

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

IDENTIDADES TRANSFORMADAS: YOUTUBE Y SUS NUEVOS IDENTIFICADORES EN
NIÑOS DE 8 A 10 AÑOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ROMÁN GÓMEZ DE
MARINILLA.

CONSTANCE PAULINE ARIAS CIRO

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

COMUNICACIÓN SOCIAL

RIONEGRO-ANT

2018

1. ANTECEDENTES

La acelerada era digital, ha generado cada vez más influencia en la vida de las personas, por esta razón, han aparecido miles de inquietudes y que muchos investigadores se pregunten por los cambios que tienen sobre la vida diaria de las personas. Algunas investigaciones, como la de Prensky (2001), quien se refiere a los «nativos» y los «inmigrantes» digitales, y otras más de educación superior, que demuestran la importancia de estudiar este tipo de sucesos, que permitan comprender la relación entre plataformas y la posible transformación de identidad o creación de nuevas identidades contemporáneas en niños. Es por esto que los estudiantes quieren buscar una respuesta a esta realidad y entender sus efectos e impactos.

Artículos como el de Reneé de la Torre, (2002), “*Crisis o revaloración de la identidad en la sociedad contemporánea*”, donde reflexiona sobre el cambio que las nuevas tecnologías de la comunicación introducen en los procesos de creación de las identidades contemporáneas y hace esa relación comunicacional entre identidad y la web, mostrando que a partir de allí se crean nuevas interacciones que van a producir unos nuevos intercambios de culturas y, por lo tanto, de identidades.

Estudios como el de Bringé y Sábada (2010) profesores de comunicación, realizado en España donde efectúan una investigación para explicar la génesis y el desarrollo del proyecto *Generaciones Interactivas*, en el cual analizaron a través de una encuesta, el uso y valoraciones acerca del internet por parte de cerca de 13mil niños españoles en el año 2010, que fue titulada “*NIÑOS Y ADOLESCENTES ESPAÑOLES ANTE LAS PANTALLAS: RASGOS CONFIGURADORES DE UNA GENERACIÓN INTERACTIVA*” para esta investigación se aplicó

dentro de su metodología, la realización de encuestas y de esta manera poder comprobar que esta generación está muy de cerca y se divierte en lo digital, pero que, de esta misma forma, está expuesta a muchos riesgos, y que necesita relacionarse más con la vida real. Concluyen que se necesita de los padres, profesores, nuevas empresas, para que los niños aprendan a utilizar el internet como algo que les proporcione conocimientos y no como una plataforma que los aisle.

Un estudio que hace el Dr. Javier Fernández en el año 2014 “*Hábitos de uso y conductas de riesgo en Internet en la preadolescencia*”, donde evidencian no solo el uso que los jóvenes y niños le están dando a plataformas web, redes sociales y en general el internet, sino que también ponen en evidencia lo que es un hecho y es que el 90% de los preadolescentes mienten sobre su edad para poder acceder por ejemplo a una plataforma web YouTube, y tener acceso a diferentes contenidos que no son aptos para su edad.

Un planteamiento importante es también el de Prensky (2001), quien se refiere a los «nativos» y los «inmigrantes» digitales. El «nativo digital» es aquella persona que ha nacido rodeada de las nuevas tecnologías y que, desde los primeros años de su vida, está prestado a utilizarlas. Por el contrario, el «inmigrante digital» es una persona que no ha crecido con el uso de estas tecnologías y que, por diversas razones, ha tenido que aprender a utilizarlas. En definitiva, para el «nativo digital» estas tecnologías son una cosa natural, algo así como su «lengua materna», mientras que para el «inmigrante digital» es una «lengua extranjera», lo que hace que, en ocasiones, no las dominen del todo y muestren cierto «acento» (Prensky, 2001: 2).

Además, está también el planteamiento de Islas, (2010), “*INTERNET 2.0: EL TERRITORIO DIGITAL DE LOS PROSUMIDORES*”, donde se definen los prosumidores como un resultado de la web 2.0, donde ya no va solo el consumir, sino que la persona también

produce, y es exactamente lo que permite YouTube, personas que crean contenido y que a la vez consumen.

Otro autor para tener en cuenta es a Zaroni, (2008), en su libro “*Imperio Digital*” donde hace un análisis de las nuevas tecnologías y toda esta era digital, lo que él llama web 2.0, donde ahora somos no solo consumidores, sino también productores de contenido. Hace un planteamiento sobre los niños y el internet, diciendo que toda esta interacción hace un cambio no solo en su comportamiento, sino en su identidad y su forma de pensar.

Teniendo en cuenta estas investigaciones, podemos concluir que la relación entre los niños y las plataformas web, es cada vez más directa y que trae consigo varios cambios que deben ser visualizados y estudiados. Lo que sí es poco estudiado, es si en realidad esta relación con la plataforma YOUTUBE y el constante consumo de videos de influencers digitales, genera una transformación en la identidad de los niños y cambia algún aspecto a lo largo de su crecimiento personal.

La idea de encontrar la relación y la transformación de identidad con respecto a los niños y las plataformas web, genera una nueva investigación.

2. PLANTEAMIENTO EL PROBLEMA Y PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

2.1 Planteamiento del problema

Las nuevas tecnologías, entre estas las plataformas web, - mediáticas, útiles, que brindan entretenimiento y/o nuevas formas de aprendizaje-, vienen influenciando enormemente a la sociedad actual en su cotidianidad. Al ser una herramienta tan visitada, que ha innovado en las

formas en que nos comunicamos e interactuamos con el mundo, resulta importante conocer las nuevas transformaciones que implican. Aunque sin duda toda esta era informática ha traído miles de beneficios, también han surgido ciertas transformaciones, sobre todo cuando es por parte de los niños de quienes viene ese acceso, porque mientras más temprano sea el contacto, mayores transformaciones se pueden generar.

Aunque el acercamiento por parte de los niños a esta plataforma, no se ha definido ni catalogado entre negativo o positivo, queda claro que sin un uso adecuado, se generan mayores transformaciones y por ser plataformas que dan pie a un sin número de interacciones, permitirle a un niño que sea él quien decida qué y cuánto quiere ver, puede aumentar el grado de impacto que genera este tipo de acceso. De esta manera, también queremos evidenciar que si se da un mal uso y es un niño el que controla el tipo de acceso, no todo serán solo transformaciones, “El control de los padres sobre el uso que hacen los niños es escaso; los padres se preocupan poco y se enteran bastante poco de lo que hacen sus hijos en internet” (Garitaonandia, Garmendia, 2007). La utilización de herramientas que permiten estar en contacto con otros, sin hacer un filtro de personalidades, donde no sabemos qué tipo de persona es la que accede, (porque cualquiera puede hacerlo), puede resultar no solo un sitio peligroso para que niños menores de edad naveguen sin restricción alguna, sino que también pueden generar una nueva creación en sus identidades en cuanto al acceso que tienen por el contacto con otro tipo de intersubjetividades. En la actualidad es más fácil para los niños, acceder a este tipo de plataformas virtuales y usarlas de forma más constante, pues cada vez es más cotidiana la interacción con estas. Esto ha generado que sea más normal para los padres que sus hijos accedan con facilidad a estas herramientas y hagan uso con regularidad.

El hecho de que cada vez haya más accesibilidad a internet en un hogar, permite y hace que este uso sea parte del qué hacer de una familia, y que los niños también se vean influenciados a hacer uso de estas.

Las plataformas web, específicamente hablando de YouTube, el sitio por excelencia para alojar y ver videos, recibe millones de visitas a diario, y aunque la plataforma cuenta con restricciones de ciertos contenidos a los menores de edad, esto no impide que de alguna manera logren hacerlo. De esta manera, entre más contacto haya con la plataforma web, podría haber mayor posibilidad de transformación en su identidad.

Las nuevas tecnologías de comunicación, han entrado de manera inmediata en los niños, esto definitivamente implica un cambio e introduce un nuevo proceso en la creación de identidades. Según De la Torre, (2002), en su artículo “Crisis o revaloración de la identidad en la sociedad contemporánea”: estas nuevas identidades se construyen tanto por pertenencia a un espacio social como por referencia simbólica al universo de imágenes mass mediáticas con las que interactúa diariamente.

El avance tecnológico de la comunicación ha transformado la esencia de los procesos de interacción social y ha incrementado los canales de producción y transmisión cultural, y si a eso le sumamos que la identidad es un concepto relacional, que se crea a partir de prácticas intersubjetivas entre los individuos y la sociedad, podemos entender o dimensionar el alto impacto que puede generar en los niños acceder y hacerlos usuarios protagonistas de plataformas tan grandes como YouTube, donde tienen acceso directo a diferentes transmisiones culturales y a una interacción social en mayor medida.

Relacionar nuevas tecnologías, específicamente YouTube, y una condición como la identidad, van cada vez más de la mano, pues una por un lado permite interactuar, y la otra requiere ser reconocida por los otros, atendiendo a esas interacciones sociales. De esta manera, se puede

comprender como una plataforma como YouTube puede convertirse en un espacio comunicacional, que puede conformar una nueva identidad en la sociedad de los pequeños consumidores digitales.

Con la idea de identidad se llega casi de forma paralela, a la idea de cultura, entonces podemos replantear lo que dice De La Torre (2012) cuando plantea “un buen número de las identidades contemporáneas se nutren de registros culturales que se producen más allá de las instituciones, las religiones, las civilizaciones culturales, los territorios y los ámbitos familiares”, esto haciendo alusión a las nuevas tecnologías, hablando de YouTube, como ese generador de registros culturales en la creación de esas identidades contemporáneas.

La identidad no es un tema alejado de la comunicación, pues varios autores plantean que esta, se nutre de relatos, y si hablamos de relatos, no es más que un eje comunicacional. Por eso, Fitzgeralds, (1993) plantea que, para los comunicadores, el concepto de identidad puede ser un puente, por un lado, entre el diálogo entre la cultura y comunicación, y por otro, entre los estudios comunicación interpersonal y de comunicación de masas.

Los niños hacen parte de la generación que ha crecido a la par de la tecnología, por esta razón, se hace menos difícil para el niño, no estar en contacto directo con esta. Crecer en un mundo rodeado de tecnología pretende para el niño una adaptación casi perfecta, y muy por encima de sus anteriores, entre ellos padres o profesores.

Prensky (2001), quien se refiere a los nativos y los inmigrantes digitales. El nativo digital es aquella persona que ha nacido rodeada de las nuevas tecnologías y que, desde los primeros años de su vida, está presto a utilizarlas. Por el contrario, el inmigrante digital es una persona que no ha crecido con el uso de estas tecnologías y que, por diversas razones, ha tenido que aprender a utilizarlas. Es así como, para el nativo digital estas tecnologías son una cosa natural, algo así

como su lengua materna, mientras que para el inmigrante digital es una lengua extranjera, lo que hace que, en ocasiones, no las dominen del todo y muestren cierto acento.

Zanoni, (2008) en su libro “Imperio Digital”, no deja de lado esa realidad que es tan común hoy en día, por eso, comienza este libro comentando lo siguiente “El de mis sobrinitos es un mundo sostenido en reglas y costumbres nuevas, portadora de otras culturas y punto de partida para la incorporación de una forma de comunicarse muy distinta de la que nos enseñaron. Y es el mundo en el que el teléfono celular ya no es solo un dispositivo electrónico, sino también un elemento cultural que implica desde la identidad y pertenencia, hasta estatus social”.

Las nuevas identidades se construyen con base en trayectorias y relatos, cuestiones que son pertenecientes en la nueva era digital. La relación entre los niños y la plataforma web YouTube, permite revalorar la identidad que se genera a partir de allí, porque se forma una comunidad y es necesario observar esa relación con los otros y las maneras de transformarse –unos y otros- en esta interacción.

YouTube pasa a ser ese medio entre la interacción de los niños y cualquier otra persona que comparta sus vídeos; esta plataforma hace parte de la Web 2.0 donde según Zanoni, “el usuario toma protagonismo”, y es porque le permite a él qué ver, y hacer retroalimentación si así lo desea.

Marinilla es un municipio que se ha venido desarrollando mucho en los últimos años, y que como en el contexto nacional, está actualizado en cuanto al acceso a internet, permitiendo a los habitantes acceder de forma más fácil. Los colegios y escuelas cuentan con acceso a internet, tienen salas de cómputo que pueden usar los estudiantes. Toda esta accesibilidad puede también generar en los niños un acercamiento directo a las redes. Sin duda es una gran cuestión que merece ser investigada, pues no ha habido otro mejor momento donde ver la relación entre niños

y el internet, porque nunca antes habían estado tan influenciados por este. Sin duda, estar tan inmersos en este mundo, puede generar grandes transformaciones en su identidad.

2.2 Pregunta de investigación

¿Qué transformaciones identitarias se han generado en niños de 8 a 10 años de la institución educativa Román Gómez, a partir del constante acceso a la plataforma web YouTube?

3. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad estamos inmersos en coyunturas de cambio en distintos ámbitos; el desarrollo de los pueblos, las formas de vida, la acelerada era digital que cada vez se apropia más de los quehaceres cotidianos y que cada vez cobra más importancia en los diferentes ámbitos de nuestra vida, tanto social, económico, como científico.

La influencia que tienen las PLATAFORMAS WEB, en la identidad de los niños de Marinilla, es un tema que merece ser investigado. El hecho de que niños que habitan en nuestro contexto, específicamente Oriente Antioqueño, y que han venido cambiando o influenciando su identidad a raíz de plataformas web como YouTube, que es un tema comunicacional, puede afectar o cambiar nuestro entorno. Si se conoce la manera en que se ve intervenida la identidad un niño, por estar en contacto con contenidos que le brinda la tecnología, se podrá hacer un mejor control, y se dará a conocer a sus padres para que aborden el tema de una mejor manera y sacar un mejor provecho, y que estas plataformas como YouTube tengan cambios positivos en la identidad de los niños. Además, al comprender mejor el tema, se podrá abordar de la mejor manera no solo por parte de los padres, sino desde un ente institucional como es la escuela, tomando así los aspectos positivos y aprovechándolos educomunicacionalmente.

Esta investigación nace con el fin de describir los fenómenos que se han dado a partir de las plataformas web, como una de las más importantes está YouTube, que se ha demostrado en los últimos años la gran influencia que tiene esta herramienta digital en la vida de los niños y personas en general, creando así nuevas identidades o enriqueciendo algunas.

Con el presente trabajo se pretende visibilizar este fenómeno digital y los cambios que surgen a partir de una plataforma web donde a través de la comunicación se logran cambios importantes de reconocer en las sociedades y como estas influyen en los diferentes ambientes de la sociedad.

Desde el ámbito científico es importante tener en cuenta como estas nuevas herramientas digitales van influyendo en las formas de vida de las sociedades actuales y cómo a raíz de esto se van transformando las identidades de sus habitantes.

Este proyecto es importante porque permite que se estudien fenómenos globales y nuevas dinámicas sociales, en territorios específicos, donde a partir de esto se pueden reconocer y encontrar nuevas posibilidades que permitan desarrollar nuevas formas de aprendizaje u otras maneras de afrontar estas nuevas transformaciones, y que a partir de esto se brinden herramientas para el desarrollo y el cambio social de estos territorios.

4. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Evidenciar las transformaciones identitarias a partir del acceso a la plataforma web YouTube de niños de la I.E Román Gómez de Marinilla.

3.2 Objetivos Específicos

- Identificar qué tipo de acceso y cuánto tiempo tienen los niños para entrar a la plataforma web YouTube
- Establecer los identificadores de los canales de YouTube más vistos por los niños a través de los índices narrativos y las competencias.
- Retratar las similitudes encontradas entre los niños de la I. E. Román Gómez y los youtubers más vistos por los niños.

4. Categorías apriorísticas

- Nuevas tecnologías
- YouTube
- Identidad contemporánea
- Niños.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1. Marco Teórico

La comunicación desde sus inicios ha sido definida como “poner en común”, lo que podría entenderse como la interacción entre dos o más personas, para poner en conjunto eso que todos tienen en común, se dice que todo comunica, es por eso que la comunicación tiene tanto impacto e importancia en la vida de las personas, y ha intervenido desde sus inicios en su forma de actuar. A lo largo de los años se han impartido diferentes teorías de la comunicación como impulsoras de importancia que tiene y una de estas es la Teoría de los efectos. El estudio de los efectos que tiene la comunicación de masas en la sociedad en general, ha sido estudiado desde principios del siglo XX. Se entendió el poder que han tenido las plataformas web y

comunicacionalmente qué efectos desarrollan determinados contenidos. Entender mejor los efectos que tienen sobre los todos y cada uno de nosotros los medios de comunicación de masas.

Desde la perspectiva funcionalista, nace la manera de entender la comunicación de masas. Desde esa raíz se desprende la revolución tecnológica y seguidamente aparecen las redes sociales, y toda esa era digital. Desde esa perspectiva esta investigación abordara dichos temas, tratando las plataformas web como influenciadoras en la identidad de los niños.

5.1.2 Nuevas tecnologías y relación con los niños

El estudio entre la relación que tienen las nuevas tecnologías y los niños, ha generado interés de investigadores desde las primeras décadas del siglo XX. Desde finales del siglo pasado es cada vez más grande la oferta que tienen los niños para poder acceder a este mundo digital. La comunicación se ha venido transformando, y las plataformas web han entrado en esta transformación.

La nueva era de la información ha diferenciado entre nativos e inmigrantes digitales, a los primeros como aquellos que crecen en toda esta era digitalizada y que aprenden a relacionarse y a verse influenciados por estos; a los segundos como aquellos que se adaptan a esta era, y tienen que aprender a convivir con estas nuevas funciones tecnológicas. De esta manera todos aprendemos de manera distinta a comunicarnos por medio de estas plataformas, es por esto que los niños, tienen más facilidad para acceder a herramientas tecnológicas y que cambien algunas identidades a partir de lo que les generan las redes, que, en cambio otros no tuvieron que enfrentar esos mismos cambios.

Los niños hacen parte de la generación que ha crecido a la par de la tecnología, por esta razón, se hace menos difícil para el niño, estar en contacto directo con esta. Crecer en un mundo rodeado de tecnología pretende para el niño una adaptación casi perfecta, y muy por encima de sus anteriores, entre ellos padres o profesores.

Prensky (2001), quien se refiere a los «nativos» y los «inmigrantes» digitales. El «nativo digital» es aquella persona que ha nacido rodeada de las nuevas tecnologías y que, desde los primeros años de su vida, está habituado a utilizarlas. Por el contrario, el «inmigrante digital» es una persona que no ha crecido con el uso de estas tecnologías y que, por diversas razones, ha tenido que aprender a utilizarlas. En definitiva, para el «nativo digital» estas tecnologías son una cosa natural, algo así como su «lengua materna», mientras que para el «inmigrante digital» es una «lengua extranjera», lo que hace que, en ocasiones, no las dominen del todo y muestren cierto «acento» (Prensky, 2001: 2).

Es importante mencionar que el auge de la tecnología es cada vez mayor, y esto ha implicado que los más pequeños tengan cada vez un mayor acceso y atracción por este elemento tecnológico; la participación activa que tienen los niños en plataformas web es cada vez más visible y notoria que en épocas anteriores. Además, las nuevas tecnologías, como un celular con todas las aplicaciones, le facilita ese acercamiento al menor, y le ofrece mayores posibilidades de lo que lo hacían medios anteriores. Esto genera mayor atención, pues si se utilizan de la manera adecuada, pueden traer cambios tanto para los niños, como para los otros participantes activos en estas plataformas.

“El uso de las redes sociales, como todo en el día a día de los menores, no es una realidad estanca, sino que guarda relación con el resto de su vida. Por ello, ver en qué medida interactúa su perfil de usuario con la utilización que hacen de otras pantallas (móviles, televisión,

videojuegos) y de otros servicios en Internet, puede arrojar luces nuevas que permitan descubrir el modo más eficaz de asegurar que las redes sociales son de verdad una oportunidad para estos jóvenes.” (XAVIER, 2011, 16). Esta apreciación por parte del autor nos demuestra que la vida de los niños ha tenido un cambio a raíz de su inmersión en estos medios digitales, estar en contacto directo, hace no solo que sea parte de un pequeño momento en su día, sino que va cambiando su vida en general, pues el estar tan inmerso en este mundo, cambia su percepción por otros aspectos.

Como consecuencia de esto, la relación entre plataformas web, como un medio de comunicación activo y los niños como participantes activos, merece una supervisión, pues siendo niños los agentes activos, genera una situación preocupante por el saber de qué manera están siendo utilizados y que tanto está influenciado en su vida, el poder hacer parte activa de este mundo digital.

5.1.3. Consumo de plataformas web entre los niños

“Cuando utilizamos el término «consumo» al hablar de pantallas, nos estamos refiriendo a temas relacionados con el acceso y el uso” (XAVIER, 2011, 11).

Es importante saber no solo la manera en que los niños pueden acceder a las plataformas virtual sino también el tiempo que invierten en esto y si tienen o no a alguien que vigile la cantidad de tiempo que pueden estar inmersos en esto.

“El tiempo dedicado a las pantallas demuestra su protagonismo en la vida de los menores, sirvan como ejemplo los siguientes datos publicados en GIE: el 34% declara utilizar Internet más de dos

horas durante los sábados y los domingos, cifra similar alcanzada también en el caso de la televisión” (XAVIER, 2011,57).

La generación actual cuenta con niños que pueden acceder muy fácilmente a las plataformas digitales, un motivo de esto es que son cada vez más los menores que poseen un celular propio o que simplemente tienen en su hogar varios celulares a los que pueden llegar fácilmente y hacer un uso indiscriminado de este. “El teléfono móvil es la pantalla estrella, y la más característica entre los más jóvenes. Las razones que explican esta especial afinidad pueden ser múltiples: más allá de la independencia y de la movilidad que permite, no se puede perder de vista que los menores perciben el móvil como una pantalla realmente personal” Como lo considera el autor Xavier Bringué, el teléfono móvil genera en los menores una sensación de privacidad y de independencia, por esta razón es bastante preocupante que en la actualidad, un menor tenga la posibilidad de ser el propietario de una herramienta tan avanzada como lo es un celular, y que ni siquiera tenga limitaciones sobre su uso, ni ningún tipo de supervisión.

Además de lo anterior, Xavier Bringué, le suma que, muchos de los celulares a los que tienen acceso los menores, no son ni siquiera heredados, la mayoría tienen dispositivos nuevos. “El regalo es la vía de entrada más habitual para conseguir un teléfono móvil, asociado a ocasiones especiales como la Navidad, un cumpleaños, o la Primera Comunión. Casi un tercio de los menores, sin diferencias entre usuarios y no usuarios de redes sociales, lo recibieron de esta manera” (XAVIER, 2011, 39)

5.1.4. Redes sociales más usadas por los niños

Que un menor tenga la posibilidad de tener un teléfono móvil propio le permite llegar más fácilmente a las redes sociales y hacer un uso más frecuente de este, como lo dice Xavier Bringué, 2011, “Como se ha visto antes, la edad inicial de posesión del móvil también ofrece algunas diferencias en función de su mayor o menor orientación a las redes sociales. A edad tempranas, menos de 9 años, los usuarios de redes sociales parecen más precoces, pero son alcanzados por los no usuarios a los diez y once años.”

5.1.5. Transformación de identidad y relaciones sociales a partir de plataformas web por parte de los niños

El uso de plataformas web por parte de los niños supone entrar a un mundo digital que no está hecho para ellos y que al hacer uso de estas puede contribuir a un cambio o transformación de su identidad por consumir contenido no adecuado para su edad. “Como se indicó en el estudio sobre la Generación Interactiva en España, para los menores navegar en Internet es una actividad autónoma, con marcado carácter social y escasa mediación adulta, ya sean progenitores o docentes” (XAVIER, 2011, 65).

La acelerada expansión del internet que permite estar cada vez más en contacto con el otro, ha ocasionado una diferencia en la vida humana, que se ve reflejada en la forma de actuar de niños, adolescentes y adultos y la capacidad de ver y enfrentar el mundo. Como lo plantea el siguiente autor:

“La creciente expansión de internet y las redes sociales ha producido unas transformaciones sin precedentes en la historia cultural de la humanidad, solo comparables al advenimiento de la escritura hace más de 5000 años y a la aparición de la

imprensa en el siglo XV; Facebook, por ejemplo, cuenta con cerca de dos mil millones de usuarios activos” (Sánchez, 2015).

Como también lo plantean algunos autores “Menos frecuentes son los mensajes de rechazo. Así, se favorece la pertenencia y la identificación social y también la exploración y experimentación de su propia identidad personal al exponer sus propias vivencias y opiniones en los temas tratados e incluso plantear sus propias dudas” (Barker, 2009; Lenhart, 2015)

5.1.5 Funciones del Lenguaje en la transformación de identidad

Así mismo, es fundamental resaltar la importancia de la comunicación en este factor que se nos presenta desde la plataforma YouTube, por eso acudiremos Jakobson (1984), desde su apuesta por las funciones del lenguaje, dado que este se emplea con una intencionalidad distinta dependiendo de que foco le queremos dar, si desde el emisor, receptor, el canal, código, el mensaje o contexto como tal. Es así como el autor le da un nuevo significado a este modelo comunicativo donde el *receptor* además de recibir el mensaje, es a quien buscan para influir en su respuesta y conducta y cumple así una *función conativa*; el *emisor* es quien transmite el mensaje y como lo relaciona Jakobson (1984), cumple una *función expresiva* al transmitir además del mensaje, actitud, sentimientos y opinión; por su parte, *el mensaje*, que es la información transmitida, cumple una *función poética* pues consigue darle una forma estética al mensaje para que sea mejor recibida; *el canal* es la herramienta por donde se transmite el mensaje cumple la *función fática* al prolongar el canal de comunicación entre el emisor y receptor; además, *el código* donde se reúnen signos y reglas en la elaboración del mensaje cumple en esta teoría, la *función metalingüística*; por último y no menos importante en la teoría de Roman Jakobson,

aparece *el contexto*, que además de ser la situación que rodea el acto comunicativo, cumple la *función representativa*, que reúne toda la información objetiva sobre el contexto para quien estoy elaborando mi mensaje.

5.2. MARCO CONCEPTUAL

5.2.1. Identidad: La identidad es un concepto relacional, que se crea a partir de prácticas intersubjetivas entre los individuos y la sociedad, podemos entender o dimensionar el alto impacto que puede generar en los niños acceder y hacerlos usuarios protagonistas de plataformas tan grandes como YouTube, donde tienen acceso directo a diferentes transmisiones culturales y a una interacción social en mayor medida.

Identificadores: surge como una táctica para resolver un problema de comunicación. Cada persona tiene identificadores distintos y son llevados a cabo dependiendo de la persona, por eso decimos que estos son recursos que se usan para destacar. Estos identificadores serán abordados desde los índices narrativos y las competencias.

-Índices Narrativos:

- Verbales: Es una expresión lingüística, que, en este caso, es una narrativo audiovisual.
- Objetuales: Cuando se da énfasis a algún objeto que haga parte del espacio.
- Ambientales: Hacen referencia a la provocación del ambiente, la organización del espacio, los objetos que rodean al personaje.
- Icónicos: Fotos, cuadros, tatuajes, afiches, el color, la iluminación. Características que definen la ideología del personaje

- Sonoros: sonidos que acompañan las narrativas.
- Kinestésicos: Lenguaje del cuerpo que nos da señales, indicios de actitudes.
- Accionales: Son los lenguajes que nos hablan sobre formas de pensar, las acciones de los protagonistas son indicios de algo.

-Competencias

- Competencia Paralingüística: Hace referencia a los recursos gráficos, diagramación, la forma de adornar y acompañar el texto. Esto influye drásticamente en la forma como se interpretan las cosas por parte del usuario.
- Competencia Pragmática: Convencer o persuadir a alguien. Nos comunicamos porque deseamos influir en las decisiones, opiniones, conocimientos, actitudes o preferencias de alguien.
- Competencia Lingüística: Permite el entendimiento de las personas, el pensamiento está determinado por el lenguaje.
- Competencia Textual: Redacción, técnica. Al ser un texto requiere comprensión.
- Competencia Quinésica: El cuerpo comunica, la postura, los gestos, el cabello, la mirada, las manos. Con el cuerpo podemos complementar lo que queremos decir. Podemos intercambiar palabras con gestos.
- Competencia Proxémica: Manejo de distancias, distribución de los espacios tiene una intencionalidad.
- Competencia Cronética: Tiempo y espacio. Manejo de la comunicación en el tiempo.

Es también importante hablar de la identidad personal como aquella que establece el temperamento, las actitudes, el carácter de la persona y sus intereses; define su conducta y su sentimiento de pertenencia a determinado grupo social.

5.2.2. YouTube: YouTube, el sitio por excelencia para alojar y ver videos, recibe millones de visitas a diario, y aunque la plataforma cuenta con restricciones de ciertos contenidos a los menores de edad, esto no impide que de alguna manera logren hacerlo.

La relación entre los niños y la plataforma web YouTube, permite revalorar la identidad que se genera a partir de allí, porque se forma una comunidad y es necesario observar esa relación con los otros y las maneras de transformarse –unos y otros- en esta interacción.

YouTube pasa a ser ese medio entre la interacción de los niños y cualquier otra persona que comparta sus vídeos; esta plataforma hace parte de la Web 2.0 donde según Zanoni, “el usuario toma protagonismo”, y es porque le permite a él qué ver, y hacer retroalimentación si así lo desea.

Esta plataforma tiene un modelo de comunicación abierto y cambiante, que le va dando herramienta a quienes la habitan, para adaptarse. Permite feedback y convierte al usuario en prosumer, que es la posibilidad no solo de consumir el contenido que le brinda la plataforma, sino también de producirlo y hacerse protagonista.

5.2.3 Youtuber: personas que se han hecho protagonistas de la plataforma. Generan contenido en la plataforma web Youtube. Los youtubers se han convertido en grandes influenciadores y difusores de información, y grandes promotores en la economía de internet, especialmente para la generación más joven.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1. Tipo de investigación

El enfoque que se utilizará en esta investigación es de carácter cualitativo, como lo explican los autores Blasco y Pérez (2007:25), “la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas”. Lo que permitiría describir las interacciones que tienen los niños con la plataforma web YouTube y los cambios que genera en su identidad.

6.2 Método de estudio

El método de estudio de esta investigación es fenomenológico, ya que parte de una situación específica para describir su realidad, como lo fundamenta Edmund Husserl “La fenomenología es un método que intenta entender de forma inmediata el mundo del hombre, mediante una visión intelectual basada en la intuición de la cosa misma, es decir, el conocimiento se adquiere válidamente a través de la intuición que conduce a los datos inmediatos y originarios”

Por medio de este método investigativo se logrará determinar la experiencia del niño frente a este nuevo fenómeno, además se tendrá en cuenta al individuo como fuente principal para interpretar cada una de las situaciones comunicativas y como son percibidas y así, poder describir su experiencia desde lo subjetivo.

6.3 Alcance

El tipo de investigación será de carácter descriptivo, gracias a que este tipo de estudio permite especificar como se manifiesta el fenómeno de la investigación, y entender los cambios que ha traído esta plataforma web YouTube a la identidad de los niños. Con esta descripción se pretende hacer un acercamiento para lograr entender los cambios y así poder abordar estas plataformas de manera que generen un cambio positivo.

Méndez (2003), indica que la investigación descriptiva “utiliza criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto la estructura de los fenómenos en estudio, además ayuda a establecer comportamientos concretos mediante el manejo de técnicas específicas de recolección de información”. Lo que permitirá que posteriormente sea mejor abordada esta plataforma y se puedan entender estos cambios comunicacionales en la identidad de los niños.

6.4 Población y Muestra

Para realizar esta investigación se tendrá en cuenta como muestra a niños entre la edad de 8 a 10 años, de la Institución Educativa Román Gómez de Marinilla.

Esta parte de la población representa una muestra representativa, probabilística, con carácter de inclusión, ya que para la investigación se tendrán en cuenta a niños de 8 a 10 años que tengan acceso y manejo de la plataforma web YouTube, es vital que la población tenga estas características para lograr la finalidad de esta investigación.

6.5 Técnicas:

Objetivo 1: Identificar qué tipo de acceso y tiempo tienen los niños para entrar a la plataforma web YouTube

Técnica 1: La entrevista no estructurada focalizada, porque de entrada me permitía delimitar, preguntando la edad, y si tenían acceso a YouTube, esto me permitió conocer los niños que tenían las características necesarias para esta investigación.

Técnica 2: Encuesta escrita, porque esta técnica me permite recolectar los datos más importantes para la investigación, que en primera medida sería poder identificar a mi muestra representativa, que son los niños que, si tienen acceso a esta plataforma web, también me permite recolectar opiniones, criterios, actitudes de los niños y de esta forma seccionarlos desde la primera entrada

Instrumento: Cuestionario, ya que mediante este puedo hacer preguntas abiertas o cerradas que me arrojaran la información específica que necesito para la investigación.

Objetivo 2: Establecer los identificadores de los canales de YouTube más vistos por los niños a través de los índices narrativos y las competencias.

Técnica 1: Análisis de contenido, porque de esta manera puedo entrar a la plataforma y conocer los canales y poder registrar esas características identitarias de los youtubers más vistos por los niños.

Instrumento: Matriz de análisis, porque esta ficha me permitirá dejar consignado las principales características de los canales analizados.

Objetivo 3: Retratar las similitudes encontradas entre los niños de la I. E. Román Gómez y los youtubers más vistos por los niños.

Técnica 1: Vídeo, porque de esta manera se verán retratados los índices narrativos y competencias que fueron identificados en los youtubers más vistos por los niños, en la identidad de estos.

Instrumento: Guía de observación

Resultados Objetivo específico #1

La entrevista no estructurada focalizada se llevó a cabo en la Institución, con apoyo de la coordinadora de esta y de la mano de la profesora de tecnología. Se permitió acercamiento a los niños de los grados 4to y 5to que en primer momento se había delimitado, preguntando *la edad*, y *si tenían acceso a YouTube*.

Se identificó que estos niños, por lo general pasaban alrededor de 2h diarias en la plataforma web y se detectó que, de los 25 niños, 2 eran prosumidores. YouTube, y que es en la que más pasan tiempo cuando acceden a internet. Algunos de ellos comentaron que no solo consumen videos, sino que también hacen videos y se han convertido en “prosumidores”.

Yo tengo un canal de YouTube, se llama “androiders”, no le tengo mi nombre porque me gusta es hablar de tecnología, yo tengo mi propio celular y ahí hago los vídeos. Mis amiguitos de la escuela saben que yo hago videos y me dicen que soy youtuber, a mí me gustaría ser una YouTuber como Soy German. (E11, comunicación personal)

La mayoría de los niños con los que se tuvo una interacción a partir de la entrevista no estructurada en su contexto específico, -que es su escuela-, tienen un acceso muy frecuente a internet y una interacción bastante amplia con los contenidos de YouTube, muchos de ellos se reúnen después de la escuela a ver videos en la plataforma web juntos.

Nosotras dos somos amiguitas, entonces casi siempre vemos los mismos videos porque después de salir de la escuela, nos reunimos en mi casa y nos sentamos a ver a muchos youtubers en mi computador. Nosotros vemos muchos a Kika Nieto, Sofia Castro y Amy Rodriguez. (E20, comunicación personal) ¹

En cuanto a los resultados obtenidos en el cuestionario, se encontró que el 96% de los 24 niños encuestados se les permite acceder a internet y que el 71% tienen internet en sus casas. Las preguntas con las que se buscó identificar el tipo y el tiempo de acceso que tienen los niños, estaban basadas en la posibilidad de acceso que tenían, si les permitían sus padres el acceso a internet, si contaban con celular propio, si a la hora del acceso tenían supervisión. En ese sentido, no serán expuestos todos los resultados del cuestionario, sino aquellos donde se identifica que hay aspectos más relevantes frente a la pregunta de investigación.

Al realizar la pregunta *¿tiene celular propio con acceso a internet?*, el 50% de los niños respondió que, si poseían un celular, y la mayoría de estos oscilaba entre los 8 y 9 años de edad; otros por ejemplo mencionaban que tenían en su posesión una Tablet o un televisor Smart Tv que les permite el acceso a la plataforma web YouTube.

En la pregunta donde se quiere saber *si no tiene celular propio, ¿alguien se lo presta? Y ¿quién?* El 75% respondió positivamente y como mayoría nombraron a las madres y las abuelas, de ser quienes les facilitan el celular y posteriormente el acceso a internet, en esta respuesta los papás fueron en menor porcentaje la opción de respuesta de los niños.

¹ (Estos dos canales son bastante reconocidos en el ámbito nacional, son tres grandes influencers colombianos para niños y jóvenes. Su contenido es básicamente hablar de su vida diaria y hacer retos.)

Al llegar a la pregunta *cuando usa el celular, ¿tiene supervisión por parte de un adulto?*, el 75% respondió que sí reciben una supervisión al usar la plataforma web Youtube por parte de sus padres, pero la pregunta siguiente que indaga más sobre la verdadera supervisión *¿la persona que lo supervisa, está todo el tiempo mirando qué está haciendo usted en el celular?*, la respuesta fue negativa, donde un 79% respondió que no era una supervisión constante y solo se acercaban de vez en cuando a mirar.

Cuando se indaga por las restricciones en el tiempo del uso del celular, se encuentra que el 50% de los encuestados no reciben instrucciones precisas que deben seguir al usar el celular, ni restricciones que limiten el tiempo en el uso del celular para acceder a internet.

En la pregunta principal sobre si tenían o no un acceso a la plataforma web YouTube, se encontró que el 100% de los encuestados accedía y un 46% de los niños respondió que podían ver cualquier video en YouTube sin necesitar autorización de sus padres.

Cuando se les cuestiona sobre qué cantidad de días a la semana acceden a YouTube, el 67% de los niños respondió que accedían todos los días y en promedio 3 horas. La otra opción más marcada fue la de tres veces por semana. Muchos de los niños que acceden todos los días respondieron que tenían libre derecho a elegir la cantidad de horas que permanecían activos, y que eso dependía de sí mismos.

En la pregunta sobre el contenido que ven los niños en la plataforma web, el 32% de los niños respondió que el tipo de videos que les gustaban eran el de los *youtubers*, la segunda opción con más porcentaje fue *manualidades* con un 21%. Igualmente, donde se cuestiona sobre si tienen algún *youtuber* favorito en la plataforma web un 83% marca positivamente y luego nombran a sus favoritos, en los que se reconocen a *Luisa fernana W, Soy German, Hello Maphie*.

Discusión y análisis

Nuevas tecnologías y relación con los niños

En primer lugar, parece evidente que esta población estudiada se encuentra en la condición perfecta donde está relación entre la plataforma web YouTube, que hace parte de las nuevas tecnologías, está cada vez más consumida por niños. La comunicación se ha venido transformando, y las plataformas web han entrado en esta transformación.

De esta manera, todos aprendemos de manera distinta a comunicarnos por medio de estas plataformas, es por esto que los niños encuestados, demuestran que, al tener cada vez más acceso, más facilidad y frecuencia, generan cierto tipo de adaptación que enriquece cada vez más la cantidad de contenidos que se intercambian en plataformas como YouTube.

En definitiva, para el «nativo digital» estas tecnologías son una cosa natural, algo así como su «lengua materna», mientras que para el «inmigrante digital» es una «lengua extranjera», lo que hace que, en ocasiones, no las dominen del todo y muestren cierto «acento» (Prensky, 2001: 2). Contrastando esto con los 2 prosumidores que fueron encontrados en la Institución.

Parte de esta relación cada vez más cercana entre nuevas tecnologías y niños, es la facilidad que implica poseer un celular o una herramienta tecnológica con acceso a internet. Los niños cada vez tienen más oportunidad de tener cerca y a su mano una fácil accesibilidad, y su entorno está cada vez más saturado de este tipo de informaciones que lo único que hacen es atrapar al niño en estas dinámicas, tal como se evidenció en la entrevista no estructurada y el cuestionario. La participación activa que tienen los niños en plataformas web es cada vez más, por el hecho de ser “nativos digitales”, así como lo demuestran los resultados de la encuesta. Además, las nuevas tecnologías, como un celular con todas las aplicaciones, le facilita ese acercamiento al menor, y le ofrece mayores posibilidades de lo que lo hacían medios anteriores. Esto genera mayor atención, pues si se utilizan de la manera adecuada, pueden traer nuevas formas de interacción tanto para los niños, como para los otros participantes activos en estas plataformas.

“El uso de las redes sociales, como todo en el día a día de los menores, no es una realidad estanca, sino que guarda relación con el resto de su vida. Por ello, ver en qué medida interactúa su perfil de usuario con la utilización que hacen de otras pantallas (móviles, televisión, videojuegos) y de otros servicios en Internet, puede arrojar luces nuevas que permitan descubrir el modo más eficaz de asegurar que las redes sociales son de verdad una oportunidad para estos jóvenes.” (XAVIER, 2011, 16)

Esta apreciación por parte del autor nos demuestra que la vida de los niños ha tenido un cambio a raíz de su inmersión en estos medios digitales, estar en contacto directo, hace no solo que sea parte de un pequeño momento en su día, sino que va cambiando su vida en general, pues el estar tan inmerso en este mundo, cambia su percepción por otros aspectos.

Consumo de plataformas web entre los niños

Se pudo identificar que los niños tienen un alto consumo de la plataforma web YouTube, pues en la mayoría de los casos podían acceder todos los días y al menos 2 o 3 horas. Es importante saber no solo la manera en que los niños pueden acceder a las plataformas virtual sino también el tiempo que invierten en esto y si tienen o no a alguien que vigile la cantidad de tiempo que pueden estar inmersos en esto.

“El tiempo dedicado a las pantallas demuestra su protagonismo en la vida de los menores, sirvan como ejemplo los siguientes datos publicados en GIE: el 34% declara utilizar Internet más de dos horas durante los sábados y los domingos, cifra similar alcanzada también en el caso de la televisión” (XAVIER, 2011,57).

La generación actual, poniendo como ejemplo los 25 niños de edades entre 8 y 10 años, de la I.E.R.G de Marinilla, damos cuenta que son niños que pueden acceder muy fácilmente a las plataformas digitales, un motivo de esto es que son cada vez más los menores que poseen un celular propio o que simplemente tienen en su hogar varios celulares a los que pueden acceder fácilmente y hacer un uso indiscriminado de este, como lo mencionaba en el apartado anterior. Tal como lo demostró la encuesta, si los niños no tienen celular propio con acceso a internet, con mucha facilidad tienen a alguien que se los facilite, es interesante destacar, que de quien más consiguen la forma para acceder a la plataforma web YouTube, es por parte de sus mamás o abuelas.

“El teléfono móvil es la pantalla estrella, y la más característica entre los más jóvenes. Las razones que explican esta especial afinidad pueden ser múltiples: más allá de la independencia y de la movilidad que permite, no se puede perder de vista que los menores perciben el móvil como una pantalla realmente personal” (XAVIER, 2011,64).

Los niños encuestados, en su mayoría usan el celular desde edades muy tempranas, muchos de los que tienen 8 años ya cuentan con un celular propio. En ese sentido, a la hora de restricciones o supervisión por parte de sus padres o de un adulto, se ve a veces limitada.

Llama la atención que, muchos de los contenidos que están ahora consumiendo los niños en plataformas web como YouTube, son los que está generando la misma gente, y muchas veces los mismos niños, porque ahora no solo se ven los contenidos que nos ofrecen las grandes maquinarias, sino que esta herramienta tecnológica ha permitido que sean los mismos consumidores, los que generen contenido. YouTube pasa a ser ese medio entre la interacción de los niños y cualquier otra persona que comparta sus vídeos; esta plataforma hace parte de la Web 2.0 donde según Zanoni, “el usuario toma protagonismo”, y es porque le permite a él qué ver, y hacer retroalimentación si así lo desea.

Resultados objetivo específico #2

El análisis de contenido se realizó en la plataforma web YouTube a los 5 canales más vistos por los niños de la Institución Educativa Román Gómez de Marinilla, estos canales fueron los de Lulu99 una chica de 16 años de nacionalidad colombiana; Luisa Fernanda W de 25 años de edad, colombiana; JuegaGerman un joven de 29 años, chileno; HelloMaphie de 31 años de edad, mexicana y Sofía Castro de 23 años de edad de Colombia. El análisis de contenido inició en los canales de cada uno de estos jóvenes entrando a la pestaña que permite YouTube de ver los videos más populares de cada uno, y de esta manera poder localizar los contenidos más llamativos para los seguidores.

El objetivo principal era poder establecer los identificadores más llamativos de los canales más vistos por los niños, es así como se decide acudir a los índices narrativos y las competencias por las cuales se hacían reconocer estos usuarios en la plataforma, y fue a través de estos como se obtuvieron los resultados. La matriz diseñada para recolectar los datos, dio muestra de que los índices más comunes entre todos los youtubers analizados son los *verbales*, *accionales*, *kinestésicos*, *ambientales* y *sonoros*; y en cuanto a las competencias son la *lingüística*, *pragmática* y *quinésica*.

En primera instancia los índices *verbales*, porque encontramos que todos tienen claro su público objetivo, y mediante su lenguaje logran hacer ese acercamiento y lograr una identificación con ellos. La mayoría de ellos, utiliza con bastante frecuencia la palabra amigos, de esta manera logran que los niños que frecuentan sus vídeos, se sientan parte importante y se genere una relación más cercana, no solo un tema de emisor y receptor, sino que, la plataforma permite que haya feedback y de esta manera se asegura una relación mucho más cercana.

Por otra parte, el índice *accional*, se refiere al que retrata con un elemento de ‘acción’ los lenguajes que nos dicen sobre la forma de pensar, de que cada acción nos indica algo. Es entonces como se convierte en una herramienta fundamental por la cual los youtubers nos demuestran su forma de pensar, su status social y una forma por la cual invitan a replicar acciones. Cuando hablan de su marca favorita de celulares, maquillaje, ropa, videojuegos, implícitamente están creando una preferencia entre quienes ven sus videos, es así como este índice se ha convertido en una forma implícita de hacer publicad para quienes tienen esta influencia en esta plataforma web.

Otro índice evidenciado con mucha frecuencia, fue el *kinestésico*, se analizó que estos 5 youtubers hacen mucho uso de su cuerpo para comunicarse y darle fuerza a la postura o idea que quieren plantear. Sus gestos son importantes a la hora de llamar la atención de los niños que los ven, mucho de ellos hacen muecas y de cierta manera se genera una identidad a partir de estos, además le dan un toque gracioso y genera más familiaridad con sus visitantes.

El índice *ambiental*, nos habla de los espacios de las narrativas, la descripción de los objetos que rodean a la persona, y en este caso hablamos de la escenografía que utiliza el youtuber para su vídeo. Entre todos los videos analizados, fue común encontrar que nunca se usa un plano único, juegan con ellos y así generan movimiento y dinamización. Además, el espacio que usan estos youtubers para grabar un video, tiene alguna intencionalidad y demuestra mucho de lo que quieren transmitir, por ejemplo, muchos de ellos en su plano incluían objetos que denotaran su gusto, como cuadros, muñecos, elementos que evidenciaban algún estatus y mucho color teniendo en cuenta a ese público objetivo.

Por último, el índice *sonoro*, evidenció que todos los youtubers, (si bien unos más que otros), utilizaban música para darle un toque alegre a sus vídeos, más que todo con música instrumental, pero animada. Además, se evidenció que los 5 youtubers hacían mucho uso de los efectos de

sonido, esto, además, lo combinaban con algún tipo de imagen, de esta manera no solo se llamaba la atención de quien ve el vídeo, sino que se convirtió en una forma para mantenerlos conectados.

Conectando el uso de índices narrativos utilizados y la cantidad de vistas, podemos hacer alusión al canal de HelloMaphie, porque de todos los youtubers analizados es la que se enfoca específicamente en este público objetivo, niños. Esta joven tiene aspectos diferenciadores del resto, pues a pesar de cumplir con la mayoría de índices, lo hace de una forma diferenciadora. HelloMaphie no muestra su rostro en los videos, su contenido es solo de manualidades, un aspecto que le interesa bastante a los niños. Otra situación que genera mucho interés en el público, es esa ilusión por tener muchas cosas que se muestran en los vídeos. Cada vez vemos que los niños quieren tener el último celular, que el Iphone es un elemento de status, y esto lo utiliza muy bien esta youtuber, pues en la mayoría de sus videos hace rifas de estos. Su contenido retrata lo que un niño entre los 8 y 10 años desea tener: los mejores cuadernos, los mejores materiales para hacer slime, un celular caro y muchos elementos que apoyen su imaginación. Estos índices además se agrupan en diferentes competencias, todas estas enfocadas en la comunicación y de esta manera, podemos relacionar el índice verbal, con la competencia lingüística, pues ambas se encuentran en la importancia del lenguaje para hacer llegar un mensaje entre emisor y receptor, donde a través del medio -siento este YouTube-, se hace llegar ese mensaje con una intencionalidad específica. Por otra parte, tenemos la competencia pragmática en la cual se agrupa el índice accional, que apuntan específicamente a la posibilidad de persuadir a través de acciones, las decisiones u opiniones de otro, una parte importante si tenemos en cuenta que el receptor es un niño. Y la competencia Quinésica que se relaciona con el índice kinestésico, quienes tienen como principal emisor el cuerpo y sus movimientos.

Cada uno de estos ítems tiene un enfoque e intencionalidad comunicacional, pues el

lenguaje es una de sus principales herramientas y de esta manera es como se logra construir una relación con quien le ve. La plataforma web YouTube no solo es un canal de comunicación donde se emite un mensaje entre el emisor y receptor, sino que permite un diálogo y un feedback a través de los comentarios de la herramienta.

Lista de índices						
Verbales	Accionales	Kinestésicos	Objetuales	Ambientales	Sonoros	Icónicos
Amigos	Hablar acerca de lo que tienen	Mover las manos	Celular, generalmente Iphone	Plano limpio	Musicalización	Cuadros
		Hacer muecas			Efectos de sonido	

Lista de Competencias						
Lingüística	Paralingüística	Pragmática	Quinésica	Proxémica	Cronética	Textual
Estratégico	Muchos gráficos	Ideal de vida	Usan mucho el cuerpo	Juegan mucho con los planos	Usan su cuerpo y efectos de sonido para marcar tiempos	Poco texto

	Mucho color		Hacen muchos gestos			
--	-------------	--	---------------------------	--	--	--

Discusión y análisis

Niños como protagonistas en la era tecnológica.

La tecnología se va reinventando cada vez con mayor impacto, va haciéndose lugar en la cotidianidad convirtiéndose en algo tan natural como la existencia misma. Podría decirse que quienes nacen se van desarrollando a la misma velocidad que la era digital, los jóvenes están cada vez más cómodos en esta situación y los niños se van convirtiendo en hijos de esta revolución digital. No es extraño ver como un niño manipula fácilmente un aparato electrónico y hace uso de sus herramientas digitales: redes sociales, aplicaciones y en este caso de plataformas web como YouTube, de esta manera puede decirse que son nativos en esta nueva realidad.

Cuando Prensky, (2001) nos habla de nativos digitales, no hace más que una referencia a quien ha nacido en un espacio rodeado de tecnología, que como lo mencionada anteriormente, está en su cotidianidad hacer uso de aparatos electrónicos. Un nativo digital se le vuelve casi imposible alejarse de esta realidad, pues desde que nacen tienen miles de funciones tecnológicas y todas las formas de comunicarse se van revolucionando, a tal punto de dejar por debajo a las relaciones personales donde prima la comunicación digital. El «nativo digital» es aquella persona que ha nacido rodeada de las nuevas tecnologías y que, desde los primeros años de su vida, está prestado a utilizarlas. Estos niños que entran a ser protagonistas de esta investigación hacen parte

de estos nativos digitales, pues han estado tan rodeados de esta tecnología, que cada vez son más expertos y hacen uso diario o con mayor frecuencia de estas plataformas.

Es importante mencionar que el auge de la tecnología es cada vez mayor, y esto ha implicado que los más pequeños tengan cada vez un mayor acceso y atracción por este elemento tecnológico; la participación activa que tienen los niños en plataformas web es cada vez más visible y notoria que en épocas anteriores. Además, las nuevas tecnologías, como un celular con todas las aplicaciones, le facilita ese acercamiento al menor, y le ofrece mayores posibilidades de lo que lo hacían medios anteriores.

Xavier, (2011) nos habla de las redes sociales e internet como un día a día de los menores y que esto será cada vez más frecuente a lo largo de su vida. En su artículo nos habla de esta nueva realidad como una oportunidad para estudiar y reconocer la mejor forma para llegar a los jóvenes. Esta apreciación por parte del autor nos demuestra que la vida de los niños ha tenido un cambio a raíz de su inmersión en estos medios digitales, estar en contacto directo, hace no solo que sea parte de un pequeño momento en su día, sino que va cambiando su vida en general, pues el estar tan inmerso en este mundo, cambia su percepción por otros aspectos. Así mismo, esta investigación aparece como una oportunidad de entender esas nuevas realidades en la vida de estos jóvenes de Marinilla y posteriormente generar nuevos procesos que atiendan a estas necesidades y capacidades que se generan en el paso del tiempo.

El papel de los youtubers en la transformación de identidad

Ya hemos venido hablando de los youtubers como generadores de contenido en la plataforma web y quienes a través de este incitan al niño a entrar a ver sus vídeos y generar una relación cercana con ellos. Este tipo de influenciadores digitales cumplen un papel importante en la

transformación de la identidad del niño, pues mediante su forma de dirigirse a ellos, de elaborar y crear material para la plataforma van generando un tipo de identificación con su público. La identidad desde esta perspectiva llega como una construcción con base en trayectorias y relatos, cuestiones que son pertenecientes en la nueva era digital. La relación entre los niños y la plataforma web YouTube, permite revalorar la identidad que se genera a partir de allí, porque se forma una comunidad y es necesario observar esa relación con los otros y las maneras de transformarse –unos y otros- en esta interacción.

Las nuevas tecnologías de comunicación, han entrado de manera inmediata en los niños, esto definitivamente implica un cambio e introduce un nuevo proceso en la creación de identidades. Según De la Torre, (2002), estas nuevas identidades se construyen tanto por pertenencia a un espacio social como por referencia simbólica al universo de imágenes mass mediáticas con las que interactúa diariamente, y si la visita al canal de un youtuber se vuelve constante, se van generando ciertas similitudes y transformaciones entre este emisor y el receptor.

Entendiendo entonces la identidad como un proceso de transformación que se da a partir de esta interacción constante entre un emisor y receptor, se decide tratar de establecer la transformación de esta identidad a partir de los distintos identificadores que se hacen visibles en los vídeos analizados, estas características que se muestran relevantes en cada canal permiten identificar la forma de cada youtuber para dirigirse a su público, por eso decimos que estos son recursos que se usan para destacar en el medio. Para hacer uso de estos identificadores desde un ámbito más comunicacional, se decide abordarlos y tratar de identificarlos desde los índices narrativos y las competencias, dos categorías que permiten establecer esos usos corporales, de lenguaje y de pensamiento de cada youtuber, y como así puede llegar a transformar en esa misma medida la identidad del niño.

Es entonces así que entendemos estos índices narrativos desde Arguello (1992) en: verbales, objetuales, ambientales, icónicos, sonoros, accionales, kinestésicos.

Así mismo, entran en juego las competencias entendiéndolas desde la percepción de Arango (2014), como la competencia paralingüística, competencia pragmática, competencia lingüística, competencia textual, competencia quinésica, competencia proxémica y competencia cronética. Abordando de esta forma los identificadores y acudiendo a los índices narrativos y competencias desde estos autores para su entendimiento, se puede constatar que los youtubers tienen gran uso de su lenguaje tanto corporal como de palabra, para llegar a un público específico y para tratar de entrar muchísimo más en la forma como actúan y piensan. Además, se permite establecer que cada acción que se muestra en los vídeos de estos youtubers tiene una razón de ser y una intencionalidad.

Prosumidores, era interactiva en la web 2.0.

El avance tecnológico de la comunicación ha transformado la esencia de los procesos de interacción social y ha incrementado los canales de producción y transmisión cultural, y si a eso le sumamos que la identidad es un concepto relacional, que se crea a partir de prácticas intersubjetivas entre los individuos y la sociedad, podemos entender o dimensionar el alto impacto que puede generar en los niños acceder y hacerlos usuarios protagonistas de plataformas tan grandes como YouTube, donde tienen acceso directo a diferentes transmisiones culturales y a una interacción social en mayor medida.

YouTube pasa a ser ese medio entre la interacción de los niños y cualquier otra persona que comparta sus vídeos; esta plataforma hace parte de la Web 2.0 donde según Zanoni, “el usuario toma protagonismo”, y es porque le permite a él decidir qué ver y hacer retroalimentación si así lo desea.

Teniendo en cuenta que la plataforma web permite retroalimentación y da protagonismo a quien desee entrar en esta, podemos abordar ahora también el término de “prosumidor” que, desde Octavio Islas, (2010), se define como un resultado de la web 2.0, donde ya no va solo el consumir, sino que la persona también produce, y es exactamente lo que permite YouTube, personas que crean contenido y que a la vez consumen. De esta manera entra a tomar protagonismo no solo el youtuber favorito del niño, sino el niño si así desea hacerlo. Tomando en cuenta que los identificadores son características visibles, se puede constatar así la posibilidad de que el niño al convertirse en prosumidor quizás de manera inconsciente empiece a imitar esas mismas características de esa persona a la que sigue constantemente y que ahora sea él quien produce contenido siguiendo esa misma ruta.

La oportunidad que genera YouTube en la vida diaria de poder ser consumidor, creador y tener una retroalimentación con las personas a quienes se sigue y de quienes se consume contenido habitualmente nos entra en todo este imperio digital de la web 2.0 de la que nos habla Zanoni, (2008) quien hace un análisis de las nuevas tecnologías y toda esta era digital, donde ahora somos no solo consumidores, sino también productores de contenido. Además, hace un planteamiento sobre los niños y el internet, diciendo que toda esta interacción hace un cambio no solo en su comportamiento, sino en su identidad y su forma de pensar. Este cambio al que hace alusión este autor lo podemos relacionar también con el papel de los youtubers en las nuevas perspectivas o acciones que generan en los niños mediante todos estos identificadores que reflejan en su contenido. De esta manera, los identificadores hallados en los youtubers favoritos de los niños, pueden no solo ir transformando la identidad de los niños, sino que, de una forma indirecta, se va generando la necesidad de reflejarlos igualmente por este medio.

Función de la comunicación como transformador de identidad.

Así mismo, es fundamental resaltar la importancia de la comunicación en este factor que se nos presenta desde la plataforma YouTube, por eso acudiremos Jakobson (1984), desde su apuesta por las funciones del lenguaje, dado que este se emplea con una intencionalidad distinta dependiendo de que foco le queremos dar, si desde el emisor, receptor, el canal, código, el mensaje o contexto como tal. Para este autor toda acción tiene una función y esto es algo que se pudo contrastar con el análisis a los vídeos de estos jóvenes, puesto que cada uno entiende muy bien quién será su receptor y por esto elige una forma diferente de llegarles y hacer uso de este canal tan mediático como lo es YouTube.

De esta manera, podemos relacionar así toda esta dinámica digital que nos presenta la plataforma web YouTube, y lo que nos presenta el autor, pues se puede concluir que quienes son protagonistas en esta red, no solo buscan enviar un mensaje simple, sino que se preocupan del quién es el receptor, cómo hacerle llegar mejor el mensaje, lograr percibir su atención y mantenerla en el tiempo, por eso esta percepción nos permite darle una visión más amplia al tema.

Referencias bibliográficas

Abela, J. (2002). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada.*

Arango, C. (2005). *Las Competencias Comunicativas. De la puesta en escena a la puesta en esencia.*

Arguello Guzmán, R. (1992). *La muerte del relato metafísico.*

- Arráez, M.; Calles, J. y Moreno de Tovar, L. (2006). La Hermenéutica: una actividad interpretativa. *Revista Universitaria de Investigación*, vol. 7, núm. 2, diciembre, pág. 171-181.
- Barbera, N. y Inciarte, A. (2012). Fenomenología y hermenéutica: dos perspectivas para estudiar las ciencias sociales y humanas. *Multiciencias*, vol. 12, núm. 2, abril-junio, 2012, pp. 199-205.
- Bringé, X. y Sábada, C. (2010). *Niños y adolescentes españoles ante las pantallas: rasgos configuradores de una generación interactiva.*
- Fuster, D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*; vol.7 no.1 Lima ene./abr. 2019.
- Islas, O. (2010). *Internet 2.0: el territorio digital de los prosumidores.*
- Lecuyer, C. (2007). Las pantallas perjudican la atención de los niños. *El País de España.*
- Torre, Renée de la (2002). Crisis o revaloración de la identidad en la sociedad contemporánea. *Nómadas*, No. 16, abril, pp. 76-85.
- Winocur, R. (2009). *Robinson Crusoe ya tiene celular – La conexión como espacio de control de la incertidumbre.*

Zanoni, L. (2008). *Imperio Digital*.