

YouTube:

*Vlogs, interacción y comunidades*

# Créditos

## CONSEJO DE DIRECTORES

**Dirección General:** Teresa Palacios de Chávez

**Dirección Académica:** Federico Harrison

**Dirección Administrativa Financiera:** Hermann W. Bruch

## CONSEJO EDITORIAL

**Investigadora:** Leda Romero

**Coordinación de investigación institucional**

**Dirección y coordinación de publicación:**

Verónica Márquez

**Cuidado de la edición:** Federico Harrison

**Diagramación y diseño:** German Rosa

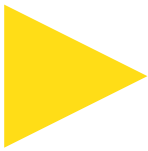
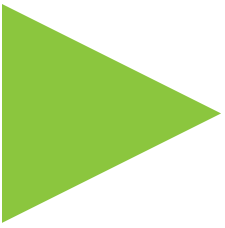
**Plataforma:** InDesign

Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas por la ley de propiedad intelectual, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía (fotocopia) y el tratamiento informático.

Hecho el depósito que manda la ley.

c 2012, Escuela de Comunicación Mónica Herrera.





# Índice

Introducción	6
Objetivos	7
Metodología	8
Acercamiento teórico	11
Modelo de análisis de la información	12
Análisis de los resultados	13
Conclusiones	42
Bibliografía	44

# INTRODUCCIÓN

## **YouTube: Vlogs, interacción y comunidades**

El internet y las redes sociales han revolucionado las pautas de comunicación a nivel mundial. Por ello recientemente se ha emprendido el estudio e investigación de su lenguaje, así como los formatos y grupos con los que se interactúa en estas plataformas. Sin embargo hay que tener en cuenta que la forma de uso de cada red social variará según sus características específicas.

En este trabajo se ha buscado profundizar sobre la forma de interacciones presentes en YouTube. Este medio de internet se auto describe como la red social que “permite que miles de millones de usuarios encuentren, vean y compartan videos creados de forma original. YouTube ofrece un foro para comunicarse con los usuarios de todo el mundo, para informarles y para inspirarlos y sirve como plataforma de difusión para creadores de contenido original y anunciantes de cualquier tamaño” (YouTube, 2006).

De acuerdo al planteamiento del catedrático de la Kansas State University, Michael Wesch (2009) se puede estudiar la transformación de los medios a través del análisis de YouTube. Para ello será preciso desarrollar las siguientes cuestiones: ¿qué es YouTube como medio de comunicación?, ¿cómo son mediadas las conversaciones en YouTube?, ¿quiénes conforman la “comunidad” YouTube? y finalmente ¿de qué se habla en YouTube?

El contenido que se genera en este sitio web es sumamente extenso: se suben 24 horas de video cada minuto (Welsch, 2009). Para estudiar las interacciones entre usuarios, el catedrático sugiere enfocarse en los vlogs, o video blogs. Según Julie Linares (2011) creadora del sitio web Bloggeate.com: “un verdadero Vlog es aquel en donde tú como vlogger debes publicar contenido en forma de videos regularmente; ya sea diaria, semanal o bisemanalmente o tan seguido como se ajuste a tu agenda, siempre y cuando sea un verdadero esfuerzo por publicar contenido utilizando la forma de videos”.

Delimitando el estudio para esta forma de interacción en YouTube, podremos investigar cómo se entablan relaciones entre usuarios y determinar cómo se establece una fuerte conexión emocional con una audiencia físicamente lejana, anónima y multicultural.

## OBJETIVOS

### Objetivos de la investigación

#### General

Analizar las manifestaciones culturales que se dan a través de las interacciones en YouTube por medio de los Vlogs.

#### Específicos

- Analizar los contenidos y mensajes que los vlogeros salvadoreños generan en sus canales de YouTube.
- Describir el proceso de interacción que se genera entre productores (vlogeros<sup>1</sup>) y consumidores (audiencia) en YouTube.

### Delimitación de la investigación

La fase de campo tuvo una duración de 6 meses comprendidos entre junio y diciembre de 2011.

**Sujeto de la investigación:** vlogers

Los vlogs seleccionados para la investigación cumplieron con los siguientes criterios:

- Delimitación geográfica: Vlogers salvadoreños.
- Número de videos realizados: Tres o más.
- Tiempo de actividad en YouTube: Más de un mes.
- Número de suscriptores: Cinco o más.

La actividad de los vlogers es variable; oscila desde un video semanal hasta largos períodos sin actualizar. Los vlogs seleccionados tienen más de un mes de existencia y cuentan con actividad reciente.

La siguiente tabla resume las características de los vlogs estudiados hasta el día 22 de noviembre de 2011.

	<b>Luis García</b>	<b>Gerson Cañizales</b>	<b>Kerin Chávez</b>	<b>Javier Díaz</b>	<b>Tamara García</b>	<b>Tonny Hernández</b>	<b>Alex Callejas</b>
<b>Nombre vloger</b>	M010vans	Cheroger	ChávezVlog	JaviDayz	Tamara García	Tonny	Alex
<b>Nombre Canal</b>	M010vans	Cheroger123	ChávezVlog	Dayzofourlives	Piinkii5862	TonnyVlogs	MyAlexProductions
<b>Edad</b>	16		18	19	16	16	14
<b>Suscriptores</b>	121	2585	60	121	66	117	90
<b>Videos</b>	14	38	17	6	30	18	43

<sup>1</sup> Durante este reporte se utilizarán las palabras "vloger" y "vlogero" indistintamente para referirse a quienes hacen video vlogs.

<b>Views Totales</b>	5928	187737	4323	10473	3797	3357	6729
<b>Tiempo en YouTube</b>	24/05/2011	30/08/2009	17/04/2011	27/08/2011	5/06/2011	6/04/2011	10/01/2011
<b>Redes sociales</b>	Facebook Twitter	Facebook Twitter	Facebook	Twitter Google+	Twitter	Facebook Twitter	Facebook

## Alcances

Esta investigación resultará de utilidad para las empresas que consideran incluir a YouTube como punto de contacto con su público objetivo, al permitirles conocer de qué forma se crean comunidades y cómo se interactúa en dicho canal.

Asimismo será una herramienta para la comunidad educativa, quienes obtendrán un soporte teórico para analizar y comprender el medio social YouTube en la era de las nuevas tecnologías.

# METODOLOGÍA

## Metodología de la investigación

### 1. Investigación Exploratoria

Con la que se delimitó la muestra de vlogeros salvadoreños a analizar y se obtuvo una comprensión global de la cultura de los vlogs.

### 2. Investigación Descriptiva (cualitativa)

El estudio se llevó a cabo a través de la descripción de las actividades, procesos e interacciones productor/audiencia que se dan en Youtube, con el objetivo de conocer así las situaciones y comportamientos predominantes.

Las herramientas de investigación utilizadas fueron cualitativas:

- **Observación.** Del contenido de vlogs salvadoreños y mexicanos.
- **Entrevistas.** De vlogeros salvadoreños para conocer sus motivaciones, experiencias, retroalimentación offline, inspiración, insights y construcción del “yo” a través de su vlog.
- **Análisis del discurso del texto sobre el video.** La participación de la audiencia se hace evidente en los comentarios que se escriben acerca del video. Esta es parte esencial en la interacción productor/audiencia y audiencia/audiencia.
- **Monitoreo de los medios complementarios al vlog.** Especialmente el seguimiento a las redes sociales (Facebook, Twitter) de los participantes, para observar las interacciones que ahí desarrollan.

Se utiliza “estudio de casos”, en donde se reúnen los datos a partir de una muestra de sujetos, de la cual se extraen generalizaciones sobre la población en general.



## **Entrando en el contexto de los vlogs**

Los video blogs o vlogs surgen a partir de sus predecesores, los “blogs”, que son sitios web en los que el autor escribe sobre temas de su interés. Los video blogs utilizan el recurso audiovisual para el mismo objetivo: opinar sobre temas personales, políticos, sociales, de entretenimiento, etc. Su proliferación ha sido posible mediante el uso de YouTube y otras plataformas que permiten subir videos a la web.

La historia de los blogs en la Internet comenzó precariamente en la década de los 90 con foros donde se participaba a través de mensajes publicados por usuarios registrados. Más tarde evolucionan a su forma moderna, como diario de vida en línea o electrónico. El primero de estos diarios apareció en 1995, propagándose velozmente la popularidad del formato. El término weblog fue acuñado por Jorn Barger en 1997 y en mayo de 1999 Peter Merholz fue la primera persona en utilizar el término abreviado “blog”. Los diarios en línea aún son ampliamente populares, sobre todo entre los jóvenes y estudiantes, que los utilizan para relacionarse y compartir con sus círculos más cercanos. (Misrespuestas.com).

Antonio Crambroner en el prólogo del libro “La revolución de los blogs”, nos dice: “el inmenso repositorio de conocimiento, opiniones y noticias que es la blogósfera rápidamente se puso en la mira de las empresas con negocio en Internet (...) dinamizaron enormemente el ranking de los resultados de las búsquedas de Google y otros motores, revolucionando las técnicas de posicionamiento y creando grandes posibilidades de marketing para ellos” (Orihuela, 2006).

Asimismo, expone que de acuerdo a Andrew Grumet, las cuatro características fundamentales para entender los blogs son: su diferencia con las páginas web tradicionales, la facilidad para ser publicados, el torrente de contenidos que representan y un renovado uso de las viejas tecnologías (Orihuela, 2006).

Así, los blogs son la plataforma para difundir un diario en línea y los bloggers o blogeros (en su adaptación al español) son quienes ahí escriben.

Con el surgimiento de YouTube, las opciones para “bloggear” se ampliaron al incluir audio y video, dando lugar a un sinnúmero de opciones para quienes han convertido a esta herramienta en una forma de comunicación diferente, divertida y popular.

Los videoblogs son bitácoras en las que se postean videos (Orihuela, 2006). Los blogs que incluyen audio y video se transformaron en video blogs o “vlogs” y sus creadores se transformaron en video bloggers, vloggers o vlogeros (en español).

Esta investigación se concentra en los vlogs salvadoreños, pero para su comprensión será necesario hacer referencia al antecedente de los vlogs mexicanos más populares. El éxito de los video blogs ha sido tan grande en el país azteca, que más del 50% de todas las suscripciones en YouTube se debe a los vlogers (El blog de Carlos Raúl, 2011). Fueron los vlogeros mexicanos quienes marcaron la pauta del estilo y de tópicos que se abordan en los vlogs nacionales.

Los cuatro vlogs mexicanos más famosos\* en YouTube son Werevertumorro, No me revientes (Yayo Gutiérrez), Hector Leal Vlogs y BenShortStuff (Héctor de la Hoya). Cada uno con un estilo propio, aunque todos abordando temáticas cotidianas de manera cómica.

Según el blogero Carlos Raúl (El blog de Carlos Raúl, 2011) “vlogers como Werevertumorro o Yayo sentaron las bases en el mundo de los vlogs, por lo que cientos de personas en estos momentos están tratando de imitarlos. Cada vez es más frecuente para los usuarios de YouTube encontrarse con algún vlog al realizar una búsqueda de videos, es muy probable que salga alguno de los famosos o una persona intentando convertirse en uno de ellos”.

\* Al momento de realizar esta investigación los vlogs mencionados se encontraban entre los vlogs mexicanos más vistos en YouTube.

Estos vlogeros mexicanos se han convertido en verdaderas celebridades de YouTube, llegando a tener millones de seguidores, como es el caso de Werevertumorro, quien ha llegado a realizar el "Werevertumorro Show", una gira a nivel nacional recreando el vlog en vivo.

Estos jóvenes vlogeros que tienen entre 20 y 25 años se han convertido en la inspiración de muchos otros, quienes han empezado a subir sus videos a YouTube, siguiendo un estilo similar al de sus vlogers favoritos, desencadenando una fiebre vlogera que ha tenido eco dentro y fuera de su país.

El surgimiento y éxito de los vlogs en El Salvador no ha sido tan apabullante como en el caso mexicano. Sin embargo, existen iniciativas de jóvenes vlogeros como es el caso de Cheroger123, ChávezVlog, Molovans, de quienes se hablará a lo largo de esta investigación.

No existe ningún trabajo previo sobre video blogs en El Salvador, por lo que esta investigación se centrará en el trabajo realizado por 5 vlogeros salvadoreños en YouTube, con el objetivo de describir a través de sus vlogs, el proceso de iniciación, la creación del "yo" del vlogger, así como la formación de comunidades, manifestaciones de la cultura y prácticas de consumo en este sitio web.

## ACERCAMIENTO TEÓRICO

Luego de un período de observación de la dinámica de los vlogs en YouTube, se pudieron distinguir claramente las etapas que forman parte del proceso de creación y construcción de este tipo de comunicación.

Las etapas identificadas, que no necesariamente guardan un orden consecutivo, son:

<b>Re-conocimiento</b>	<p>Consiste en la reflexión que el vlogger hace de sí mismo ante la cámara: fisionomía, comportamiento, voz, gestos, etc.</p> <p>McLuhan (1970)* atribuye este proceso a las posibilidades que los medios electrónicos ofrecen. El reconocimiento, según el teórico, se da en el momento de volver a ver el video, en el que el sujeto se observa y se conoce.</p>
<b>Creación de la “fachada”</b>	<p>Al encontrarse ante una audiencia desconocida y lejana, a la cual el vlogger no puede adaptarse debido a su heterogeneidad, este se ve obligado a crear una “fachada” con la cual presentarse a su público. La fachada es explicada por Goffman como la apariencia del actor y su modo idiosincrático de desempeñar el rol (Guevara, 2010). El proceso de creación de la fachada ante esta audiencia invisible es a lo que se refiere esta sección.</p> <p>Josua Meyrowitz (1985) lo explica como “situacionismo” que se refiere a la importancia de la contextualización de los hechos. Por tanto, se infiere que, ya que el internet ha favorecido que existan múltiples contextos simultáneamente, esto permite también a los usuarios adoptar múltiples fachadas, dependiendo de las opciones que se presentan.</p>
<b>Formación de comunidad</b>	<p>El contenido que los vloggers generan está dirigido a una audiencia, - anónima y/o distante - que, entre más numerosa, confiere mayor representatividad y relevancia al vlog. La audiencia se convierte en el motor que da vida al blog.</p> <p>Según Castells, una de las características de las comunidades en internet es que generan sociabilidad, relaciones y redes de relaciones humanas. Por tanto, el tamaño de estas comunidades, favorece la interacción entre sus miembros y el despliegue de los temas e intereses comunes.</p>
<b>Manifestaciones de la cultura</b>	<p>Los temas de los que se habla en los vlogs, hacen referencia a situaciones sociales con las que la audiencia puede identificarse, compartir u opinar. La forma en la que se abordan se convierte en un medio de transmisión y manifestación de la cultura.</p> <p>De acuerdo con Marshall McLuhan, los medio de comunicación, como las tecnologías en general, inciden en la incesante transformación de la ecología cultural de las sociedades, derivándose inevitables cambios culturales. Los medios - sostenía McLuhan - configuran nuestra conciencia y experiencias (Islas &amp; Arribas). El cambio tecnológico se encuentra íntimamente asociado con los procesos de transmisión del legado cultural de todas las sociedades.</p>

\* Análisis realizado en 1970 durante una entrevista televisiva en el programa “Family Theatre” del Fr. Patrick Payton

## MODELO DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Como resultado de la observación de los blogs mexicanos, se construyó el modelo que se muestra a continuación, el cual recoge criterios de análisis aplicables a los vlogs salvadoreños, así como la interacción que se genera a través de estos.

<b>Vlogero</b>	<b>Vlog</b>
<p>1. <i>Significados</i></p> <p>2. <i>Iniciación</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Motivaciones</li> <li>- Influencias</li> <li>- Expectativas</li> <li>- Creación del yo</li> </ul> <p>3. <i>Interacción</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de comunidad</li> <li>- Formas de interacción</li> </ul> <p>4. <i>Vlogeros salvadoreños</i></p>	<p>1. <i>Concepto y tipos</i></p> <p>2. <i>Apariencia</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos técnicos</li> <li>- Escenarios</li> <li>- Secciones / métodos del vlog</li> </ul> <p>3. <i>Temáticas</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cotidianas</li> <li>- Personales</li> </ul> <p>4. <i>Vlogs Colaborativos</i></p>

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Es necesario delimitar desde un principio los conceptos de vlog y vlogero. Al vlog se le define como la instancia técnica y al vlogero como la instancia humana. El primero es el resultado de la acción del segundo. Ambos han sido analizados de acuerdo al modelo presentado anteriormente.

### VLOG

#### 1. Concepto y tipos

Los vlogs son una forma de comunicación que se facilitó gracias a las opciones que YouTube ofrece a sus usuarios. YouTube asigna un “canal” a todos aquellos usuarios que tienen una cuenta en la plataforma.

En términos estrictos, un vlog es el conjunto de varios videos en los que el autor plasma un criterio u opinión sobre un tema. Sin embargo, en términos prácticos, se le llama vlog a cada video individual que un vlogero sube a su canal en YouTube.

YouTube clasifica los videos de acuerdo a diversas categorías. Los vlogs, en YouTube, pueden clasificarse como: comedia, consejos y estilo, gente y blogs, y ocio (YouTube.com, 2011).

Por otra parte, los vlogeros también clasifican el estilo de su vlog. Entre los más comunes se encuentran:

- a. **Comedia.** En el cual los vlogers abordan una temática cualquiera desde una perspectiva cómica, para lo cual recurren a diversidad de recursos como imitaciones, sketches, chistes, etc.
- b. **Reflexivo.** Son vlogs en donde el contenido está ligado a las experiencias personales del productor. Suelen tener un tono más serio y el vlogero destaca aspectos íntimos de su vida.
- c. **Religioso.** El fondo de estos vlogs está relacionado a un contenido religioso, aunque también se recurre a un tono casual y cómico.

#### 2. Apariencia

Esta categoría de análisis se refiere a los aspectos visuales y técnicos del vlog, así como de la estructura del mismo.

- a) **Recursos técnicos:** la edición es una de las herramientas que permite que el ritmo del vlog sea dinámico, atractivo y diferente –o muy parecido- a otros, ya que es utilizada como un sello personal de cada vlogero.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Para que la edición del video sea adecuada, los vlogers deben aprender a utilizar programas que les permitan alcanzar sus objetivos. Por otra parte, la calidad de la imagen del video también es relevante: los vlogers se esfuerzan por entregar videos en HD\* como parte de su compromiso con la audiencia. Por ejemplo, ChávezVlog (<http://www.youtube.com/user/ChavezVlog>) empezó su vlog en abril de 2011 con una cámara de video convencional, cinco meses después y para ofrecer un mejor producto a sus suscriptores, adquirió una cámara HD, lo que a su vez lo obligó a utilizar programas de edición más modernos.

En el caso de la vloger Tamara García (<http://www.youtube.com/user/Piinkii5862>), la ausencia de edición se ha convertido también en parte distintiva de sus videos, ya que considera que “si hago cortes, no se transmite lo que de verdad sentí en ese momento”, por lo que ha optado por realizar sus videos en una sola toma, aún cuando esto implica grabar hasta 7 veces cada vlog.

Por tanto, la edición es una de las herramientas con las que cuentan los vlogeros para generar el tono y estilo que buscan para cada video.

- b) **Escenarios:** La habitación del bloguero es, en la mayoría de los casos, la locación en la que se lleva a cabo la filmación. Un espacio privado donde el protagonista se siente cómodo y puede desenvolverse con familiaridad. No es inusual que el fondo del plano sea una habitación desordenada donde se ven claramente objetos personales, como posters de equipos de fútbol, libros, armarios e incluso su cama.

---

\* HD es la sigla en inglés para High Definition (alta definición) que se refiere a la calidad de video que es de mayor y mejor resolución que la calidad estándar. Para lograr entregar videos en HD, los vlogeros deben utilizar cámaras y sistemas de edición más sofisticados.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS



Cheroger en el video "Niños presumidos y niñas locas!" (<http://www.youtube.com/watch?v=2u73-lpIT74>)



El vlogero Tony en su video "Primer video RANDOM" (<http://www.youtube.com/watch?v=2u73-lpIT74>)

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS



Tamara García en su video "2 temas" (<http://www.youtube.com/watch?v=ccJPPLYH750&feature=plcp>)

Si bien las locaciones pueden variar y situarse algunas veces en espacios exteriores, lo más común es que se filme dentro de sus habitaciones o en un espacio dentro de su propia casa. Se recurre a locaciones externas cuando lo requiere el tema del que se habla en el vlog, pero esto dificulta la grabación al implicar la intervención de una segunda persona, dificultad que no existe al filmarlo en la privacidad de sus habitaciones.



## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS



El vlogero Alex en su video "Programas Televisivos!" (<http://www.youtube.com/watch?v=RS1JLzAMe4o&feature=plcp>)

Por otra parte, cuando los videos se realizan en espacios que el vloger considera "privados" muestra un mayor nivel de intimidad con la cámara, ya que se siente cómodo y en confianza. Las locaciones cumplen un doble objetivo: la conveniencia y seguridad del vloger y el compartir con su audiencia ese espacio "privado".

TonnyVlogs (<http://www.youtube.com/user/TonnyVlogs>) explica por qué prefiere grabar en su cuarto: "Quizá porque es el espacio más personal de cada uno de nosotros. Porque no creo que te vayas a sentir igual de cómodo estando en tu cuarto, que es tu espacio, es tu cueva por decirlo así, donde vos te sentís seguro que, estando en la sala o en el cuarto de tus papás, o en el corredor".

Con el objetivo de obtener privacidad al momento de grabar el vlog, los productores recurren a lugares desacostumbrados, como el caso de Piinkii5862 (<http://www.youtube.com/user/Piinkii5862>) quien realizó uno de sus videos en el baño; y también, a montar escenografías inusuales, como ChávezVlog quien se presenta en un fondo bastante colorido en su video "Raras Reacciones".

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS



La vlogera Tamara García en su video "El Amor y una dura y cruda confección...!!!"  
([http://www.youtube.com/watch?v=O2A\\_YTRP1OA&feature=plcp](http://www.youtube.com/watch?v=O2A_YTRP1OA&feature=plcp))



ChavezVlog en su video "ChávezVlog.- Raras Reacciones"  
(<http://www.youtube.com/watch?v=gf0JBNYJgx8&feature=plcp>)

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

c) **Secciones del Vlog:** Los video blogs, por lo general, abordan un tema específico en cada video. Sin embargo, existen otras partes o secciones que conforman la totalidad del video vlog:

- Bienvenida
- Introducción
- Presentación del tema
- Desarrollo del tema
- Despedida

Los vlogs inician con un saludo o bienvenida del vlogero a su audiencia, que incluso puede llegar a convertirse en una especie de slogan que lo identifica. Tomando como ejemplo a Cheroger123 quien hizo de la frase: "Hola chicos locos llenos de locura, ¿Cómo están?" un saludo reconocido. ChávezVlog por otra parte, inicia sus videos diciendo: "¿Te la vas a comer?". Estos saludos pueden establecerse como estándar a medida que el vlog va avanzando.



**GissellMorales** 'Gissell Morales

Me encanta esta frase: 'Chicos locos llenos de locura' .

@cherogerson

17 minutes ago

Retweeted by cherogerson

La siguiente parte del vlog es la introducción. A medida que el vlog se va asentando y va ganando reconocimiento, es común encontrar una "intro" que cumple la función de presentar el vlog, a la manera de un programa televisivo. Por lo general, las "intros" cuentan con una serie de imágenes del vlogero en combinación con música y el nombre de canal. Estas introducciones no suelen durar más de 15 segundos. El uso de una presentación inicial indica a la audiencia que el vlogero ya tiene cierta experiencia y permite también juzgar el nivel de profesionalismo del mismo, de acuerdo al atractivo de los efectos utilizados en la edición. No necesariamente la introducción es la misma en cada video y no todos los vlogs estudiados cuentan con una.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS



Introducción utilizada por TonnyVlogs para su video.

Es común que los vlogers se tomen los primeros minutos del vlog para hacer una reflexión sobre las reacciones a su último video o para esbozar alguna cuestión que no tiene relación con el tema que se tocará en el actual vlog. Por ejemplo, Tamara García en su video “2 temas J” da una explicación de su ausencia de las cámaras antes de iniciar con el contenido del vlog:

“Hello everybody, me llamo Tamara García y estamos desde mi canal. Hoy, el audio se va a oír diferente. Sí, es porque...vea. Hoy ando maquillada, sí ando maquillada –wow, esa es una sorpresa-. Me acaban de operar y todo está saliendo tal y como está planeado. Y estoy súper contenta de estar haciendo video blogs porque desde hace semanas que no subía y, el video que subí martes es viejo. Sí, es viejo. Mañana es 15 de septiembre, para muchos países es el día de la independencia, pero deberíamos estar alegres por eso porque ahora somos países independientes pero realmente muchas personas no saben valorar el país en el que están, pero así toca. ¿Tema de hoy? Tengo 2 cositas que decirles: vamos a tocar 2 temas...” (García, 2011).

Una vez finalizada la introducción, continúa la presentación del tema del que se hablará en el video. Aunque en la generalidad de los casos, el tema se anuncia desde el título del video, el vlogero también utiliza un espacio dentro del mismo para comunicarlo. Aquí algunos ejemplos:

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

### ChávezVlog.- El Noviazgo (VloggerTube)

VloggersTube 6 vídeos   Suscrito 



Introducción del tema del video "El noviazgo" de ChávezVlog



Alex introduce el tema de su video "5 niveles de cómo ser fresca".

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS



Tonny presenta el título de su video “Mis (disque) secretos”.

El desarrollo de las temáticas abordadas, por lo general, requiere de:

- **Monólogo.** Le facilita al vlogger establecer aspectos y situaciones relacionadas con el tema a cubrir. Los vloggers toman momentos de la vida cotidiana y los relatan desde su perspectiva.
- **Personificaciones.** Para agregar un toque humorístico, los vloggers encarnan en su vlog a los personajes que tienen alguna intervención en su día a día: mujeres, padres de familia, maestros, amigos, etc.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS



ChávezVlog dramatiza cómo plancharse el pelo en su video “ChávezVlog.- Obsesiones”.



Luis García de Molovans personifica a una mujer en el video “LA MODA BB!!”.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

### 3. Temáticas

Se pueden distinguir dos temáticas claras de las que se habla en los vlogs salvadoreños: cotidianas y personales.

- a) **Temáticas cotidianas:** los vlogs se convierten en un medio de entretenimiento que ejemplifica situaciones del día a día vistas a través de los ojos de sus autores.

Las temáticas cotidianas tienen que ver con experiencias generales como la escuela, los amigos, redes sociales, etc. Con ellas se busca que la audiencia se identifique de manera que aporte a la conversación a través de sus propias experiencias.

Usualmente, los vloggers utilizan un estilo humorístico para hablar sobre temáticas cotidianas. Algunos de los temas de los que los vloggers salvadoreños han hablado son: chicas fresas (Molovans), momentos embarazosos (Chávezvlog), “que estudien los ignorantes” (Cheroger123), adicciones (MyAlexProductions), las “pajas” (TonnyVlog), tipos de hombres (Piinkii5862).

La gran mayoría de los vloggers salvadoreños han optado por un estilo humorístico para presentar las temáticas que abordan. Por otra parte, la vlogera Tamara García hace énfasis en que su vlog es más reflexivo y serio, ya que pretende dar el punto de vista de una adolescente sobre numerosos temas:

“Benshorts tiene a los Benshortianos, tiene la hora del conejo, tiene el bote de las películas. Héctor Leal tiene su intro, tiene a los Hectorianos. Werevertumorro tiene su crew, tiene su súper intro. Jaguar-u también tiene su intro súper chiva. Khaeli tiene las locuras. Sandy Coben tiene los labios rojos y el pelo más rojo que nunca. Ixpania tiene otro pelo rojo y el de ella sí es comedia, creo. El de Cheroger es de comedia pero a lo cristiano, respetando a todo el mundo, dándote a entender que la vida la tenés que vivir. Y el mío, es acerca de reflexiones, acciones y cosas que me pasan cotidianamente. ¿Te gusta? bueno, si no, también.” (García, 2011)

- b) **Temáticas personales:** están relacionados con aspectos de la vida íntima de los vloggers. Aunque es poco común encontrar un video dedicado a una temática personal entre los vloggers cómicos, es posible que se incluya un espacio dentro de alguno de sus videos o un video completo en el que haga referencia a detalles sobre su vida privada, como en el caso de ChavezVlog en “Pedro Antonio llamado de atención” en el que solicita la contribución de sus compañeros de escuela para su amigo Pedro Antonio. Kerin Chávez, el vlogger, también utiliza su canal como un medio de comunicación con el objetivo de crear conciencia ante un problema ajeno a cierta parte de sus suscriptores.

Otro ejemplo de un video con temática personal es “Recorrido en Xsia Joven” de MyAlexProductions en el que el vlogger nos muestra, junto a sus amigos, una caminata hacia un centro comercial. Este video presenta un contenido inusual, ya que su objetivo es únicamente mostrar un episodio particular de la vida del vlogger.



## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

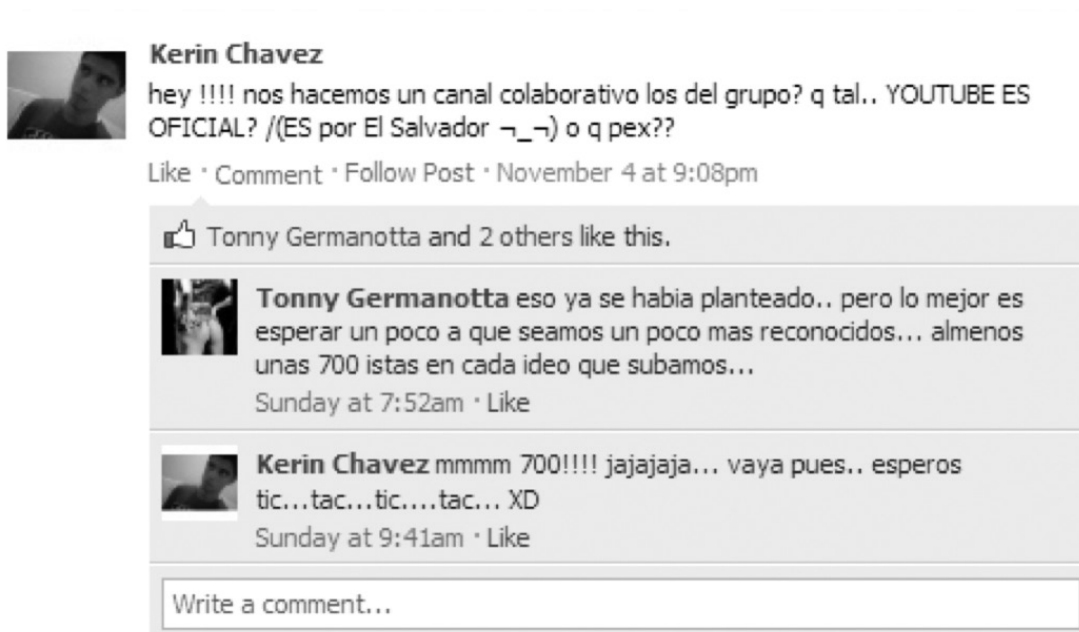
La exposición de temáticas personales es excepcional en el caso de los vlogers de comedia, ya que estos separan su vida de sus vlogs. Por el contrario, en el caso de los vlogeros “reflexivos”, son este tipo de videos los que conforman la totalidad de su canal.

#### 4. Vlogs colaborativos

Los vlogs colaborativos surgen de la unión entre dos o más vlogeros y pueden funcionar mediante dos mecánicas:

- a) **Canal.** Requiere de la participación de por lo menos 4 productores. Semanalmente se establece un tema del que cada vloger aportará su propio punto de vista. Por tanto, a cada uno le corresponde un día de la semana en el que deberá subir un vlog de acuerdo al tema seleccionado.

Este tipo de vlog requiere de mucha responsabilidad y disponibilidad de parte de los participantes, ya que es una actividad adicional a la de su canal individual. En El Salvador se conoce de dos iniciativas de canales colaborativos: VlogersTube y ElSalvadorVlogers, ninguna de las cuales permanece activa.



Conversación extraída del grupo “YouTube El Salvador” en Facebook.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

- b) **Colaboración.** Es la participación de otro/s vlogero/s en el video de un tercero. Esta intervención sucede en muy pocas ocasiones, por lo que no implica un compromiso a largo plazo de parte de ninguno de los vlogeros y no suelen ocurrir con mucha frecuencia.

En la comunidad de vlogeros salvadoreños se han realizado varios esfuerzos de colaboraciones. Uno de los principales ha sido el vlog “Cáncer de mama” de Tamara García, en donde participaron 6 vlogeros quienes hablaron sobre la enfermedad.



Tamara García explica cómo surge la iniciativa del video colaborativo “Cancer de Mama/ Youtube El Salvador”.

Cheroger123 también ha realizado un vlog colaborativo. En el video “Cómo conseguir novio: para ellas!” Jaguar-u, un reconocido vloger mexicano quien ha sido un importante soporte para el proceso de construcción del vlog del salvadoreño, intervino dando consejos para la audiencia del salvadoreño.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS



Jaguar, el vlogero invitado por Cheroger para su video "COMO CONSEGUIR NOVIO: PARA ELLAS!".

## VLOG

El vlogero es la instancia humana de los vlogs y quien se presenta ante la comunidad YouTube, construyendo su identidad como vlogero y su particular forma de interacción.

La gran mayoría de vlogers salvadoreños ronda entre los 14 y 25 años. Son jóvenes que tienen aproximadamente un año de haber iniciado un vlog en el cual mantiene activo subiendo videos por lo menos una vez al mes.

Javier Díaz, de 19 años, lo explica de la siguiente forma: "ser un vlogero es estar subiendo videos tuyos cada cierto tiempo definido, siguiendo más o menos un mismo formato; cada vlogero tiene su propio formato y va haciendo sus vlogs con un mismo estilo" (Díaz, 2011).

De acuerdo al grupo de Facebook "YouTube El Salvador", cuando se realizó esta investigación existían 35 vlogers salvadoreños activos, algunos de ellos residentes en Europa y México. Estos jóvenes se han convertido en una comunidad comprometida con su papel de vlogeros nacionales. Exponen sus puntos de vista con estilos que van desde la comedia hasta lo religioso, en una de las plataformas web más vistas alrededor del mundo, identificándose como salvadoreños. Pero ¿de qué forma se convirtieron en vlogers? ¿Qué hay detrás de las cámaras?

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

### I. **Iniciación**

Es el primer paso que llevó a los jóvenes salvadoreños a incursionar en el mundo YouTube. Las motivaciones, influencias, expectativas y discurso detrás de cada productor son personales y únicas. A continuación describimos los resultados obtenidos a partir de las entrevistas con los siguientes vlogeros salvadoreños:

1. Cheroger123 – Gerson Cañizales
2. ChavezVlog – Kerin Chávez
3. MyAlexProductions – Alex Callejas
4. Piinkii5862 – Tamara García
5. TonnyVlogs – Tonny Hernández
6. Molovans – Luis García
7. JaviDayz – Javier Díaz

- a) **Motivaciones.** La curiosidad, el aburrimiento y las actuaciones de otros vlogeros, particularmente los mexicanos, son las principales motivaciones que han llevado a estos jóvenes salvadoreños a convertirse en productores de videos en YouTube.

Antes de ser vlogeros, los jóvenes que deciden incursionar en esta actividad han participado activamente en YouTube y se encuentran familiarizados con la dinámica de los blogs al ser suscriptores de otros vlogeros, en su mayoría mexicanos. Este conocimiento de primera mano les incentiva a integrarse a la comunidad YouTube como productores.

Un vlog generalmente no surge de manera premeditada, con un objetivo y rumbo claro. Los vloggers graban y suben su primer video con expectativas pesimistas “principalmente yo creí que me iban a caer como 500 trolls, mis expectativas eran bastante bajas” (Tonny Hernández).

A medida que reciben views, comentarios y suscripciones, se incentivan a continuar produciendo más y mejor contenido:

“Yo estaba bien nervioso subiéndolo, hasta lo pensé todavía cuando en YouTube sale ‘subir video’ lo busqué, lo seleccioné y me quedé: ‘¿Lo subo? ¿No lo subo?’ Estaba nervioso por eso. Hasta que me decidí ‘Vamos a probar’ dije ‘si me caen más malas críticas pues ya no sigo y si me caen buenas...’ y hasta el momento, como te dije me han caído buenas críticas y por eso también seguimos” (Luis García).

Los objetivos que los vlogeros persiguen corresponden al tipo de vlog que establecen. En el caso de los vlogs de comedia, su principal objetivo es entretener y entretenerse: “divertir a la gente: tanto divertimos nosotros, como hacer reír a la gente también” (Luis García). En el caso de los vlogs de temática personal, los jóvenes buscan dar a conocer su punto de vista. Tamara García, una de las principales representantes femeninas de los vlogs salvadoreños y que se ha posicionado

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

como “vloguera reflexiva”, afirma que una de sus principales motivaciones “eran como unas ganas de desahogarme, de darle a entender al mundo una vista o perspectiva diferente a lo que ellos pensaban o algo así, como a dar mi propia opinión para que la gente me escuchara”.

b) **Influencias.** Se han identificado dos influencias clave en el proceso de inicio de un vlog:

a. **Otros vlogeros.** Especialmente los vlogs de comedia mexicanos y españoles ejercen una fuerte influencia en los productores locales. Personajes como Werevertumorro, Héctor Leal, Benshorts, Yayo Gutiérrez e Ixpanea han sido inspiración para la gran mayoría de los vlogers salvadoreños.

Su influencia es fácilmente detectable a través del tipo de edición utilizada, frases o palabras que los caracterizan y que son, hasta cierto punto, imitadas por los salvadoreños.

Por ello, uno de los principales retos de los vlogeros nacionales es encontrar un estilo singular que los distinga y los separe de la gran cantidad de vlogeros mexicanos.

b. **Amistades.** El grupo cercano de amigos de los vlogeros salvadoreños por lo general detecta en ellos cierta habilidad ya sea de edición, comunicación o expresión y los motivan a subir sus creaciones a YouTube. Tamara García comenta cómo fue su experiencia:

“Le comenté a una amiga ‘mirá este vlog, mirá estos vlogeros, mirá, éste tiene buen mensaje’ y me dijo ‘¿Y por qué vos no hacés uno ya que te gustan tanto?’ y yo me quedé como ‘bueno, puede ser’”.

De igual manera, los amigos de los vlogeros tienen una participación muy activa en el planteamiento de temas, desarrollo de contenido y creación de la comunidad, compartiendo los videos de sus amigos con otras personas a través de diferentes plataformas.

c) **Expectativas.** Los vlogeros salvadoreños entrevistados para este estudio son jóvenes entre los 14 y 26 años que han iniciado su canal como un experimento. Los buenos resultados que puedan llegar a obtener gracias a sus videos tales como reconocimiento, suscriptores o incluso dinero, son todas ganancias adicionales y no planificadas.

A nivel individual, los vlogeros coinciden en que “Tal vez, algún día, me digan ‘¿Querés ser partner\*?’ pero por el momento lo hago por diversión, lo hago para desestresarme y lo hago porque me encanta” (Tamara García).

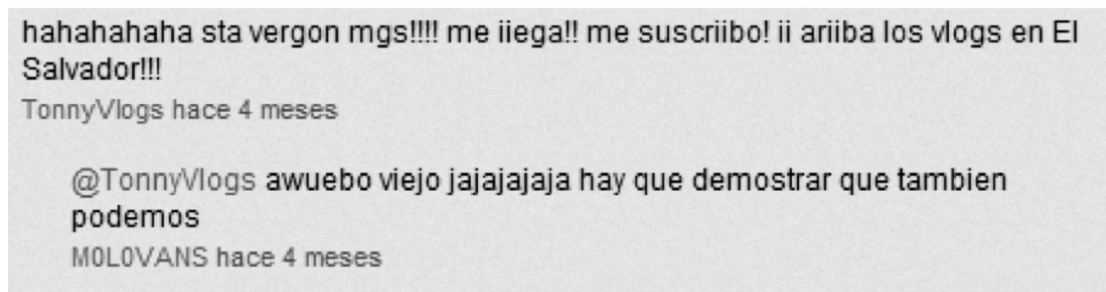
---

\* El programa de Partners de YouTube está conformado por aquellos productores de video quienes cuentan con más de 1500 suscriptores y más de 5 mil reproducciones. Estos productores reciben remuneración de parte de YouTube por cada reproducción de sus videos, lo que se convierte en un incentivo para los aspirantes a formar parte de esta comunidad.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

JaviDayz, por su parte, considera que “está bien que sigan haciendo este tipo de videos (vlogs) porque casi no hay en el país y YouTube es una red tan grande, y es una manera bastante buena de darse a conocer o de dar a conocer tu pensamiento”.

Existe una conciencia grupal de los vlogeros salvadoreños y una identidad compartida. Se consideran la punta de lanza de una comunidad vlogera nacional que puede proyectar el talento joven a nivel internacional: “también para demostrar que no solo otros países pueden superarse en esto de YouTube. Nosotros también internacionalmente podemos darnos a conocer, somos un país chiquito pero también podemos hacer que esto crezca y demostrar que podemos” (Luis García).



Conversación entre vlogeros extraída de la sección de comentarios en YouTube.

Para Gerson Cañizales, los vlogs son una opción que ofrece diversas ventajas para la comunicación de mensajes positivos a una audiencia joven y multicultural “si los vlogers salvadoreños que estamos ahorita continuamos así, en unos años vamos a llegar lejos, porque esto está empezando”. Para Cheroger, quien busca transmitir a los jóvenes mensajes positivos con un enfoque religioso, los vlogs son la alternativa que superará a la televisión en el futuro y serán el medio ideal para llegar a una audiencia amplia que busca nuevos medios para entretenerse.

Las expectativas a futuro de los vlogs salvadoreños son positivas. Según Tamara García, “ha cambiado mucho mi perspectiva, ahorita sí lo veo en grande porque somos un montón, entonces somos como unidos, no estamos dispersos. Eventualmente vamos a seguir creciendo y vamos a darnos a reconocer ya sea tanto en el país como en el extranjero”.

“Antes estábamos limitados con la televisión, o sea necesitabas el mediador que era como el noticiero, y ahora el mediador ya no hay. Vos podés poner tu contenido, lo que querrás y siento que es bastante eficaz” (Javier Díaz). Los vlogs son considerados por sus productores como el futuro del entretenimiento. Aseguran que los jóvenes ya no consideran la televisión como una opción y que eventualmente será sustituida por el contenido que YouTube ofrece.

- d) **Formación de la fachada.** Cada vlogero tiene un estilo particular el cual se va definiendo video a video. La formación de la personalidad o de la fachada del vloger lo distingue del resto y le otorga un sello personal y único. Encontrarse ante una audiencia invisible y desconocida es lo que los impulsa a establecer una fachada constante con la cual presentarse.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Gerson Cañizales confirma que Cheroger, el vlogero, es un personaje “yo, en la vida real no grito tanto, ni muevo tanto las manos, soy así sólo cuando estoy frente a mis amigos”, sin embargo, considera que su personaje está basado en una exageración de sus propias características. Alex Callejas de MyAlexProductions coincide con Gerson “todos tenemos un personaje interno y yo le estoy metiendo un poco de mí mismo, porque hay gente que hace su personaje que es bien entretenido y en la vida real es bastante reservado o algo callado. Mi personaje es más gracioso de lo que soy en la vida real”.

Un factor común entre los vlogers de comedia es el adoptar un personaje con el fin de divertir más a su audiencia. Molovans, un grupo de vlogeros compuesto por 4 personas lideradas por Luis García, explica: “Nosotros, los cuatro somos un personaje, no crean que somos así de bayuncos toda la vida, no vamos a andarle haciendo chiste a todo”. Kerin Chávez de Chavezvlog está de acuerdo y reconoce que “Chavezvlog es un personaje, Rabieta Bizarro es un personaje, lo que busco es darle nuevas formas de entretenimiento a la audiencia”.

Por otra parte, los vlogers más reflexivos como Tamara García y Tonny Hernández, consideran que se presentan ante su audiencia en YouTube tal cual son ordinariamente: “Yo soy una persona, me gusta ser yo mismo frente a la cámara y detrás de la cámara. Las mismas bayuncadas que digo frente a la cámara las digo cuando estoy frente a mis amigos” (Tonny Hernández).

“Soy una persona, trato de ser lo más sincera posible en ello y trato la manera de ser yo misma” es lo que Tamara García, autora del vlog MartesMiércoles comenta sobre sus apariciones en YouTube. El objetivo es lograr una conexión auténtica con su audiencia.

## 2. Significados

Para los vlogeros, ser catalogados como tal es importante, ya que los ubica como personas cuya opinión puede volverse más relevante en comparación a quienes no tienen esa proyección pública. Consideran que aumenta su capacidad de influir en el público, a medida que va creciendo su número de suscriptores.

Al mismo tiempo, ser vlogero les confiere una gran responsabilidad, “tenés que cuidar mucho lo que vas a decir, porque tenés que recordar que lo que vos pensás no es lo mismo que la gente piensa y tenés que aprender a respetar eso” (Tamara García).

La percepción de su finalidad como vlogero varía de acuerdo al estilo utilizado. Los vlogeros de comedia le dan mucha importancia a levantar el ánimo y a entretener a su audiencia. Kerin Chávez, vlogero de comedia, afirma que su misión es “sacar una sonrisa aún en los momentos difíciles”.

Los vlogeros con un estilo más reflexivo estiman que ser vlogero implica acompañar a su audiencia, actuando como “una persona que da a entender y que pone sus pensamientos en un video para ser escuchado por los demás y que las demás personas sientan que no están solas” (Tamara García).

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

### 3. Interacción

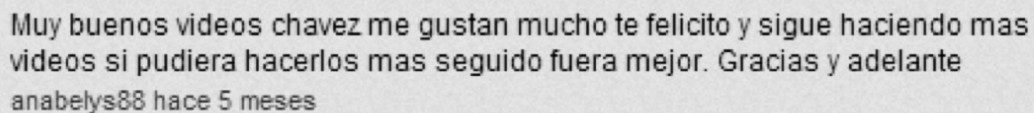
Se refiere a las diferentes formas en que se da el contacto cibernético entre vlogero-audiencia, o audiencia-audiencia en el contexto del vlog, ya sea a través de YouTube o de otras plataformas web como Facebook o Twitter:

#### a) Creación de la comunidad.

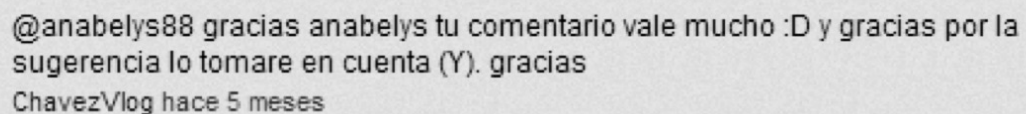
Los vlogeros catalogan a la audiencia salvadoreña como poco activa en YouTube. Con esto se refieren a que se limitan a ver los videos, pero no participan en los demás momentos de interacción, como por ejemplo, dando likes, comentando, pero principalmente compartiendo en otras redes sociales. Luis García resume: “La gente es bien haragana, porque vos hacés un video y lo ponés, pero la gente solo lo ve y no lo pasa”.

Kerin Chávez considera que parte del problema es cierto paradigma que niega el reconocimiento del talento nacional: “En cada metro cuadrado de nuestro país hay un talento, lo que no existe es la promoción a ese talento, el reconocimiento. Ese es el problema”.

Por otra parte, Cheroger123 hace una distinción entre las personas que conviven en YouTube y explica que “están los que hacen los videos; están los que participan: ven, comentan, comparten y recomiendan los videos; están los que solo ven los videos y están los que trolean”. Todos ellos son necesarios en la interacción en la plataforma, sin embargo, los que más benefician a los vlogeros son aquellos que participan más activamente, haciendo críticas constructivas y compartiendo el contenido de sus vlogeros preferidos.



Muy buenos videos Chavez me gustan mucho te felicito y sigue haciendo mas videos si pudiera hacerlos mas seguido fuera mejor. Gracias y adelante  
anabelys88 hace 5 meses



@anabelys88 gracias anabelys tu comentario vale mucho :D y gracias por la sugerencia lo tomare en cuenta (Y). gracias  
ChavezVlog hace 5 meses

Comentario en YouTube en el video: ChávezVlog. El noviazgo (para los hombres).

Otro de los inconvenientes que los vlogeros han detectado es la gran cantidad del público que no posee una cuenta en YouTube, lo que no les permite comentar, dar like, agregar a favoritos, ni suscribirse a ningún canal. Esto es negativo para los vlogeros, ya que reduce considerablemente la participación de la audiencia en esta plataforma.

Es por esto que los vlogeros insisten en que la audiencia salvadoreña es sumamente pasiva “aquí no existe la promoción: la gente solo ve el video, pero no lo comparte” (Kerin Chávez). Esto exige a los vlogeros estar presentes en medios como Facebook y Twitter en los que su audiencia sí tiene una cuenta y se posibilita la interacción con estos.



## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Los vlogeros reconocen que existen dos formas para crear comunidad en YouTube:

1. **Recomendación.** Cuando amigos, suscriptores, viewers, etc., comparten el vlog con otras personas a través de redes sociales, chat, YouTube u otros medios. Según los vlogeros salvadoreños esta es la opción menos común.
2. **Auto-promoción.** El vloger se encarga de crear los medios para promover y compartir sus videos: Fan Page en Facebook, Twitter, YouTube, MSN, Chat de Facebook, Skype, etc., con el objetivo de acercar el video a su círculo cercano.



Publicación en la Fan Page de M010vans promoviendo el video "HALLOWEEN, OH YEAH!!"

### b) Formas de interacción.

Aunque YouTube ofrece alternativas para la interacción como "Favoritos", "Me gusta", "No me gusta", "Comentarios", "Suscribirse", "Mensajes", etc., los vlogeros consideran que la audiencia salvadoreña no está acostumbrada a utilizar dichas herramientas y prefiere interactuar a través de Facebook y/o Twitter.

Por esta razón, los vlogeros promueven sus redes sociales, en donde su comunidad tiene rápido acceso a sus videos y demás contenido, y donde se facilita la interacción.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS



Cheroger invita a sus viewers a darle "Like" a su Fan Page en Facebook.

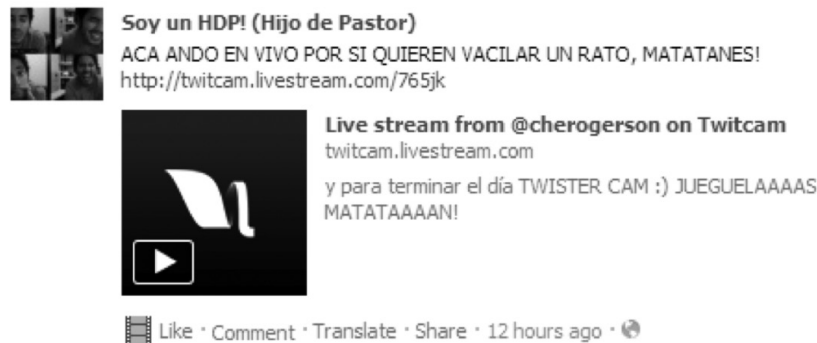


Javidayz incluye su usuario de Twitter en el video como invitación para que sus viewers lo sigan en esa red social.

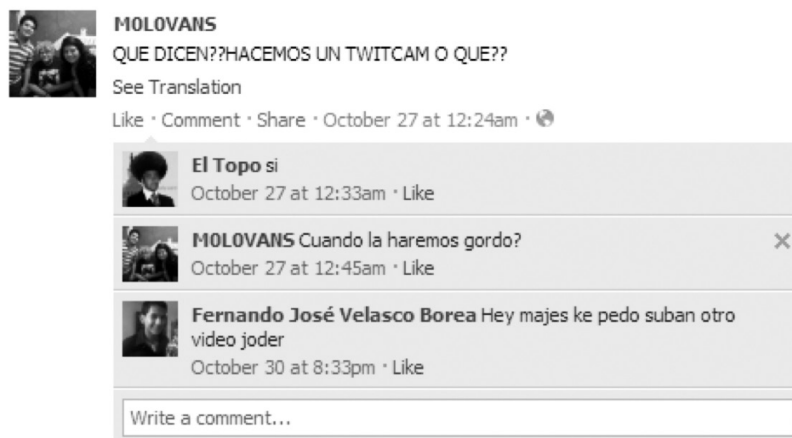
## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

“La comunidad en YouTube es más variada. Los contactos que tengo en YouTube son con vlogeros, más que todo. Y en YouTube, vos te podés suscribir pero no es recíproco y, en las redes sociales, es más cercano todo, hablás con la gente” (Javier Díaz).

La clave para la creación y mantenimiento de la comunidad de seguidores consiste en mantener activas todas las redes que posee el vlogger, interactuando a través de las alternativas que ofrecen: Chat, Muro, Twittcam, Grupos, etc.



Gerson Cañizales invita a sus fans en Facebook para que se unan a la Twitcam y puedan interactuar en vivo con él a través de Twitter.



Publicación en la Fan Page de Facebook de MOLOvans.

Los vlogeros consideran que el nivel de participación de la audiencia es considerablemente mayor en redes sociales como Facebook y Twitter. Por tanto, prefieren hacer sus videos visibles en dichas plataformas “porque son una herramienta de promoción” (Tonny Hernández), aun cuando YouTube ofrece alternativas para la interacción: “Los comentarios más que todo me los hacen en Facebook y me cae mal que hagan eso porque, o sea, estando la sección ‘comentarios’ abajito del video en YouTube, ¡los ponen en Facebook!” (Tonny Hernández).

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Esto dificulta la labor de construcción de comunidad para los vlogeros, ya que los comentarios o likes que reciben en esas plataformas no se incluyen en las estadísticas que presenta YouTube y tampoco existe la opción de suscribirse al canal del productor.

Contar con Facebook y Twitter se hace entonces necesario para la auto-promoción de los videos y para facilitar la participación de la audiencia. Luis García explica:

“El 50% de mis reproducciones creo que son de Facebook. A la gente como que le da pereza ir a YouTube. Los ven más rápido en Facebook, en mi muro, y les cuenta la reproducción. Por eso a veces es más fácil tener las dos redes. Y en Twitter también, porque a veces le dan RT y entonces así también se va regando un poco más el video”.

Javier Díaz, del vlog Dayzofourlives comenta que “ocupo mi medio de apoyo primario Twitter, porque ahí la gente que no te conoce te puede dar follow y también la que te conoce, entonces es más fácil y también vas posteando todo”.



Interacciones en Twitter entre el vlogero Javier Díaz y una seguidora.

Por tanto, es indispensable contar con redes sociales que sirvan de apoyo para la interacción con la audiencia, ya que facilita compartir contenido y comentarios. Un vlog no se limita al contenido en YouTube, sino también a los demás medios en los que se generan interacciones.

### 3. **Vlogeros salvadoreños**

La comunidad de vlogeros salvadoreños se ha ido fortaleciendo paulatinamente gracias a los aportes de sus miembros más activos. Mientras esta investigación se llevó a cabo, se han organizado dos actividades trascendentales para su fortalecimiento.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

- I. **Creación del grupo YouTube El Salvador en Facebook.** Gerson Cañizales es el creador de este grupo que ha logrado reunir, a la fecha en que finalizó esta investigación, a 37 vlogeros salvadoreños que participan activamente en el grupo publicando videos, haciendo comentarios en las producciones de sus compañeros, generando ideas de vlogs colaborativos, diseñando elementos de identificación grupal, etc.



Propuesta de camiseta para los miembros de YouTube El Salvador publicada en el grupo de Facebook con el mismo nombre.

La mayoría de vlogeros salvadoreños al comenzar a realizar sus videos suponían que eran los únicos en dedicarse a ello en el país. Al percatarse que son más de 30 jóvenes salvadoreños con idéntico medio de expresión y similares inquietudes se ha generado más identidad grupal y un fuerte sentido de pertenencia.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS



**Tamara Garcia**

Les contare algo :\$ muchas cosas tanto buenas como malas me han llegado a Raiz de hacer videos... desde Troleadas hasta a conocerlos... y crearme... nunca me he arrepentido... porque Gracias a hacer videos encuentre a mas personas como yo en cierto sentido... somos una peque;a comunidad relativamente unida... y pues he hablado con muchos de ustedes y me han agradado tanto... (menos Tonny u.u) pero bueno! en serio Gracias por siempre tener los brazos abiertos para mi :D por ayudarme en lo necesario... y por hacer reir y reflexionar a los que estan viendolos (me incluyo) :D me atrevo a decir que les he tomado cari;o inmenzo sin ni siquiera verlos... pero si hablamos puras cotorras xD :) Gracias a Gerson Canizalez es que llegamos a conocer mas Vloggers y Youtubers... :D asi qie persigan sus sue;os... sigan haciendo videos... y a poner el nombre de El Salvador en alto... :)

Like · Comment · Follow Post · November 1 at 6:01pm

Tamara Garcia, Gerson Canizalez, Tonny Germanotta and 4 others like this.



**Tonny Germanotta** ah tan linda ella hahaha

November 1 at 6:02pm · Like · 1



**Tonny Germanotta** gracias x la tiradera :D y si me ha gustado lo que has puesto xq yo pienso exactamente = ha sido un placer enorme haberlos conocido a todos ustedes animales feos haha

November 1 at 6:03pm · Like · 2



**Tamara Garcia** te quiero Monter!

November 1 at 6:03pm · Like



**Tamara Garcia** si muero ma;ana no muero arrepentida!

November 1 at 6:03pm · Like · 1



**Tamara Garcia** si muero ma;ana no muero arrepentida!

November 1 at 6:03pm · Like · 1



**Tonny Germanotta** haha lo de feos es slo para gerson y la tamara :D haha yo trbn te kiero bichita :P

November 1 at 6:03pm · Like · 1



**Michelle Santos** tb teamoo mami XD

November 1 at 6:04pm · Like



**Tamara Garcia** el que? como asi?

November 1 at 6:04pm · Like



**Coloxo Tuxero** Aw..... me llego al alma enserio me llego.... EN SERIO NO BROMEO...

November 1 at 6:04pm · Like · 1

Publicación de Tamara García realizada en el grupo de Facebook "YouTube El Salvador".

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

La actividad en el grupo es frecuente y la participación de sus miembros es notable. El grupo se ha convertido en una herramienta de promoción para cada vlogero y, al mismo tiempo, una forma de recibir retroalimentación y consejos de sus pares.



Publicación de Salvador Aoki en el grupo YouTube El Salvador:

2. **Reunión de vlogeros salvadoreños.** El 12 de noviembre de 2011 se llevó a cabo la primera reunión de vlogeros salvadoreños. Cuatro vlogeros se dieron cita en un centro comercial de la capital con el fin de conocerse en persona y compartir sus experiencias. La convocatoria se hizo a través de Facebook y la respuesta fue positiva, aunque la asistencia no fue la esperada.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

The image shows a screenshot of a Facebook event page. At the top, the Facebook logo and search bar are visible. The event title is "1ª Reunion de Vlogers de El salvador" and it is marked as a "Private Event". The event details include: Time: Saturday, November 12, 12:30pm - 7:00pm; Location: galerias; Created By: Alex Prd; More Info: Por favor Si van a ir a la reunion CONFIRMEN. On the left side, there is a list of 17 attending members: Tony Germanotta, Leda Romero, Tamara Garcia, Chicky Rodriguez, Alex Prd, Luigi X Faluby, Cesar Castillo, and Alex Arias. Below the event details, there is a "Share" section with options for Post, Link, Photo, and Video, and a text input field "Write something...". A post by Tony Germanotta is visible, with the text: "para que no tengan dudas!!! estaremos de 12:30 a 12:45 en la entrada de galerias... de alli nos moveremos para donde se nos courra movernos .. si llegan despues de esa ora hechen un timbrazo a "ALECKS" xD o a mi persona! les dejo mi # x si las moscas 76515321.... yo llegare como a las 9 xq tengo unas ondas que hacer xD pero aha" ya estan informados... :3". Below the post, it says "Like · Comment · about an hour ago" and "Tonny Germanotta and Beatriizz Henderson Maslow like this." with a "Write a comment..." input field.

Evento en Facebook "Reunión de vlogers salvadoreños".

Los vlogeros salvadoreños están haciendo esfuerzos por concretar su unidad de grupo. A la fecha, la interacción entre los miembros de YouTube El Salvador se mantiene constante, reforzando la identidad grupal.



## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS




**Alex Prd**


Se recuerdan la reunion...

Bueno la cosa es qe Necesito sus NUMEROS DE TELEFONOS y EI NOMBRE DE SUS CANALES! Solamente Muchas grax! Aqui dejo el Mio 7641-7463

Si no lo qieren dejar aqui Envienme un mensaje POR FAVOR... Muchas gracias!!!

Like · Comment · Follow Post · Saturday at 10:32pm

 Coloxo Tuxero likes this.

 View all 6 comments



**KEvin RIvera** mi # nu me lo puedo xD es muy complicado ademas creo q sta en arabe hahahaha... mi canal TheHack006

Sunday at 6:34am via mobile · Like



**Tonny Germanotta** 76515321 claro!!! ya tengo el mio...

Sunday at 7:48am · Like

Write a comment...

Publicación de Alex Callejas en el grupo "YouTube El Salvador" en Facebook.

## CONCLUSIONES

Aunque cada vlogero tiene distintas motivaciones, todos se toman su labor muy en serio. Ser vlogero no se trata de un hobby o de una acción aislada en su vida. Ser vlogero es un trabajo a tiempo completo que incita a estos nuevos líderes de opinión a mantenerse atentos a lo que sucede a su alrededor a modo de obtener de su realidad inmediata los insumos que les permitan generar una conexión real con su audiencia virtual. En cierta medida, los vlogeros se convierten en traductores de la cotidianidad, articulando situaciones y encarnando personajes con los que una audiencia heterogénea y generalizada pueda identificarse, pero integrando a su vez aspectos culturales específicos del vlogero y su contexto.

La capacidad de un vlogero para diferenciarse del resto está ligada a su aptitud para la creación de una “fachada” distintiva. La personalidad que el vlogero adquiere ante su audiencia deberá ser única y genuina con el fin de diferenciarse entre la multitud de vlogeros. Con el objetivo de alcanzar este “yo”, tienen dos opciones: crear un personaje con el cual presentarse ante su comunidad virtual anónima, el cual a la vez les permita ser reconocido de forma constante a una audiencia desconocida y variada. La otra alternativa es presentarse de manera auténtica, usando de referencia la forma en que se relacionan con sus amistades, persiguiendo transmitir de ese modo cercanía y familiaridad a sus espectadores. Este proceso se perfecciona gradualmente a medida que el vlog se desarrolla.

Los vlogeros pronostican que Youtube superará a la televisión en el futuro. Justifican esta afirmación en la superioridad de YouTube en aspectos como flexibilidad de horarios, contenidos y en la posibilidad de interactuar de manera directa con quienes producen el contenido, eliminando las barreras de lejanía y “estrellato” que impone la televisión. YouTube convierte a personas normales en íconos de entretenimiento con los que la audiencia puede identificarse fácilmente y además generan nuevas y mejores dinámicas de comunicación entre “famoso” y “audiencia”.

Un vlog no está conformado únicamente por los videos que el productor pone en YouTube, sino también por todas las interacciones que se dan en torno a estos en plataformas como Twitter y Facebook. Los vlogeros consideran que si bien YouTube ofrece diversas herramientas para interactuar, la audiencia prefiere utilizar otras redes sociales para comentar y compartir los videos. Esto dificulta la labor de crear comunidad en YouTube, por lo que los vlogeros deben mantenerse activos en múltiples redes para satisfacer a su audiencia. Por tanto, las generaciones actuales demandan que las interacciones en la web no se limiten nunca a una sola plataforma.

Los vlogs se convierten en una fuente de información para comprender cuáles son los temas que se barajan entre la juventud, así como el uso del lenguaje, referencias visuales y moda que pueden ser utilizados para analizar las manifestaciones de la cultura de un determinado grupo o país. Ya que los temas de los vlogeros están basados en sus propias experiencias cotidianas que estiman generalizables, las conversaciones que se generan a través de los vlogs brindan un acercamiento a la realidad interpretada desde la perspectiva de los jóvenes.

YouTube permite analizar hacia dónde se dirige el consumo de entretenimiento y qué es atractivo a las nuevas generaciones. A partir de este estudio, se puede concluir que los jóvenes tienden a preferir espacios en los que ellos puedan controlar el contenido que quieren ver, así como la hora y el lugar en que lo consumirán. Además, buscan identificarse con figuras cercanas que puedan considerar sus pares con los que puedan establecer vínculos y formas de comunicación directas, sin mediadores. Estos personajes estarían presentes en sus demás esferas sociales en la web, manteniendo activa la comunicación por diferentes vías, generando relaciones horizontales y casuales.

## CONCLUSIONES

Los vlogeros han encontrado un público interesado en su contenido: los jóvenes. En El Salvador, los vlogeros describen a su audiencia como personas interesadas en entretenerse a través de personas con las que se sienten identificadas, que los representan y que saben que son auténticos –que no tienen una agenda impuesta por otros-. Los vlogeros representan entonces una parodia o una reflexión de los temas que resultan importantes para este segmento de la sociedad.

Con el auge de YouTube como plataforma, con el éxito de los vlogeros mexicanos y con la demanda que ésta forma de entretenimiento ha adquirido, el futuro de los videovlogs parece prometedor. La opción que YouTube ofrece a los productores con importantes cantidades de suscriptores y reproducciones para convertirse en “partners” es un incentivo adicional para los vlogeros de producir más y mejor material para obtener una remuneración económica del gigante de los videos en internet. Esto también abre una importante oportunidad y un nuevo canal de comunicación para marcas, productos y empresas interesados en el segmento juvenil.

Los vlogs reúnen las características que los jóvenes buscan para entretenerse: son clips cortos, accesibles en cualquier momento, actualizados constantemente, generan identificación, los hacen parte de una comunidad, utilizan recursos audiovisuales, promueven la interacción, son fáciles de compartir; hablan de contenido que les resulta interesante utilizando un lenguaje casual y empático. Estos atributos son apreciados por la audiencia de los vlogs, quienes son pioneros en la búsqueda de nuevas opciones de entretenimiento. Los vlogs se han adaptado perfectamente al gusto y exigencias de los jóvenes consumidores de internet, esto explicaría por qué han adquirido la popularidad con la que gozan, sobretodo en países como México y España, donde el consumo de internet es significativamente más alto que en nuestros países.

## BIBLIOGRAFÍA

Linares, J. (8 de Febrero de 2011). **Qué es un Vlog: bloggeate.com**. Recuperado el 30 de Junio de 2011, de bloggeate.com: <http://bloggeate.com/2011/02/08/video-blogs/que-es-un-vlog-entendiendo-vlogs-Ira-parte/>

Welsch, M. (2009). **The Machine is (changing) us: YouTube culture and the politics of authenticity**. Nueva York.

Misrespuestas.com. (s.f.). **Qué es un blog: Misrespuestas.com**. Recuperado el 5 de Septiembre de 2011, de Misrespuestas.com: <http://www.misrespuestas.com/que-es-un-blog.html>

El blog de Carlos Raúl. (4 de Febrero de 2011). **La moda de los vlogs o vlogers en YouTube**. Recuperado el 5 de Septiembre de 2011, de El blog de Carlos Raúl: <http://subtier.blogspot.com/2011/02/la-moda-de-los-vlogs-o-vlogers-en.html>

Chávez, K. (23 de Septiembre de 2011). (L. Romero, Entrevistador)

Canizales, G. (29 de Septiembre de 2011). (L. Romero, Entrevistador)

García, T. (7 de Noviembre de 2011). (L. Romero, Entrevistador)

Callejas, A. (8 de Noviembre de 2011). (L. Romero, Entrevistador)

García, L. (12 de Noviembre de 2011). (L. Romero, Entrevistador)

Hernández, A. (12 de Noviembre de 2011).

Díaz, J. (22 de Noviembre de 2011). (L. Romero, Entrevistador)

Meyrowitz, J. (1986). **No sense of place**. Oxford University Press.

Universitat Oberta de Catalunya. (2001). **Internet y la sociedad Red. Internet y Libertad**. Catalunya: UOC.

YouTube. (Mayo de 2006). **Acerca de:YouTube**. Recuperado el Mayo de 2011, de sitio web de YouTube: [http://www.youtube.com/t/about\\_youtube](http://www.youtube.com/t/about_youtube)

Linares, J. (s.f.). **Qué es un vlog - Entendiendo los vlogs (Ira Parte): Bloggeate.com**. Recuperado el Mayo de 2011, de Bloggeate.com: <http://bloggeate.com/2011/02/08/video-blogs/que-es-un-vlog-entendiendo-vlogs-Ira-parte/>

Islas, O., & Arribas, A. (s.f.). **Los blogs en el imaginario de la educación de la sociedad 2.0 . Diálogos de la comunicación , 2.**

Guevara, J. M. (24 de Agosto de 2010). **¿Cuál es tu fachada personal?** Recuperado el 22 de Marzo de 2012, de En busca de Antares: <http://enbuscadeantares.com/2010/08/24/%C2%BFcual-es-tu-fachada-personal/>

Orihuela, J. L. (2006). **La revolución de los blogs**. Madrid: La esfera de los libros.

### (Footnotes)

1\* Análisis realizado en 1970 durante una entrevista televisiva en el programa "Family Theatre" del Fr: Patrick Payton



