan más, por lo que vi sus primeros videos eran más de ese estilo, después fue complementando. Además, en los vlogs que hace, por lo general, trata temas con un mensaje más reflexivo, que es interesante también. Creo que los videos que más reproducciones tiene son los de comedia, como los de realidad vs expectativa. ¿Consideras que ser YouTuber es un trabajo? ¿por qué?

Si es verdad, eso es re lindo de ella, que trate ciertos temas y le dé una reflexión. Los videos de realidad vs expectativa son los más divertidos. Obvio que es un trabajo, conlleva mucho esfuerzo y dedicación de parte de la persona, la cual realiza esta actividad para lograr un buen producto y así poder compartirlo. Lleva horas el pensar, el guionar, buscar los recursos necesarios para crear el video y ni hablar del trabajo que lleva la edición de cada uno de los vídeos que realizan.

Seguro, es un esfuerzo grande y se necesita tiempo para pensar y editar. Calculo que para ser YouTuber además de todo eso que escribiste, tenés que tener una base de seguidores y de videos con muchas reproducciones, porque bueno ellos perciben ingreso a través de las vistas. YouTube ayuda cada vez más, brinda más herramientas que antes, como que hay cierta profesionalización que antes no había.

Claro, sí.

¿Seguís a otro YouTuber o solo a Dai? A la gente que entrevisté, por lo general, me dijeron que solo siguen a uno.

Fan sólo de Dai. Pero si miro más YouTubers, consumo bastante YouTube. En su tiempo me gustaban mucho los vídeos de BNT, cuando se separaron seguí mirando los videos de Pablo Agustín. Y los de música de Bárbara Martínez. También los de Mica Suárez y algunos de cocina jaja. Otros YouTubers que miro mucho son Los Polinesios y Luisito comunica.

Dai Hernández tiene un video con Los Polinesios, de hecho, es el que más reproducciones de todos tiene, 35,384,242 vistas.

Si lo grabaron en México. En un viaje que los llevo YouTube, yo creo que me vi los vídeos de un montón de YouTubers ese año para ver en dónde salía Dai.

¿Alguno a Estados Unidos o a México no? Mirando los videos de los YouTubers, vi que esos dos destinos estuvieron copados por YouTubers. Entonces fan solo de Dai. ¿Fuiste a convenciones de influencers o gente de las redes? ¿Pertenece a algún grupo fan sobre Dai Hernández?

Sí, YouTube hace eventos en distintos países donde invita a varios YouTubers para que se relacionen entre ellos y de paso les da algunas clases de ciertos temas. Sí, estoy en un grupo de WhatsApp de chicos y chicas cercanas a mi edad, los cuales son muy amigas, somos 6 personas y todos de distintos lados. Una vez también estaba en otro grupo donde había más fans de Dai, pero más chicas que yo y me sacaron no sé por qué. Estas chicas son más conocidas y cercanas a Dai porque la vieron varias veces, deben vivir cerca de donde ella vive porque varias veces se veían que están juntas.

¿Los dos grupos eran de WhatsApp? Por lo que vi, Dai Hernández vivía en Parque Patricios, CABA con los padres. Después se mudó a un dto., no sé en qué parte de la ciudad y actualmente está en México.

Si los grupos son de WhatsApp, a mis amigos los que tengo ahora los encontré en la página de Facebook, mejor dicho, en el grupo de Dai Hernández. Y en el otro al que nunca pertencí las conocí acá en Twitter.

¿Se conocieron todos por redes? ¿pero igual los grupos de redes como Facebook ya no los actualizan cierto? Por lo que he visto los fans escriben o interactúan directamente con el YouTuber.

Sí, por las redes. Ni idea si hay alguien que todavía utiliza los grupos de Facebook. De mi parte no entré nunca más.

¿Cómo se llama el grupo que tienen? ¿Cómo funciona? ¿Van compartiendo todas las novedades y eventos sobre Dai?

El grupo se llama Jóvenes Daianistas. Hablamos de muchas cosas, y obvio también de Dai, pero como todo grupo de amigos hablamos de muchos temas...

Magali Milagros Brunel de 23 años de Formosa con el usuario @magabrunel97



¿Hace cuánto seguís a la YouTuber y cómo la conociste?

La sigo hace poco más de 3 años. La conocí por su video de la primera vez. Me encantó la manera en que hablaba respecto al tema aplicándole el buen humor característico de ella. Y de ahí la empecé a seguir en diversas redes sociales, en el Facebook de los fans conocí a los jóvenes Daianistas (grupo en el que estoy) que, hasta el día de hoy, sigo en contacto, entre ellos se encuentra Meli.

O sea, la conociste navegando en YouTube y empezaste a ver sus videos...

Sí, exacto

Lo que te gustó de ella fue el humor.

Su humor, el carisma que transmite y sobre todo la manera en que se expresa. Es por eso que el día que llegó a los dos millones de suscriptores le hice un video felicitándola, el cual ella citó y su mensaje fue tan lindo. A pesar de la distancia y nunca haberla visto en persona se nota cuando pone realmente atención a sus fans.

Por lo que he visto los YouTubers están muy pendientes de sus fans e interactúan mucho tiempo. ¿Te consideras fan o seguidora?

Fan porque me encuentro pendiente de cada situación en la que está a mi alcance por temas de horarios, ya que estoy a mil en muchas cosas, pero, aunque para muchas personas sea algo tonto e insignificante a mí me emociona cada cosa que logra, por más pequeña que esta sea.

¿Has tenido muchas interacciones con ella? ¿Cuáles son los videos que más te gusta?

¿Los de comedia o los vlogs?

Si muchísimas, me gustan todos, pero me quedo más con comedia ya que su carisma lo es todo.

Bueno ella estudió actuación de hecho. En sus vlogs siempre deja mensajes reflexivos, son interesantes, te cuenta vivencias personales, pero para generar consciencia.

Si, lo sé, pero la comedia me llama más. Los vlogs me dan otra perspectiva de la vida.

Exacto, igual dependiendo de cada YouTuber quizás, algunos como Serrano hace vlogs pero más cómicos. ¿Seguís a otro YouTuber o sólo a Hernández?

Si, a Micaela Suarez y a Bárbara Martínez. A Bárbara por la música y a Micaela por su carita, me parece muy simpática.

A Suarez la conozco, he visto sus videos. ¿Te consideras fan de las dos o solo de Dai Hernández?

Solo de Dai.

¿Consideras que ser YouTuber es un trabajo? ¿por qué?

Sí es un trabajo porque lleva tiempo, dedicación, utilización de múltiples aplicaciones de las que por ahí no contás con un conocimiento total y tenés que especializarte y estudiarlas. Hoy en YouTube podés encontrar todo tipo de video que te explica cómo utilizar todas las aplicaciones que hay, pero conlleva tiempo saber usarlas correctamente. Como el caso de los YouTubers de comedia o de cualquier otro tipo, cuando utilizas animaciones si no sabes usar la aplicación, por más bueno que esté tu contenido, si no usas correctamente el programa y todos los efectos y erras en el tiempo que tiene que salir cada parte, desgastas el contenido. Si estás hablando de algo de la vida (vlog), tenés que ver la opinión de los espectadores para poder ver si realmente el contenido va a tener éxito o no, y si no lo tiene, tratar de ver cuáles fueron las desventajas que tuvo y aplicarlas correctamente en el siguiente para poder levantar audiencia. En síntesis, es un trabajo porque se necesita tiempo, esfuerzo, ideas, o sea una planificación total.

Además de toda planificación y organización, si tus videos tienen cierta cantidad de vistas, comenzás a percibir ingresos económicos y el trabajo se hace rentable.

Claramente, sí. Además, siendo reconocido empezas a recibir premios, he visto según el canal de Dai, como YouTube los premia por su contenido, no solamente por las placas sino por regalos que reciben o retos que la misma plataforma les da.

Lo que vi es que YouTube, en algunos casos, premia con viajes o entrevistas exclusivas como la que Dai le hizo a Michelle Obama.

Exacto, eso es lo que hace YouTube, los premian y además se promocionan así lugares y muestran la cultura de otros países mediante estos viajes.

¿Tuviste la oportunidad de asistir a eventos de figuras de redes sociales en Argentina?

No, nunca tuve la oportunidad.

¿Cuándo me dijiste que te gustaban los videos de Hernández por su humor, qué tipo de humor utiliza?

Es un humor muy carismático, te reis si o si de sus reacciones, de su idea, etc., es diversión asegurada.

¿Y al grupo fan de Facebook cuando entraste? Por lo que fui investigando los grupos de Facebook ya no tienen actualizaciones. Veo que cada persona interactúa con el YouTuber por Instagram o Twitter, sobre todo.

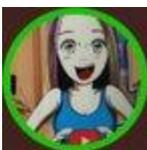
No recuerdo cuando precisamente. Actualmente interactúo solo por Instagram y Twitter y la verdad el Facebook prácticamente quedó en desuso.

Me comentaste que cuando la YouTuber llegó a los 2 millones de suscriptores le hiciste un video felicitándola, el cual citó. ¿En qué red fue? ¿O comentó en YouTube?

Sí, Twitter, lo subí directo de ahí.



Mauro Videla de 21 años de zona sur de Buenos Aires con el usuario @injunadox dai



¿Cómo conociste a Dai y hace cuánto tiempo?

Conocí a Daiana en julio de 2017 cuando gané un concurso en el cual el premio era subir al escenario de Tecnópolis y participar de su show.

¿Fue un evento donde había personalidades de las redes? ¿Vos la conocías igualmente por sus videos?

Era un evento de YouTubers y todos los días iban creadores de contenido de diferentes redes sociales. Y si, a Daiana la conocí a través de sus videos.

¿Sos fan de Daiana o solo la seguís? ¿Te acordás cómo se llamaba el evento? ¿Seguís a otros Youtubers?

No me considero fan, pero si la sigo porque me considero alguien cercano a ella y nos llevamos re bien con ella y el grupo. El evento se llamaba Social Artists Tour. No sigo a otros YouTubers, pero me gusta lo que hacen en las redes.

¿Cómo te consideras cercano a ella? ¿Y a qué haces referencia cuando decís que te llevas bien con el grupo?

Por ejemplo, ahora ella está en México y hablamos seguido, no somos amigos, pero cuando nos vemos con ella, nos conoce a mí y al grupo que tenemos. Compartimos los mismos gustos con el grupo de seguidores de Daiana y hasta nos hemos conocido y nos hicimos amigos, personas que nunca pensé conocer, hoy en día se convirtieron en grandes amigos, gracias a esta unión a través de ella y las redes.

¿Con ella interactuás mediante las redes? ¿Y con el grupo se conocieron en eventos de influencers o por las redes? ¿Pertenece a algún grupo fan?

Si, hablo con ella a través de las redes. Al grupo los conocí en eventos de YouTubers y también de Daiana, y con el grupo que tenemos somos todos amigos que seguimos a Daiana igual que yo, pero no nos consideramos fans, si se podría decir.

¿A qué otros eventos de los YouTubers pudiste ir? ¿Tiene algún nombre el grupo? ¿Es de Facebook, Twitter o WhatsApp? Y entonces vos la conociste personalmente en ese evento ¿pero la conocías por YouTube y seguías sus contenidos?

Fui a muchos otros eventos, Martín Fierro Digital, Conectados BA, canales de televisión, radios, etc. Los seguidores de Daiana nos hacemos llamar Daianistas y tenemos un grupo de WhatsApp que se llama “los pipis de la lesbiana”. La conocí

personalmente en ese evento de Tecnópolis y seguía su contenido en YouTube y en las redes.

Entrevistando a otras chicas, me comentaban que tienen uno de WhatsApp también. Los de Facebook parece que están en total desuso. ¿Y de Daiana que tipo de contenido es el que te gusta? ¿Los vlogs o los de comedia?

Si, por lo general había grupos de Facebook, pero todo fue cambiando y ya no se usa. Es mucho más práctico el grupo de WhatsApp. El contenido de Daiana que más me gusta son los videos de comedia y los vlogs de viaje.

¿Qué te llamó la atención o te gusta de su contenido? ¿Algo relacionado con el humor, la simpatía o su personalidad?

Me gusta mucho su personalidad y la buena energía que transmite a través de sus videos.

¿Consideras que ser Youtuber es un trabajo?

Totalmente, es algo que requiere tiempo y dedicación tanto en las redes sociales como en la vida cotidiana.

¿En la vida cotidiana por la producción y organización del contenido decís?

Exactamente, igualmente yo ya no se mucho más allá de eso, pero hasta lo que sé es que es un trabajo complicado más allá de que nos pueda gustar o no. Igualmente me refiero en todo en general, la edición, el guion y la producción de los videos, el contenido en las redes y el personaje y la voz que transmitís en ellas.

Seguro que cada uno tiene su idea y concepto al respecto. Y debe ser más que complicado porque tenés que estar al tanto de las redes y de la creación de un contenido que sea visto.

Eso es verdad, cada vez tenés que reinventarte más en redes, ver lo que más le llama la atención a tu público.

El poder interactuar o ver qué te escriben tus seguidores a tus cuentas te permite saber para donde direccionar el contenido. Además, muchas veces el Youtuber le pregunta al

fan que contenido querría ver, en la televisión, por ejemplo, eso es mucho más difícil de lograr. El Youtuber puede cambiar más rápido y libremente.

Obvio, cada uno elige que ver en la tele, mientras que el YouTuber puede preguntarle a su audiencia que le gustaría ver, igual también depende de la gente que te mira.

Sí tenés muchos seguidores y demanda, varía. No debe ser lo mismo un YouTuber como Hernández a otro productor de contenidos que tenga pocos seguidores y reproducciones.

Totalmente, varía, depende del creador y el impacto que genera.

## BIBLIOGRAFIA

Álamo, Sofía (2017): *Artes de hacer en el Youtube. El video-tutorial como emergente de la cultura participativa*. Tesina de grado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales (UBA). Recuperado de [https://uabcom.com/downloads/ECI/PremioTFG/Edicion2018/03\\_PremiosTFG2018.pdf](https://uabcom.com/downloads/ECI/PremioTFG/Edicion2018/03_PremiosTFG2018.pdf)

Álvarez Gandolfi, Federico (2015): Del “Trasmite tú mismo” al “Faniffcate a ti mismo”. Un análisis de los usos de YouTube por parte de consumidores fans de manga y anime. *VIII Jornadas de Jóvenes Investigadores*. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Buenos Aires, Argentina.

Benassini Félix, Claudia (2016): *YouTubers: entre la estrategia profesional y la calidad de contenidos*. México: Facultad Mexicana de Arquitectura, Diseño y Comunicación, Universidad La Salle Ciudad de México. Recuperado de [https://www.academia.edu/28629696/YouTubers\\_entre\\_la\\_estrategia\\_profesional\\_y\\_la\\_calidad\\_de\\_los\\_contenidos](https://www.academia.edu/28629696/YouTubers_entre_la_estrategia_profesional_y_la_calidad_de_los_contenidos)

Benitez Larghi, Sebastián (2013): *Nativos por adopción*. Divulgación Científica. Buenos Aires: CONICET. Recuperado de <https://www.conicet.gov.ar/nativos-por-adopcion/>

Bendayan, Bernunzio, Castro, Sanchez, Tejada, Ulloa (2018): Caso Serrano. Informe final de las "nuevas condiciones de circulación discursiva". En *Semiótica de Redes*. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales (UBA).

Best, Beverly (1997): Over-the-counter-culture, en Redhead, Steve (ed.). *The Clubcultures reader. Readings in Popular Culture Studies*. London: Blackwell Publishers. (Traducción de Federico Álvarez Gandolfi y edición de Dra. Libertad Borda.)

Borda, Libertad (2015): Fanatismo y redes de reciprocidad. En *Revista La Trama de la comunicación*, Volumen 19, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Rosario: Universidad Nacional de Rosario.

Brubaker, Rogers y Cooper, Frederick (2001): Más allá de “identidad”. En *Apuntes* N°7, Buenos Aires.

Burgess, Jean y Green, Joshua (2009a): Youtube`s Popular Culture en *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Recuperado de [https://books.google.com.ar/books?id=0NsWtPHN188C&pg=PA38&hl=es&source=gbs\\_selected\\_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ar/books?id=0NsWtPHN188C&pg=PA38&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false)

Burgess, Jean y Green, Joshua (2009b): Youtube y los Medios Tradicionales en *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Recuperado de <http://catedradatos.com.ar/media/UNIDAD3-YouTubeylosMediosMainstream.pdf>

Calvo Ernesto (2015): Twitter, política y la cámara de eco, Tuiteando #Nisman: el primer tuit, Diablos vs. demonios y Diálogos tuiteros. En *Anatomía política de Twitter en Argentina. Tuteando #Nisman*. Buenos Aires: Capital Intelectual.

Carlón, Mario (2010): La mediatización del mundo del arte, en Fausto Neto, Antonio, Valdetaro, Sandra (directores), *Mediatización, sociedad y sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos*. (pp.187-211). Rosario: Universidad Nacional de Rosario. Departamento de Ciencias de la Comunicación Facultad de Ciencia Política y RRH.

Carlón, Mario (2012): En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuarios de Facebook durante la transmisión televisiva de la votación de la ley de matrimonio igualitario. En Carlón, Mario y Fausto Neto, Antonio (eds.). *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía.

Carlón, Mario (2014): ¿Del arte contemporáneo a una era contemporánea? Efecto arte y el nuevo valor del presente en la era de Internet, en Rovetto, Florencia Laura y Reviglio, María Cecilia (comp.) *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.

Carlón, Mario (2015a): La concepción evolutiva en el desarrollo de la ecología de los medios y en la teoría de la mediatización: ¿la hora de una teoría general? *Palabra Clave*, Volumen 18, núm. 4 (pp. 1111-1136) Bogotá: Universidad de La Sabana.

Carlón, Mario (2015b): Público, privado e íntimo: el caso Chicas bondi y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea. En Castro, Paulo (org.) *Dicotomía pública/privado: estamos no camino certo?*. Maceió: EDUFAL.

Carlón, Mario (2016a): Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón. En E. Vizer y C. Vidales (Coords.). *Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional* (pp. 125-150). Salamanca: Comunicación social.

Carlón, Mario (2016b): Registrar, subir, comentar, compartir: prácticas fotográficas en la era contemporánea. En Corro, Pablo y Robles, Constanza (eds). *Estética, medios y subjetividades* (pp. 31-52). Santiago de Chile: Universidad Pontificia Católica de Chile.

Carlón, Mario (2016c). Las nociones de la teoría de la mediatización, revisitadas en el nuevo contexto teórico y discursivo contemporáneo. En A. Torres y M. Pérez Balbi (comps.), *Visualidad y dispositivo(s): arte y técnica desde una perspectiva cultural* (pp. 13-24). Los Polvorines, Argentina: Universidad Nacional de General Sarmiento.

Carlón, Mario (2017): Segunda apropiación de la teoría de la (in)comunicación de Eliseo Verón. Enunciadores hipermediáticos, dimensión espacial y tipología de la circulación. En P. Castro (org.) *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió: Edufal.

Carlón, Mario (2018a). Bajo el signo del presentismo: mediatización, cultura y sociedad contemporánea. En Ferreira, Jairo (org.) [et al] *Entre o que se diz o que se pensa: onda está a midiatizacao?* (pp. 187-210). Santa María: FACOS UFSM.

Carlón, Mario (2018b): Medios individuales, medios colectivos y circulación transversal. Desde “adentro hacia afuera” y desde “afuera hacia adentro” (o cómo afecta la nueva circulación a las instituciones sociales). En Castro, Paulo (org.) *Circulação discursiva e transformação da sociedade*. (pp. 26-40). Campina Grande: Eduepb.

Carlón, Mario (2019). Individuos y colectivos en los nuevos estudios sobre circulación. O cómo los individuos y los colectivos mediatizados se transforman en la contemporaneidad. En *Revista Inmediaciones*, Volumen14, N1. Montevideo: ORT.

Chaves, Melina (2017): El universo YouTuber: análisis sociosemiótico de los discursos que circulan en YouTube y la construcción de identidad adolescente. *IX Jornadas de Jóvenes Investigadores*. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Buenos Aires, Argentina

Cingolani, Gastón (2018): Panorama urgente sobre la mediatización de la circulación y algunos de sus estudios. En *Revista Rizoma do Departamento de Gestão e Comunicação*, Volumen 6, N2 (pp. 64-75). Santa Cruz do Sul: Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc).

Cingolani, Gastón (2019): Mediatizaciones e interfaces sociales entre colectivos e individuos. En *Inmediaciones de la Comunicación*, Volumen, 14 N1. (pp. 17-23). Montevideo: Facultad de Comunicación y Diseño (Universidad ORT).

De Certeau, Michel (1996): Introducción, Culturas populares y Valerse de: usos y prácticas. En *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer*, México: Universidad Iberoamericana.

Di Palma, Carolina (2015): Mi vida en primer plano, tecnologías de la presencia. Caso youtubers. En *Revista Actas de Periodismo y Comunicación*, Volumen 1, N1. Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Recuperado de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/53189/Documento\\_completo\\_PDF.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/53189/Documento_completo_PDF.pdf?sequence=1)

Dolcemáscolo, Agostina (2016): El universo YouTube (R): sobre conocimientos, flujos de atención y representaciones. En *Revista Redes* Volumen 22, N 42 (pp. 41-73). Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes. Recuperado de <http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/589b6b8b386fb.pdf>

Eco, Umberto (1987): Lo cómico y la regla. En *La estrategia de la Ilusión*. Buenos Aires: Ediciones de la Flor.

Ford, Aníbal (1994): Culturas populares y (medios de) comunicación. En *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*. Buenos Aires: Amorrortu.

Fratlicelli, Damián (2019a): Los colectivos mediáticos de las redes. Algunas observaciones desde el humor ¿y más allá? En *InMediaciones De La Comunicación*. Volumen 14, N 1 (pp. 47-63). Montevideo: Universidad ORT. Recuperado de <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/view/2885/2925>

Fratlicelli, Damián (2019b). Zekiel79: youtubers y medios masivos. La circulación de una relación compleja. En Carlón, M. (dir.), *La (in)comunicación contemporánea: de las redes sociales a los medios masivos y de los medios masivos a las redes sociales*.

Fraticelli, Damián (2020): ENUNCIACIÓN Y HUMOR EN LAS REDES (o cómo analizar memes sin perder el chiste). (En prensa).

García García, Francisco y Gil Ruiz, Francisco José (2018): Youtubers, mundos éticos posibles. En *Index.comunicación*, Volumen 8, N2 (pp. 151-188). Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/382/382>

Gascue, Álvaro (2017): Fans de youtubers a partir de un estudio de caso: Serranistas y Serranas. Facultad de Información y Comunicación (UDELAR), Montevideo, Uruguay.

González, Daniela (2013): *Vidding. Fanatismo, colaboración y creatividad en la era de YouTube*. Tesina de grado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales (UBA). Recuperado de [https://www.academia.edu/34843742/VIDDING\\_FANATISMO\\_COLABORACION\\_Y\\_CREATIVIDAD\\_EN\\_LA\\_ERA\\_DE\\_YOUTUBE](https://www.academia.edu/34843742/VIDDING_FANATISMO_COLABORACION_Y_CREATIVIDAD_EN_LA_ERA_DE_YOUTUBE)

Guber, Rosana (2001): La entrevista etnográfica o el arte de la no “directividad”. En *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Bogotá: Norma. Recuperado de [https://perio.unlp.edu.ar/tesis/sites/perio.unlp.edu.ar.tesis/files/Cap4%20%20Guber\\_r.\\_-entrevista%20etnogr%C3%A1fica.pdf](https://perio.unlp.edu.ar/tesis/sites/perio.unlp.edu.ar.tesis/files/Cap4%20%20Guber_r._-entrevista%20etnogr%C3%A1fica.pdf)

Hall, Stuart (1984): Notas sobre la deconstrucción de lo popular. En Samuels, R (ed.) *Historia popular y teoría socialista*. Barcelona: Crítica.

Hall, Stuart (1996): Introducción: ¿quién necesita “identidad”? En Hall, Stuart y Paul Du Gay (comps.) *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.

Ibañez Duarte, María Fernanda (2019): *Las disputas por “lo popular” en YouTube. Un estudio exploratorio sobre la sección de Tendencias*. Tesina de grado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales (UBA). Recuperado de [https://docs.google.com/document/d/1\\_qz9nNX\\_aUhyqPQGUESfvL\\_62KEhnB8Ctqw90xGF1QM/edit](https://docs.google.com/document/d/1_qz9nNX_aUhyqPQGUESfvL_62KEhnB8Ctqw90xGF1QM/edit)

López, Adrián (2016): Youtubers. Nueva lógica comercial y narrativa en la producción de contenidos para la web. En *Letra. Imagen. Sonido L.I.S. Ciudad mediatizada*. (pp. 225-241). Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento. Recuperado de <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/lis/article/view/3830/3155>

Martín-Barbero, Jesús (1983): Memoria Narrativa e Industria Cultural. En *Comunicación y Cultura*, Nro. 1. México: UAM Xochimilco.

Martínez Elebi, Carolina (2015): *Cultura Fan en YouTube. Las implicancias del derecho de autor y copyright en el derecho a la libre participación en la vida cultural*. Tesina de grado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales (UBA). Recuperado de <https://carolinamartinezelebi.com.ar/wp-content/uploads/2019/10/Tesina-Anexos-Carolina-Mart%C3%ADnez-Elebi-Mayo-2015-UBA-FSOC.pdf> .

Moglia, Mercedes (2010): La televisión vista por una generación de humoristas under. En *Un análisis cultural de las tradiciones y las dinámicas de innovación del humor televisivo argentino (1990-2009)*. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales (UBA).

Moglia, Mercedes (2013): Violencia Rivas. Análisis de un personaje humorístico: una mujer FURIOSA. En *Revista Punto Género*, del Núcleo de Investigación en Género y Sociedad Julieta Kirkwood. Chile: Departamento de Sociología, FACSO, Universidad de Chile.

Murolo, Norberto Leonardo y Lacorte, Natalia (2015): De los bloopers a los youtubers. Diez años de Youtube en la cultura digital, en *Question*. Volumen. 1, N45 (pp. 15-29). Recuperado de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/45023/Documento\\_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/45023/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Sabich, María Agustina y Steinberg, Lorena (2017a): Discursividad youtuber: afecto, narrativas y estrategias de socialización en comunidades de Internet. En *Revista Mediterránea de Comunicación*. (pp. 171-188). Alicante: Universitat. Recuperado de [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/67634/1/ReMedCom\\_08\\_02\\_15.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/67634/1/ReMedCom_08_02_15.pdf)

Sabich, María Agustina y Steinberg, Lorena (2017b): Comunidad youtuber: un análisis en reconocimiento sobre las prácticas de consumo en niños y adolescentes del Área Metropolitana de Buenos Aires. En Amparo Rocha Alonso y Laura Iribarr (eds). Documentos de trabajo. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires (UBA). Recuperado de <http://absorcionesretomas.sociales.uba.ar/comunidad-youtuber-un-analisis-en-reconocimiento-sobre-las-practicas-de-consumo-en-ninos-y-adolescentes-del-area-metropolitana-de-buenos-aires/>

Scolari, Carlos (2008): De los nuevos medios a las hipermediaciones. En *HIPERMEDIACIONES Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva1*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Scolari, Carlos y Fraticelli, Damián (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. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de [https://www.academia.edu/40682701/Scolari\\_Fraticelli](https://www.academia.edu/40682701/Scolari_Fraticelli)

Sibilia, Paula (2008): El show del yo y Yo espectacular: la gestión de sí como una marca. En *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: FCE.

Steimberg, Oscar (2001). Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico. En *Signo y seña*. Buenos Aires: Instituto de Lingüística, Facultad de Filosofía y Letras (UBA).

Verdú-Vizcaíno, Arantxa y Pulido-Contreras Paloma (2019): ¡Soy músico youtuber! Construcción de la identidad artística a través del cover y la ficción. El caso de las violinistas Taylor Davis y Lindsey Stirling, en *Revista Mediterránea de Comunicación* (pp. 25-36). Recuperado de [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/90607/6/ReMedCom\\_11\\_01\\_04\\_esp.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/90607/6/ReMedCom_11_01_04_esp.pdf)

Verón, Eliseo (1985): El análisis del “Contrato de Lectura”. Un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media. En *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*. París: IREP.

Verón, Eliseo (1987). Lo ideológico y la científicidad, Discursos sociales y El sentido como producción discursiva. En *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa.

Verón, Eliseo (1997): Esquema para el análisis de la mediatización. En *Revista Diálogos de la Comunicación*. Lima: Felafacs.

Verón, Eliseo (2001a): Conversación sobre el futuro. En *Espacios Mentales. Efectos de agenda 2*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Verón, Eliseo (2001b): El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica. En *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.

Vizcaíno Bonete, Fernando (2015): El fenómeno youtuber y la televisión española: ¿rivalidad o sinergia? En Rodríguez Rodríguez Jorge Miguel (ed.) *Repensar los valores clásicos del periodismo. El desafío de una profesión enred@ada*. (pp. 900-919) España: Universidad San Jorge. Recuperado de [https://www.academia.edu/18952399/El\\_fen%C3%B3meno\\_youtuber\\_y\\_la\\_televisi%C3%B3n\\_espa%C3%B1ola\\_rivalidad\\_o\\_sinergia?email\\_work\\_card=title](https://www.academia.edu/18952399/El_fen%C3%B3meno_youtuber_y_la_televisi%C3%B3n_espa%C3%B1ola_rivalidad_o_sinergia?email_work_card=title)