

LA IDENTIDAD CULTURAL, EL ESTILO DE VIDA Y LAS PRÁCTICAS DE CONSUMO
FRENTE AL USO DE LA PLATAFORMA DIGITAL “YOUTUBE” EN JÓVENES
PERTENECIENTES A LAS GENERACIONES Y Y Z

POR:

Natalia Estefanía Yepes Gómez

&

Iván Rodolfo Sierra Cardozo

Trabajo de grado para la obtener el título de:

Profesional en Mercadeo

Director:

Samir Ricardo Neme

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS

FACULTAD DE MERCADEO

BOGOTA, JUNIO DE 2018

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a quien ha forjado nuestro camino y nos ha dirigido por el sendero correcto, Dios; a nuestros padres y familiares por acompañarnos en este proceso con su apoyo motivacional y creer en nosotros día a día.

Agradecemos a la Universidad Santo Tomás y a todos los docentes que durante este camino de aprendizaje todos estos años, no solo fortalecieron nuestros conocimientos académicos, sino también los que nos forman como personas.

Agradecemos especialmente a nuestro tutor, profesor Samir Ricardo Neme Chaves, por su paciencia, confianza, apoyo y profesionalismo en la realización de este trabajo.

A todos muchas gracias.

INDICE

RESUMEN	8
ABSTRACT.....	9
INTRODUCCION	10
OBJETIVOS	12
General:	12
Específicos:	12
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
JUSTIFICACIÓN	15
MARCO TEÓRICO.....	17
LA MODERNIDAD: EL CONSUMO EN LA VIDA LIQUIDA Y SOLIDA.	19
GENERACIONES Y & Z: DINAMICAS DE SOCIABILIDAD VIRTUAL.....	25
CONECTIVIDAD: EL MUNDO DENTRO DE LA INTERNET	32
METODOLOGIA.....	48
ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	48
TIPO DE INVESTIGACION – CUALITATIVO	48
TIPO DE METODOLOGIA – ETNOGRAFICA.....	49
MAPEO.....	50
TRIANGULACIÓN.....	51
MATRIZ DE CATEGORIAS ORIENTADORAS	52
TIPO DE MUESTREO	54
POBLACION	55
TECNICAS DE RECOLECCION DE LA INFORMACION.....	55
GRUPOS FOCALES	55
CUESTIONARIO DE PREGUNTAS	56
ENTREVISTA A PROFUNDIDAD:.....	57
PROCEDIMIENTO.....	57
<i>Focus group generación Z</i>	57
<i>Entrevista generación Z</i>	59
<i>Focus group generación Y</i>	59
<i>Entrevista generación Y</i>	60
ANALISIS DE DATOS.....	¡Error! Marcador no definido.
GENERACIÓN Y	63

CONSUMO DIGITAL	70
IDENTIDAD CULTURAL	74
GENERACION Z	80
ESTILO DE VIDA	81
PRÁCTICAS DE CONSUMO	86
DISCUSIÓN	95
CONCLUSIONES	97
REFERENCIAS.....	99
ANEXOS.....	102

INDICE DE FIGURAS

• Figura 1: <i>Model 1. Milleniel Vs. Gen Z.</i>	22
• Figura 2: <i>Estilos de vida en Colombia.</i>	30
• Figura 3 <i>mapeo sobre estilos de vida y prácticas de consumo en generaciones Y y Z pertenecientes a estrato 3 y 4 de la ciudad de Bogotá...</i>	46
• Figura 4 <i>triangulación teórica sobre identidad y estilo de vida generacional frente a las prácticas de consumo digital en YouTube.....</i>	47
• Figura 5: <i>triangulación de las técnicas de recolección de información.....</i>	51
• Figura 6 <i>red semántica de categorías orientadoras</i>	57
• Figura 7: <i>red semántica de la generación Y</i>	58
• Figura 8: <i>red semantica de ESTILO DE VIDA en la Generación Y</i>	59
• Figura 9: <i>red semántica de prácticas de consumo en la generación Y</i>	64
• Figura 10: <i>red semántica de identidad cultural en la generación Y.....</i>	68
• Figura 11: <i>red semántica generación Z.....</i>	74
• Figura 12: <i>Red semántica sobre estilo de vida en la generación Z.....</i>	75
• Figura 13: <i>red semántica prácticas de consumo generación Z</i>	78
• Figura 14: <i>Red semántica identidad cultural en la generación Z.....</i>	80

INDICE DE TABLAS:

- TABLA 1: *Matriz de Categorías Orientadoras*..... 48

INDICE DE ANEXOS:

- Anexo A. Consentimientos informados.....102
- Anexo B Transcripción Entrevistas a Profundidad y Focus Group.....106

RESUMEN

Este proyecto de investigación de tipo cualitativo tiene como objetivo identificar la identidad cultural y el estilo de vida asociados al consumo de YouTube como plataforma de interacción social en la internet por parte de jóvenes pertenecientes a las generaciones Y y Z de la ciudad de Bogotá.

Así mismo con ello se pretende reconocer los perfiles generacionales que dan sentido al mercado digital con el fin de caracterizar la cultura y las prácticas de consumo, para así poder comprender el nivel de apropiación de cada generación con el entorno virtual, lo anterior, a través de la aplicación de técnicas de investigación cualitativa como lo es la entrevista y el grupo focal, con lo cual se recopilan los datos obtenidos, los cuales se analizaron y sistematizaron mediante la codificación axial, abierta y selectiva del software Atlas Ti versión 7.0. Los resultados obtenidos determinan las asociaciones que cada individuo de la generación Y y Z tiene frente a el uso de YouTube.

PALABRAS CLAVE: Cultura, Consumo, Identidad, Generación, YouTube, Publicidad.

ABSTRACT

This research project qualitative type aims to identify the identity and lifestyle associated with the consumption of YouTube as a platform for social interaction in Web 2.0 by young people belonging to generations Y and Z of the city of Bogotá. Likewise, it aims to recognize the generational profiles that give meaning to the digital market in order to characterize the culture and consumption practices, in order to understand the level of appropriation of each generation with the virtual environment, the former through The application of qualitative research techniques, such as the interview and the focus group, collects the data obtained, which were analyzed and systematized by axial, open and selective coding of the Atlas Ti software version 7.0. The results obtained determine the associations that each individual of generation Y and Z has against the use of YouTube.

KEY WORDS: Culture, Consumption, Identity, Generation, YouTube, Advertising.

INTRODUCCION

No es fortuito que, al hablar de los fenómenos de la posmodernidad, se tenga que mencionar a la web 2,0 y su desarrollo más notorio: las redes sociales; como si fuera poco, la virtualidad ha producido una nueva dinámica de relación social del individuo, que lo ha sometido a crear dichos espacios virtuales que le permiten sociabilidad generando así nuevas manifestaciones de consumo.

A lo anterior, los fundamentos de esta investigación surgen del interés por indagar sobre la importancia que tiene hoy en día la internet en la vida de los seres humanos y con ello mostrar la fuerte influencia de las plataformas digitales en especial Youtube en las generaciones Y y Z de la ciudad de Bogotá en estratos 3 y 4. Queriendo entender así, los factores que forjan la identidad de cada individuo según su generación para caracterizar el perfil y el estilo de vida que permiten darle sentido a las prácticas de consumo ligadas a los intereses o gustos que se dan a partir de sus arraigos culturales.

Para ello el análisis teórico se fundamenta en la hipótesis de la modernidad de Zygmund Bauman, los escenarios de la vida posmoderna de Beatriz Sarló y las tendencias de mercadeo desde Verónica Massonnier, las cuales nos contextualizan en el hecho de la trascendencia social y los estilos de vida que van cambiando generación en generación sustentados en publicaciones académicas y estudios que describen un panorama a nivel cultural y tecnológico que le aportan bases a la presente investigación la cual es de carácter cualitativo.

De la misma manera la importancia de las dos generaciones en esta investigación parten de que la generación Y fue la que vivió de primera mano la transformación tecnológica desde los años 80`s y 90`s que se dio de forma acelerada y que tuvo un cambio paradigmático con el nacimiento de la internet, por ello, la generación Z, nacida en los albores de la internet, son quienes interactúan de primera mano con dicha tecnología y la apropian a su diario vivir, por tal motivo, ambas

generaciones tienen un salto epistémico de la significación de la internet en sus vidas. Para el ejercicio investigativo se escogió a estas dos generaciones puesto que son las que mayor impacto publicitario reciben en la era de internet. Sus dinámicas de consumo a pesar de ser diferentes, se convierten en algo global y atemporal cuando se habla de publicidad o prácticas de consumo en internet. (Gómez , 2014)

De esta manera, la investigación tiene un componente práctico, en el cual bajo el esquema de entrevistas a profundidad y grupos focales efectuados en una muestra por conveniencia generacional se realiza una recolección de datos con las que se pretende tener un contacto directo y así obtener las opiniones dadas por cada individuo.

Tras la recolección de los datos y su respectiva transcripción, se realiza un análisis conceptual derivado de las redes semánticas elaboradas en el software Atlas. Ti Versión 7 para que finalmente, se logre exponer los resultados que concluyen con los preceptos de la investigación mostrando que las diferencias generacionales influyen en las prácticas de consumo según el impacto que genere YouTube en sus estilos de vida.

OBJETIVOS

General:

- Comprender la identidad cultural, el estilo de vida y las prácticas de consumo frente al uso de la plataforma digital “YouTube” en jóvenes pertenecientes a las generaciones Y y Z de los niveles socioeconómicos 3 y 4 de un sector de Bogotá, por medio de un estudio etnográfico que permita la caracterización de un perfil generacional en torno al consumo digital.

Específicos:

- Reconocer los perfiles generacionales que dan sentido al mercado digital en la actualidad.
- Caracterizar el estilo de vida que dan sentido a las prácticas de consumo digital.
- Comprender el dominio y la apropiación de los entornos digitales por parte de jóvenes de las generaciones Y y Z.
- Identificar los vínculos entre conectividad generacional y formas de consumo.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad, las comunidades virtuales han hecho que la vida social se contradiga entre en entorno virtual y el real, por ello que a los jóvenes les sea tan relevante su vida social virtual por encima de su vida en el terreno tangible o real. De allí, la férrea necesidad posmoderna de mostrar cada aspecto de su realidad próxima en las redes sociales, puesto que su vida tangible se manifiesta por presión social en la virtualidad. Emerge aquí una problemática de orden social configura el estilo de vida de adultos jóvenes y adolescentes que intervienen dentro de sus dinámicas de consumo, es decir, la publicidad constante dentro de la internet y en especial en las redes sociales hacen que las formas de consumo hayan variado significativamente, pues se pasó de las compras en físico a las compras online. (Ioanid & Scarlat, 2017)

En el mundo, el consumo de internet tiene un crecimiento progresivamente acelerado, las nuevas formas de acceder a contenidos o productos dentro de un espacio de interacción o de convivencia virtual permiten que las dinámicas de mercadeo y consumo varíen de formas tales que les sea veraz contemplar la creación de contenido comercial y publicidad en entornos digitales y no en la televisión o la prensa escrita como se venía dando por las tres décadas pasadas, así mismo, la linealidad paradigmática que acarrea la publicidad en la era de las redes sociales masificadas se convierten en una nueva forma de hacer marketing que al ser bien establecida puede generar ganancias para quien publicita de esta nueva forma. (Bañuelos, 2009. P,10)

Por su parte en Colombia, las dinámicas de publicidad y marketing en redes se han enfocado en las dos generaciones objeto de esta investigación, el auge de la comunidad “youtuber” que genera contenidos digitales y que son promotores de dinámicas de consumo y marketing dentro de sus productos video gráficos propician una fuerte influencia en una generación que ha crecido dentro del consumo social de dichos contenidos: los Centenialls o generación Z, quienes

en Colombia son aun adolescentes y menores de 18 años que habitan dentro de las redes sociales más comunes: Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram entre otras, que generan una cantidad significativa de publicidad y que establece un impacto comercial puesto que el acceso a internet en la primera década del siglo presente, así mismo la adquisición de internet móvil con la masificación de los teléfonos inteligentes.

A lo anterior, y con referencia al contexto global y local en concordancia con las formas de consumo, dinámicas de mercadeo y salto generacional con su estilo de vida e identidad propios de sus relaciones socio afectivas y económicas, por ello es importante generar a raíz de la problemática la pregunta: ¿Cómo se construye la identidad y estilo de vida de jóvenes pertenecientes a la generación Y y Z frente a la interacción en la red social YouTube y los contenidos creados por youtubers en relación con las tendencias actuales de consumo?.

JUSTIFICACIÓN

Cada día el mundo se enfrenta a nuevos retos y hoy en día los avances en la era digital son algunos de los que están marcando las tendencias en la vida de las personas, el ser humano necesita aprender durante toda la vida; el conocimiento, las competencias, las destrezas que se requieren para abordar la realidad cambian de forma constante en lapsos cada vez más pequeños y solubles.

Al presentarse estos cambios ligados a un estilo de vida versátil, las tendencias o prácticas de aprendizaje y consumo se ven muy marcadas por la identidad cultural que caracterizan el estilo de vida de los jóvenes pertenecientes a las generaciones Y y Z (Grupos sociales que actualmente se encuentran bastante ligados con el consumo digital) y que se han de explorar para generar estrategias que sean potenciales para las marcas y orientadoras para los consumidores. Para ello se identificó como una plataforma virtual llamada YouTube ha marcado culturalmente el estilo de vida de las personas ya bien sea para educar, divertir o motivar a un consumidor, a su vez para ser una pantalla más en donde se pautan estrategias o campañas publicitarias potenciales.

Todo espacio social ya bien sea digital o físico cuenta con un principal influenciador, en este caso los llamados “Youtubers”; aquellas personas que se han convertido en los predicadores de esta red y quienes a partir de sus conductas culturales han impuesto un estilo de vida que identifica a los jóvenes según sus intereses dan la pauta para establecer nuevos comportamientos que logran influenciar a los consumidores y para en el caso del marketing las prácticas de consumo. (Pavés & Lucini , 2014)

Existe una fuerte influencia en las dinámicas de mercadeo actuales, puesto que mediante la plataforma YouTube se pueden publicitar comerciales tal como se usan en la televisión convencional y hasta con una duración mayor al mismo, lo que permite que la publicidad de ciertos

productos sea directa al usuario de YouTube, de allí que sea la web 2,0 la plataforma de marketing global más usada en la actualidad.

MARCO TEÓRICO

La sociedad actual, ha suscrito su existencia a la vida social virtual, el auge de las redes sociales creció a un ritmo frenético y fue la causa de un cambio paradigmático en las dinámicas sociales de interacción, de allí que analizar estas dinámicas desde la perspectiva de la modernidad líquida que propone Bauman (2004), sea el hito regulador que potencie el análisis de los comportamientos humanos en medio de su virtualización social. Del mismo modo, y como segunda instancia se ha de analizar las dinámicas de vida y consumo desde la mirada de Sarló (1994) y García (1994), quienes dan luz a la perspectiva paradigmática de la posmodernidad y las tendencias de consumo de masas.

En el escenario actual, hablar de la moral y la cultura se convierten en términos laxos, la intimidad o la vida privada desaparecen pues el individuo, o lo que se entendía como tal, se disuelve en la comunicación(Sarló, 1994). El nuevo individuo, tiene acceso ilimitado a la información, por lo que se hace más independiente ideológicamente y a la vez, más consumista pues es imperativo que se adapte rápidamente a cada nueva tendencia; en consecuencia “es el mercado el que va a revolucionar el genoma humano” (Sarló, 1994 ;P. 49).

Con la llegada de internet las jóvenes generaciones tienen acceso más pronto al conocimiento, así que “el saber práctico que antes poseían las viejas generaciones hoy es dominio de los jóvenes, e incluso de los niños”(Sarló, 1994,P. 53).

Las herramientas que proporciona la conectividad, convierten a los espectadores en creadores de contenidos que se difunden a través de las redes sociales dando paso a un nuevo concepto de espectáculo, donde la vida privada se divulga masivamente en redes sociales y reallity shows (Sarló, 1994).

Dado que el comportamiento de los consumidores está definido por su necesidad de poseer todos los bienes que lo acerquen a ese ideal que abunda en las redes sociales, el trabajo se ha

transformado para pasar de ser una actividad agradable y a veces apasionante a convertirse solo en la forma de conseguir dinero para acceder a esos bienes. En este ambiente donde reina el individualismo, también lo hace la idea de que se tienen más derechos que deberes y la apariencia física cobra vital importancia (Sarló, 1994).

Entendiendo estas tendencias a nivel macro, lo que en un mundo globalizado como este se traduce en que muchas personas, particularmente los jóvenes, experimentan estos cambios simultáneamente, se deduce que a lo largo y ancho del planeta la gente desea las mismas cosas al mismo tiempo y la gran aliada de esta dinámica, es la tecnología que, con su democratización del acceso a la información, a la vez amplía las expectativas de, cada vez más usuarios. Lo anterior alrededor de Verónica Massonnier, que plantea la posibilidad de pronosticar las tendencias del consumo, ante una realidad que cambia muy rápido.

En aparente contraste surgen micro nichos de mercado: “...estamos hace tiempo viviendo una etapa caracterizada por el narcisismo, una época en la que el valor de la individualidad prevalece frente a otros valores” (Massonnier, 2008 :P. 35.) Esos nichos están conformados por personas que comparten las mismas afinidades encaminadas a la proyección de una imagen corporal que creen única, pero que se repite bajo los mismos parámetros en cada uno de los miembros del grupo cuyos gustos, preferencias y necesidades, se multiplican impactando drásticamente los mercados de consumo.

Destaca el hecho de que los jóvenes son, por primera vez en la historia, los protagonistas de las nuevas tendencias, “jamás se había visto que la cultura juvenil irrumpiera de tal modo en todos los ámbitos de la vida: en el mundo occidental, los jóvenes se convirtieron, sin más, en el espejo absoluto de la moda y en el ideal de la sociedad” (Massonnier, 2008, P. 67). La gente quiere alargar su etapa de juventud con la ayuda de los medios tecnológicos y el creciente hábito de comprar y desechar se lo facilita, con lo que la vieja frase “eterna juventud” se va convirtiendo en algo alcanzable; es así que “a medida que evoluciona la llamada sociedad de

consumo advertimos que la durabilidad se debilita como valor en sí mismo. En ese devenir, lo transitorio se instala y en muchos sentidos la experiencia sustituye a la posesión” (Massonnier, 2008, p 218).

Se trata pues de, una vez entendido el presente, ser capaces de predecir cómo se transformará en el futuro inmediato, cuándo y hacia dónde se van a dirigir los hábitos de consumo y hacerlo con la antelación suficiente para estar preparados.

LA MODERNIDAD: EL CONSUMO EN LA VIDA LIQUIDA Y SOLIDA.

En la modernidad líquida la sociedad es volátil y el sentido de lo social, el bien común o las sociedades comunitarias resultantes de las post guerras (modernidad sólida), se diluye para dar paso al surgimiento de una marcada tendencia individualista; aquí, la posibilidad de una sociedad fructífera y verdadera tal y como se proyectaba con el resurgimiento después de la guerra, se escurre entre las manos.

En la transformación de la sociedad sólida a la líquida, todo se vuelve maleable, escurridizo, la sensación de satisfacción y bienestar, producto del desarrollo industrial en tres décadas de post guerra, desaparece. Entonces el individuo se mira al espejo para empezar a preocuparse demasiado por sí mismo, sus necesidades personales cobran protagonismo y cae en un bucle interminable de apetitos materiales que debe suplir cada vez más rápido. Esta práctica se multiplica en cada ser humano, sin importar su edad o cultura porque, paradójicamente, al tiempo que defiende su individualidad, el hombre busca pertenecer a un grupo afín. (Bauman, 2006)

La tecnología permite que esas necesidades trasciendan fronteras y las multiplique, con lo que todos los seres humanos viven en una espiral de consumismo que solventan de acuerdo con sus capacidades adquisitivas y es así como sólo quienes pueden acreditarse como consumidores

competentes son valorados. La modernidad líquida relega a los pobres, los sin techo, los drogadictos, los poco dotados, los inmigrantes, a todos los que no tengan capacidad de comprar. (Bauman, 2006)

Los conceptos de tiempo y espacio también merecen ser revisados puesto que la tecnología les ha dado una nueva relevancia especialmente al término espacio. Ahora nada parece tan lejos y en esa medida, las expectativas y ambiciones de los usuarios de tecnología conocen nuevas dimensiones.

Cada vez se pasa más tiempo en internet, no solo por ocio sino también por trabajo, estudio o negocios, estableciéndose así una nueva forma de relaciones con otras personas y con otras tecnologías. Los individuos empiezan a sentirse más seguros estando solos y relacionándose únicamente a través de sus dispositivos solo con sus semejantes, lo que hace de los espacios virtuales los escenarios principales en los que se suceden las actividades humanas.

La idea de trabajo también ha cobrado un nuevo significado pues, si bien éste representa desde el comienzo de la humanidad, la forma de atender las necesidades, en la modernidad sólida trabajar representaba también la posibilidad de construir algo en beneficio de una comunidad, pero ahora su única función es la de proveer los recursos para acceder a una cantidad de bienes que pronto deberán ser reemplazados.

Este ambiente líquido y tecnológico propició el advenimiento de la generación de nativos digitales quienes, gracias al dominio de las tecnologías se mueven cómodamente en el universo virtual, creando sus propios patrones de comportamiento y por ende su propia cultura.

Es por ello, que la dimensión que ha cobrado el consumo ha venido analizando cómo el consumidor también se ha convertido en producto a consumir. Así lo afirma el autor cuando expresa que *“en la sociedad de consumidores nadie puede convertirse en sujeto sin antes convertirse en producto primero”* (Bauman, 2004; p. 24) , Es así que, en la sociedad líquida, el

hombre está expuesto y se ve en la necesidad de venderse primero como un bien necesario para la sociedad actual, ya que de lo contrario será desechado, debido a que no encajaría en los nuevos valores de consumo de esta.

Aunque no se trata de satanizar el consumo, *“no hay dudas de que consumir es una parte integral y permanente de todas las formas de vida que conocemos, ya sea por los relatos históricos o por los informes etnográficos”* (Bauman, 2007, p. 25). Sí cabe el reclamo del autor sobre la excesiva importancia que le ha conferido la sociedad moderna a esta actividad convirtiéndola en un vicio llamado consumismo. Desde ese momento, *“nuestra capacidad de querer, de desear y de anhelar y en especial nuestra capacidad de experimentar esas emociones repetidamente, es el fundamento de toda la economía”* (Bauman, 2007, p. 26).

Como consecuencia de esto la sociedad anterior, la cual basaba sus compras en lo que le proveían los fabricantes -la sociedad sólida- se transformó en una sociedad líquida a merced de los cambiantes anhelos y deseos de cada individuo y estos cambios son aprovechados por la industria que incorporó el concepto de obsolescencia programada en su decálogo de producción, para desatar una verdadera obsesión por comprar y desechar cada vez más rápido, con lo que las cosas pierden valor casi de inmediato.

La inestabilidad de los deseos, la insaciabilidad de las necesidades, la resultante tendencia al consumismo instantáneo y la instantánea eliminación de sus elementos, están en perfecta sintonía con el nuevo entorno líquido en el que se inscriben hoy por hoy los objetivos de vida y al que parecen estar atados en un futuro cercano. (Bauman, 2007, p. 29)

El tiempo transcurre más de prisa, o así lo parece; lo que demanda mayor celeridad en el cumplimiento de los ciclos de consumo y eliminación, al punto que la humanidad ya no sabe si disfruta más adquiriendo un bien o eliminándolo y como no hay tiempo para pensar en ello, el individuo se ha convertido en una especie de autómata que responde a dos estímulos: comprar y desechar; pero existe otra especie dentro de la sociedad líquida, la llamada “infraclass”. (Bauman, 2004)

Esta “infraclass” evoca la imagen de un conglomerado de personas que han sido declaradas fuera de los límites en relación con todas las clases y con la propia jerarquía de clases con pocas posibilidades y ninguna necesidad de readmisión: gente sin papel asignado, que no aporta nada a la vida de los demás y, en principio, sin posibilidad de redención. (Bauman, 2007, p. 96)

A lo anterior, es válido agregar que *“la individualidad es el producto final de una transformación social disfrazada de descubrimiento personal”* (Bauman, 2005, p. 23), es decir, que como seres humanos estamos presos de la individualidad que nos evoca un cambio sintáctico de la realidad próxima, lo que hace que exista una conversión de sus dinámicas sociales y sea llevado por la posmodernidad como motor de pensamiento donde el todo vale como dogma redescubre el deber ser del individuo.

Con esto, el autor reafirma su postura crítica de la sociedad líquida, en la que términos como identidad o cultura no se pueden delimitar puesto que cambian constantemente; del mismo modo que el altruismo que motivaba las acciones de los individuos en busca del bien común como característica de la sociedad sólida, ya no existe en la actualidad. Hoy, el héroe es aquel que gana notoriedad y reconocimiento social convirtiéndose en un influenciador, vendedor de

marcas e inspirador de grandes grupos de personas, aunque por un tiempo relativamente corto. Esta es otra de las características de la vida líquida, la volatilidad.

Resulta interesante el planteamiento de que la construcción de la vida líquida viene de épocas remotas ya que, en efecto el presente no es más que el resultado de un camino seguido por la humanidad, el cual le ha permitido llegar hasta donde está.

En el escenario actual, las problemáticas sociales alcanzan dimensiones transnacionales que sugieren que, tal vez en un futuro lejano, se volverá a tener una conciencia colectiva en donde prime el bien común. De allí que en la actualidad aún se evidencie esos vestigios de la teorización de la modernidad líquida, es permeable que dicha sociedad moderna se configure en una precepción de la realidad volátil y banal, que se ha dejado llevar del consumismo publicitario o de la idea “Wanna be” de ser un objeto del consumo y no un sujeto que consume, por ello la sociedad actual presenta formas de desarrollo social diversos en los que se evidencia la aplicación teórica de Bauman como pensador.

En un análisis de la sociedad líquida *“Las relaciones amorosas acaban convirtiéndose en breves episodios, en los que priva la búsqueda del beneficio personal. Cuando una pareja deja de ser rentable, se deja de lado y se busca una nueva.”* (Redondo, 2017;P.1) prueba de ello es la aplicación Tinder, donde la idea del amor líquido está presente y cambio paradigmáticamente la idea las relaciones de pareja, se hicieron contingentes, desechables, casi de poca razón endémica de amor, solo la banal idea del amor exprés, sin sentimientos, en total libertad.

A lo anterior, si el amor se debe vivir sin atadura en esta época posmoderna, también debe serlo el lugar de vivienda o el estilo de vida que se lleva, esto lo entienden muy bien los ciudadanos del mundo, aquellas personas que no se habitúan sedentariamente en un solo lugar puesto que se transformaron en nómadas de la actualidad, que deciden vivir diferentes realidades

a las de su lugar de origen y romper las barreras de su propia conciencia en su espacio-temporalidad. Del mismo modo, se pueden considerar habitantes del mundo puesto que dicen no pertenecer a ningún sitio en específico, una cierta libertad en la búsqueda de nuevas experiencias.

Subyace en todos estos detalles, que así mismo el ser humano en esa búsqueda de renovación, también concibe una idea diferente del trabajo puesto que el ser humano al querer vivir sin ataduras de ningún tipo que le limiten su libertad o le cohíban su autonomía, busca renovarse constantemente puesto que su proceso cognitivo le permite adquirir nuevos conocimientos que le ayudan a desarrollar una capacidad de adaptabilidad a diversos campos de trabajo en los que la capacidad de reinventarse y no ser un sedentario laboral, lo motiva, lo potencia en inclusive lo reta para alcanzar ciertas metas puntuales que se proponga al nivel laboral.

La educación es uno de los aspectos que se analiza a la luz de la modernidad líquida, puesto que es en esta donde se percibe una crisis desde sus modelos pedagógicos, dado que la educación clásica del siglo XX solo limitó al individuo a obedecer normas y asimilar los conocimientos que les son infundados mas no los que les son aplicables a la vida, por ello muchos de los estudiantes a nivel escolar llegan a la universidad sin muchos conocimientos y empieza una deserción aguda en los claustros universitarios, puesto que los conocimientos adquiridos no son de uso prioritario en sus proyectos de vida y estudios universitarios, lo que conlleva a que al salir al mercado laboral estos deban reinventarse para optar a un trabajo.

A este propósito, añade el estudio que la era del consumismo en la que vivimos es más importante que las personas no conserven los objetos por un tiempo prolongado, sino al contrario, debe renovarlos cada cierto tiempo, porque así lo demanda la sociedad consumista que

vive del statu quo en el juego de rol y estatus dentro de un selecto grupo de exclusividad de pertenencia de objetos codiciados por seres que imponen conceptos de consumo masivos, la eterna lucha entre la inconciencia al consumo y lo efímero que es dicho consumo. La angustia que sufre el individuo frente al consumo es relativa a su capacidad adquisitiva, la conciencia genera una ansiedad frente a la obtención de reconocimiento social y es allí donde sucede la banalidad de la modernidad líquida.

GENERACIONES Y & Z: DINAMICAS DE SOCIABILIDAD VIRTUAL

Dentro de este marco han de considerarse una serie de estudios enfocados en el ejercicio dinámico del uso endémico de la internet en la actualidad para dos tipos de generaciones históricas que conviven dentro de la virtualidad, una con una mayor ventaja en el uso de la misma, puesto que nace en la era de la internet, la otra que vive el proceso de fundamentación tecnológica desde los albores de la computación y la influencia del cine de ciencia ficción que configuraron su pensamiento a los avances tecnológicos y la angustia existencial sobre dichos avances y como apropiarse de cada uno para hacerlo parte de su vida.

No hay una diferenciación clara frente a la edad a la que pertenecen dichas generaciones pero *“Si sigue la clasificación Brosdahl y Carpenter (2011) existen 4 generaciones que utilizan la categoría de año de nacimiento para cada cohorte: Generación X (1961-1980), Generación Y (1981-1990) y Generación Z (1991 y posteriores).”*(Prakashyadav & Rai, 2017), aunque en Colombia dichas generaciones tienen rangos históricos diferentes, por ejemplo: la generación Y es más distanciada de los avances de la web 2.0 y su edad actual oscila de los 27 años a los 37 años en promedio, mientras que la generación Z solo sufre unos años puesto que ya no sería de

1991 sino de unos 5 o 6 años debido al atraso tecnológico y la llegada tardía de la internet y los avances en dicha área. (IBOLPE, 2015)

Dicho estudio se enfoca en la interacción que ejercen dichas generaciones aunque se enfoca de sobremanera en la generación Z que es su foco de análisis puesto que son ellos los que presentan unas formas de interacción virtual más altas que sus antecesoras, de allí que *“La necesidad de estar involucrado e informado a / con otras personas es la razón principal detrás del uso de la socialización en línea por la Generación Z.”* (Prakashyadav & Rai, 2017;P.1) razón fuerte que permite que este estudio haga una diferenciación entre las dos generaciones, la generación Y que contiene a los llamados Millenials y la Z que contiene a los Centenials:

<i>Millennial</i>	<i>Vs</i>	<i>Gen Z</i>
▪ Tech savvy		* Tech Innate
▪ Communicate with Text		* Communicate with images
▪ Curators & Shares		* Creators & Collaborators
▪ Now Focused		* Future Focused
▪ Optimistic		* Realistic
▪ Want to be discovered		* Want to work for success
▪ Dependent / Self Centered		* Self Reliant / Aware
▪ Entitled		* Persistent

Figura 1. Generación Millennial Vs. Generación Z. FUENTE: Model 1 Millennial vs Gen Z, en Prakashyadav & Rai, 2017 P.3.

La comparativa reafirma el estudio, puesto que ambas generaciones tienen diferencias contraculturales tales como: formas comunicativas de entorno coloquial, interpretación de la realidad diversa acorde a sus formas propias de vida y de relación con la sociedad, así mismo una visión del trabajo ligada al éxito por su independencia y persistencia a lograr objetivos o metas. Las nuevas maneras de percibir los avances tecnológicos también son una diferenciación grande entre ambas generaciones puesto que ahora las nuevas formas de comunicación y de espacio-

temporalidad a la asimilación de su realidad próxima son factores que permiten generar comparación entre una generación que tuvo que asimilar el cambio tecnológico, y una que nació y adquirió por devenir histórico.

De allí que el objeto de análisis sean las generaciones Y & Z, que son las que han tenido una influencia en la internet, la generación Y creció en una época donde la tecnología empezó a crecer de forma paulatina, la ciencia ficción del cine hollywoodense de los 80`s los llevo a idealizar el futuro, a pensarse en el futuro. Por ello, dicha generación vivió el avance significativo de las tecnologías computacionales, la transición del disquete al cd, los videojuegos de 8bits a las consolas con gráficos en tres dimensiones y la llegada de los teléfonos móviles como proceso sistemático de comunicación entre pares. La llegada de la internet a la sociedad fue el punto de quiebre entre el ideal del futuro y el futuro, y es donde empiezan a nacer los primeros seres pertenecientes a la generación Z.

La generación Z es la primera en tener la tecnología de internet disponible y que han estado expuestos a una cantidad sin precedentes de tecnología en su educación, cortesía de la revolución web que se produjo a lo largo de los años noventa. La gente de la generación Z es naturalmente considerada hábil y cómoda con la tecnología, que la interacción en los sitios web de redes sociales es una parte significativa de sus comportamientos de socialización. La generación Z está teniendo un fuerte "vínculo virtual", y ayuda a los jóvenes a salir de las luchas emocionales y psicológicas que enfrentan fuera de línea. La exposición temprana, regular e influyente a la tecnología de la generación Z tiene sus ventajas y desventajas en términos de consecuencias racionales, sentimentales y sociales.

Los Millennials, generación Y o Net generation nacieron entre 1981 y 2000, (IBOLPE; 2015) su comportamiento difiere levemente de los anteriores. Se sienten empoderados para hacer un cambio en lo que consideran que está mal. A la vez, están enfocados en alcanzar sus metas y servir a la comunidad. Su lealtad con las marcas es volátil y motivada por las tendencias o la moda. La Generación Y está marcada particularmente por la tecnología, la cual es su principal herramienta de búsqueda de micromomentos definidos por Think With Google como “yo quiero ir”, “yo quiero hacer”, “yo quiero comprar” y “yo quiero saber”. Así, el 70% de los Millennials definen a YouTube como el lugar donde se encuentra todo lo que quieren saber o hacer. (IBOLPE, 2015)

La forma de llegar a los Millennials no es la misma que a la Generación Boom, lo cual se evidencia desde el reporte de Goldman Sachs frente al desarrollo de la marca. Para los Baby boomers, un logo grande es signo de estatus social, mientras que los Millennials y la Generación Z buscan un diseño estético y más elegante (Massonnier, 2008). Por ejemplo, la marca Michael Kors aplicó estos conceptos cambiando a “MK” y así consiguió incrementar sus ventas entre los Millennials. Igualmente, esta generación tiene un gusto particular por las compras y por el cambio constante del producto para no aburrirse. (IBOLPE, 2015)

Finalmente, la Generación Z, también llamada Post-Millennials o Centennials, Generación 9/11 o Generación XD, reúne a los nacidos después de 2001. Por haber vivido las consecuencias del terrorismo, la violencia escolar y la incertidumbre económica, surgen características como la ética, la apreciación por el orden y la estructura. Para esta generación son habituales y naturales las fuentes de alta tecnología e información múltiple y, de esta manera, anhelan la aceptación entre sus pares por medio de la música, el maquillaje, la moda y los videojuegos. Esta generación influye en un 70% las compras de comida en sus hogares y es capaz de reconocer algunas marcas

con tan solo un año y medio de edad. También, a los miembros de la generación Z les gusta construir comunidades en línea; sienten y perciben al mundo más cercano, con amigos virtuales y empoderados de la tecnología. El planeta es una gran aldea y la hiperconectividad es “lo normal” para ellos. El 24% de los preadolescentes entre los 12 y los 18 años usan un dispositivo móvil mientras ven televisión y el 83% de los niños entre los 8 y los 12 años creen que “es cool ser inteligente” Kaylene y Robert en (Inalde, 2016) . Del mismo modo, la tecnología le provee a esta generación materiales educativos; sin embargo, su frecuente inmersión en ella ha ocasionado una capacidad menor de atención y un incremento en el interés por efectos visuales, así como por experiencias envolventes e interactivas. Por lo tanto, esta generación buscará la construcción de un mundo on-line sobre las relaciones interpersonales del tipo cara a cara, resaltando su capacidad multifuncional. “Una pregunta que se podrían hacer los congéneres Z es ¿para qué hablar si podemos chatear?”. (Fernando, Carling, Del Director, & Inalde, 2016)

La caracterización de sus hábitos está reflejada en sus entradas, búsquedas y publicaciones en la red, *“les gusta construir comunidades en línea; sienten y perciben al mundo más cercano, con amigos virtuales y están empoderados de la tecnología”* (Fernando et al., 2016) sobre las preferencias de estilo de vida de 5 generaciones usuarias de internet y presenta de manera condensada información sobre cómo viven, comen, juegan, trabajan y ahorran alrededor del mundo. La encuesta se realizó a 30,000 participantes on-line en 60 países y algunos resultados son sorprendentes: (NIELSEN, 2015)

Los valores tradicionales, tales como casarse, tener hijos y comprar una casa son aún relevantes para muchos de los participantes pertenecientes a la generación Z y Millenials.

Cuando se trata de conocer las noticias, tanto la TV como los motores de búsqueda en internet son muy atractivos tanto para jóvenes como para mayores.

Por otro lado, dentro de los escenarios de consumo, nos encontramos con la industria de telefonía móvil, que si bien se ha modificado en una velocidad alarmante en solo 7 años, ha mostrado que son una industria sólida y que siempre quiere ponerse en la primera fila del consumo masivo en el mundo, la fabricación de teléfonos móviles ha generado un impacto económico fuerte en materia de consumo de masa, puesto que en la actualidad las dinámicas de consumo se manejan en un juego de rol y estatus social referente al capital social y cultural derivado del mismo capital económico de quien tiene la capacidad de adquirir productos que se publicitan en una cantidad excesiva y que atacan la conciencia de la persona al hacerlos necesarios, dado que una estrategia de ventas radica en crearle una necesidad al consumidor así esta sea inexistente.

De todos modos, cuando la publicidad le genera dicha necesidad de consumo a las personas y en especial a quienes por presión social o estatus frente a sus pares es quien finalmente adquiere estos productos así este no les vaya a dar el uso que se supone tienen al ser creados y comercializados, así mismo, es como hoy en día se ven personas que en un fenómeno capitalista año a año han generado una religiosidad alrededor de los teléfonos móviles, fenómeno que las mismas empresas han creado: es especial Apple y Samsung, puesto que estas dos año a año han venido actualizando sus terminales móviles competitivamente en la alta gama de teléfonos y son estos los codiciados, los cuales son los que generan estatus y la autonomía de consumo se limita a la obtención de los mismos.

A lo anterior, en ambas generaciones se denota un consumo de telefonía móvil, ya sea en terminales o en la adquisición de internet móvil de alta velocidad, los precios varían, puesto que las marcas se han hecho más globales, y así mismo, se han posicionado entre los consumidores de diversos sectores económicos, los terminales chinos han tenido un auge significativo en la

adquisición de teléfonos móviles dado que por su economía y funcionalidad básica compiten directamente con las grandes compañías que han tenido que tener en el mercado terminales de bajo costo que permita la competencia con dichas compañías.

A este propósito, el aumento en el consumo masivo de terminales móviles tipo Smartphone ha motivado un nuevo fenómeno en la sociedad: la adicción al teléfono móvil. Conviene, sin embargo, advertir que no se presenta en todos los sectores económicos, pero si es un fenómeno en aumento debido a que cada vez más adolescentes y adultos dependen del uso del teléfono móvil, ya sea por trabajo u ocio pero se mantienen en un constante uso de sus terminales que patológicamente los cohibe de su espacio-temporalidad y no conciben una vida más allá de la virtualidad. Es decir, su realidad se transforma para priorizar la de su interacción con su círculo social virtual.

Pero, cabe señalar que la generación Y & Z se distancian en cuanto al consumo y adicción al teléfono móvil, pues que este escenario de consumo varia debido a que muchos de la generación Z son hijos de la generación Y, lo que conlleva que en parte compartan una serie de características. Ahora bien, una investigación sobre la adicción al teléfono móvil muestra la diferencia entre ambas generaciones en cuanto a la adicción al móvil, pero según esta investigación *“la generación Z no es adicto, como es conocido en la literatura. Pero el uso de Smartphone es la parte más importante de su vida. La Generación Z se entiende más los progresos modernos y sabe lo que quiere el opuesto de la información previa.”*(OZKANa, 2015)

Esto quiere decir que, aun no hay un patrón patológico de comportamiento de adicción al móvil en general, claro que existen casos donde si se presenta dicha adicción, es decir, esta es la ludopatía moderna, puesto que si la generación Y sufrió de ludopatía con la llegada de los

videojuegos, la generación Z la ha de padecer con los Smartphone, no en la mayoría claro está, puesto que los teléfonos móviles son propios de los países desarrollados y en vía de desarrollo, es decir, países que pertenecen al sistema mundo capitalista, e inclusive quienes hacen resistencia desde las posturas socialistas. Pero aun así, el mal moderno de la adicción al móvil condiciona al ser humano a pensarse a sí mismo con un teléfono móvil, puesto que su relación de estatus y juego de roles entre pares muchas veces se vive en la virtualidad.

CONECTIVIDAD: EL MUNDO DENTRO DE LA INTERNET

Los jóvenes están altamente conectados casi como si estuvieran hiperconectados, sus dinámicas de interacción y uso de la internet aumentan considerablemente en especial cuando la educación ha tenido que incluir esta conectividad en sus procesos, de allí que las generaciones que interactúan en esta hiperconectividad vean la celeridad como su motor de análisis, su espectro comunicativo se limita o amplía de acuerdo a sus formas de interacción, los contenidos que decide consumir en la red o las publicaciones que este mismo hace en la red que condicionan su deber ser social en comunidad.

Un estudio sobre los estilos de vida y consumo en Colombia publicado en 2017, menciona que:

“ El acceso de los colombianos a Internet ha aumentado significativamente en los últimos años. De hecho, el 58,5% de la población utilizó Internet en 2016, frente a apenas más del 40% en 2011. No es sorprendente que este acceso mejorado haya impulsado las compras en línea de bienes y servicios, (en términos reales) entre 2012 y 2016.”(Euromonitor, 2017, p. 1)

En nuestro país se evidencia un avance significativo en cuanto al acceso a la internet en los hogares puesto que revela el mismo estudio que las compras o consumo de productos on-line son más evidentes y se masifican de forma tal que las dinámicas de consumo en cuanto a oferta y demanda hayan sido modificadas para ser netamente virtuales y de condición monetaria que les permita acceder a los diferentes productos sin tener que desplazarse grandes distancias o costos de envíos altos a su lugar de residencia.

El mismo estudio indaga sobre diversos factores socioeconómicos en cuanto a las formas de consumo de diferentes sectores o estratos económicos, aquí vale la pena hacer una pequeña digresión acorde a las dinámicas de consumo en Colombia, puesto que en un país con un modelo neoliberal donde la economía depende de las formas de adquisición del capital las formas de consumo respecto a la conectividad varían acorde a la edad del consumidor, no deben generalizarse por generación más si se pueden ubicar las maneras que tienen de consumir acorde a sus condición socioeconómica y de acceso educativo dentro de un contexto claro de clase media y baja, que son la mayoría en el país.

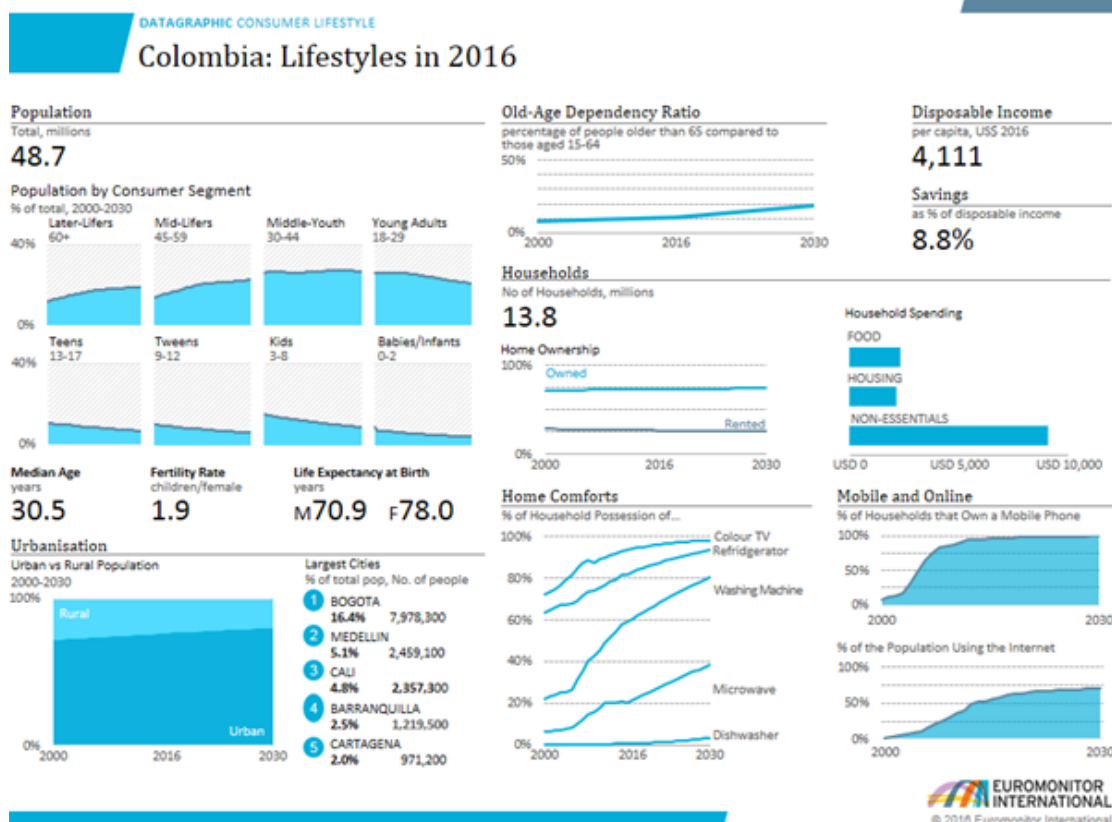


Figura 2. Estilos de vida en Colombia. FUENTE: Euromonitor, 2017.

Siguiendo con el estudio, las estadísticas muestran que el aumento notorio de la población y más en los sectores de estratificación popular se debe a la migración rural a las ciudades, generando dinámicas demográficas que configuran las formas de consumo puesto que como bien indica la infografía, los gastos del hogar tienen cambios significativos de consumo porque alimentación y vivienda (incluyendo servicios públicos) son inferiores a los gastos no esenciales, esto quiere decir que los hábitos de consumo en hogares en Colombia se desvirtuaron de las necesidades primarias, para tal efecto el aumento en el consumo de productos no esenciales se convierte en el hito de regulación económica actual.

Así mismo, la población joven va en aumento, de allí que el tema de la conectividad y los hábitos de consumo tengan una relación directa pues en tiempos de posmodernidad el uso del

móvil se incrementó notablemente a tal punto de desarrollar una patología a la adicción al teléfono inteligente y de convivir dentro de dicha norma de consumo donde los medios masivos atacan con ferocidad con tal de generar la sensación de necesidad, pues el objetivos de las ventas globales se reduce a crear falsas necesidades de consumo y es allí donde el marketing actúa en favor del comercio global para hacer que esas necesidades se potencien en sectores específicos con capacidad adquisitiva de consumo.

A lo anterior, la masificación de los teléfonos inteligentes entre la clase media e inclusive la clase baja con la llegada de los móviles de bajo costo de origen chino, posibilita que la funcionalidad y uso de dichos teléfonos se haya incrementado de manera notoria en todas los sectores socioeconómicos, la necesidad de comunicación y el surgimientos de las famosas aplicaciones de mensajería instantánea como Whatsapp, generaron la necesidad de adquirir estos dispositivos puesto que ya no es suficiente con poseer un teléfono celular sino que es necesario que este permita el uso de las redes sociales ya sea para el ocio o para negocios, es prioritario estar conectados pues el mercado global demanda la conectividad del individuo enajenándolo de su condición humana. Por ello:

“Una de las razones principales de la mayor tasa de compras en línea ha sido la proliferación de dispositivos móviles habilitados para Internet. El 25% de los hogares poseía teléfonos inteligentes en 2016, frente al 4,2% en 2011, mientras que casi el 19% de los hogares poseía tabletas en 2016, frente al 1,6% en 2011. Entre 2012 y 2016 las ventas de valor de la venta minorista de Internet móvil aumentaron un 254% “(Euromonitor, 2017;P.5)

La proyección que hace este estudio de acuerdo a las formas de consumo en tecnología, es que para 2030 en Colombia el 100% de los hogares tendrá al menos un teléfono móvil, esto

quiere decir que la infraestructura de telecomunicaciones móviles se ha puesto en la tarea de permitir que el acceso a la tecnología y de internet sea para toda la población, pero la lucha por el espectro radioeléctrico por cuestiones de dominio del mercado en telecomunicaciones ha retrasado que el desarrollo de la misma en zonas remotas del territorio nacional permita que más hogares y poblaciones gocen del avance tecnológico del acceso a internet.

Los Millennials son los que buscan más ávidamente cenar fuera. Casi 6 de 10 lo hacen al menos una vez a la semana y casi un tercio dice que así lo hace 3 veces por semana o más.

La conectividad, resulta una pieza fundamental para el desarrollo de las actividades de estas generaciones, es por ello que el estudio Apropiación Digital 3.0 realizado por el Centro Nacional de Consultoría será sujeto de análisis en este trabajo de grado, puesto que la muestra de 3.514 entrevistados mayores de 12 años en 6 regiones del país y 60 municipios, incluidas las 10 principales ciudades, refleja el uso que le dan los colombianos, en todo el territorio nacional, a la herramienta internet.

La encuesta confirma que los mayores niveles de apropiación digital están concentrados en tres segmentos: personas entre 18 – 24 años, con formación universitaria, viviendo en Bogotá. Los niños, jóvenes y adultos menores de 35 años, están por encima del promedio nacional en materia de apropiación. También demuestra que los estratos 3-6 están por encima de la media de apropiación nacional, aunque 1 y 2 siguen creciendo y se acercan al promedio. Así mismo, entre las ciudades más digitales del país se encuentran Bogotá, Ibagué y Cali.

Los usuarios de internet se relacionan entre sí, tanto en el ámbito profesional como el personal por medio de las redes sociales, un mundo con infinitud de posibilidades reales o ficticias en el que el volumen de información es inmanejable y muchas veces escapa al control de

aquellos que no dominan los mecanismos de publicación. Es aquí cuando las redes se convierten algo oscuro y peligroso.

A continuación, en *Análisis de las redes sociales y su impacto en las relaciones interpersonales en la actualidad*, publicado en Escritos en la Facultad, de la Universidad de Palermo explica la doble cara de las redes sociales:

“La era 2.0 llegó, en ella predomina la interacción por medio de artefactos tecnológicos, que a pesar de poseer la ventaja de proveer una comunicación instantánea, amplían el círculo cercano y aproximan a personas que crean vínculos y relaciones cibernéticas que se encausan en el camino de la despersonalización, provocando el refugio en una realidad paralela, escapando del mundo real.” (Ariane, 2014; P.28)

Estas relaciones pueden ser peligrosas en algunos casos, ya que no es posible tener la completa seguridad de quién está escribiendo realmente al otro lado de la pantalla y a quiénes se confían datos importantes que luego pueden ser usados para fines maliciosos. Por eso hay que manejarlas con extremo cuidado y a conciencia. Pero para aquellos que han descubierto la manera de moverse y sacar provecho de esta herramienta se han abierto las puertas de la fama y la fortuna.

Con la llegada de YouTube a la red de internet en 2005, abrió la posibilidad a los consumidores de video, para que se convirtieran en productores y programadores de un portal que les permitía compartir sus contenidos gratis. La adaptabilidad de la plataforma a dispositivos móviles como tabletas y teléfonos inteligentes, potenció su crecimiento y según estadísticas del año 2012, Facebook reproduce cada día, el equivalente a 500 años de vídeos de YouTube, cada

minuto se comparten 700 de estos videos en Twitter y 800 millones de personas visualizan los videos en el propio portal de YouTube cada mes.

A pesar de la corta historia de esta plataforma, se han realizado sinnúmero de estudios que buscan explicar cuáles son las razones del éxito de YouTube y establecer el perfil de los usuarios. Para el estudio presente, se han seleccionado 2 estudios latinoamericanos que proporcionan una visión más cercana a la realidad de Colombia.

YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo, publicado en Razón y Palabra, revista digital, del departamento de Comunicación y Periodismo Cátedra de Semiótica, 2009, Presenta la plataforma como un sitio de intercambio de contenidos de espectáculo en el que el emisor y el receptor están al mismo nivel por cuanto los dos tienen a su disposición las mismas herramientas.

El autor plantea una novedad cuando afirma que: *“La verdad en YouTube es la verdad espectacular”*(Bañuelos, 2009 p.9)

Es decir, que lo que muestra YouTube se convierte en verdad, aunque se trate de una ficción, de una construcción de la realidad con fines de espectáculo, en el momento en el que se transmiten por el canal, se convierten en verdad.

Otro de los aspectos novedosos en la visión de este elemento de consumo masivo, es carácter humanista de los contenidos que se comparten y que se alejan de la dimensión del espectáculo convirtiéndose, irónicamente, en llamados a la solidaridad de la gente.

La tesis de grado, Los Youtubers como parte de la realidad social española, describe con detalle las características de esta especie “hija” de YouTube. A pesar de referirse expresamente al medio en España, aporta información que ayudará a perfilar al YouTuber global quien

comienza siendo un usuario consumidor-creador de contenidos generados sin mayor inversión, con el inesperado resultado de que sus producciones se convierten en virales y le proporcionan un número significativo de seguidores.

Con todo y lo anterior, *“YouTube es conocido como un sitio web para compartir videos más utilizados por los músicos o blogger. Sin embargo, los autores consideran que YouTube puede ser utilizado con éxito para fines de marketing, junto con cualquier otra red social”* (Ioanid & Scarlat, 2017;P.978) , por ello que YouTube ha sufrido una transformación desde su fundación, de ser una red social donde los usuarios colgaban videos de corta duración, paso a ser un alojamiento de música subida por usuarios sin los derechos de los autores, y posteriormente los artistas se interesaron y crearon canales para la difusión de sus videos y canciones para combatir el contrabando de su material original.

Adelantando en el tiempo se encuentra que los mismos artistas suben su material musical y video gráfico para incrementar sus ventas y presentaciones en vivo, del mismo modo generan un impacto directo en la economía de las compañías disqueras que cambiaron las dinámicas de venta en físico para que las producciones musicales pasen a ser vendidas en plataformas digitales y algunas de streaming como lo es Spotify entre otras. Por ello, los grupos musicales (vigentes y no vigentes) abren su propio canal y así mantienen una ganancia alta por sus regalías puesto que YouTube se convierte en una gran publicidad para cualquier artista.

Por otro lado, un cambio paradigmático es el que sucede dentro de la virtualidad de los contenidos en YouTube está en quienes los producen:

“Los youtubers han conseguido potenciar el carácter 2.0 de la plataforma.

Se puede afirmar que las viejas costumbres basadas en el modelo de comunicación unidireccional, que llevaban a una baja interacción en la web 2.0, están cambiando. Es por ello que, aunque sigue habiendo una pasividad en el espectador a la hora de realizar un feedback, se puede observar que esta tendencia va decayendo sobre todo en los vídeos colgados por youtubers.”(Pavés & Lucini , 2014;P.8)

Esto quiere decir que, sin lugar a dudas los youtubers se abrieron un espacio dentro de la sociedad del consumo, esa misma comunidad que consume lo que estos muestran en sus contenidos porque las firmas empresariales les exigen ser innovadores y adquirir prestigio para que así mismo dichas compañías puedan generar patrocinio para sus contenidos, siendo que YouTube les paga al obtener cierta cantidad de reproducciones de un video, estos también reciben muchas ganancias por publicidad las cuales vienen de su influencia directa de sus espectadores con el consumo de las marcas.

Por otro lado, surgen dentro de esta plataforma, una nueva dinámica de creación de contenidos desde los estados unidos por personas con características singulares y formas particulares de expresión y grabación de videos sobre temáticas de importancia para cierto público específico, de allí que el primer foco de personas que haya sido atraído por dichos contenidos personales sean los jugadores de videojuegos o gamers, quienes convirtieron el pasar horas frente a la pantalla del computador o de la consola en tutoriales de juego para principiantes o conocedores

Estos seres emergentes dentro de YouTube reciben el nombre de: YOUTUBERS, estos personajes tienen una forma singular de actuar y de formas de sociabilidad en la plataforma, definirlos no está de más aunque, desde una mirada académica, no sea tan acorde dicha

definición, pero una concepción de youtuber según The Motor Lobby citado por Gómez Pereda (2014):

“Generación de comunicadores visuales que ha conseguido profesionalizarse en muy poco tiempo debido a su manera única de contar unos temas que dominan con liderazgo, de saber crear audiencia a través de las redes sociales y como consecuencia de todos ello, ganar dinero a través de las reproducciones de sus vídeos”.(Gómez Pereda, 2014;P.30)

Con sano criterio, la definición que se presenta anteriormente es la postura más cercana a la hora de conocer que significa el termino youtuber, pero aun así esta definición es algo corta para definir un fenómeno tan masivo y popular en la actualidad, por ello a la hora de especificar un poco más como se define al youtuber, se puede indicar que deben:

“Quedar claros tres conceptos básicos que definen al YouTuber: persona, audiencia y vídeos. Tenemos pues a un creador de contenidos de lo más variado, una red social virtual que en forma de plataforma de videos hace que estas producciones lleguen a un amplísimo número de personas, y unas creaciones audiovisuales de diverso formato, temática y duración.”(Gómez Pereda, 2014;P.30)

Es significativa la importancia que tiene el definir qué significa el término Youtuber y su significación dentro de la virtualidad: a su vez, la capacidad inocua de entender las dinámicas sociales actuales, las formas de concepción de la realidad y comprensión ética de la tecnología. Pero un youtuber es más que crear videos, puesto que sus vidas personales adquirieron un valor significativo de allí que los youtubers empezaron a categorizarse y buscar entre sus seguidores gustos y formas de identidad entre pares e inclusive entre grupos humanos de su propia nacionalidad como de otros países, por ello y por hacer un análisis mucho más específico de la

magnitud del fenómeno youtuber, se ha de hacer una tipificación o clasificación desde lo internacional a lo local, porque Colombia se ha venido posicionando en YouTube con los youtubers colombianos presentando contenidos que han trascendido las fronteras.

Una clasificación más cercana de los tipos de youtubers se puede simplificar en los siguientes rangos:

- Gamers
- Belleza y cosméticos
- Música
- Vlogs (video blogs situacionales)
- Humor (sketch)

Dicha categorización se emplea a raíz de la indagación por la plataforma y las tendencias más relevantes en visitas en los videos posteados, en especial cuando se observa el canal del youtuber mejor pago del mundo: PewDiePie y su canal :

<https://www.youtube.com/user/PewDiePie/videos> quien ha logrado posicionarse como el youtuber influencer, puesto que sube diariamente un video y en pocas horas alcanza miles de reproducciones, este estadounidense tiene millones de suscriptores más que la población de Colombia (cerca a los 58 millones de suscripciones) y esto le permite obtener grandes ganancias por parte de YouTube, en su canal varía desde los video tutoriales para videojuegos, cocina para principiantes, Vlogs de temas de interés con toques de humor entre otros, es quizá el YouTuber que tiene videos de casi todas las categorías posibles, de allí que los youtubers españoles como elrubius o vegeta777 hayan tomado como referencia eso para ser quienes son ahorita, los youtubers consagrados de influencia de masas, puesto que también han publicado libros de gran acogida.

Para el caso latinoamericano, la fuerte influencia americana y española creo una raza de youtubers en México que eran más ligados a las tendencias norte-americanas pero que aprendieron de los españoles a la hora de crear contenido hispanohablante, tanto así que en Chile nace la figura de German Garmendia con su canal *holasoygerman*, muy popular entre los latinos quienes han hecho de él un youtubeStar, al punto de idolatrarlo tanto que siguen religiosamente al pie de la letra sus consejos, esos mismos que condensó en un libro de venta astronómica que causó revuelo en las diferentes ferias del libro en Latinoamérica. De allí, que se abiera una gran polémica acerca de la pertinencia de estos personajes de la virtualidad en las ferias de libros que deben promover cultura.

Ahora bien, Colombia no se podía quedar atrás en cuanto a la generación de contenido en YouTube, y emerge la cultura youtuber criolla, que, con pasos agigantados lograron posicionarse en la escena latinoamericana. Los youtubers criollos se pueden encontrar en todas las categorías, por ello a continuación se hará una caracterización por categorías de los tipos y clases de Youtubers en Colombia:

GAMERS: en la categoría de tutoriales de videojuegos con el canal *Yescar Gameplays en Español*, en este canal dedicado a cierto tipo de tutoriales de juego con consolas y juegos para computador, donde el youtuber interactúa con el videojuego y da ayudas o apoyos a los jugadores sobre cómo alcanzar mejores resultados a la hora de jugar, es un canal muy visitado puesto que la gran mayoría se refiere a los populares videojuegos de fútbol y donde muestra la mejor forma de jugar y ganar objetivos en cada videojuego. Del mismo modo, realiza videos donde prueba los nuevos videojuegos en el mercado y todos los días sube un video nuevo que

alcanza miles de visitas a lo largo del día que lo posicionan como uno de los canales más buscados en Colombia por parte del público en general y en su mayoría adolescentes.

BELLEZA Y COSMETICOS: si el de los videojuegos es enfocado en público masculino, el género femenino tiene otros intereses y para ello el canal PauTips (<https://www.youtube.com/user/Pautips/featured>) administrado por Paula Galindo, una bogotana de 23 años que se ha hecho muy reconocida por sus tutoriales de maquillaje y belleza. En contraste con la mundialmente reconocida Yuya, Pautips también tiene otros canales donde publica Vlogs y uno muy personal donde la gente puede conocer más de ella, sin lugar a dudas Paula Galindo ha sabido sacarle provecho a su talento con el maquillaje para enseñar sobre técnicas de belleza y cuidado personal.

MÚSICA: si bien a YouTube se le da un fuerte uso para la reproducción de música en todos los géneros musicales, un canal colombiano que hace covers o interpretaciones de artistas internacionales de manera acústica por cantantes y artistas colombianos es Acoustic Sessions CO (<https://www.youtube.com/user/acousticssessionsco/videos>) en este canal encontramos videos de muy buena calidad que interpretan éxitos radiales de artistas del extranjero, sobretodo de habla anglosajona, esta dinámica no es nueva en YouTube, pues hay un sin número de cantantes y músicos que realizan covers musicales o simplemente le enseñan a otros como tocar un instrumento o análisis de videos y productos musicales.

VLOGS: esta dinámica de video blogs es una de las más visitadas dentro de la plataforma, puesto que son estos youtubers los que más seguidores y fanática tienen en Colombia, un ejemplo claro es el youtuber Sebastián Villalobos (<https://www.youtube.com/user/VillalobosSebastian/videos>), un creador de contenidos digitales

con casi 6 millones de suscriptores en toda Latinoamérica, es reconocido por la dinámica con la que graba sus videos, tomando como referencia a los youtubers norteamericanos y las tendencias en retos que estos plantean y que convierte en la dinámica latina puesto que tiene videos con varios youtubers reconocidos que también se dedican en la misma dinámica, otros nombres reconocidos dentro de esta dinámica que traspasaron YouTube se analizaran a continuación.

La famosa youtuber Luisa Fernanda W.

(<https://www.youtube.com/user/yosoyluisac/featured>) es quizá la figura más mediática, puesto que su Instagram tiene millones de seguidores y su Facebook fan page tiene millones de seguidores cosa contraria a su canal de YouTube donde no llega al millón de suscriptores, pero se ha convertido en una figura de influencia para muchas adolescentes, puesto que de las primeras youtubers que salto de los videos en YouTube a participar en proyectos televisivos , cosa que después sucedió con Sebastián Villalobos y otros más. Pero es correcto afirmar que Luisa Fernanda es una figura pública de fuerte influencia en personas de la generación Z y los últimos que nacieron dentro de la generación Y.

Por otro lado, una chica que tuvo su propio espacio en televisión con el mismo nombre de su canal, LaMonaSoyYo

(https://www.youtube.com/channel/UCz1JzEU_oEFTW5fzDNbNGsw/videos), Lucia Beltrán, logro posicionarse entre el público juvenil, con temas de interés enfocado en gustos particulares de ciencia ficción y literatura juvenil, lo que lo hace un canal diverso es que trata de hacer una exploración por todas las categorías antes mencionadas, constantemente el canal trata de tomar temas específicos o seguir las tendencias que también realizan otros youtubers y del mismo modo sobre tendencias en la televisión, su paso por la pantalla chica le imprimió un detalle diferente al resto de youtubers puesto que su forma de creación de contenido adquirió un plano más profesional que la diferencian entre otros creadores en su categoría.

HUMOR (SKETCH): si no es quizá la categoría más popular dentro de las visitas en la plataforma, si es de las más buscadas por internautas, el humor como expresión social y contracultural cumple su cometido en los medios audiovisuales, por ello se ven videos de contenido humorístico en gran cantidad, desde los errores humanos, pasando por situaciones diarias graciosas o bromas a personas, se destacan los videos de humor enfocado a géneros humorísticos de las artes escénicas: el clown, la improvisación, los cuenta chistes y el Stand up comedy, cabe señalar que en YouTube surgió un nuevo grupo de youtubers que no son gamers, ni realizan tutoriales de maquillaje, ni mucho menos hacen música o le cuentan a sus seguidores su vida diaria o retos, pero si se dedican a tocar temas propios situacionales para llevarlos al humor, a la construcción endémica de una condición cultural donde los seguidores y visitantes del video encuentras situaciones cómicas del diario vivir.

De allí que Jonathan Clay sea en la actualidad una de las tendencias en YouTube Colombia, puesto que sus videos donde reina el humor facilista, verde y lleno de clichés sobre situaciones de parejas y de actitudes de madres de familia son muy populares entre sus seguidores y gente que nunca antes había visto sus videos, así mismo, no es recurrente en otros temas específicos pero si es uno de los youtubers cuyo contenido trasciende de la plataforma, pues en Facebook, Instagram y Snapchat tiene una cantidad considerable de seguidores y vistas a sus videos, lo que lo han posicionado como uno de los creadores de contenido con mejor edición de videos y contenidos humorísticos en Colombia.

EDUCACIÓN: esta categoría inicialmente no fue planteada, pero a lo largo de la indagación teórica y propia acerca de la plataforma, se encuentra que hay un espacio muy importante para la educación, puesto que es posible aprender vía YouTube, es tal el auge de

entretenimiento que aun así la comprensión y cuestionamientos por temas de interés lo llevan al usuario o internauta a requerir unas necesidades académicas por ejemplo en temas matemáticos, históricos y explicaciones de temáticas en específico, en este sentido, el ingeniero colombiano Julio Alberto Ríos Gallego "Julioprofe" (<https://www.youtube.com/user/julioprofe/featured>) tiene la capacidad de enseñar a millones de personas sobre temas matemáticos, es el YouTuber académico más reconocido y visitado en su canal y diariamente sube un video nuevo explicando algún tema de la matemática o la física. Lo que demuestra que YouTube no es solo una plataforma de ocio, sino una fuente de conocimiento y de transmisión del mismo.

Finalmente, los youtubers en Colombia han logrado mostrar una dinámica de adquisición de saberes que posibilita una nueva experiencia en mercadeo, una nueva realidad de consumo que hace que la publicidad tome otras riendas o caminos de ejecución, estos personajes son una realidad que moviliza masas, masas que consumen, masas que son quienes permiten una que la economía mundial siga en constante movimiento. Los youtubers son en potencia una nueva forma de expresión humana que busca encaminar los senderos de la sociedad a ser libre en su accionar humano.

METODOLOGIA

ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

El alcance de la investigación de tipo Exploratorio, descriptivo, puesto que se pretende hacer una exploración del estilo de vida generacional frente a las prácticas de consumo y el marketing en redes sociales, en especial la plataforma YouTube y la influencia de los llamados youtubers en dichas prácticas de consumo.

TIPO DE INVESTIGACION – CUALITATIVO

Mediante el enfoque cualitativo se consigue datos en detalle de una muestra de consumidores, compradores, clientes, empleados o expertos sobre patrones de comportamiento, creencias, opiniones, actitudes o motivaciones mediante entrevistas, reuniones de grupo de foco, lluvia de ideas, observación, etnografía, entre otras técnicas.(Mesa, 2012)

Lo anterior justifica que el método cualitativo es el indicado para conocer la caracterización de las prácticas de consumo y creencias de los consumidores , ya que este método se basa en el estudio de los sucesos de los entrevistados y adicional se apoya en textos relacionados con ramas que permiten llegar a la respuesta de la investigación, lo cual permite conocer de manera lógica y racional conceptos investigados desde lo epistemológico y adicional se conoce el pensamiento subjetivo del investigador y del entrevistado.

Tipo de estudio – transversal

De acuerdo al tipo de investigación se emplea un tipo de estudio transversal, este estudio se realiza, cuando se toma una muestra de elementos de la población en un momento determinado. (Eliécer & Herrera, 2009)y se recurre a este estudio puesto que no es necesario

que exista continuidad en el tiempo ya que se indagará los hábitos y creencias que este tiene y que probablemente no cambien en un próximo tiempo

TIPO DE METODOLOGIA – ETNOGRAFICA

La etnografía se utiliza para buscar un enfoque de concepción y práctica de conocimiento, que busca comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus miembros, tiene un carácter flexible, holístico, amplio, subjetivo, inductivo y descriptivo; este método trata de comprender la complejidad estructural de los fenómenos que viven y sienten las personas involucradas en los ejes problemáticos, asociados a su cotidianidad, involucrándolos como co-investigadores de su propia realidad.(Bautista, 2011)

Bajo esta metodología trabajaremos la técnica Etnográfica, la cual se basa en el análisis del estilo de vida de un grupo social en particular interpretando su cultura, costumbres y estilos de vida realizando una reconstrucción analítica basada en su entorno social.

Así mismo este estudio tiene un alcance exploratorio porque no existe un conocimiento maduro al respecto por tratarse de un fenómeno joven (YouTube nació a la vida pública en 2005, hace sólo 12 años). Este trabajo representa la oportunidad de realizar un primer acercamiento a la realidad de la investigación y también a la del entorno de la cultura Y y Z para determinar una tendencia, sus variables y posiblemente vislumbrar una posterior investigación más profunda. En la parte exploratoria, el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes.

Los estudios exploratorios nos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área,

identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones (postulados) verificables.

MAPEO

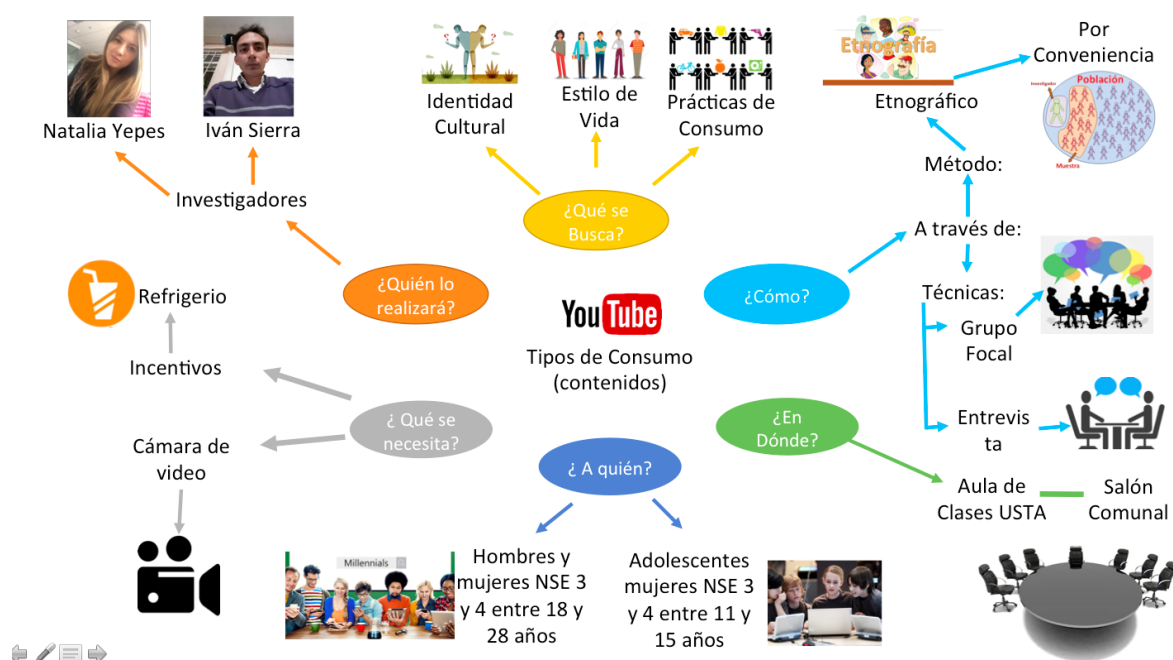


Figura 3, Mapeo sobre estilos de vida y prácticas de consumo en generaciones Y y Z pertenecientes a estrato 3 y 4 de la ciudad de Bogotá. Fuente: Creación propia

TRIANGULACIÓN

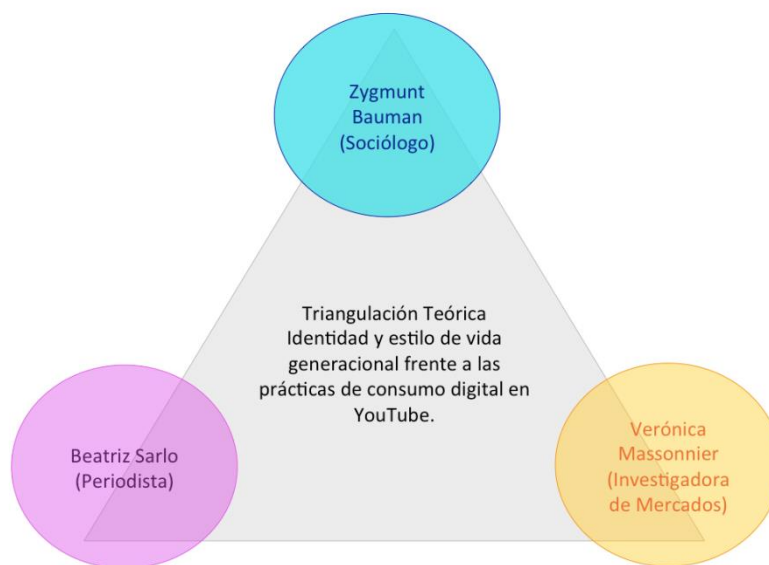


Figura 4 Triangulación teórica sobre identidad y estilo de vida generacional frente a las prácticas de consumo digital en YouTube. Fuente: Creación propia,

En este tipo de triangulación se establecen diferentes teorías para observar un fenómeno con el fin de producir un entendimiento de cómo diferentes suposiciones y premisas afectan los hallazgos e interpretaciones de un mismo grupo de datos o información. (Revista Colombiana de Psiquiatría. 2005, pág. 122)

MATRIZ DE CATEGORIAS ORIENTADORAS

A continuación, la matriz de categorías orientadoras busca ser el camino a seguir para el desarrollo teórico y metodológico, es decir, la base del trabajo práctico para la obtención del análisis a partir de los objetivos planteados; dar una respuesta al objetivo general es la clave inicial por ello las preguntas están orientadas desde los objetivos específicos para que desde el análisis se pueda generar una solución a los inicialmente planteado. De allí, que los objetivos específicos se organizan por letras para identificar a que pregunta corresponde cada objetivo:

- (A) Reconocer los perfiles generacionales que dan sentido al mercado digital en la actualidad.
- (B) Caracterizar el estilo de vida que dan sentido a las prácticas de consumo digital.
- (C) Comprender el dominio y la apropiación de los entornos digitales por parte de jóvenes de las generaciones Y y Z.
- (D) Establecer relaciones entre conectividad generacional y formas de consumo.

TABLA 1, Matriz de categorías orientadoras

Categorías Orientadoras	Definición	Ejes de Indagación	Ejemplo de preguntas.
Identidad	Construcción simbólica que se hace en relación con un referente (...) Un producto de la historia de los hombres.(Ortiz, 1996.77-78)	• Simbólica. • Historia. • Referente.	• ¿Cómo te identificas con lo que ves en internet? (C) • ¿Por qué en YouTube puedes encontrar personas o contenido con los que te puedas identificar? (B)
Cultura	En su sentido etnográfico, es ese todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la	• Conocimientos. • Creencias. • Arte. • Moral. • Costumbres • Hábitos • Sociedad.	• ¿Por qué te gustan los videos de youtubers? (A) • ¿Cuántos youtubers haz visto? (A) • ¿Qué ejemplo dan en sus videos o contenidos? (A) • ¿Qué uso le das a YouTube? (C)

	sociedad. (Harris, 2011) en (Barrera Luna, 2013)		
Consumo	Es la acción por la cual los diversos bienes y servicios son usados o aplicados a los fines a que están destinados, ya sea satisfaciendo las necesidades de los individuos o sirviendo los propósitos de la producción. La economía considera el consumo como el fin esencial de la actividad económica. Consumo es la utilización de bienes y servicios para nuestra satisfacción y la de otros. (Cuartas Mejía, 2006: p.112)	• Bienes. • Servicios. • Necesidades. • Producción. • Economía. • Satisfacción.	• ¿Por qué comprarías lo que ves en la publicidad de YouTube? (B) • ¿Qué publicidad hay en YouTube? (B) • ¿Qué venderías por medio de YouTube? (D)
Generación	Conjunto de seres humanos que, perteneciendo a cohortes de edad iguales o cercanas, comparten un conjunto de elementos identitarios claramente diferenciados que determinan, junto a otros componentes estructuraciones, su personalidad, y consecuentemente sus actitudes y hábitos de vida. ((Guisado & Agoiz, 2013)	• Influjos. • Cultura. • Ámbito. • Semejantes.	• ¿Qué intereses comparten adolescentes y adultos en internet, o que usan internet? (A) • ¿Cuánto tiempo del que estás conectado en internet utilizas para deberes escolares y/o académicos o por pasatiempo?(B) • ¿Qué páginas o aplicaciones usas con mayor frecuencia? (D)
Plataforma Digital	Es un sistema que permite la ejecución de diversas	• Sistema. • Aplicaciones. • Internet.	• ¿Qué importancia tiene internet para las personas? (D)

	aplicaciones bajo un mismo entorno, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de Internet.		• ¿Qué harías si no existiera internet? (D) • ¿Qué hace que un YouTuber sea famoso? (C) • ¿Qué piensas de los contenidos que crean los youtubers? (A) • ¿Qué es lo que más te gusta de los youtubers? (C)
Pauta publicitaria	Conjunto de espacios de publicidad que se seleccionan para comunicar algo durante un período de tiempo.	• Publicidad. • Comunicar. • Periodo.	• ¿Cada cuánto ves publicidad en YouTube? (C) • ¿Qué tipo de video podrías hacer si tuvieras la oportunidad de vender cosas en YouTube?(D) • ¿Qué publicidad prefieres, la de televisión o la de YouTube? (A)

Fuente: Creación Propia.

TIPO DE MUESTREO

El tipo de muestreo empleado en la investigación es de carácter no probabilístico ya que la orientación de la misma es de tipo cualitativo con un enfoque etnográfico, por lo tanto, el método a emplear es el muestreo por conveniencia (Neme-Chaves, 2017), Este tipo de muestreo se define como la técnica en donde las personas son seleccionadas dada la conveniente accesibilidad y la proximidad con el tema a investigar.

POBLACION

Sobre la base de un universo, el segmento a estudiar

Personas pertenecientes a las generaciones Y (25 a 30 años) Z (13 a 17 años) NSE 3 y 4 de la ciudad de Bogotá.

Es importante tener presente que la generación Z, comprende desde la edad 0, sin embargo, la población elegida para llevar a cabo la investigación se tomará desde los 13 años (con autorización de sus padres firmando el formato anexo) ya que según Piaget a partir de los 12 años de edad se gana la capacidad para utilizar la lógica y llegar a conclusiones abstractas. (Piaget, 1970)

TECNICAS DE RECOLECCION DE LA INFORMACION



Figura 5. Triangulación de las técnicas de recolección de información, Fuente: creación propia.

GRUPOS FOCALES (2 grupos en total, VER PROCEDIMIENTO):

Los grupos focales son una técnica de recolección de datos mediante una entrevista grupal semiestructurada, la cual gira alrededor de una temática propuesta por el investigador. Se han dado diferentes definiciones de grupo focal; sin embargo, son muchos los autores que convergen en que éste es un grupo de discusión, guiado por un conjunto de preguntas diseñadas

cuidadosamente con un objetivo particular (Aigner, 2006; Beck, Bryman y Futing, 2004). Como citaron (Escobar, Francy, & Bonilla-Jimenez, 2009)

El propósito principal del grupo focal es hacer que surjan actitudes, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones en los participantes; esto no sería fácil de lograr con otros métodos. (Escobar et al., 2009)

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

El siguiente cuestionario de preguntas está enfocado para dos grupos focales de diferentes edades, el primero con adolescentes de 13 y 17 años que conviven con internet, y el otro, con adultos jóvenes de 25 a 30 años que vivieron el cambio con la llegada de internet. El cuestionario va enfocado en estos dos grupos que tienen conocimientos previos del uso de internet y de la plataforma YouTube (basados en conversaciones previas a la entrevista).

- ¿Por qué te identificas con lo que ves en internet?
- ¿Qué páginas o aplicaciones usas con mayor frecuencia?
- ¿Qué contenido frecuentas en internet?
- ¿Por qué hay cosas o gustos en internet que comparten entre adultos y adolescentes?
- ¿Cuánto tiempo del que estás conectado en internet utilizas para deberes escolares y/o académicos?
 - ¿Cuánto tiempo en internet utilizas para pasatiempo?
- ¿Por qué en YouTube puedes encontrar personas o contenido con los que te puedas identificar?
 - ¿Por qué te gustan los videos de youtubers?
- ¿Cuántos youtubers has visto?
- ¿Qué comunican en sus videos o contenidos?
- ¿Qué uso le das a YouTube?

- ¿Qué publicidad hay en YouTube?
- ¿Por qué comprarías lo que ves en la publicidad de YouTube?
- ¿Qué hace que un YouTuber sea famoso?
- ¿Qué piensas de los contenidos que crean los youtubers?
- ¿Qué es lo que más te gusta de los youtubers?
- ¿Cada cuánto ves publicidad en YouTube?
- ¿Qué tipo de video podrías hacer si tuvieras la oportunidad de vender cosas en YouTube?
- ¿Qué publicidad prefieres, la de televisión o la de YouTube? Y ¿Por qué?
- ¿Qué importancia tiene internet para las personas?
- ¿Qué harías si no existiera internet?

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD:

“La entrevista es una técnica en la que una persona (entrevistador) solicita información de otra o de un grupo (entrevistados, informantes) para obtener datos sobre un problema determinado. Presupone, pues, la existencia al menos de dos personas y la posibilidad de interacción verbal” (Gil Flores; 1999: 167). Como cito (Aignerren, 2002)

PROCEDIMIENTO

Focus group generación Z

El focus group inicia a las 5 y 10 pm con un total de 5 adolescentes que cumplen el rango de edad requerido, así mismo se les hace una introducción acerca de la temática y se procede a hacer una presentación de cada uno de los integrantes y de inmediato se realiza la primera pregunta del cuestionario, cada uno da una respuesta respecto a la misma sobre lo que se puede encontrar en la internet, posterior a ello se inicia un mini debate sobre aplicaciones móviles que

más se usan con frecuencia en su vida diaria. El grupo se organizó de forma tal que pudieran observarse unos a otros, sus variadas edades les permitieron dialogar con mayor tranquilidad sobre la temática, el moderador inicio haciendo una presentación e introducción a lo que se iba a desarrollar en la sesión, inicia las preguntas y uno a uno da su punto de vista en un orden de participación circular, a medida que la sesión avanza se inician cierto debates sobre las preguntas en donde la charla se convirtió en algo más coloquial e informal para darle una mayor y mejor dinámica a la forma del focus group.

Del mismo modo, el moderador da el espacio para que se desarrollen y expresen ideas o argumentos por parte de los participantes y se mantiene atento a las diversas opiniones que expresan los participantes, y en medio de ellas surgen notas e ideas de interés frente a la temática del consumo dentro de la plataforma youtube, sus dinámicas de uso y la influencia de los youtubers sobre estos, abordan desde la mirada crítica de lo que observan , puesto que muchos de ellos son seguidores de algunos de los youtubers más reconocidos, pero aun así son conscientes desde una postura crítica sobre su influencia y comportamiento, el catalogarlos de “tontos” o “absurdos” les hace ver que pese a verlos con regularidad sus contenidos no son aprobados y siempre analizados para generar un pensamiento crítico de su realidad como adolescentes,

Es válido afirmar que, durante el desarrollo de la sesión se evidencio un análisis a los objetivos inicialmente planteados y que las intervenciones e ideas que plantearon los participantes estuvieron encaminadas a su interacción con la internet , se cuestionan asuntos elementales sobre las aplicaciones que manejan, lo que ven, lo que les molesta o el uso que le dan a la plataforma youtube, así mismo, su visión del mundo está en la búsqueda de intereses personales, de aprendizaje significativo de su entorno cercano. No conciben su vida sin el

internet pues esta hace parte de su construcción mental y humana, la inmediatez es una característica de esta generación.

Entrevista generación Z

La entrevista se desarrolla a una adolescente de 14 años quien es youtuber y quien tuvo la disposición de atender la entrevista, por ello, sus respuestas no se hicieron extensas puesto que a la edad que tienen sus ideas son más puntuales y evitan el salirse del tema o la pregunta que les es formulada. Ante la brevedad de la entrevista se puede evidenciar ideas o procesos que son de interés investigativo, de allí que al tener ella un contacto directo con la plataforma y conocer las dinámicas y procesos que debe tener un youtuber para que su canal o contenidos sean efectivos y llamativos a su audiencia, posibilita un mayor análisis desde el actor directo en opuesto con sus pares del grupo focal quienes son espectadores y audiencia de estos youtubers.

Es correcto denotar que, ante la dualidad entre el espectador y el youtuber existen otros factores que influyen, el contenido es el tema que se aborda con mayor frecuencia en la entrevista, el cuestionamiento de internet como motor del progreso humano y los escenarios hipotéticos de la no existencia de internet. Dado que si bien la entrevistada es youtuber y hace alusión a su condición como influencia desde su contenido, analiza con mayor certeza su papel como generadora de contenidos y de su influencia con sus pares, es por esto que la entrevista se desarrolla con normalidad y no es necesario realizar preguntas fuera del cuestionario establecido.

Focus group generación Y

Se inicia a las 7 y 19 de la noche en donde se realiza una explicación de lo que consiste el focus group y la temática que se ha de tratar dentro del mismo, cada uno de los participantes se presenta ante los otros mencionando su nombre, edad y ocupación, las edades están en el rango planteado y de ocupaciones distintas. Ante la primera pregunta todos emiten una respuesta frente al uso de la internet claro tomando posición respecto a lo global de internet y la singularidad de

su uso, seguido a ello la moderadora les genera la siguiente pregunta y sus respuestas son muy formales y de un lenguaje que se caracteriza por su bagaje académico y social, se cuestionan mucho la apropiación del conocimiento en internet, la regularidad de su uso y como su espectro tecnológico es limitado puesto que la gran mayoría de aplicaciones son de uso adolescente, la especificidad en los contenidos que habitan y la relación de los adolescentes con el uso de internet es singular puesto que el uso que estos le dan a las plataformas como YouTube es mínimo, son más lectores de otro tipo de contenidos tales como: noticias, contenido político, viajes, tecnología y música.

Los debates o intervenciones en medio del desarrollo son más frecuentes donde se hace un paréntesis a la realidad de muchas curiosidades dentro de esta red, el marketing que estas maneja y las relaciones que se generan a partir de la interacción entre YouTube y las personas, se hacen méritos a los contenidos de esta plataforma pues los tutoriales que se hacen están enfocados a la realización de actividades o ayudas para desarrollar las mismas. Siguiendo a eso, se analiza el papel que cumple YouTube como generador de consumo y de mercadeo en la sociedad a partir de la publicidad para que finalmente en medio de las curiosidades de los youtubers como generadores de consumo y de marketing se lleguen a ideas y conclusiones respecto del uso y del hipotético de no existir el internet.

Entrevista generación Y

La entrevista se desarrolla con total normalidad y se hace amena a la hora de tratar temas que son propios de alguien que es programador de profesión, además se evidencia su gusto por los videojuegos y asuntos políticos, ante cada pregunta se realizaba una reflexión de sí mismo o de los entornos que compartía o convivía, así mismo se tocan y nacen ideas interesantes frente al uso de internet para una generación que tuvo que asimilar internet y que analiza su existencia dentro de la llegada de nuevas tecnologías que mejoren la calidad de vida del ser

humano, de allí que el entrevistado siempre remarque que YouTube tiene una singularidad de usos y que el impacto publicitario si hace eco en su forma de análisis de la realidad.

Por otro lado, como perteneciente a una generación que convivió con procesos históricos nacionales hacen que sus análisis de contenidos sean más críticos y cercanos a su forma de pensar, ante los contenidos que se hicieron populares por parte de los youtubers su posición es enfática y aunque frecuenta muchos canales de muchos youtubers famosos especializados en videojuegos, analiza que dichos contenidos son absurdos y son copias de ideas, no hay nada innovador o solo se centran en hablar de ellos mismos como un ejercicio hedonista, el mercado los lleva al consumo y pese a tener una posición crítica del consumo es un sujeto de consumo que hace parte de un sistema del cual hace parte y trabaja por su desarrollo.

RESULTADOS

A continuación, para realizar el siguiente análisis de datos se hizo uso de la herramienta atlas. Ti, con la cual se generan una serie de redes semánticas que posibilitan con mayor claridad el análisis de los datos arrojados en las dos entrevistas y los dos focus groups separados por generaciones y que ya fueron descritos en su procedimiento. Así mismo, a partir de las categorías orientadoras se desarrolló la primera red semántica que será el primer foco de análisis:

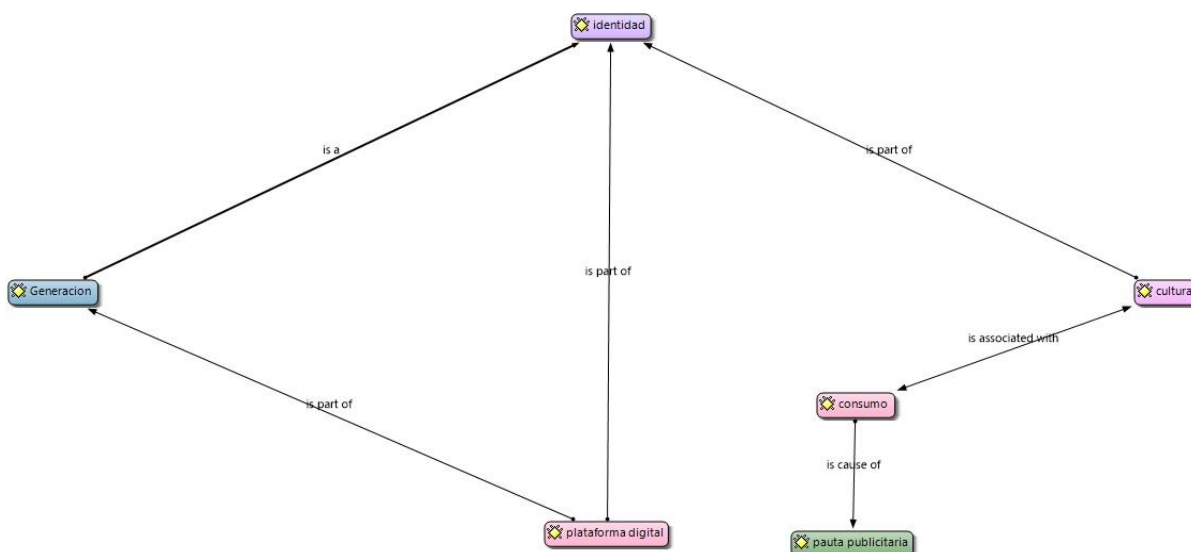


Figura 6. Red semántica de categorías orientadoras. Fuente: creación propia.

A partir del ejercicio de la red semántica se puede evidenciar que las categorías orientadoras son transversales unas con otras, lo que representa que dichas categorías estén acordes con la investigación y que como se trabajaron dentro de los objetivos y preguntas de investigación en la modalidad de entrevista o de grupo focal de hicieron útiles y serviles para el proceso investigativo. Del mismo modo, es válido afirmar que el análisis de la misma arroja que las categorías de cultura, identidad y generación van muy ligadas al tema del consumo, así mismo la pauta publicitaria y las plataformas digitales juegan un papel fundamental dentro del hito del consumo, de allí que la red semántica posibilite que se evidencie con mayor certeza los resultados que se arrojen y, con todo ello, la validación de las mismas dentro del ejercicio investigativo.

GENERACIÓN Y

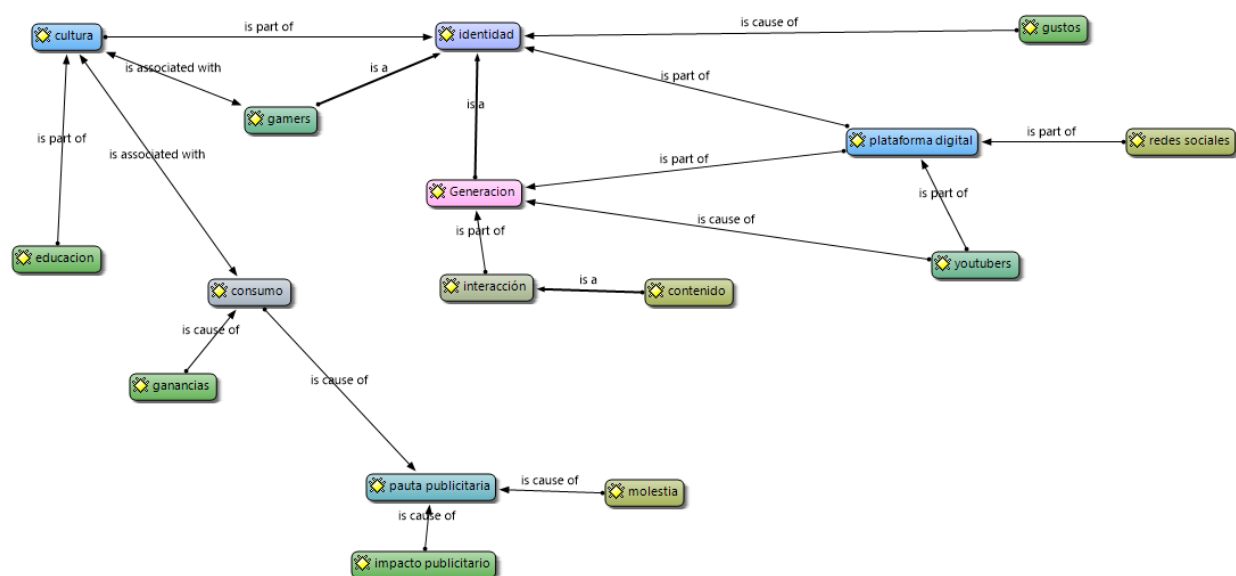


Figura 7. Red semántica de la generación Y. Fuente: creación propia

La generación Y posee una serie de singularidades que la distancian de otras, dado que es en esta generación en Colombia en la que los avances tecnológicos eran vistos por televisión o películas, por ello al elegir las categorías orientadoras nos brindan un acercamiento analítico de lo que representa para dicha generación a partir de la entrevista y el grupo focal, el anterior esquema o red semántica nos menciona que la generación es el concepto central y a partir de él surgen las demás categorías que complementan el ejercicio, además de ello, surgen las subcategorías, memos y citas que apoyan la red semántica y la obtención de resultados que prima el análisis de la generación Y.

Por ello que como se puede evidenciar dentro de la red semántica la generación Y tiene prioridades en cuanto al uso de la internet y de las formas de consumo dentro de la misma, es

decir que cuando se habla de generación Y hay tener en cuenta los análisis de esta basados en *ESTILO DE VIDA, CONSUMO DIGITAL E IDENTIDAD CULTURAL*.

ESTILO DE VIDA

Al definir estilo de vida se hace muy complejo puesto que será un precepto subjetivista, un acercamiento al termino seria que el “Estilo de vida es el modo de comportamiento del individuo, unificante y cohesionante relativamente único y tendiente a una meta---- es cognoscitivo -Afectivo, motor e interpersonal” (Nawas, 1971, P.94), esto quiere decir que cada individuo forma su propio estilo de vida, el sujeto tiene la libertad de formarse un estilo de vida, ya sea propio o influido, pero como se denota en el análisis de datos y las respuestas en la entrevista y por los participantes del grupo focal, la madurez influye a la hora de la formación del estilo de vida.

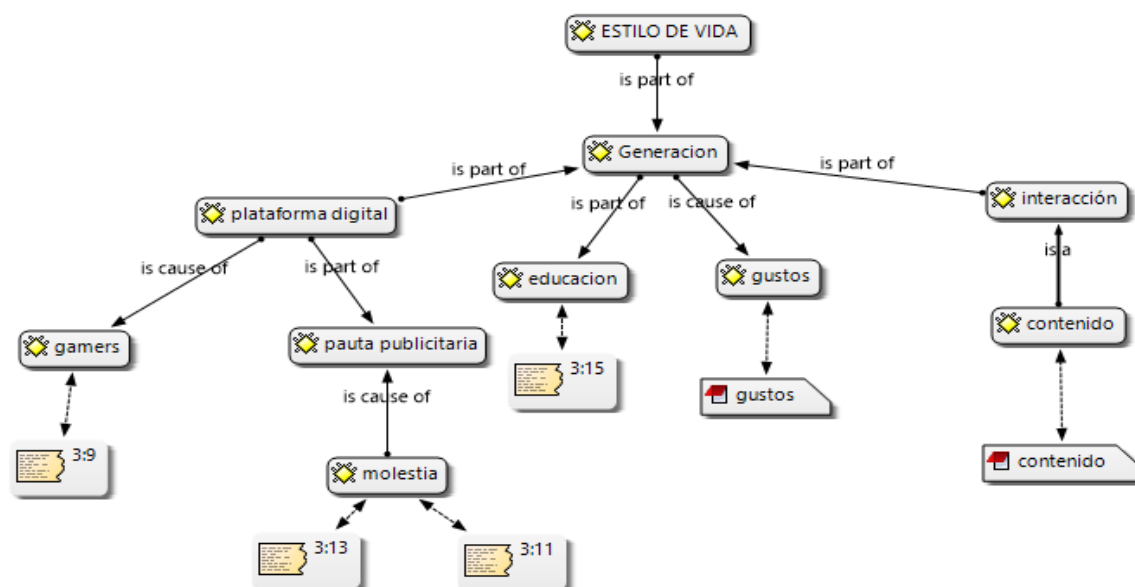


Figura 8. Red semantica de estilo de vida en la Generación Y. Fuente: creacion propia

A partir de la información recopilada en ambos ejercicios (entrevista, grupos focales) se pudo realizar la anterior red semántica (vease figura) la cual presenta al estilo de vida como concepto central y de allí surgen las categorías orientadoras que convergen con el interés investigativo del estilo de vida en la generación Y.

A lo anterior, en el caso de la generación Y el estilo de vida depende de sí misma, debido a que su relación temporal y espacial ya ha superado la fase de interacción formativa dentro de la sociedad, no se hizo distante de la tecnología en su formación porque tuvo otras plataformas digitales que hacían de su contenido algo más dinámico para dicha generación, por ejemplo: messenger MSN de hotmail, la cual fue un ícono de la mensajería instantánea dado que es esta el primer acercamiento a lo que a futuro van a ser las redes sociales y con esta ya se enmarcaba un estilo de vida de interacción en la internet, y la adjudicación de gustos en cuanto al contenido y la educación como tal con la llegada de la enciclopedia digital encarta.

Una de las características son las redes sociales que forman el estilo de vida según el entrevistado: *“yo todos los días así como básico siempre uso gmail, whatsapp, youtube. Facebook, a veces veo instagram, pero digamos como que mi día a día se mueve en torno a esas cuatro plataformas”* (cit 3:1) con su uso no solamente se generan espacios de socialización, sino que se manifiesta en ellas el estilo de vida del usuario que hace uso de las mismas, de tal modo que es en las redes sociales donde se puede evidenciar como se asume el estilo de vida dependiendo de la interacción y el consumo de vida que estos hacen de ella.

Un participante del grupo focal afirma:

“No sé yo creo que de ninguna de las nuevas redes sociales ninguna por ahí hasta YouTube pero yo creo que ninguna de otra forma Se usa pero las nuevas redes sociales como lo es Snapchat o algunas de esas, ninguna” (cit 3:19)

Aquí se evidencia una distancia con la generación Z puesto que el uso de redes sociales solo se limitaba a una interacción social cercana y no al seguimiento social de la rutina o sucesos diarios mediante la geo ubicación en las redes sociales o las imágenes que se comparten donde se prima el estilo de vida de cada quien aunque este sea infundado por el marketing o las tendencias de moda.

A lo anterior otro participante afirma:

La ventaja es que uno puede encontrar fácilmente la clase de algo que a uno le guste (cit 3:23)

Esto quiere decir que hay un enfoque directo con la inmediatez frente al uso de las redes sociales, de allí que el mercado se haya enfocado en publicitar productos, la inmediatez genera bienestar y tranquilidad, pero esa inmediatez es nociva si se analiza desde el punto de vista vivencial, puesto que reafirma lo soluble de la vida de las personas respecto al uso o la influencia de las redes sociales en la actualidad.

A esto, el entrevistado afirma:

“Pues en principio ahorita digamos como que es inevitable desligar el mundo de la tecnología de la sociedad entonces muchas veces yo estoy seguro que el mismo video que yo veo de youtubers haciendo gameplays es el mismo que está viendo un niño de 10 años de 8 años de nueve años porque son contenidos que digamos son de entretenimiento y tienden a hacer cosas que a muchos nos interesa obviamente de acuerdo al tipo de juego va a cambiar mucho, yo veo mucho juegos de acción: call of duty (no legible) y esos son de un público un poquito más adolescente en adelante, de pronto yo no voy a ver lo mismo que ven los niños que yo veo que se meten a ver muchas cosas de (como es) de minecraft y así pero más sin embargo los youtubers

que yo veo si hacen videos de minecraft y ese tipo de cosas, pero pues a mí no me gustan los videos por lo tanto no los veo.” (cit 3:27)

Un participante del grupo focal indica:

“Básicamente creo que es no por lo que veas sino por lo que yo busco entonces a raíz de mis intereses y de lo que yo estoy buscando pues me identifica no sé digamos conocimientos nuevos que será aprender o qué sitio nuevos pero todo estaba muy basado en lo que yo busco y en lo que me interesa” (cit 3:28)

El entrevistado afirma:

“digamos que es la parte de ocio. Y, en la parte profesional si muchos videos de tutoriales de cosas que necesito aprender, que necesito implementar” (cit 3:29)

El uso que se le da a internet desde un estilo de vida deviene en gran medida de sus gustos particulares o de sus procesos cognitivos, es decir, dependiendo del nivel educativo o de las formas de apropiación que este tiene de internet hace que sus gustos particulares reivindiquen un estilo de vida particular. En ocasiones compartido con sus pares de generación, lo que le permite no solo una convivencia entre los mismos al tratar temas de conocimiento generacional, sino también la configuración misma del estilo de vida de cada individuo perteneciente a la generación Y.

Por otro lado, un participante afirma:

“Pues yo veo más o menos desde que lo veo internet es facilitar mucho la obtención de información entonces eso siempre debe tener dependiendo del tipo de persona lo que va a buscar en internet normalmente o sea más o menos Cómo buscar libros ya pasa a ser un segundo plano desde que yo voy a buscar algo de entretenimiento se consigue en internet de

cualquier cosa o sea de quiero ir a comer algo no sé entonces es más como una aplicación que ha influenciado mucho en la vida de uno.” (cit 3:30)

A esto el grupo participante agrega:

“- Si te das cuenta WhatsApp se convirtió como un hito de trabajo o sea creo que va de generación en generación en qué sigue es la que usa el WhatsApp como por decirlo así bueno nosotros tenemos parte de trabajo y parte de ocio Pero como tal unas parte de ocio para mí es como un tema de comunicación y de crear sociedad .

- *es curioso porque en mi caso con mi familia ya yo ni siquiera me comunicó telefónicamente con ellos pero el tema de los grupos con WhatsApp ha creado por lo menos con ellos unos lazos de comunicación nuevos muy diferentes Y qué de verdad participan todos ósea es de entenderlo”(cit 3:31)*

El entrevistado menciona:

“Pues todo ósea el mundo de hoy no sería lo que es sin Internet yo Digamos como que cuando en términos de política cuando leo sobre comunismo sobre anarquismo sobre muchas otras cosas qué digo yo que tú puedes encontrar en internet o en el mundo para mí es completamente revolucionario porque tú haces ideas concebida En un momento en el cual donde el internet No sé pensará que fuera a existir porque rompe muchas barreras hace poquito se publicó eso que iban a hacer en Estados Unidos de violar la neutralidad en internet lo que yo Considero que no la pueden lograr porque son legislaciones Contra una cosa que es un derecho humano o sea es como como cuando se trata de privatizar el oxígeno existente es una cosa técnica que uno puede encontrar muchos huecos muchos procesos Entonces el mundo no es lo que es hoy sin internet” (cit 3:33)

Finalmente, las expresiones de los participantes y el entrevistado conducen al tema de la educación puesto que si tienen a internet como un canal de estilo de vida en donde se generan contenidos educativos, estos les son aprovechados, por ejemplo dice el entrevistado en cuanto a los contenidos que crearia serian de tipo:

“Educativos, más que todo educativos sentarme yo a hacer un video educativo lo que pasa es que yo no lo haría porque ya hay mucha gente que lo hace muy bien y es gente que yo sigo entonces yo digo el man tiene el tiempo el man tiene los recursos, tiene muchas cosas para hacerlo entonces pues él lo hace entonces no lo haría pero si lo hiciera si lo haría en términos educativos pienso yo” (cit 3:15)

La preocupación se centra en los tipos de contenidos que son vistos por dicha generacion, que pese a no ser distantes de la generacion Z en ciertos casos como lo son los videojuegos y no les aterra la idea hipotetica de la no existencia de internet en la actualidad:

“No sabría porque nacen esa generación sabría qué haría muchas cosas con enciclopedias con bibliotecas pero pero No sabría muy bien pero no pero ahorita tenemos internet es como una ayuda” (cit 3:16)

Conviene distinguir que el estilo de vida de la generación Y respecto a su interacción con la red, en donde sus formas de consumo se ven influidos no de forma directa por la publicidad así esta les genere molestia. A todo lo anterior, el estilo de vida también tiene un componente en el consumo y sus prácticas pues es en este donde se desarrolla las adquisición en el juego de rol y estatus donde el estilo de vida se ve influenciado en la compra de productos que generen exclusividad ante sus pares.

generación Y a partir de la plataforma digital YouTube relacionan la publicidad en la interacción en las diversas redes sociales.

A lo anterior el entrevistado en cuanto al consumo afirma:

“Pues porque tienen mucho contenido del cual yo consumo, pues ehh pues soy programador partiendo de ahí y pues son muchas cosas que yo encuentro en internet están directamente relacionados con mi trabajo ehh digamos como que lo que yo hago es relacionado directamente con internet, mi trabajo existe gracias al internet en gran parte”.(cit 3:35)

A esto un participante del grupo focal deduce:

“Información así en internet no sé pues digamos que usó mucho mucho Netflix entonces pues ahorita si esa fue la aplicación que se me olvidó decirle al comienzo pues veo muchas películas ahí y que buscó arte también soy muy adicto a los cómics entonces tengo muchos muchos cómics y vivo descargando los y pues cosas que son referente a las cosas que estoy estudiando y pues como videojuegos también me gustan mucho”. (cit 3:36)

Cabe notar que las prácticas de consumo digital están enfocadas en los gustos particulares de cada persona y sobre todo en el uso que se le da a internet, esto quiere decir que si bien son consumidores de las plataformas digitales, el marketing digital o el consumo de productos en internet solo se ve reflejado si estos les generan una necesidad o son requeridos para su desarrollo personal o laboral.

Un participante afirma:

“Para mí es como un tema de comunicación y de crear sociedad es curioso porque en mi caso con mi familia ya yo ni siquiera me comunicó telefónicamente con ellos pero el tema de los grupos con Whatsapp ha creado por lo menos con ellos unos lazos de comunicación nuevos muy diferentes Y qué de verdad participan todos ósea es de entenderlo” (cit 3:25)

El entrevistado afirma:

“Pues porque tienen mucho contenido del cual yo consumo, pues ehh pues soy programador partiendo de ahí y pues son muchas cosas que yo encuentro en internet están directamente relacionados con mi trabajo ehh digamos como que lo que yo hago es relacionado directamente con internet, mi trabajo existe gracias al internet en gran parte.” (cit 3:35)

A esto un participante del grupo focal menciona:

“Whatsapp es como la que todo el tiempo utilizó todo el tiempo y me estoy comunicando Pues creo que mi trabajo promueve mucho el uso de ella en cuanto páginas pues Google porque es totalmente necesario y de aplicaciones Pues de un tiempo para acá últimamente utilizó Twitter ósea sólo Twitter y es como con la que de pronto soy salgo un poco de lo que hago de lo que vivo y puedes quedar uno alrededor” (cit 3:36)

Las dinámicas de consumo de internet están enfocadas en el ámbito laboral, la generación Y vive sus relaciones en las redes desde su ejercicio laboral, lo que lo conlleva a dinamizar las formas de comunicación desde el trabajo a la vida formal, sus maneras de comunicar cambian con la llegada de aplicaciones de mensajería instantánea que no solo le generaron una inmediatez a la hora de establecer canales de comunicación, sino nuevas formas de relación interpersonal.

A esto una participante del grupo focal afirma:

“es curioso porque en mi caso con mi familia ya yo ni siquiera me comunico telefónicamente con ellos pero el tema de los grupos con Whatsapp ha creado por lo menos con ellos unos lazos de comunicación nuevos muy diferentes Y qué de verdad participan todos ósea es de entenderlo” (Cit 3:31)

De allí que ante el uso de internet, el entrevistado afirma:

“ehh, lo mismo te lo podría dividir en estas dos áreas , el área digamos de ocio digamos manejemos tres, ocio, académico y laboral ... Ehh cada una tiene su respectivo como que momento en el día a veces le dedico más a uno que a otro, a veces veo más cosas de ocio digamos que YouTube poquitas veces lo utilizo para tema laboral porque yo a veces necesito es sencillamente leer y este es un sitio de videos pues digamos no siempre aplica pero cuando necesito digamos ver un diseño de una página web yo lo hago a través de YouTube, entonces como que digamos que lo podría dividir así, si te lo digo en porcentajes podría llegar a ser cuarenta de ocio, treinta por ciento de ehhh de que digo, otro cuarenta por ciento de académico y el 20 por ciento laboral.” (cit 3:37)

Esto quiere decir que las prácticas de consumo digital de la generación Y están enfocadas principalmente en el ámbito laboral, en la cual el consumo de internet o en especial de la plataforma YouTube es para cuestiones de trabajo, aunque como expresa la participante es válido analizar como las practicas comunicativas se han enmarcado en la mensajería instantánea, puesto que las llamadas telefónicas fueron reemplazadas por mensajes de las aplicaciones, si bien,

muchas personas han logrado establecer relaciones sociales con sus familiares, amigos, compañeros de trabajo por medio de grupos de chat, les genera molestia el tratar constantemente en forma de interacción en dichos grupos.

Como quiera, que sea, la cuestión que nos compete desde la necesidad investigativa es la plataforma YouTube y los personajes que conviven allí que se hacen llamar youtubers, aquí conviene detenerse un momento a fin de centrar las respuestas y afirmaciones de los participantes en el grupo focal y el entrevistado en concordancia con el tema de las prácticas de consumo y la influencia que tienen los youtubers en la generación Y. Si bien los pertenecientes a esta generación no son distantes de lo que es un youtuber, si son muy asertivos en la discusión crítica de dichos personajes.

De allí que el entrevistado afirme:

“Yo antes criticaba mucho eso de hecho hace como 2 años en una feria del libro cuando un youtuber Tuvo más audiencia que una persona un escritor pues digamos como que yo critique mucho eso pero después dije realmente no es tan complejo porque son cosas que son de nuestra cultura al final del día los youtubers tendrían cultura y empecé siguiendo a uno es un español que vive en Estados Unidos se llama (youtuber) básicamente llegué al Canal de él fue por (youtuber) porque quería saber unas cositas de cómo se conseguía un Pokémon la evolución de un Pokémon entonces me puse a ver al Man me gustaron los videos y ahí digamos fue muy recurrente Ver los vídeos de sólo Pokémon ya después viendo el contenido otras cosas ay venga miramos pues porque es interesante y Pon ya con eso empecé a conocer otro Rango más grande de youtubers entonces digamos como qué en el lapso del tiempo me he dado cuenta que todos ellos están conectados todos de una forma entonces cuando se encuentran en las mismas ciudades van hacen videos juntos generan contenido entonces como que digamos es una comunidad uno se da cuenta que es bien grande ya ahorita digamos ha pasado aproximadamente un año y medio de eso digamos como qué genera ese sentido de comunidad que se genera cuando uno práctica un deporte pues a pesar de que uno De que uno no hablé pero uno ya lee los comentarios uno ya sabe que personas seguir Cuáles son los comentarios o no Ya conoce como las actitudes de cada uno empieza a generarse ese gustillo por cada eso eso en cuanto al tema de Gamers” (cit 3:3)

Al respecto conviene decir que, pese a la receptiva que la generación Y tiene a las prácticas de consumo influenciadas por youtubers, comprenden que hace parte de la

posmodernidad y así como ellos también son consumidores constantes de cierto tipo de contenido no deslegitiman los procesos y cambios en las formas del consumo mundial. Esto lo que genera es una nueva interpretación de la identidad de quienes son partícipes del mercado mundial y sus formas de generación de consumo.

IDENTIDAD CULTURAL

En el curso de este análisis, resta el tercer componente o categoría: la identidad cultural, en esta categoría los participantes del grupo focal y el entrevistado tienen posiciones similares respecto a lo que hace que se identifiquen con los contenidos que ven en internet, por eso es que la identidad no puede ser única, puesto que se debe hablar de identidades que van en constante desarrollo y que se retroalimentan en todos los ámbitos sociales y humanos, es decir, no se puede hablar de una única identidad personal, y esto queda evidenciado dentro del grupo focal y la entrevista de allí que el software Atlas ti. Arroje una red semántica que a continuación ha de ser analizada con respecto a las respuestas de los participantes .

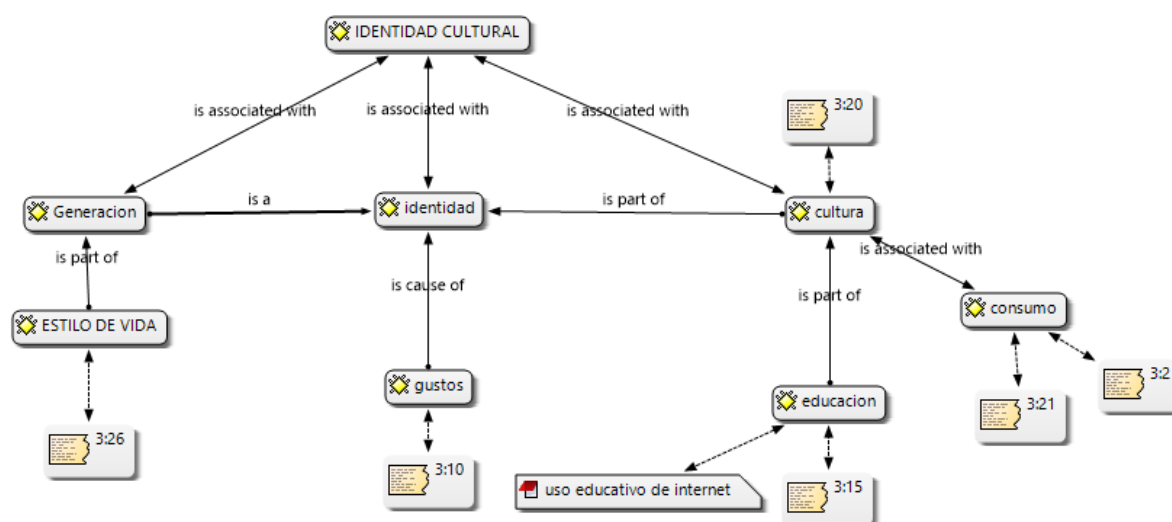


Figura 10. red semántica de identidad cultural en la generación Y. Fuente: Creación propia

Para esto es necesario definir qué significa la identidad, que si bien es una construcción social es al mismo tiempo una “*Construcción simbólica que se hace en relación con un referente*”

(...) *Un producto de la historia de los hombres.*” (Ortiz, 1996.77-78). En cierto sentido, al hablar de identidad es necesario analizar el constructo generacional, en otros términos, lo que se pretende analizar a nivel de la identidad cultural, son las diversas posturas e identidades personales a partir de las prácticas de consumo y el estilo de vida.

A esto el entrevistado afirma:

“Son muchas cosas que yo encuentro en internet están directamente relacionados con mi trabajo ehh digamos como que lo que yo hago es relacionado directamente con internet, mi trabajo existe gracias al internet en gran parte.” (cit 3:35)

A lo que un participante del grupo focal menciona:

“Internet es un campo muy amplio no pero uno siempre tiene identificarse con cierto tipos de parámetros o comportamientos sociales que llama la atención de sí mismo es decir hay gente que tiene gustos particulares desde los videojuegos la lectura libro en redes sociales en fin muchas cosas y y Desde allí en que cada persona busca o amplía su Rango De análisis o de apropiación de ese tipo de contenido” (cit 3:39)

Otro participante agrega:

“A raíz de mis intereses y de lo que yo estoy buscando pues me identifica no sé digamos conocimientos nuevos que será aprender o qué O sitio nuevos pero todo estaba muy basado en lo que yo busco y en lo que me interesa” (cit 3:28)

En contraste otro participante señala que:

“No realmente yo no me siento identificado porque o sea es un tema bastante amplio muy grande ósea Hay varia diversidad inmensa si estamos hablando como algo global cómo de cultura de una cantidad de información en la cual básicamente el loco soy yo transmitido reflejado de lo que hay allá pues es como muy poco” (cit 3:40)

Esta afirmación es clave para entender el análisis puesto que a partir de estas se puede evidenciar un esquema directo de lo que hace que la generación Y genere una identidad a partir de ciertos rasgos particulares de su comportamiento, por ello esta categoría tiene influencia directa de las anteriores pues son el estilo de vida y las prácticas de consumo la forma en que surgen las identidades culturales de cada individuo y su relación de pares con identidades que convergen en una comunidad en específico.

A lo anterior, como se hace notar, las identidades de las personas pertenecientes a la generación Y con lo que consumen en internet es limitados a sus gustos particulares esenciales, por ejemplo: un participante del grupo focal menciona frente a sus usos identitarios en internet que:

“sobretudo según Los indicadores libros soy demasiado come libros y tengo una cantidad de libros” (cit 3: 41)

Otro menciona que:

“En mi caso videojuegos principalmente desde que sigue la música escuchar bastante música información sobre las cosas que yo hago también buscó muchas cosas en internet supremamente eso es lo que yo hago” (cit 3:42)

Otro participante especifica:

“Información así en internet no sé Pues digamos que usó mucho mucho Netflix entonces pues ahorita si esa fue la aplicación que se me olvidó decirle al comienzo pues veo muchas películas ahí y que buscó arte también soy muy adicto a los cómics entonces tengo muchos muchos cómics y vivo descargando los y pues cosas que son referente a las cosas que estoy estudiando y pues como videojuegos también me gustan mucho” (cit 3:43)

Dentro de este contexto, es correcto afirmar que los procesos de identidad se van formando desde los primeros esquemas de formación cognitiva de la persona, donde cada individuo empieza a proyectar y apropiar sus gustos personales enfocados a desarrollar una identidad única pero que en medio de dicha formación se adquieren otras identidades a partir de gustos personales y colectivos frente al estilo de vida de cada persona y su sociabilidad.

Ante todo esto, el entrevistado menciona:

“En Colombia por ejemplo y Digamos como que también hablan de muchas otras cosas pero si el 80% es el contenido es de gamer pero muy amplio porque tiene muchísimo juegos tiene series tiene un montón de cosas pero también como que no se centra sólo en eso sino que también hacen otro tipo de cosas adicionales” (cit 3:9)

Y un participante del grupo focal agrega:

“En el caso de los videojuegos creo que están viendo no sé un tutorial de un videojuego que tenga 30 años esa persona pero un niño de 10 o 12 años también lo está viendo... hay una viabilidad frente al tema porque al fin y al cabo en la inmediatez del internet si hay gustos compartidos entre adultos y adolescentes” (cit 3:44)

Es prudente advertir que ante las respuestas de los participantes y el entrevistado se encontraron similitudes puesto que la generación Y tiene diversas identidades pero convergen de forma tal por constructos culturales tales como: videojuegos clásicos, historietas, cine de los años ochenta y noventa y hasta dinámicas de convivencia muy propios dentro de la temporalidad de esta generación, que como se ha venido mencionando con anterioridad se ha venido adaptando al cambio tecnológico. De allí, que es muy interesante que se mencione que pese a todo aún hay gustos particulares que se comparten entre adultos y adolescentes tal es el caso de los videojuegos y la interacción que hacen directamente con la plataforma YouTube.

Respecto a YouTube como consumo identitario el entrevistado afirma:

“YouTube es donde yo veo los gameplays o en algunas veces en Facebook, pero lo de programación si en todas repartidito menos Facebook” (cit 3:45)

Pero una participante del grupo focal, por el contrario afirma:

“Documentales de todo tipo también temas de viaje y turismo pero Generalmente me gusta mucho en YouTube todo lo que sea películas o series también eso y todo en general cualquier cosa en internet.” (cit 3:46)

A lo que el entrevistado apunta con precisión sobre su identidad cultural musical:

“Sí digamos una a mí no me gusta el reggaetón pero mi novia a veces me dedica canciones algo así he conocido muchas canciones que digo en esta canción Está bonita para dedicársela a ella y la conozco porque la colocaron en un comercial de YouTube “ (cit 3: 47)

Lo que aquí conviene decir acerca de las posturas y respuestas, es que se denota que las diferentes identidades van encaminadas a la identidad cultural como constructo de su realidad y de sus gustos personales, que le posibilitan un ejercicio social entre sus pares e inclusive con la generación siguiente con la que comparten algunos gustos y sobre todo la visión e interacción en la plataforma YouTube.

En este orden de ideas, es posible que a partir del interés investigativo sobre las prácticas de consumo en la plataforma YouTube y más sobre la influencia de los personajes llamados “YouTubers”, los cuales también son influenciadores de consumo en esta plataforma, al mismo tiempo que fomentan formas de identidad cultural desde las dinámicas del internet. Se pueda evidenciar si la generación Y tiene como influencia de consumo e identidad frente al estilo de vida a los youtubers.

De allí que el entrevistado afirme:

“Está luz, está vegeta, fatal, Daniel Samper, café picante, la puya, esta este pelado colombiano que no recuerdo cuál es el nombre del canal hasta hace poco me uní a un canal que se llama libertario TV en esos son como los que se me vienen a la mente en un momentico” (cit 3:6)

Y un participante del grupo focal menciona:

“que yo haya visto 5 como 5 que haya escuchado de mis estudiantes son 20 pero pues prácticamente esas son gente que se dejan manipular muy fácilmente sí sí pero qué casualidad uno se escucha que mencionan mucho pero al fin al cabo pero pues son unos completos idiotas hasta ellos mismos.” (cit 3:48)

Al respecto conviene decir que así como entre la generación Y hay quienes toleran las modas y las dinámicas juveniles tales como son los youtubers, el otro extremo es de quienes los consideran nefastos para la sociedad pues su practicas no dejan ningún tipo de enseñanza, sino, al contrario, priman la estupidez como forma de comunicación y de influenciación en la generación siguiente, pero adviértase que no todo es malo, pues el análisis muestra que los youtubers si tienen un alto índice de influencia cultural y que son ellos quienes potenciaron una plataforma destinada al entretenimiento visual pero que no poseía contenidos como los tratados para todos los gustos y necesidades.

Es por esto que un participante del grupo focal afirma:

“Ya como tal uno puede encontrar de todo o sea sí o no un avión de papel hay alguien que hizo un video explicando cómo hacer un avión de papel osea creo que depende de lo que uno vaya a buscar depende de lo que uno está enfocado yo he encontrado canales de gente que ha hecho investigación en filosofía y YouTube enseñar filosofía básica desde YouTube okay o ya

sean otros docentes que también enseñan matemáticas una cantidad de cosas pero siempre como a estar vinculado a YouTube desde el otro pero si como la parte académica” (cit 3: 49)

Para ilustrar mejor, el ejemplo que pone el participante sobre las necesidades de cada quien en YouTube, surge dentro de la identidad cultural el tema de la educación, pues la plataforma ha sido fuente de conocimiento y donde se genera conocimientos visual dentro del lenguaje verbal y no verbal en diversos tutoriales donde se puede aprender desde un idioma hasta la configuración de un electrodoméstico. Esto demuestra que la plataforma se adapta a las diversas identidades de la generación Y, desde los ámbitos académico, laboral, recreativo y personal.

Tales son, en síntesis, los comportamientos humanos como generadores de las diversas identidades culturales que posee la generación Y, pues cada persona es diferente y pese a pertenecer a la misma generación sus gustos, estilo de vida y prácticas de consumo digital y económico varían acorde a su espacio temporalidad y el contexto en el que se desenvuelven. De tal forma que YouTube genera que todos los pertenecientes a esta generación sin importar sus gustos y sus diversas identidades puedan desarrollar su estilo de vida y sus prácticas de consumo en internet.

GENERACION Z

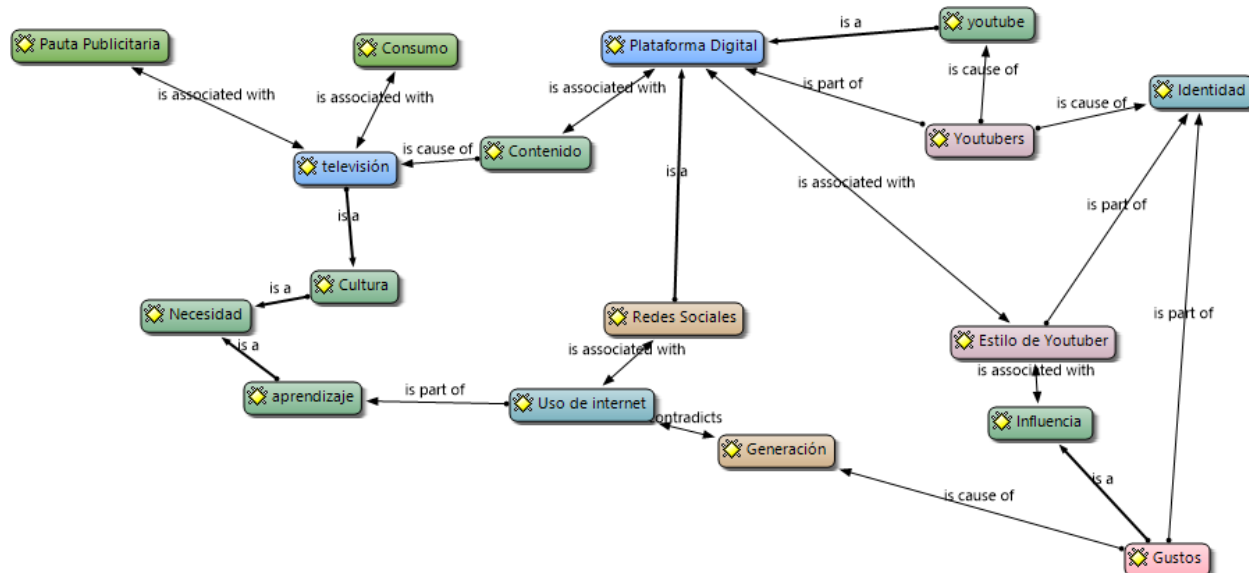


Figura 11. Red semántica generación Z, fuente: creación propia

La generación Z en Colombia nace en los inicios de internet, y son más ligados a procesos de interacción en ella que a establecer relaciones interpersonales:

“Se trata de la primera generación que ha incorporado Internet en las fases más tempranas de su aprendizaje y socialización, y también aquella a la que la crisis –económica y política- ha marcado más directamente su personalidad, porque la han padecido sus familias crudamente. A diferencia de sus hermanos mayores, los llamados millennials, Los z son precoces en usar la creación de empresas como herramienta de cambio social en materias como el medio ambiente, la desigualdad o la participación ciudadana” ((Ortega, 2016, P.2)

Por ello que se haga necesario un análisis a partir de las respuestas y afirmaciones de la entrevista y el grupo focal realizado a esta generación, a la luz de las categorías de ESTILO DE VIDA, PRACTICAS DE CONSUMO E IDENTIDAD CULTURAL.

ESTILO DE VIDA

El uso de internet es una constante en sus vidas pero toman muy poco para deberes escolares pero si en su gran mayoría lo usan para pasatiempos y ocio personal. Seguido a ello, YouTube es una red social importante para ellos, puesto que les da una complejidad frente al uso de la misma, razonan con mayor velocidad sobre el uso de la plataforma y tienen un pensamiento crítico frente a los youtubers, les genera una sensación de desconfianza y de énfasis crítico frente al entretenimiento frente a las dinámicas de los youtubers, y pese a su posición hay una contradicción puesto que los ven por ejercicio social, debido a que por relaciones sociales es obligatorio saber de los youtubers para no quedarse atrás en la espacialidad de las relaciones escolares.

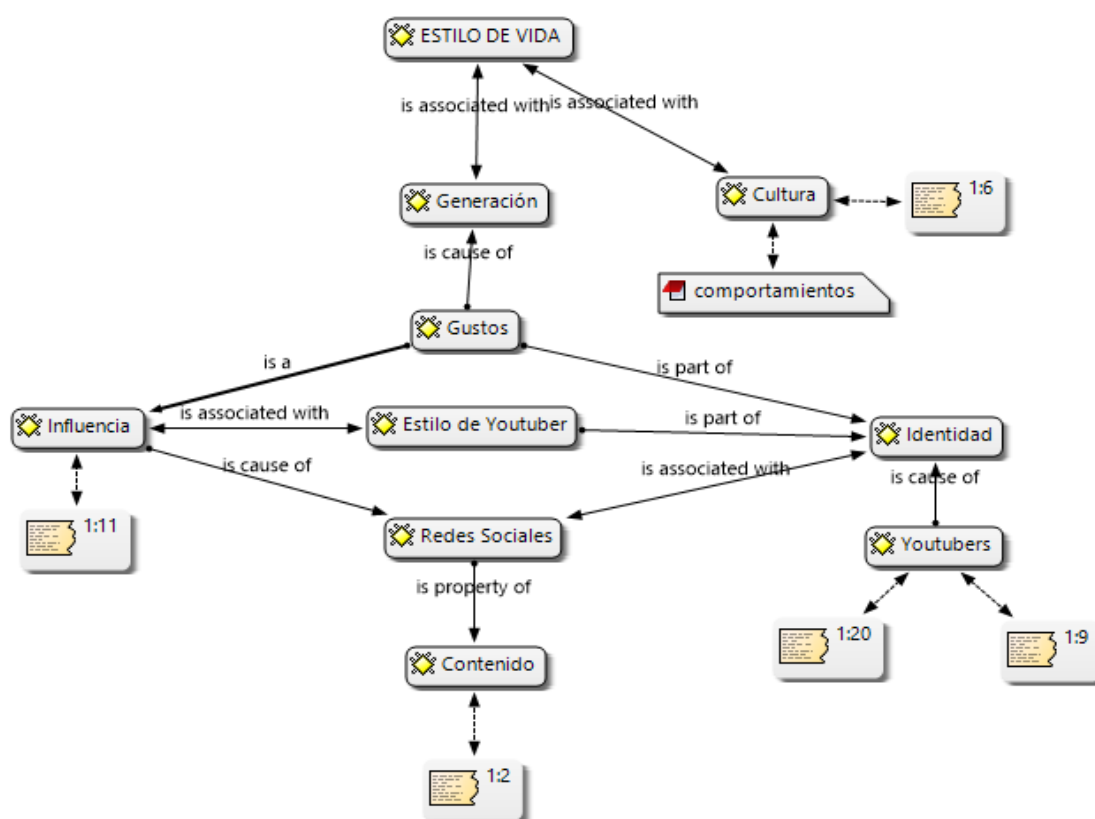


Figura 12. Red semántica sobre estilo de vida en la generación Z. Fuente: Creación propia

Frente a la forma de comunicar de los youtubers, los participantes concuerdan en que el entretenimiento de youtubers como forma de comunicación, y buscan youtubers con un contenido que ayude al planeta o que les transmita algo positivo en sus vidas, también retoman la dualidad retórica del uso de la publicidad que solo los estresa y omiten con mayor frecuencia porque la publicidad es molesta. Y concuerdan es que la publicidad de YouTube depende de su contenido y así mismo genera el consumo, una publicidad acorde a los perfiles es lo que les genera el consumo y la relación espaciotemporal que comparten con la publicidad.

En esto una participante afirma:

“Me gusta es como que me están dejando una enseñanza o me están divirtiendo pues YouTube es una plataforma para entretener a la gente y aprender cosas nuevas.” (cit 1:24)

Pero por otro lado, otro contradice y menciona:

“A mí los videos no me gustan es porque están dando un mal mensaje o simplemente están aprovechando la oportunidad que lo vean otras personas para algo malo” (cit: 1:6)

Esto quiere decir que, no a todos los pertenecientes a la generación Z les gusta el estilo de vida que proponen los youtubers, adoptan su propio estilo de vida acorde a los gustos y desarrollo cognitivo, en contradicción se denota que así como muchos se ven influenciados en cuanto al estilo de vida que proponen estos en sus dinámicas puesto que les generan gustos y formas de comunicación entre pares.

En cuanto a los gustos y en relación con el contenido, la entrevistada afirma:

“Pues primero que todo pero después investigaciones documentos también me gustan ver artos videos tutoriales pues como tutoriales de forma muy concreta hasta Pues que me hagan reír” (cit 1:2)

Del mismo modo un participante del grupo focal menciona:

“Porque digamos yo no voy a ver los videos de una persona que sube por ejemplo videos de fútbol americano o algo así parecido porque no es un gusto mío más que sí tiene que ver con mis gustos me puede identificar con esa persona porque si tienen cosas que se parecen a mí” (cit 1:26)

Es significativa la importancia que tienen los gustos en la configuración de un estilo de vida personal y hasta colectivo; puesto que son estos quienes permean en cada individuo y le permiten un libre desarrollo de su personalidad lo que conlleva a un constante ir y venir en la configuración de las identidades de cada sujeto perteneciente a dicha generación. Su relación identitaria con internet es menguado por el consumo global de la globalización cultural, lo que le genera una pérdida de autonomía local y de apropiación de aspectos globales.

A todo esto la entrevistada afirma:

“de alguna forma porque YouTube es una plataforma abierta a todo el público por lo tanto pues me parece si las personas comparten lo que le gusta pueden encontrar al igual que ellos también” (cit 1:5)

Esto quiere decir que, YouTube está empezando a fomentar un estilo de vida dentro de la generación Z puesto que es en esta plataforma donde se manifiestan diversos estilos de vida y gustos particulares que generan formas de comunicación en cuanto a las necesidades que este requiera. Por eso un participante del grupo focal menciona:

“Es que eso depende de los deberes o las necesidades que uno tenga digamos si yo tengo necesidades académicas pues obviamente uno se ha enfocado en las necesidades académicas primero que todo para aprovechar el tiempo no es que le salga uno y luego no tener afectaciones académicas” (cit 1:17)

El hito de análisis que aquí conviene afirmar es que si bien los pertenecientes ven en internet una necesidad básica dentro de su desarrollo personal, sus necesidades son cambiantes como su ritmo de vida, la volatilidad de la conciencia del uso y el consumo de internet, y continúa diciendo:

“Ósea también depende de los gustos y los las necesidades de las personas de esta persona de este momento en el que estamos hablando pero porque los puedes encontrar en YouTube porque no puede verlos desde la oportunidad en YouTube pues porque YouTube es una de las redes sociales más grandes del mundo donde ya tú puedes encontrar cualquier cosa básicamente” (cit 1:17)

Aquí conviene detenerse un momento y reafirmar que son los gustos el componente endémico del estilo de vida de cada persona, son los individuos de la generación Z quienes aprovechan

“Además uno puede encontrar esa persona entonces uno se siente como con más contacto porque también vez en videos y una veces en videos o no entiende más que libros julioprofe Jajaja no pues ya prácticamente pues uno como tal YouTube es una fuente grande o sea así Yo necesito algún tipo de conocimiento o algo que sea importante pues yo puedo buscar vídeos que me puedan explicar mejor y si digo que eso es cómo una mejor alternativa como al estudio o algo así.” (cit 1:17)

La búsqueda de conocimiento es una de las variables más representativas de los pertenecientes a la generación Z, la necesidad de aprendizaje es una de las variables más significativas halladas dentro de las respuestas que dan los pertenecientes a la generación Z puesto que se esperaba la frivolidad de su inmadurez temporal, pero se encontró con otro punto de vista de crítica a lo que consumen, de recelo a ciertos contenidos y si bien existe admiración

por los youtubers, estos son críticos frente a la imagen que proyectan los youtubers y hasta la poca creatividad o capacidad intelectual de muchos de estos.

Pero frente al tema de los youtubers la entrevistada afirma:

“Me parece muy bien que puedan compartir lo que les gusta compartir lo que los apasiona con más gentes y obviamente lo que les dije anterior mente dejar un mensaje bueno para la comunidad” (cit 1:27)

Pero, por el contrario un participante del grupo focal afirma:

“A mí no me parece de que aporten de a mucho digamos hacen videos cómo que no vamos hacer una broma y ya me parece como un poco inmaduro pero todo el mundo como que lo sigue” (cit 1:18)

Estos puntos de encuentro generan debate puesto que demuestra que los youtubers tienen seguidores y opositores a sus dinámicas, esto en cuanto al estilo de vida dicta mucho dado que debido a los gustos de cada uno y de madurez adopta o no su influencia por estos personajes, es decir, son ellos mismos quienes configuran su estilo de vida acorde a como van analizando y procesando sus gustos personales al mismo tiempo que sus dinámicas colectivas van cambiando a favor de su estilo de vida.

Pero aquí cabe preguntarse ¿qué debe tener un youtuber para ser una influencia directa del estilo de vida? ; En este orden, un youtuber tiene que tener carisma y apariencia física agradable, el ser famoso depende de su contenido y de su forma de comunicar, y debaten sobre el aporte y la repetición constante de sus contenidos, así mismo, el dialogo que hace productivo para ver que la generación Z pese a convivir con youtubers y de ser seguidores de muchos de ellos han desarrollado una autonomía para generar la pertinencia en su vida de lo que ven en YouTube y cómo hacer que esto sea para “algo en la vida” , generan espacios para todo: para

entretenimiento, para conocimiento, para proyección de su forma de vida. No existe el youtuber perfecto, y buscan creatividad en estos personajes, y si pudieran vender algo seria enfocado en el marketing y las formas de consumo actual que hacen que sea masivo y acorde a la edad que ellos manejan.

PRÁCTICAS DE CONSUMO

Si bien la generación Z no es la que por ahora tiene los medios adquisitivos, si es de valer que esta generación es la que potencia a las masas de consumo, dado que son estas las que replican las tendencias y sancionan las que están diseñadas a la volatibilidad, es decir, la generación Z fomenta que la generación Y consuma y viceversa puesto que a partir de la pausa publicitaria y el estilo de vida propio es que culturalmente se generan prácticas de consumo que, en teoría, debería suplir las necesidades de quienes consumen, pero, como se manifiesta actualmente son necesidades creadas por el mercado global.

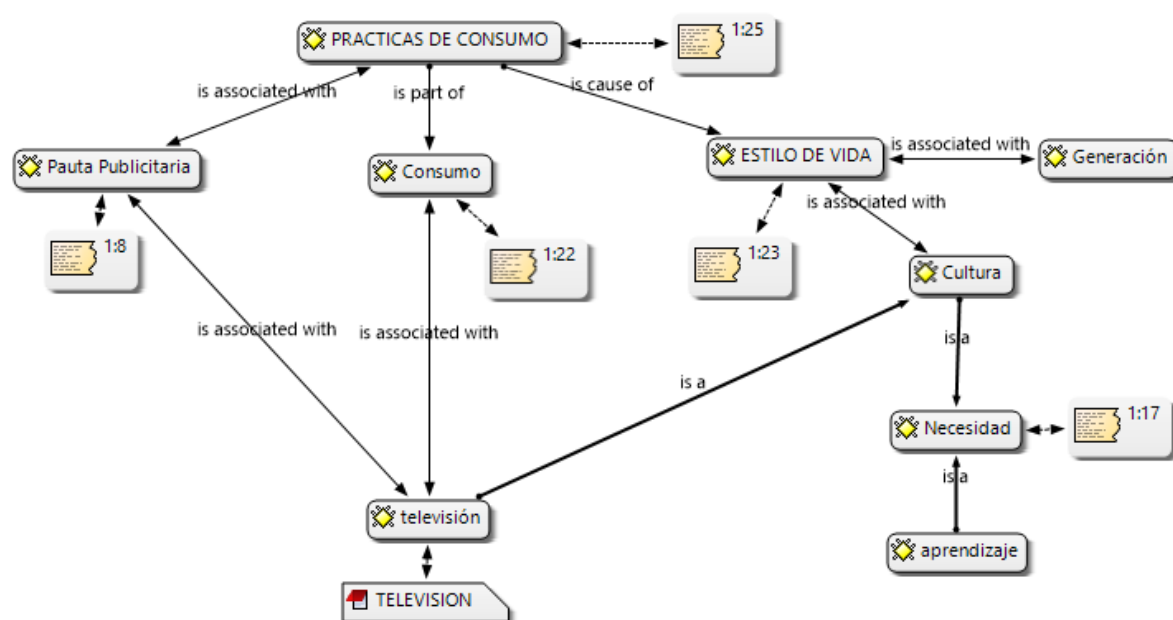


Figura 13. Red semántica prácticas de consumo generación Z. Fuente: Creación propia

En esta sección se esboza como la generación Z percibe sus propias prácticas de consumo, dentro de este marco ha de considerarse que el consumo en la generación Z es progresivo a sus formas de comunicación y desarrollo cognitivo y social, es decir, a mayor edad tenga el individuo, mayor será su contacto directo con nuevas tecnologías y formas de consumo. Por otro lado está la televisión como generador de contenido publicitario que permite que las marcas publicitantes tengan la opción de siempre en la mayor dinámica de publicidad en el mundo, de allí que las personas muten a opciones sin publicidad por la molestia que esta genera, aun con mayor lógica los de la generación Z que indagan las formas de no tener que ver la publicidad en redes sociales y consumen contenido televisivo en plataformas de streaming, en las que no existe la publicidad directa, pero si la publicidad indirecta puesto que mucho del contenido tiene un trasfondo económico de consumo.

Ahora bien, cuando se trata de publicidad en internet la entrevistada afirma que:

“Pues los anuncios que se ven en los videos antes de los vídeos y después de los videos de varias marcas conocidas más que todo de cómo le sería de servientrega de claro Movistar o también cómo sería productos.” (cit 1:8)

Es decir, que ya empiezan a reconocer los comerciales publicitarios, y en ocasiones es tan reiterado que su mente ya empieza a focalizar los “jingles” o frases de la publicidad, esto sucede cuando la publicidad en YouTube no tiene la opción de omitir y el usuario debe esperar al menos unos segundos antes de poder disfrutar del contenido al cual accedió, es tal el caso que al conocer que las nuevas generaciones están omitiendo y buscando formas de no tener que ver la publicidad, deciden incluirla dentro de los contenidos que consumen los usuarios, para el caso de los youtubers que en un momento fueron la tendencia y generaban una cantidad de visitas a sus contenidos, a las grandes compañías se les facilito pagar a estos personajes para que pautaran

dentro de sus videos o generaran contenido publicitario ante la masificación de visitas a sus videos, a esto surge la confirmación de la entrevistada que menciona:

“Los youtubers también pueden hacer como pues lo que serían sponsor obviamente publicitar un producto desde sus videos o Pues los anuncios qué en cada país le pagan a YouTube que sería antes de los videos cada cuánto es esa publicidad en YouTube muy a menudo más o menos cada tres videos o la publicidad también puede contar con los que salen al lado del vídeo o en la parte de abajo porque comprarías lo que es en la publicidad en YouTube pues desde que la publicidad sea muy convincente y pues que tengan un gran impacto en las personas convencen para poder comprarlos y adquirir los productos.” (cit 1:9)

Esto reafirma la posición inicial del impacto mercantil que puede llegar a tener internet en las personas, más aún si se analiza que la publicidad debe adaptarse a los cambios mismos de la sociedad frente al consumo, pues si bien las sociedad en general se ha hecho más consumista, está adquiriendo una consciencia frente a la misma y un recelo grande a la publicidad molesta que desde los tiempos donde solo se transmitía por televisión y prensa, pero que era más molesta en televisión porque no permitía disfrutar de los contenidos e interrumpía con mayor frecuencia y consumía más tiempo que el mismo contenido del programa.

Por otro lado surge dese uno de los participantes del grupo focal un aporte muy interesante de analizar y que se complementa con lo anterior mencionado:

“Sí porque a uno le parece más interesante es lo que dan en YouTube que lo que dan en la televisión entonces pues la televisión programa Todo en YouTube puede uno ver lo que quiera se puede repetir cuantas veces quieran” (cit 1:28)

De la misma manera se evidencia la inmediatez y las formas que ellos disfrutaban sus gustos desde su estilo de vida que configuran en sí mismas las prácticas de consumo, es decir,

buscan consumir lo que a ellos desde su desarrollo cognitivo quieren conocer, de tal modo que deseen reiteradamente aprender sobre temas u observar desde otros puntos de vista formas de comunicación con otros seres que interactúan en la red social YouTube. Pero aun así, estos ya reconocen que contenidos son los que le aportan y lo que les parecen innecesarios para su vida, del mismo modo, son miradas a las prácticas de como consumen y que deben consumir, a esto un participante del grupo focal menciona:

“Pero pues igual eso es como entretenimiento es como televisión y programas que en televisión no sirven para absolutamente nada pues es cómo lo mismo pero pues en internet literal” (cit 1:29)

En lo anterior se evidencia como estos hacen una análisis de los contenidos que consumen y lo que deben o no consumir, lo que les conviene, lo que les apasiona o simplemente lo que les llama la atención, por ello ante la duda si es posible que estos pudieran publicitar productos en internet se abre una serie de opiniones muy diversas dentro de los participantes del grupo focal:

“-Yo sacaría un libro

-También tiene que ver la creatividad y los intereses que tú tengas Pues si fuera por mí ya estaría vendiendo ropa o perfume

-Yo también la verdad vendería perfumes pero que la gente también diría como quien dice yo no les daría esa típica publicidad como descuentos sino que vengan en el perfume que digan eso si da

-A mí me gusta eso como si hay la posibilidad de ir a probar el producto como para comprarlo Eso me gusta

-Pues también depende de lo de la audiencia si yo subo contenidos de para niños de 5 años no se compró maquillaje no sé yo vendería lo que más se venda por ejemplo hay muchos youtubers que digamos son como el maquillaje y todo eso.

-Yo vendería ropa pues como que hay gente que crea su ropa y es como muy gay o cosas como vos son muy mostronas que sean del gusto que no creas que son prendas personalizadas (cit 1.30)

La particularidad que se evidencia entre las opiniones de los participantes es la venta de productos como ropa o perfumes, esto demuestra que la generación Z si tiene un concepto de la generación de ganancias a partir de lo que más observan que se consume en internet, la personalización de prendas y la exclusividad de lo que se consume frente a sus pares u otros de la comunidad hacen que se revalide el estilo de vida respecto a lo que se consume, de allí que la publicidad y el marketing entran a ejercer un poderío sobre las dinámicas y prácticas de consumo.

En síntesis, prefieren la publicidad de YouTube porque se puede omitir, la juventud busca eliminar la constante publicidad que los agobia y estresa, pese a ser consumidores constantes de tecnología y bienes y servicios, no quieren ser sobrecargados de publicidad. El avance de la tecnología busca mitigar los problemas de acceso al conocimiento según ellos, dejan de lado las formas anteriores de acceso, como lo son las bibliotecas, puesto que todo lo encuentran en la red, de velocidad y esa es una característica de esta generación todo para ellos debe ser con inmediatez. Sufren de una ciberdependencia, no ven sus vidas sin la existencia del internet, aunque obvio no todo lo ven relacionado con la internet, su afán investigativos los lleva más allá de la internet y evocan con nostalgia los tiempos anteriores donde la internet no era parte de sus vidas,

el ejercicio posesivo del uso excesivo de la publicidad y si esta de verdad aun genera procesos de identidad entre la nueva generación que aún está en la adolescencia y si bien es en cierto sentido más influenciable, no quiere decir que esta no sienta recelo por la publicidad y sus formas de divulgación.

A todo esto, menciona un participante del grupo focal respecto a la identificación de sus gustos en internet:

“Pues yo pienso de que como la gente utiliza mucho las cosas y uno ya no salen privados entre amigos ahí uno se da cuenta del tipo de persona que es que es como a los gustos si entonces pues uno va perfecto.” (cit 1:18)

A esto otro participante agrega:

“Porque literal ya no hay nada que aparezca en redes sociales o en Google en otras páginas uno encuentra como ósea todo tipo de gente sube contenido y ese tipo de cosas entonces uno puede encontrar algo que sea parecido a uno.” (cit 1:13)

Y para esta digresión la entrevistada argumenta:

“Pues creo que a la vez que Estuve tratando ser todo muy general Pues porque para poder llegar a más personas y de esta manera en muchos estilos que se identifica llevar youtubers y pues uno elige lo que puede ver y lo que le gusta ver” (cit 1:1)

Bien, pareciera que por todo lo anterior, que la vida de los pertenecientes a la generación Z gira en torno a la conectividad en internet y el uso excesivo de la misma, pero en ocasiones su dinámicas se desligan de internet y aunque muchas si se desarrollan desde internet se manifiestan en el terreno de lo real en sus entorno próximos de participación social (colegio, espacios espirituales, congresos de videojuegos o ciencia ficción, conciertos y eventos de cultura juvenil).

Ahora bien al referirse directamente sobre lo que les identifica al hacer uso de internet se ha de evidenciar que deviene directamente desde el contenido al que pueden acceder y del cual pueden encontrar una cercanía a su identidad en formación.

Para acortar con mayor certeza el uso ya específico de la plataforma YouTube, la entrevistada entrega su dinámica de uso respecto a lo que ella considera la identifica en la misma:

“Más que todo principalmente lo que sería la música cosas ocupen internet y luego vendría la lista de youtubers como que yo veo pues como les dije ahí temas muy variados porque hay cosas o gustos al internet que comparten traduce adolescente Pues yo creo que todas las personas tenemos similitudes de esta manera pues muchas personas nos identificamos con otras y tener cosas en común como lo sería cuando youtubers Pero entre adultos y adolescentes tu ex cosas que compartan en general Sí yo creo que hay gustos y obviamente hay personas que comparten gustos y otras no pero la mayoría sí” (cit 1:3)

Pero frente al uso de YouTube y los youtubers uno de los participantes del grupo focal menciona:

“Es que a veces hacen unas cosas como cómo están bobas con el sentido de retos y algunos niños más pequeños que no entienden las cosas, y cuando la otra persona o sea imitan eso iban perdiendo el tiempo y todo no me gusta mucho porque hacen unas bolas Como por ejemplo a lo de las manos que no tienen sentido y es una pérdida de tiempo.” (cit 1:31)

Otro participante afirma:

“Yo creo que los youtuber Pues a mí no me gustan tanto ver tantos youtubers a mí me gusta ver más video más informativos como History Channel o algo así yo creo que los youtubers a pesar que tienen todo el dinero del mundo bien tiene un iq más bajo” (cit 1:19)

Hay, como se ve, elementos de análisis sobre las diversas posturas frente a los youtubers y el uso de internet por parte de los participantes del grupo focal y la entrevistada, puntos opuestos que a continuación serán analizados: primero, el uso de la plataforma YouTube esta designado en su gran mayoría a la búsqueda de conocimiento o necesidades próximas que poseen los individuos, pero aun así los gusto personales surgen como motor de búsqueda dentro de ese marco de referencia de la apropiación de experiencias de vida y que generan en esas identidades formas de comunicación y de uso del lenguaje significativo, al hacer uso de YouTube para música se cumple la primera condición, que sería y al hacerlo para ver tutoriales sobre preparación, elaboración y explicación, se cumple la segunda condición de necesidad y satisfacción de dicha necesidad.

En segunda instancia está el ocio y el disfrute propio, pues como se evidencia en las respuestas hay quienes defienden las dinámicas youtubers, y hay quienes las atacan y son críticos de los comportamientos propios de quienes consumen dichos contenidos, lo que permite que finalmente se pueda afirmar que la identidad cultural en la generación Z es muy diversa pues si se quiere evidenciar si hay o no una influencia de los youtubers en las prácticas de consumo y el estilo de vida se debe tener en cuenta que muchos de los pertenecientes a la generación Z son displicentes con la publicidad y los youtubers y otros son consumidores aferrimos de sus contenidos y todo lo que estos publicitan por su carisma y demás emociones.

DISCUSIÓN

Es notable que las dinámicas sociales están en constante cambio, y que la teoría social aporta una visión cercana de la realidad que se compensa con los sucesos y el proceso del individuo en una sociedad a la que desea y quiere adaptarse por preservación de sí misma y de su influencia directa en la misma. Cómo se indicó, es a partir de los preceptos teóricos que se ha de iniciar esta discusión, en la cual cabe señalar que en medio de los puntos de encuentro existen puntos en desacuerdo y una nueva visión de aporte teórico al estudio generacional y las prácticas de consumo identitario.

A la luz de la teoría de Bauman, se puede evidenciar que la modernidad se mantiene líquida en las formas de consumo y de las maneras de apropiación de lo consumido, busca seguir el régimen mercantil de las tendencias en moda, música y otras que tienen un impacto directo en las generaciones que usan con mayor amplitud internet y son sujetos de consumo de la misma, del mismo modo, al mantenerse líquida, la sociedad solo desecha con mayor velocidad dichas tendencias y genera amplios mercados de consumo que confirman el estudio sobre el estilo de vida en Colombia hecho por Euromonitor, en el que como ya se indicó, las generaciones Y y Z son producto de un estilo de vida mediado por internet en el que sus relaciones sociales y formas de consumo en tecnología son directos con sus prácticas de identidad consumista.

Ahora bien, en cuanto al tema de los youtubers como influencia directa en dichas prácticas de consumo, si bien los youtubers en algún momento fueron hitos de consumo o de influencia de consumo, en la actualidad ya no son más que personajes condenados a ir desapareciendo a medida que las tendencias o la sobrepoblación de youtubers surgen, los influenciadores mercantiles están en las redes sociales fuera de YouTube en las que promocionan y reciben de las marcas pautas o publicidad para que sus productos sean consumidos a manera de recomendación por parte del influenciador, no se denota que la teoría frente a los youtubers sustente las actuales prácticas de

consumo pues se limita a explicar las dinámicas de los youtubers y sus ganancias, mas no habla de la influencia directa mercantil de los mismos.

Con todo y lo anterior, y para hacer un acercamiento (y de paso un aporte) al interés investigativo, las prácticas de consumo en las generaciones Y y Z están mediadas por las tendencias de la globalización económica y cultural mas no desde una plataforma digital o personas que se dediquen a dichas redes sociales como lo es YouTube, las identidades culturales de ambas generaciones son constructos sociales que se van determinando en la espacio-temporalidad y pese a que son un ejercicio de roles y status, estas forman sus prácticas de consumo y de sociabilidad frente al mercado como placebo material de la consciencia.

CONCLUSIONES

Cabe señalar que al hacer un reconocimiento de los perfiles generacionales que dan sentido al mercado digital en la actualidad, se puede evidenciar que si bien las generaciones Y y Z son usuarias de internet y son sujetos de consumo, sus prácticas e identidades son distantes aunque no del todo, lo que quiere decir que la generación Y quien sufrió la adaptación a las nuevas tecnologías y aun se siente marginado del uso de las mismas, pese a ser considerados como “millennials” los cuales en sus prácticas son consumidores de tendencias traídas a sus identidades como ejercicio de globalización cultural, la búsqueda constante de estar a la moda y seguir las tendencias que la posmodernidad le demanda lo condiciona a consumir innecesariamente.

Por otro lado, la generación Z es la más propensa a dicha influencia de las tendencias mercantiles y de generación de consumo puesto que su identidad cultural aún está en construcción, y es propenso a ser objeto del mercado, que no está mal del todo, solo que es inconsciente en la forma de consumir. Sus prácticas digitales se medían por las redes sociales y las tendencias globales que adaptan a su entorno, sus pares se sociabilizan a partir de la moda y la posmodernidad como forma de pensamiento en el que “todo vale” hace que surjan formas de comunicación que para las generaciones anteriores son nocivas o extrañas, pero sin lugar a dudas, es esta la generación de la inmediatez comunicativa, la que consume tecnología con mayor velocidad y la que hará que el mercado global cambie sus formas para adaptarse a esta generación de cambios constantes. Con todo y lo anterior, el impacto publicitario dentro de ambas generaciones es muy invasivo dado que el consumo acelerado y no consciente es muy común puesto que es la volatilidad de los objetos a consumir y que la generación Z quienes potencian dicho impacto publicitario al masificarlo en una plataforma como YouTube.

En cuanto al estilo de vida que ambas generaciones comparten, radica directamente en el entorno social en el que se desenvuelven o sus pares con quienes hacen ejercicio comunicativo y económico; Es decir, según sus gustos personales y colectivos se asocian en grupos humanos que comparten los mismos y generan estilos de vida muy diversos entre pares, pero en cuanto a las prácticas de consumo digital en relación con la apropiación de los entornos para ambas generaciones, cabe concluir que, al ser la generación Y la que adjudica el nivel adquisitivo y la generación Z la que en dependencia con su generación anterior consume en mayor cantidad por aquello que muchos de los pertenecientes a la generación Z son hijos de la generación Y.

La apropiación del uso de internet se ve reflejada en el consumo de planes de internet cada vez más veloces por aquello de la inmediatez y el veloz diario vivir de muchos de la generación Y que ha sido heredado por la generación Z a sí mismo, el consumo de teléfonos móviles cada vez más avanzados en tecnología y en precio, puesto que son estos los que generan un mayor status frente a sus pares por tendencia y moda, es por ello que el mercado debe generar un consumo más consciente en cuanto a la tecnología como generador de contaminación. Ahora bien, en conclusión, y para dar respuesta a la construcción de la identidad y estilo de vida de jóvenes pertenecientes a la generación Y y Z frente a la interacción en la red social YouTube y los contenidos creados por youtubers en relación con las tendencias actuales de consumo, se puede afirmar que es válido que se generen identidades culturales de consumo en ambas generaciones solo que no solamente YouTube es un foco de tendencia de consumo y es el menor de todos puesto que otras redes sociales y personas son quienes generan la tendencias de consumo antes mencionadas, los youtubers son un especie en extinción y la generación Z se rige más por las personas del entretenimiento global en música y moda, lo youtubers son reproductores de consumo en tendencias mas no son una tendencia que estimule prácticas de consumo o estilos de vida pues sus intereses personales están enfocados en la búsqueda del conocimiento.

REFERENCIAS

- Aigner, M. (2002). La Técnica De Recolección De Información Mediante Grupos Focales. *La Sociología En Sus Escenario*, 6, 1–32.
- Ariane, M. I. A. (2014). Análisis de las redes sociales y su impacto en las relaciones interpersonales en la actualidad. *Escritos*, 101(ISSN16692306 Escritos), 28–30. Retrieved from http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/538_libro.pdf
- Bañuelos, J. (2009). You tube como plataforma de la sociedad del espectáculo. *Razón Y Palabra*, 1(69), 87. Retrieved from <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n66/varia/jbanuelos.pdf>
- Barrera Luna, R. (2013). El concepto de la cultura: Definiciones, debates y usos sociales. *Claseshistoria*, 343, 1–13. Retrieved from <http://www.claseshistoria.com/revista/2013/articulos/dolgopol-comentario-libro.pdf>
- Bauman, Z. (2004). *modernidad-liquida*. (Fondo de Cultura Económica, Ed.) (tercera). Buenos Aires - Argentina: Fondo de Cultura Económica. Retrieved from <https://catedraepistemologia.files.wordpress.com/2009/05/modernidad-liquida.pdf>
- Bauman, Z. (2006). *Bauman Zygmunt - Vida liquida*. (Ediciones Paidós, Ed.) (2006th ed.). Barcelona- España: Editorial Paidós.
- Bautista, C. (2011). INVESTIGACIONES EN EDUCACIÓN TEMUCO-CHILE. *Editorial El Manual Moderno Colombia*, n2. Retrieved from http://dungun.ufro.cl/~mageduc/docs/rie_2013vol2.pdf
- Cuertas Mejía, V. (2006). ¿Qué es consumo? - GestioPolis. Retrieved November 29, 2017, from <https://www.gestiopolis.com/que-es-consumo/>
- Eliécer, J., & Herrera, P. (2009). investigación de mercados. *ECOE EDICIONES*, N2. Retrieved from <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/08/Investigación-de-mercados-2da-Edición.pdf>
- Escobar, J., Francy, Y., & Bonilla-Jimenez, I. (2009). GRUPOS FOCALES: UNA GUÍA CONCEPTUAL Y METODOLÓGICA. *Cuadernos Hispanoamericanos de Psicología CUADERNOS HISPANOAMERICANOS DE PSICOLOGÍA*, 9(1), 51–67. Retrieved from http://m.uelbosque.edu.co/sites/default/files/publicaciones/revistas/cuadernos_hispanoameri

canos_psicologia/volumen9_numero1/articulo_5.pdf

Euromonitor, I. (2017). CONSUMER LIFESTYLES IN COLOMBIA. *Passport*. Retrieved from <http://www.portal.euromonitor.com.bdatos.usantotomas.edu.co:2048/portal/analysis/tab>

Fernando, L., Carling, J., Del Director, C., & Inalde, R. (2016). Cambio generacional en las organizaciones Cambio generacional en las organizaciones. *Revista INALDE*, No. 43. Retrieved from www.inalde.edu.co

Gómez Pereda, N. (2014). *[Youtubers] Fenómeno de la comunicación y vehículo de transmisión cultural para la construcción de identidad adolescente*. Universidad de Cantabria. Retrieved from <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/4901/GomezPeredaNoemi.pdf?sequence=1>

Guisado, M. C., & Agoiz, A. B. (2013). ¿ES OPERATIVO EL CONCEPTO DE GENERACIÓN? N^o, 56. Retrieved from <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/mcg1.pdf>

IBOLPE. (2015, January 26). Los “millennials”, una población marcada por la tecnología. 2016, p. 1. Retrieved from <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16492903>

Iñaki, Ortega Cachón, I. S. S. A. y C., Cerdán Carbonero para Atrevia y Deusto, & Business School. (n.d.). Generación El último salto generacional. Retrieved from http://ethic.es/wp-content/uploads/2016/04/ResumenEjecutivo_GeneracionZ_140315-2.pdf

Ioanid, A., & Scarlat, C. (2017). Factors Influencing Social Networks Use for Business: Twitter and YouTube Analysis. *Procedia Engineering*, 181, 977–983. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.02.496>

Massonnier, V. (2008). *Tendencias de mercado : están pasando cosas*. Ediciones Granica. Retrieved from https://books.google.com.co/books?id=8_LYCNn0dLgC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Mesa, M. (2012). *FUNDAMENTOS DE MARKETING*. ECOE EDICIONES.

Mónica Redondo. (2017). 5 ideas de Zygmunt Bauman que retratan a la sociedad moderna | Hipertextual. Retrieved October 10, 2017, from <https://hipertextual.com/2017/01/5-ideas->

bauman

- Mustafa OZKANa, B. Solmaz. (2015). Mobile Addiction of Generation Z and its Effects on their Social Lives: (An Application among University Students in the 18-23 Age Group). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 205, 92–98.
<https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2015.09.027>
- Neme-Chaves, S. (2017) Investigación de mercados. En forero, S., Fundamentos de mercadeo. Bogotá: Ecoe Ediciones, Ediciones USTA pp 93-124
- NIELSEN. (2015). *ESTILOS DE VIDA GENERACIONALES*. Retrieved from
<https://www.nielsen.com/content/dam/nielsenglobal/latam/docs/reports/2016/EstilosdeVidaGeneracionales.pdf>
- Pavés Lorenzo Enrique Lucini Díaz Tutor, V., & Manuel De Pablos Coello Grado, J. (2014). *[LOS YOUTUBERS COMO PARTE DE LA REALIDAD SOCIAL ESPAÑOLA]*. Universidad de la Laguna. Retrieved from
[https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/914/Los youtubers como parte de la realidad social espanola.pdf?sequence=1](https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/914/Los%20youtubers%20como%20parte%20de%20la%20realidad%20social%20espanola.pdf?sequence=1)
- Piaget. (1970). Perspectiva constructivista de Piaget – 263 –, (5). Retrieved from
http://www.ub.edu/dppsed/fvillar/principal/pdf/proyecto/cap_05_piaget.pdf
- Prakashyadav, G., & Rai, J. (2017). The Generation Z and their Social Media Usage: A Review and a Research Outline. *Global Journal of Enterprise Information System*, Vol. 9, p(2), Vol. 9 Issue 2, p110-116. 7p. <https://doi.org/10.18311/gjeis/2017/15748>
- Sarló, B. (1994). Capítulo I Individuo y sociedad posmodernos.
- Universitaria Konrad Lorenz Colombia Nawas, F., Mike El estilo de vida, M., & Universitaria Konrad Lorenz Bogotá, F. (1971). Revista Latinoamericana de Psicología. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 3(1), 91–107. Retrieved from
<http://www.redalyc.org/pdf/805/80503105.pdf>

ANEXOS

Anexo A. Consentimientos informados

CONSENTIMIENTO INFORMADO MAYOR DE EDAD

Yo Andrés Morales
 mayor de edad, identificado con C.C. 1018419075 con domicilio en la ciudad de
Bogotá País Colombia.

MANIFIESTO

Que soy consciente de la participación en el Focus Group de la investigación Cualitativa sobre Consumo de Vómito, llevado a cabo por Natalia Yepes e Ivan Sierra estudiantes en Proyecto de grado de la Universidad Santo Tomás sede Bogotá.

Que he sido informado(a) que la información aportada a los estudiantes durante el proceso de investigación está sujeta a interés profesional y que, por lo tanto, solo será utilizada para el análisis de la investigación que es de carácter académico.

Que he sido informado (a) y cedo mi opinión en mi asistencia a una sesión que se llevara a cabo el día diciembre 6 de minutos de duración. La participación no tendrá ninguna retribución monetaria de cualquiera de las dos partes.

Que soy consciente que la sesión tendrá un registro audio visual para la revisión y sustentación frente a los jurados a quienes se les presentara la investigación de carácter cualitativo.

Se firma en Bogotá, el día 6 de diciembre de 2017.

Andrés Arturo Morales H.
 Firma del participante

Andrés Arturo Morales. Raveño
 Nombre:

Yo ANDRÉS LÓPEZ ABRIL
mayor de edad, identificado con C.C. 1014.200640 con domicilio en la ciudad de BOGOTÁ País COLOMBIA.

MANIFIESTO

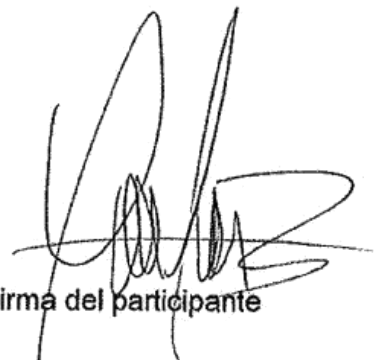
Que soy consciente de la participación en el Focus Group de la investigación Cualitativa sobre el Consumo de Youtube, llevado a cabo por Natalia Yepes e Ivan Sierra estudiantes en Proyecto de grado de la Universidad Santo Tomás sede Bogotá.

Que he sido informado(a) que la información aportada a los estudiantes durante el proceso de investigación está sujeta a interés profesional y que, por lo tanto, solo será utilizada para el análisis de la investigación que es de carácter académico.

Que he sido informado (a) y cedo mi opinión en mi asistencia a una sesión que se llevara a cabo el día 20 DICIEMBRE de 2017 minutos de duración. La participación no tendrá ninguna retribución monetaria de cualquiera de las dos partes.

Que soy consciente que la sesión tendrá un registro audio visual para la revisión y sustentación frente a los jurados a quienes se les presentara la investigación de carácter cualitativo.

Se firma en BOGOTÁ, el día 20 de DICIEMBRE de 2017.



Firma del participante

Nombre: ANDRÉS LÓPEZ ABRIL.

Firma de los estudiantes: Natalia Yepes

Ivan Sierra

CONSENTIMIENTO INFORMADO MAYOR DE EDAD

Yo Julian Felipe Rique Rodríguez

mayor de edad, identificado con C.C. 1.014.225.230, con domicilio en la ciudad de Bogotá D.C. País Colombia,

MANIFIESTO

Que soy consciente de la participación en el Focus Group de la investigación Cualitativa sobre el Consumo de Youtube, llevado a cabo por Natalia Yepes e Ivan Sierra estudiantes en Proyecto de grado de la Universidad Santo Tomás sede Bogotá.

Que he sido informado(a) que la información aportada a los estudiantes durante el proceso de investigación está sujeta a interés profesional y que, por lo tanto, solo será utilizada para el análisis de la investigación que es de carácter académico.

Que he sido informado (a) y cedo mi opinión en mi asistencia a una sesión que se llevara a cabo el día 20 Diciembre de 2017 minutos de duración. La participación no tendrá ninguna retribución monetaria de cualquiera de las dos partes.

Que soy consciente que la sesión tendrá un registro audio visual para la revisión y sustentación frente a los jurados a quienes se les presentara la investigación de carácter cualitativo.

Se firma en Bogotá, el día 20 de diciembre de 2017.

Julian Felipe Rique
Firma del participante

Nombre: Julian Felipe Rique.

Firma de los estudiantes: Natalia Yepes

Ivan Sierra

CONSENTIMIENTO INFORMADO MAYOR DE EDAD

Yo Loren Natalia Valero Rozo
 mayor de edad, identificado con C.C. 1014192771 con domicilio en la ciudad de
Bogotá País Colombia

MANIFIESTO

Que soy consciente de la participación en el Focus Group de la investigación Cualitativa sobre el Consumo de Youtube, llevado a cabo por Natalia Yepes e Ivan Sierra estudiantes en Proyecto de grado de la Universidad Santo Tomás sede Bogotá.

Que he sido informado(a) que la información aportada a los estudiantes durante el proceso de investigación está sujeta a interés profesional y que, por lo tanto, solo será utilizada para el análisis de la investigación que es de carácter académico.

Que he sido informado (a) y cedo mi opinión en mi asistencia a una sesión que se llevara a cabo el día 20 de Dec/2016 de 70 minutos de duración. La participación no tendrá ninguna retribución monetaria de cualquiera de las dos partes.

Que soy consciente que la sesión tendrá un registro audio visual para la revisión y sustentación frente a los jurados a quienes se les presentara la investigación de carácter cualitativo.

Se firma en Bogotá, el día 20 de Diciembre de 2017.



Firma del participante

Nombre: Natalia Valero Rozo



Firma de los estudiantes: Natalia Yepes



Ivan Sierra

Transcripción entrevista gen Z

Buenos días mi nombre es Iván Roberto Sierra me encuentro con Sofía Martínez vamos a empezar la entrevista sobre nuestro proyecto de grado sobre la entidad y el impacto sobre los jóvenes de generaciones x y sobre sus conocimientos sobre YouTuber sofía Martínez es la persona que nos va a acompañar hoy cuéntenos un poquito de ti

Soy Sofía Martínez mi nombre Sofía Martínez tengo 14 años soy youtuber alrededor de hace 3 años estudió en el colegio margarita Bosco y estoy en noveno grado bueno

Sofía vamos a empezar unas preguntas muy concretas

Porque te identificas con lo que ves en internet

Pues creo que a la vez que Estuve tratando ser todo muy general Pues porque para poder llegar a más personas y de esta manera en muchos estilos que se identifica llevar youtubers y pues uno elige lo que puede ver y lo que le gusta ver

Qué páginas de aplicaciones usas con mayor frecuencia

Pues pues YouTube es algo que consuma muchísimo Pues también lo sería Instagram Facebook WhatsApp y ya

Qué contenido trae cuentas en internet pues primero que todo pero después investigaciones documentos también me gustan ver artos videos tutoriales pues como tutoriales de forma muy concreta hasta Pues que me hagan reír

Qué uso le das a YouTube pero más que todo principalmente lo que sería la música cosas ocupen internet y luego vendría la lista de youtubers como que yo veo pues como les dije ahí temas muy variados porque hay cosas o gustos al internet que comparten traduce adolescente Pues yo creo que todas las personas tenemos similitudes de esta manera pues muchas personas nos identificamos con otras y tener cosas en común como lo sería cuando youtubers Pero entre adultos y adolescentes tu ex cosas que compartan en general Sí yo creo que hay gustos y obviamente hay personas que comparten gustos y otras no pero la mayoría sí

cuánto tiempo utilizas para Deberes academicos y cuanto tiempo utilizas para deberes escolares? pues toda una tarde se podría decir para deberes académicos para las tareas para las investigaciones para estudiar para examen creo que un 40% Sería para cosas escolares y un 60% para cosas que me gustan hacer en cuánto tiempo te puedes encontrar personas o contenidos con los que te puedes identificar

porque YouTube puedes encontrar personas o contenidos con los que te puedes identificares de alguna forma porque YouTube es una plataforma abierta a todo el público por lo tanto

pues me parece si las personas comparten lo que le gusta pueden encontrar al igual que ellos también

Porque te gustan los videos de los youtubers o porque no te gusta pues prácticamente cuando me gusta es como que me están dejando una enseñanza o me están divirtiendo pues YouTube es una plataforma para entretener a la gente y aprender cosas nuevas cuando a mí los videos no me gustan es porque están dando un mal mensaje o simplemente están aprovechando la oportunidad que lo vean otras personas para algo malo

Cuántos youtubers has visto pues prácticamente estoy suscrita a 900 canales de YouTube que comunican en sus videos o contenidos pues como les dije en YouTube ahí de todos tutoriales videos musicales, tutoriales de bailes tutoriales de cocina yo creo que todos los tipos se pueden encontrar

Que piensas de estos contenidos que traen los youtubers

me parecen muy bien que puedan compartiti lo que les gustas compartir lo que los apasiona con mas gentes y obviamente lo que les dije anterior mente dejar un mensje bueno para la comunidad

Tu cuando entras a YouTube ves publicidad Qué clase de publicidad ves o encuentras en YouTube

Pues los anuncios que se ven en los videos antes de los vídeos y después de los videos de varias marcas conocidas más que todo de cómo le sería de servientrega de claro Movistar o también cómo sería productos.

Los youtubers también pueden hacer como pues lo que serían sponsor obviamente publicitar un producto desde sus videos o Pues los anuncios qué país le pagan a YouTube que sería antes de los videos cada cuánto es esa publicidad en YouTube muy a menudo más o menos cada tres videos o la publicidad también puede contar con los que salen al lado del vídeo o en la parte de abajo porque comprarías lo que es en la publicidad en YouTube pues desde que la publicidad sea muy convincente y pues que tengan un gran impacto en las personas convencen para poder comprarlos y adquirir los productos.

Qué hace que un youtuber sea famoso pues que llegue a muchas personas cómo puedes lo que siempre hacen es poner títulos llamativos, tener miniaturas llamativas, lo que hacen que mas personas quieran ver sus videos y obtener vistas de esta manera van a decir a la gente que se suscriban y asi siempre es un trabajo arduo y debe de ser de constancia, pero en general todos lo logran

O sea que tú crees que todos los YouTube son famosos no todos pero yo creo que todos pueden llegar a ser famoso qué es lo que más te gusta los youtubers más que todos que compartan los mismos gustos y como siempre lo he repetido esta entrevista es que en algo bueno para la comunidad

Si tuvieras la oportunidad de hacer un video para vender cosas y que lo harías pues yo creo que lo haría de cualquier cosa pero pues que tenga buena calidad y que sea algo que a las otras personas también les llegue

Qué publicidad prefieres la televisión desde YouTube pues depende porque hay algunos youtubers que hacen publicidad sin mencionar que la están haciendo Y como que de cierta manera están incitando a las personas que pues que compren el producto y pues en la televisión si es algo más explícito algo que sí muestran que es publicidad paga pues es algo que repiten mucho actitud si es una publicidad honesta Me parece que la de YouTube preferiría le dictó Qué importancia tiene internet para las personas Pues yo creo que tienen un gran impacto ya que la internet o el internet es algo que con les llega a todas las personas pues todas las personas tenemos la posibilidad de utilizar la por lo tanto cualquier vídeo cualquier cosa este como con mayores vistas así pues el mismo internet lo publicita Y puede que llegue a muchas personas más

Listo sofia para terminar qué harías si no existía internet pues yo creo que utilizaría los mismos recursos cuando las personas no tenían internet lo mismo que en libros y revistas pues así Buscar como más manualmente en vez de utilizar internet.

Perfecto Sofía Te agradezco mucho por tu tiempo.

Transcripción entrevista gen Z

Buenos días mi nombre es Iván Roberto Sierra me encuentro con Sofía Martínez vamos a empezar la entrevista sobre nuestro proyecto de grado sobre la entidad y el impacto sobre los jóvenes de generaciones x y sobre sus conocimientos sobre YouTube sofía Martínez es la persona que nos va a acompañar hoy cuéntenos un poquito de ti

Soy Sofía Martínez mi nombre Sofía Martínez tengo 14 años soy youtuber alrededor de hace 3 años estudió en el colegio margarita Bosco y estoy en noveno grado bueno

Sofía vamos a empezar unas preguntas muy concretas

Porque te identificas con lo que ves en internet

Pues creo que a la vez que Estuve tratando ser todo muy general Pues porque para poder llegar a más personas y de esta manera en muchos estilos que se identifica llevar youtubers y pues uno elige lo que puede ver y lo que le gusta ver

Qué páginas de aplicaciones usas con mayor frecuencia

Pues pues YouTube es algo que consuma muchísimo Pues también lo sería Instagram Facebook WhatsApp y ya

Qué contenido trae cuentas en internet

pues primero que todo pero después investigaciones documentos también me gustan ver artos videos tutoriales pues como tutoriales de forma muy concreta hasta Pues que me hagan reír

Qué uso le das a YouTube

pero más que todo principalmente lo que sería la música cosas ocupen internet y luego vendría la lista de youtubers como que yo veo pues como les dije ahí temas muy variados porque hay cosas o gustos al internet que comparten traduce adolescente Pues yo creo que todas las personas tenemos similitudes de esta manera pues muchas personas nos identificamos con otras y tener cosas en común como lo sería cuando youtubers Pero entre adultos y adolescentes tu ex cosas que compartan en general Sí yo creo que hay gustos y obviamente hay personas que comparten gustos y otras no pero la mayoría sí

cuánto tiempo utilizas para Deberes academicos y cuanto tiempo utilizas para deberes escolares? pues toda una tarde se podría decir para deberes académicos para las tareas para las investigaciones para estudiar para examen creo que un 40% Sería para cosas escolares y un 60% para cosas que me gustan hacer en cuánto tiempo te puedes encontrar personas o contenidos con los que te puedes identificar

porque YouTube puedes encontrar personas o contenidos con los que te puedes identificares de alguna forma porque YouTube es una plataforma abierta a todo el público por lo tanto

pues me parece si las personas comparten lo que le gusta pueden encontrar al igual que ellos también

Porque te gustan los videos de los youtubers o porque no te gusta pues prácticamente cuando me gusta es como que me están dejando una enseñanza o me están divirtiendo pues YouTube es una plataforma para entretener a la gente y aprender cosas nuevas cuando a mí los videos no me gustan es porque están dando un mal mensaje o simplemente están aprovechando la oportunidad que lo vean otras personas para algo malo

Cuántos youtubers has visto pues prácticamente estoy suscrita a 900 canales de YouTube que comunican en sus videos o contenidos pues como les dije en YouTube ahí de todos tutoriales videos musicales, tutoriales de bailes tutoriales de cocina yo creo que todos los tipos se pueden encontrar

Que piensas de estos contenidos que traen los youtubers

me parecen muy bien que puedan compartiti lo que les gustas compartir lo que los apasiona con mas gentes y obviamente lo que les dije anterior mente dejar un mensje bueno para la comunidad

Tu cuando entras a YouTube ves publicidad Qué clase de publicidad ves o encuentras en YouTube

Pues los anuncios que se ven en los videos antes de los vídeos y después de los videos de varias marcas conocidas más que todo de cómo le sería de servientrega de claro Movistar o también cómo sería productos.

Los youtubers también pueden hacer como pues lo que serían sponsor obviamente publicitar un producto desde sus videos o Pues los anuncios qué país le pagan a YouTube que sería antes de los videos cada cuánto es esa publicidad en YouTube muy a menudo más o menos cada tres videos o la publicidad también puede contar con los que salen al lado del vídeo o en la parte de abajo porque comprarías lo que es en la publicidad en YouTube pues desde que la publicidad sea muy convincente y pues que tengan un gran impacto en las personas convencen para poder comprarlos y adquirir los productos.

Qué hace que un youtuber sea famoso pues que llegue a muchas personas cómo puedes lo que siempre hacen es poner títulos llamativos, tener miniaturas llamativas, lo que hacen que mas personas quieran ver sus videos y obtener vistas de esta manera van a decir a la gente que se suscriban y asi siempre es un trabajo arduo y debe de ser de constancia, pero en general todos lo logran

O sea que tú crees que todos los YouTube son famosos no todos pero yo creo que todos pueden llegar a ser famoso qué es lo que más te gusta los youtubers más que todos que compartan los mismos gustos y como siempre lo he repetido esta entrevista es que en algo bueno para la comunidad

Si tuvieras la oportunidad de hacer un video para vender cosas y que lo harías pues yo creo que lo haría de cualquier cosa pero pues que tenga buena calidad y que sea algo que a las otras personas también les llegue

Qué publicidad prefieres la televisión desde YouTube pues depende porque hay algunos youtubers que hacen publicidad sin mencionar que la están haciendo Y como que de cierta manera están incitando a las personas que pues que compren el producto y pues en la televisión si es algo más explícito algo que sí muestran que es publicidad paga pues es algo que repiten mucho actitud si es una publicidad honesta Me parece que la de YouTube preferiría le dictó Qué importancia tiene internet para las personas Pues yo creo que tienen un gran impacto ya que la internet o el internet es algo que con les llega a todas las personas pues todas las personas tenemos la posibilidad de utilizar la por lo tanto cualquier vídeo cualquier cosa este como con mayores vistas así pues el mismo internet lo publicita Y puede que llegue a muchas personas más

Listo sofia para terminar qué harías si no existía internet pues yo creo que utilizaría los mismos recursos cuando las personas no tenían internet lo mismo que en libros y revistas pues así Buscar como más manualmente en vez de utilizar internet.

Perfecto Sofía Te agradezco mucho por tu tiempo.

Transcripción focus group generación Z

Bueno chicos Entonces cómo les venía contando vamos a realizar un Focus Group dónde vamos a plantear el punto de vista sobre como el estilo de vida consume las prácticas en las plataformas digitales como YouTube y el uso del internet vale entonces lo primero que vamos a hacer si quieren es presentarnos decir la edad de pronto de que hacen entonces comenzamos por acá.

Soy Santiago Tengo 15 años y estoy estudiando.

Yo soy Daniel Andrade tengo 17 años y también estudio.

Soy Diana Paola tengo 15 años y pues estoy estudiando.

Soy Princed Morales tengo 13 años también estoy estudiando.

Soy Estefanía Villar tengo 14 años y estoy estudiando.

Bueno vamos a responder unas preguntas la primera es porque te identificas con lo que ves en internet sin que era comenzar.

SANTIAGO: Pues porque va con los intereses de la situación a la que yo me estoy viendo si siempre y cuando yo esté con una actitud así de ver esos videos entonces pues yo me identifico con eso.

Porque literal ya no hay nada Que aparezca en redes sociales o en Google en otras páginas uno encuentra como ósea todo tipo de gente sube contenido y ese tipo de cosas entonces uno puede encontrar algo que sea parecido a uno.

Cómo está la información que uno encuentre o sea yo digo que en internet uno le ayuda porque uno puede tener más conocimiento sobre todo.

Pues yo pienso de que como la gente utiliza mucho las cosas y uno ya no salen privados entre amigos hay uno se da cuenta del tipo de persona que es que es como a los gustos si entonces pues uno va perfecto.

De las páginas y aplicaciones que ustedes ven cuáles usan con mayor frecuencia

snapchat snapchat Snapchat instagram Facebook Instagram youTube twitter ask messenger sarahah esa es mi pregunta es como una aplicación musulmana De dónde es es de cómo por allá te hacen preguntas es como si te hicieran preguntas pero en anónimo pero pues a mí no me parece Porque eso aveces se utilizaba para insultar a los demás el anónimo entonces pues Jajaja entonces es WhatsApp Facebook Instagram youTube Snapchat listo.

Todos tienen Twitter yo no Messenger sí listo

qué elementos frecuentes en internet o qué contenidos

memes memes en todos lados Jajaja es que todo el mundo publicar esas cosas sí que mamera ósea a veces porque lo único que encuentras son chistes malos o cosas así entonces uno se aburre de tanto perfecto.

Tú qué contenidos frecuentas en internet

esta Cómo hacer una receta no sé cualquier cosa hablar con gente algo así. Es muy variado

porque hay cosas o gustos en internet que comparten entre adultos y adolescentes

no Sí eso es como los hinchas de un equipo por ejemplo nacional o millonarios entonces los adultos se encuentran un contenido parecido sí pues como hay niños o adultos que les gustan esas cosas como tal el conocimiento de un Facebook cualquier persona también dependiendo de las personas que quieren saber qué Por ejemplo pueden ser familia Pero eso también es como distinto.

Cuánto tiempo en el que estás conectado al internet utilizas para deberes escolares

para deberes para deberes escolares diarios no sé cómo 2 horas al día sí desde que no esté en vacaciones 1 hora para deberes escolares 2 horas estudiando O sea yo como en ese momento estoy en vacaciones pero cuando estudiaba digamos necesitaba saber como un tema o sea lo que me diera o sea digamos mis profesores entonces pues si algo tenía que saber tenía que buscarlo pues yo en el día yo uso un 30% del tiempo para deberes escolares y qué otro qué otro parte del tiempo utilizan para ocio tiempo libre o sea más o menos tú dices de que por ejemplo utilizas un 30% para deberes escolares o sea que para el otro 70% tú lo utilizas para tu ocio princess como el 90% Jajaja a mí hasta cuándo Se me descarga el celular Sí o sea jajaja si lo mismo todo el tiempo sea si todo el día está mi amor en internet bien.

Porque en YouTube puedes encontrar personas o contenidos con los que te puedes identificar

porque digamos yo no voy a ver los videos de una persona que sube por ejemplo videos de fútbol americano o algo así parecido porque no es un gusto mío más que sí tiene que ver con mis gustos me puede identificar con esa persona porque si tienen cosas que se parecen a mí.

es es que eso depende de los deberes o las necesidades que uno tenga digamos si yo tengo necesidades académicas pues obviamente uno se ha enfocado en las necesidades académicas primero que todo para aprovechar el tiempo no es que le salga uno y luego no tener afectaciones académicas o sea también depende de los gustos y los las necesidades de las personas de esta persona de este momento en el que estamos hablando pero porque los puedes encontrar en YouTube porque no puede verlos desde la oportunidad en YouTube pues porque YouTube es una de las redes sociales más grandes del mundo donde ya tú puedes encontrar cualquier cosa básicamente y además uno puede encontrar esa persona entonces uno se siente como con más contacto porque también vez en videos y una veces en videos o no entiende más que libros julioprofe Jajaja no pues ya prácticamente pues uno como tal YouTube es una fuente grande o sea así Yo necesito algún tipo de conocimiento o algo que sea importante pues yo puedo buscar vídeos que me puedan explicar mejor y si digo que eso es cómo una mejor alternativa como al estudio o algo así.

pues ya puedes tener una necesidad y encontrar distintos métodos para cubrir esa necesidad eso también es como la importancia de la persona porque te tienes que regir en un solo punto puedes buscar en diferentes puntos tú quieres decir algo más no.

Porque les gustan los vídeos de youtubers no a mí no me gustan porque pues es que me parece como tal los youtubers pues la mayoría son jóvenes excepto que como algunos que son como de edad más avanzada digamos como daniel samper qué es como un político que

habla sobre política o sea son chevres esos videos pues el punto esque me parece que como tal la profesión o sea algunos lo tienen como profesión a que los youtubers me parecen como que tienen las cosas muy fáciles Osea que como solamente suben como un vídeo y ya tienen como la vida hecha osea como que viajan a todo el mundo y suben sus videos a mí no me parece de que aporten de a mucho digamos hacen videos cómo que no vamos hacer una broma y y ya me parece como un poco inmaduro pero todo el mundo como que lo sigue osea nada que ver osea tú no ves youtubers Si yo si veo youtubers pero como que no te gustan los videos no no te matan los videos.

cen unas cosas como a veces hacen unas cosas como están bobas que no tienen sentido de que retos y pues algunos niños que les interesan en este usted

Es que a veces hacen unas cosas como cómo están bobas con el sentido de retos y algunos niños más pequeños que no entienden las cosas, y cuando la otra persona o sea imitan eso iban perdiendo el tiempo y todo no me gusta mucho porque hacen unas bolas Como por ejemplo a lo de las manos que no tienen sentido y es una pérdida de tiempo.

A mí tampoco me gusta verdad o por ejemplo

yo creo que los youtuber Pues a mí no me gustan tanto ver tantos youtubers a mí me gusta ver más video más informativos como History Channel o algo así yo creo que los youtubers a pesar que tienen todo el dinero del mundo bien tiene un iqu mas bajo

Solamente es como yo le voy a hacer esa broma y pues aún aquí le aportan de conocimiento o algo así

Pues sí yo también apoyo lo que dicen Pues los youtubers se la pasan sólo en un. Bromas y hacer memes

Pues lo que decía Daniel a ti no te van a enseñar hacer dinero y hacer una empresa literalmente es perder tiempo sabiendo que puedes utilizar ese tiempo en otras cosas y no es por discriminar a los youtubers

Pero pues igual esos como entrenamiento es como televisión y programas que en televisión no sirven para absolutamente nada pues es cómo lo mismo pero pues en internet literal

Y pues personas que no tienen experiencia mucho con la cámara buscan entretener a la gente con cosas pegadizas por ejemplo de lo de la fiebre de los like 1 retos así súper peligrosos supongamos el reto de la ballena

Bueno a pesar que no les gusta los desiguales Ben

Sí porque a uno le parece más interesante es lo que dan en YouTube que lo que dan en la televisión entonces pues la televisión programa Todo en YouTube puede uno ver lo que quiera se puede repetir cuantas veces quieran

Cuántos youtubers han visto?

Yo creo que más de 70 no se pueden contar no videos sino youtubers 70 personas yo pongo que unos 80 daniel Pues todos los días me meto a YouTube Pues no sé no los puedo contar son demasiado Siempre hay una persona que ando canal siempre a toda hora ponle sobrepasando el límite de 100 no sé porque hay gente que dice Mira tienes que ver mi video

yo soy nueva en esto y lo tienes que ver si siempre hay una gente nueva youtuber Porque hay unas que invitan de otros países entonces hay una persona muy famosa en YouTube y todo mundo se copia de sus videos por ejemplo roald yourself o las 50 cosas sobre mí

Qué son los que publican más estos youtubers

es entretenimiento por ejemplo yo me suscribi a un video y no tiene nada que ver después sea porque la mayoría de sus suscriptores son menores de edad y pues a veces dan ejemplos a seguir muy mal como por ejemplo algunos a mí me gustan uno que es una youtuber que ayuda a disminuir el calentamiento global y pues eso es lo que uno Busca en personas que le hagan perder a una pero que leen la mente pues es que es Depende lo que vea si tu ves Julio profe obviamente te enseña pero pues sí tú ves videos que te hagan reír donde hacen bromas Pues también es chévere

Qué publicidad ven cuando están en YouTube pantene en YouTube aparecen propagandas de YouTube entonces cómo que no tienen sentido en YouTube los tipos de propaganda de champú a veces aparecen a la mitad de los vídeos en la canción cada cuánto es publicidad en YouTube todo el tiempo todos los días veo publicidad YouTube aparece una franja amarilla y pues en eso trabajas en dónde están los comerciales nosotros dimos cuenta que hace 2 meses eran cada 17 segundos era la publicidad

No pues yo creería que las propagandas son para ver para ver videos y también para ganar dinero pero pues igual se quedan ahí o quitan el anuncio y en el video.

Qué Por qué comprarías la publicidad que es en YouTube por ejemplo es lo que es para siempre sea pareces una botella de cristal y pues te dan ganas de tomar agua una publicidad de un carro pues también obviamente como tú vas a comprar un carro es la posibilidad de la capacidad de compra.

Pues yo realmente no tengo que nada que decir de la publicidad digamos más influyente la publicidad que ustedes ven en YouTube en la televisión yo creo que es más influyente la de la televisión porque las propagandas que son más influyentes.

A mí me estresa más la publicidad de televisión por ejemplo yo veo Netflix Entonces por ejemplo en una propaganda de shampoo pues si uno lo está utilizando para que hacen más publicidad.

Para ustedes que hacen youtuber famoso?

pues no se tiene que tener buena actitud tiene que ser lindo Pues porque es muy feo la gente no la va ver también tiene que hablar duro porque se habla mi pasito la gente no se va a animar a ver

También es el contenido porque puede subir un contenido que le guste pero hay personas que tal vez no le gusta por eso la mayoría YouTube videos y temas variados porque la variedad de videos yo creería que hace la cantidad de seguidores porque lo van a seguir pues depende porque yo depende el contenido que esté subiendo independientemente así sea lindo o feo

Llegamos Sebastián Villalobos es lindo pero tampoco es que suba un continente que pues nose

Es como me comí una pizza y no por Dios y tiene como yo no sé cuántas millas de Seguidores y lo tienes como Dios mío aparece y la foto también es como publicidad engañosa y ponen los títulos cómo pasó esto y no por curiosidad entra Entonces es como que habrá pasado entonces aparece una foto chiquita y ahí en la miniatura aparece como él hay una foto como sin ropa entonces uno es como o miramos el vídeo o también dice cómo termina mal pasó esto pues digo que los suscriptores pero sí es muy malo el contenido depende a veces que pues los niños que no saben de salas cuentos la dejan ahí y pues eso aumentan también la energía, y pues sí son frikis Pues tampoco y pues nos gusta que no sea friki.

Qué piensan de los contenidos que crean los youtubers alguien me decía que son buenos o malos vamos a profundizar un poco más ahí que piensas que yo te guste o te guste

Yo pienso que subió es chévere pero no le aporta nada a nadie nada entonces lo tuve una y otra vez y repite lo mismo nuevamente pero pues ella trata que paren el bullying

Pues depende de la curiosidad porque también a ellos y verás que se la pasa subiendo videos cómo historias que suben Cómo cómo le hicieron matoneo cómo lo robaron pues por ejemplo es un ejemplo retórico.

En parte Eso es lo más difícil de ser youtuber tiene la creatividad de subir diferentes bien siempre que pues la gente suba y miré nuevas cosas pues también aburrido una cosa una y otra vez

Realmente contenido que ellos que a uno le dan es como Para reírse de los casos que ponen ellos o hay otros youtubers que ponen de investigación yo por ejemplo yo sobre información como youtubers yo casi no me gusta porque lo tiene un contenido que uno le diga agua Cómo darle una información como a ti algo te sirva para la vida

Qué opinas tú de los contenidos que suben los youtubers

yo la verdad veo muchos de esos videos de emprendimiento cómo qué hábitos de mejorar como educativos qué sirven para algo en la vida realmente y a veces que estoy muy aburrida pues veo Mario Ruiz cosas así como algo que me logré de sacar del aburrimiento y ya pues ahí unos supuestamente youtuber que pare que hacen como que pasó con este youtuber Entonces se siente como que realmente no tiene nada que hacer y es como para inventar chismes Pues para mí ese contenido no me gusta

Entonces degenera los contenidos que generan los diversos buenos o malos educado

O sea para mí pues como para generar ser youtuber es como difícil y lo preguntarán y el que te parecen los youtubers depende si tú quieres ver un canal de emprendimiento Pues será bueno Es depende contenido que tú le quieras dar una opinión o si tú quieres dar una opinión de un canal de juegos

es lo que más te gusta

Que sean variadas que sean que tengan juegos divertidos lo que más me gusta de YouTube

Lo que más me gusta es que en serio tampoco me gustan las personas inmaduras Pues sí
Hablamos en general Que suba que suba que llame la atención que sean seguras

Pues sí también lo que dice ella que sean espontáneas que no le dé pena lo que hace a través
de una pantalla y pues como siempre lo he hecho influyen mucho a las personas y pues pues
puede que crea una moda o una temporada de desagrada de la mente de las personas

Qué tipo de video harían Si tuvieras la posibilidad de vender una cosa en YouTube por ejemplo pasteles Diana

Yo sacaría un libro

También tiene que ver la creatividad y los intereses que tú tengas Pues si fuera por mí ya
estaría vendiendo ropa o perfume

Yo también la verdad vendería perfumes pero que la gente también diría como quien dice yo
no les daría esa típica publicidad como descuentos sino que vengan en el perfume que digan
eso si da

A mí me gusta eso como si hay la posibilidad de ir a probar el producto como para comprarlo
Eso me gusta

Pues también depende de lo de la audiencia si yo subo contenidos de para niños de 5 años no
se compró maquillaje no sé yo vendería lo que más se venda por ejemplo hay muchos
youtubers que digamos son como el maquillaje y todo eso.

Yo vendería ropa pues como que hay gente que crea su ropa y es como muy gay o cosas
como vos son muy mostronas que sean del gusto que no creas que son palabras
personalizadas

Qué publicidad prefieres

A mí me gusta más la de YouTube porque no es como la de la televisión tú no puedes no
puede cambiarla No la puedo meter cambio de YouTube

Pues yo no me la paso viendo mucha television, pues prefiero la de YouTube porque Pues
digamos a pesar que se haya criticado antes en YouTube siempre va a haber pues nunca sale
una propaganda diferente digamos el jabón sale otra cosa aún carro no sé pues lo que
YouTube buscas que la propaganda sea distinta

Pero pues hay algunas que se repiten y se repiten yo estaba viendo un vídeo y me salió 3
propagandas que se repita pues también lo que dice ella no le puede asaltar propaganda omitir
O sea que tú prefieres la publicidad de YouTube

Diana no me gusta ninguna no te gusta la publicidad la verdad yo no veo ninguna propaganda
la verdad son cosas que no me interesa entonces cómo que no les pongo cuidado digamos me
gusta Coca Cola famosa por su publicidad entonces tiene como en todo en la televisión en
YouTube entonces también es como hace la propaganda coca Cola pero como tal No
prefiero.

Qué importancia tiene internet para las personas

qué aporta el conocimiento más que todo o sea si por ejemplo no Busca un libro O sea prácticamente si uno Busca un libro prácticamente se están dejando de lado

Yo digo que el internet se está volviendo la base de todo si tú buscas un libro que te interese pues uno Busca los PDF más que todo lo que hace el internet Es que le aporta más conocimiento la gente como pues anteriormente una época que antes era todo mal o como que estás haciendo la biblioteca el tema que tú necesitas

Yo creo que ya el internet para las personas que es una necesidad sea tú puedes tener la respuesta Pero quieres buscar más yo busca internet la razón de esa respuesta y pues las redes sociales están viendo como un hábito para las personas es una necesidad es como una cosa si tú sabes algo que no sabes algo lo puedes buscar en internet cualquier cosa

Pues si una necesidad necesidad porque hay gente que se la pasa en las redes sociales la gente puede expresar lo que siente se vuelve una necesidad los tema investigar es porque la demás gente lo ha puesto ahí y pues facilita facilita las cosas

Yo creo que es como adicción

Qué harías si no existiera

Pues nada porque no ya estaría acostumbrándote a la internet más que si un día para otro se va Pues sí prácticamente como que me voy muriendo Porque todo lo Investiga y lo que yo necesité lo buscó ahí sería como un cambio muy drástico

Para mí es un golpe pues yo ya estoy acostumbrado a buscar una pregunta y pues la busca en internet Quiero saber qué hago con no sé si un día para otro no existe en internet no sé qué haría

Pues no sé yo también le digo yo los volvería a leer todos pero pues si no tiene nada más que hacer Pues sería buscar otras cosas como volver a los clásicos sin internet.

Pues a mí realmente me parece no tener mejor internet porque la gente que está en la red también se va como descerebrado porque en verdad la mayoría de contenido que está en la red me parece una basura pensamiento de que uno esté buscando mal pero pues me parece mejor como que no caer en la tentación sino me aporta nada pero pues A eso me refiero pero es como que no conocer la era Cómo era antes de no hacer las cosas como por otro lado

Yo estuve en un año sin celular y pues a mí me gustaba estar mal su celular y eso porque ninguno de niño ha estado en ninguna cuadra que Pues todos los niños salen a jugar pues en un futuro la gente va a mantener con gafas.

En una época era Cómo fue tuya Dónde queda esta dirección y ahora con el mapa pero cuando yo no tenía internet parece a una viejita tejida bufandas a mí muñeco y le dices apáticos cuando estoy estresada como cualquier cosa

Y pues esto ya es cómo le dijimos anteriormente para nuestro trabajo de tesis no va a ser publicado.

Transcripción entrevista generación Y

Buenas tardes, mi nombre es Natalia Yepes soy estudiante de mercadeo de la universidad santo tomas y el día de hoy pues estoy realizando una entrevista con al que se pretende ubicar con que se identifican y como es el estilo de vida pues de un millenial frente al consumo de internet en especial el tema de la plataforma youtube entonces,

- buenas tardes ¿me recuerdas tu nombre por favor?

- buenas tardes mi nombres es Andrés morales

- Andrés gracias por participar en esta entrevista, mmm, andres cuéntanos un poco de ti, ¿tu cuántos años tienes?

- veintinueve años

- a que te dedicas?

- yo soy programador

- ok perfecto entonces te voy a hacer unas preguntas como te contaba al inicio acerca de internet y del tema de la plataforma youtube, entonces, ¿tu porque te identificas con lo que ves en internet?

- pues porque tienen mucho contenido del cual yo consumo, pues ehh pues soy programador partiendo de ahí y pues son muchas cosas que yo encuentro en internet están directamente relacionados con mi trabajo ehh digamos como que lo que yo hago es relacionado directamente con internet, mi trabajo existe gracias al internet en gran parte.

- ok perfecto. ¿y que páginas o aplicaciones usas con mayor frecuencia?

- pues yo todos los días así como básico siempre uso gmail, whatsapp, youtube. Facebook, a veces veo instagram, pero digamos como que mi día a día se mueve entorno a esas cuatro plataformas, si pues ya redes sociales de programación que son como más específicas de mi área esta coverflow y varias asi por el estilo principalmente esa.

- ok y con todas estas plataformas que me acabas de mencionar de ahí, ¿qué contenidos frecuentas en internet, que contenidos básicamente?

- pues como te mencione antes pues que tanto mi ocio como mi trabajo gira en torno a eso, entonces en cuanto ocio podemos ver sobre videojuegos y digamos ahorita que como por el tema del trabajo y el estudio no hay mucho tiempo para yo sentarme a jugar en mis consolas sino pues yo a veces me pongo a ver gameplays de youtubers o algo así, o también me pongo a ver (¿) veo también muchos canales de política, de noticias pero no como los convencionales, no veo caracol ni rcn, sino canales donde hacen análisis político más profundos en términos económicos, en términos sociales, sociológicos, antropológicos, emmm eso digamos que es la parte de ocio. y en la parte profesional si muchos videos de tutoriales de cosas que necesito aprender, que necesito implementar

- y todo eso lo miras en las anteriores redes que mencionaste, ¿en cuál?

- en todas

- en todas, en cuales

- en todas, pues cada una tiene su, su detallito, por ejemplo YouTube es donde yo veo los gameplays o en algunas veces en Facebook, pero lo de programación si en todas repartidito menos Facebook, Facebook si no lo utilizo tan profesionalmente, pero en general digamos en todos tengo mi cuota diaria de que a cada una le dedico arto tiempo y artas horitas y minutos que sumados hacen varias horas.

- bueno, y específicamente ¿qué uso le das a YouTube?

- ehh , lo mismo te lo podría dividir en estas dos áreas , el área digamos de ocio digamos manejemos tres, ocio, académico y laboral Ehh cada una tiene su respectivo como que momento en el día a veces le dedico más a uno que a otro, a veces veo más cosas de ocio digamos que YouTube poquitas veces lo utilizo para tema laboral porque yo a veces necesito es sencillamente leer y este es un sitio de videos pues digamos no siempre aplica pero cuando necesito digamos ver un diseño de una página web yo lo hago a través de YouTube, entonces como que digamos que lo podría dividir así, si te lo digo en porcentajes podría llegar a ser cuarenta de ocio, treinta por ciento de ehhh de que digo, otro cuarenta por ciento de académico y el 20 por ciento laboral.

- perfecto, y ¿Por qué hay cosas o gustos en internet que comparten entre adultos y adolescentes?

- pues en principio ahorita digamos como que es inevitable desligar el mundo de la tecnología de la sociedad entonces muchas veces yo estoy seguro que el mismo video que yo veo de youtubers haciendo gameplays es el mismo que está viendo un niño de 10 años de 8 años de nueve años porque son contenidos que digamos son de entretenimiento y tienden a hacer cosas que a muchos nos interesa obviamente de acuerdo al tipo de juego va a cambiar mucho, yo veo mucho juegos de acción: call of duty (no legible) y esos son de un público un poquito más adolescente en adelante, de pronto yo no voy a ver lo mismo que ven los niños que yo veo que se meten a ver muchas cosas de (como es) de minecraft y así pero más sin embargo los youtubers que yo veo si hacen videos de minecraft y ese tipo de cosas, pero pues a mí no me gustan los videos por lo tanto no los veo.

-perfecto y de... el tiempo que estas conectado en internet cuanto usas para utilizarlo en los deberes académicos o escolares o si ya terminaste tu carrera mas o menos

- con youtube?

- en general en internet

- no digamos francamente yo me la paso frente a un computador o frente a una pantalla de las dieciocho horas que estoy despierto en el día , diecisiete me la paso pegado a una pantalla entonces digamos como que el 90 por ciento del tiempo estoy haciendo siempre esas cosas ya sea académico ya sea laboral o ya sea de ocio, y digamos como que me queda a veces difícil desvincular temas académicos y laborales porque están muy relacionados

- perfecto y pues precisamente te iba a preguntar cuanto en pasatiempos pero pues igual me dices que va ligado precisamente por lo que tú haces por lo tanto ocio como escolar esta... esta.

- si es bien mixto digamos que me pasa, yo digo me la paso mientras estoy en la casa haciendo algún tipo de trabajo incluso en la oficina y yo mientras trabajo, escucho a algún youtuber , si escucho algo que digo: esto está interesante, pues cambio veo el pedacito del video y sigo trabajando y lo sigo escuchando, porque así como muchas personas escuchan radio y se ponen a no se, a hablar bobadas por la mañana en los programas matutinos de la radio colombiana, pues yo me pongo a escuchar youtubers, porque es lo que me mantiene entretenido y es como que me da un background allá en la cabeza para digamos no estar en silencio absoluto cuando no estoy escuchando música

- muchas gracias , y ¿Por qué en youtube puedes encontrar personas o contenidos con los que te puedes identificar?

- Es que YouTube es muy amplio es una cosa muy en donde yo puedo conseguir información de cualquier tipo color sabor

¿Porque te gustan los videos de YouTubers?

Yo antes criticaba mucho eso de hecho hace como 2 años en una feria del libro cuando un youtuber Tuvo más audiencia que una persona un escritor pues digamos como que yo critique mucho eso pero después dije realmente no es tan complejo porque son cosas que son de nuestra cultura al final del día los youtubers tendrían cultura y empecé siguiendo a uno es un español que vive en Estados Unidos se llama (youtuber) básicamente llegué al Canal de él fue por (youtuber) porque quería saber unas cositas de cómo se conseguía un Pokémon la evolución de un Pokémon entonces me puse a ver al Man me gustaron los videos y ahí digamos fue muy recurrente Ver los vídeos de sólo Pokémon ya después viendo el contenido otras cosas ay venga miramos pues porque es interesante y Pon ya con eso empecé a conocer otro Rango más grande de youtubers entonces digamos como qué en el lapso del tiempo me he dado cuenta que todos ellos están conectados todos de una forma entonces cuando se encuentran en las mismas ciudades van hacen videos juntos generan contenido entonces como que digamos es una comunidad uno se da cuenta que es bien grande ya ahorita digamos ha pasado aproximadamente un año y medio de eso digamos como qué genera ese sentido de comunidad que se genera cuando uno practica un deporte pues a pesar de que uno De que uno no hablé pero uno ya lee los comentarios uno ya sabe que personas seguir Cuáles son los comentarios o no Ya conoce como las actitudes de cada uno empieza a generarse ese gustillo por cada eso eso en cuanto al tema de Gamers en el tema digamos académico yo veo mucho un canal qué se llama visual politic que habla sobre economía sobre política sobre sociedad y también es de españoles digamos como que yo consumo muchos youtubers español qué es como lo mismo que viven en Europa o en Estados Unidos de Colombia Realmente si la puya daniel samper ospina qué otros veo colombianos yo creo que de pronto café picante pero Digamos como qué cómo son programas tan limitados Y como aquí la cultura youtuber no ha crecido tanto por ejemplo hace poco me llegó una una una llegó una sugerencia de un canal de un youtuber colombiano que decía que venga que consuma colombiano pero pues el contenido tiende a ser el mismo y como que pues también uno tiene que saber distribuir un poquito el tiempo yo a veces veo a ese chino cuándo cuando de pronto tiene algo específico pero como que digamos qué ponerme a ver lo mismo que él hace pero que otros hacen pues no salvo cuando hacen cosas colombianas digamos un caso de un colombiano está aquí de un estadounidense que está aquí en Colombia que es zack Morris ese man ha estado en

muchos lados Incluso en televisión él es otro youtuber y llegó a un punto En el que yo sí lo vi mucho pero ya ya como que era la misma retahíla de siempre no evolucionó en Su contenido y ya lo dejé de seguir

- de acuerdo bueno la siguiente pregunta también es cuántos youtubers has visto pero creo que me los nombraste un poco cómo que es tu top of Mind pero en general cuántos has visto que te gusten y que no te gusten

Esta luz está vegeta fatal daniel samper café picante la puya esta este pelado colombiano que no recuerdo cuál es el nombre del canal hasta hace poco me uní a un canal que se llama libertario TV en esos son como los que se me vienen a la mente en un momentico

- son bastantes, y que comunican ellos en sus videos o en Su contenido yo entiendo que ellos son como muy puntuales de acuerdo a qué sí son Gamers que sí son temas educativos pero qué crees tú que ellos quieren lograr transmitiendo los contenidos que hacen

- como por ejemplo inclusive ayer estaba viendo un video de uno de ellos que es Vegeta el man digamos como que un youtuber es muy no necesita la publicidad porque ellos mismos se dan a la tarea de de publicar sus vidas entonces digamos el hizo un video directo que es qué es como ver televisión en vivo de 2 horas y se la pasó hablando mientras y respondiendo preguntas mientras la gente le preguntaba que cómo funciona a youtube le preguntaban que sí Mostrando la gata que tiene y le preguntaron cómo funciona 2 YouTube que si había perdido un torneo le he preguntado muchísimas cosas me preguntaron qué Porque es mejor utilizar publicidad en YouTube que que publicidad convencional entonces como que a pesar de que si es un youtuber que está especificado en juegos no necesariamente es quiere dejar solo sólo a esa área entonces se pone a hablar a veces digamos hablar de temas sociales que que pasó algo en España hablando de eso te pasó algo en tal lado entonces no eso nunca Nada que siempre es videojuegos a veces hacen preguntas y respuestas donde les preguntan desde cómo le gustan los hombres hasta que piensa la situación económica En Colombia por ejemplo y Digamos como que también hablan de muchas otras cosas pero si el 80% es el contenido es de gamer pero muy amplio porque tiene muchísimo juegos tiene series tiene un montón de cosas pero también como que no se centra sólo en eso sino que también hacen otro tipo de cosas adicionales

- perfecto y qué publicidad hay o ves en YouTube

Que hay mucha publicidad en general porque uno ve mucha publicidad de trago de perfumes de otros grupos musicales de publicidad de de otros youtubers ahorita en la época elecciones Ya empezaron con el festival de los políticos entonces están también están utilizando esas plataformas entonces uno por ejemplo el otro día estaba viendo un vídeo de Jaime garzón y aparecía una publicidad de Uribe osea suena irónico el otro día estaba viendo el canal de Claudia López haciendo unas propuestas para la coalición Colombia y lo mismo atravesaron un video de Vargas Lleras entonces como qué es muy variada la publicidad que uno alcanza a ver ahí también ahorita hace poco una campaña de vimeo Pro súper fuerte que cada 5 minutos salía un un video de vimeo es muy grande la publicidad es la misma que quizá no puede encontrar en mi televisión pero igual reseñas muchas cosas por las cuales yo puedo estar

interesado porque yo veo muchos canales de política entonces muestra bastante políticos a veces cuando estoy viendo algo sobre un deporte que yo practico muestran cosas de ese deporte Entonces está muy focalizado en los gustos los gustos que uno tiene

- perfecto, con base en ello vemos Que si se mueve mucho la publicidad dentro de esta plataforma con qué frecuencia la vez

Pues uno ya abrí un video y ya de publicidad y pues entonces Digamos como que hay videos que estan monetizados y otros que no los monetizados son hay un canal que se llama Colombia eliges y ellos cogen videos de políticos de lo que sea y los ponen ahí y los monetizan Como cada dos minutos para ver videos de dioses súper canción porque uno está escuchando un discurso o algo político y cada dos minutos lo quitan para colocar la policía y como que por eso no tiendo a ver muchos vídeos de ese canal sólo cuando veo ese video en otro lado pero a veces se van de excesivos como muchos de estos youtubers que Sencillamente colocan 3 o 4 publicidad colocan un al comienzo una como la mitad otra los tres cuartos y otra antes de terminar entonces como que digamos no están invasiva la publicidad con la que no alcanza a ver el video

- de hecho inicialmente me contabas te veías publicidad de licor de comida aparte del tema político de lo que ves ahí en publicidad que comprarías de la publicidad que ves en YouTube crees que hay algo que te influya a comprar eso

Cuándo cuando hacen Yo me acuerdo que que hace 2 meses más o menos una publicidad que sacó McDonald's que colocaban experiencias McDonald's y pues eran muchas experiencias que que sean de cuando yo estaba haciendo mi tesis que cuando yo iba al McDonald's a comer ir a comer papitas y cada vez que yo la publicidad es ganas de ir a comer papitas al McDonald's y efectivamente estuve varios meses metido con mi novia en McDonald's comiendo papitas comiendo hamburguesas de allá entonces si es muy efectiva en términos de que hay cosas que uno ve y por ejemplo cuando cuando ofrecen algún tipo de producto nuevo no sé un televisor o promociones cosas como que uno ve ciertas páginas que son de producto Entonces siempre tal cosa y uno entra y mira y efectivamente sí y hay cosas que si uno llega a comprar pero así el caso que si me pasó que directamente vaya a comprar pues de McDonald's porque de una vez me supo el saborcito supieron hacer muy bien la publicidad

-Okay perfecto Andrés y que consideras tu que hace que un youtuber sea famoso

El contenido sea cuál será el tipo de contenido el contenido

-Y qué piensas de los contenidos que se crean los youtubers

Pues es muy variables Yo siempre he dicho que así como la televisión convencional hay basura y la gente consume basura al contenido YouTube que es basura porque la gente

consume basura entonces hay que saber qué cosas a uno le gustan si a uno le gusta comer basura si consumo basura pero si no le gusta consumir cosas diferentes pero consume cosas diferentes

- eso es muy cierto, pues en general que es lo que más te gusta los youtubers

Literalmente los Gamers por lo que ya dije como yo no tengo tiempo para jugar pero a veces me gustan las historias de los juegos o ver cómo cosas chéveres que hace la gente mientras que va jugando se hacen videojuegos los veo Digamos como para suplir ese tiempo que a veces yo no tengo para jugar videojuegos o para conocer algún tipo de juego que yo no tengo la plata o no tengo la máquina para comprarlo o es para Play 4 para Xbox one o cuando necesita un computador con muchos gráficos digamos que como que no cuento con esos recursos para verlo pero pero Digamos como que igual veo el juego y me entretengo viendo lo a pesar de que no esté jugando en el momento eso por un lado en el lado digamos político Pues a mí me gusta estar actualizado en términos de política y sociedad sociología Entonces los veo para educarme para estar actualizado con la realidad mundial sin necesidad de pasar con los filtros de los canales tradicionales y muchas veces veo las noticias de Colombia y las veo a través de canales de afuera porque lo ven desde una perspectiva no tan personalizada y tan sentimental como la tenemos acá.

-de acuerdo, Qué tipo de vídeos podrías hacer Si tuvieras la oportunidad de vender cosas en YouTube

Educativos más que todo educativos sentarme yo a hacer un video educativo lo que pasa es que yo no lo haría porque ya hay mucha gente que lo hace muy bien y es gente que yo sigo entonces yo digo el man tiene el tiempo el man tiene los recursos, tiene muchas cosas para hacerlo entonces pues él lo hace entonces no lo haría pero si lo hiciera si lo haría en términos educativos pienso yo

Perfecto y qué tipo de publicidad prefieres la de televisión o la de YouTube

youtube

Y porque?

Porque es focalizada lo que a mí me gusta

Te habla a ti

Sí digamos una a mí no me gusta el reggaetón pero mi novia aveces me dedica canciones algo así he conocido muchas canciones que digo en esta canción Está bonita para dedicársela a ella y la conosco porque la colocaron en un comercial de YouTube

Entonces te así como para finalizar quiero que me cuentes Qué importancia tiene internet para las personas.

Pues todo ósea el mundo de hoy no sería lo que es sin Internet yo Digamos como que cuando en términos de política cuando leo sobre comunismo sobre anarquismo sobre muchas otras cosas qué digo yo que tú puedes encontrar en internet o en el mundo para mí es completamente revolucionario porque tú haces ideas concebida En un momento en el cual donde el internet No sé pensará que fuera a existir porque rompe muchas barreras hace poquito se publicó eso que iban a hacer en Estados Unidos de violar la neutralidad en internet lo que yo Considero que no la pueden lograr porque son legislaciones Contra una cosa que es un derecho humano o sea es como como cuando se trata de privatizar el oxígeno existente es una cosa técnica que uno puede encontrar muchos huecos muchos procesos Entonces el mundo no es lo que es hoy sin internet

Okay Andrés y para finalizar Qué harías si no existiera internet

No sabría porque nacen esa generación sabría qué haría muchas cosas con enciclopedias con bibliotecas pero pero No sabría muy bien pero no pero ahorita tenemos internet es como una ayuda

Bueno antes Muchas gracias Esto fue toda la entrevista muchas gracias por colaborar nos Que tengas una feliz tarde

Igualmente

Muchas gracias

Transcripción entrevista generación Y

Buenas tardes, mi nombre es Natalia Yepes soy estudiante de mercadeo de la universidad santo tomas y el día de hoy pues estoy realizando una entrevista con al que se pretende ubicar con que se identifican y como es el estilo de vida pues de un millennial frente al consumo de internet en especial el tema de la plataforma youtube entonces,

- buenas tardes ¿me recuerdas tu nombre por favor?

- buenas tardes mi nombres es Andrés morales

- Andrés gracias por participar en esta entrevista, mmm, andres cuéntanos un poco de ti, ¿tu cuántos años tienes?

- veintinueve años

- a que te dedicas?

- yo soy programador

- ok perfecto entonces te voy a hacer unas preguntas como te contaba al inicio acerca de internet y del tema de la plataforma youtube, entonces, ¿tu porque te identificas con lo que ves en internet?

- pues porque tienen mucho contenido del cual yo consumo, pues ehh pues soy programador partiendo de ahí y pues son muchas cosas que yo encuentro en internet están directamente relacionados con mi trabajo ehh digamos como que lo que yo hago es relacionado directamente con internet, mi trabajo existe gracias al internet en gran parte.

- ok perfecto. ¿ y que páginas o aplicaciones usas con mayor frecuencia?

- pues yo todos los días así como básico siempre uso gmail, whatsapp, youtube. Facebook, a veces veo instagram, pero digamos como que mi día a día se mueve entorno a esas cuatro plataformas, si pues ya redes sociales de programación que son como más específicas de mi área esta coverflow y varias asi por el estilo principalmente esa.

- ok y con todas estas plataformas que me acabas de mencionar de ahí, ¿qué contenidos frecuentas en internet, que contenidos básicamente?

- pues como te mencione antes pues que tanto mi ocio como mi trabajo gira en torno a eso, entonces en cuanto ocio podemos ver sobre videojuegos y digamos ahorita que como por el tema del trabajo y el estudio no hay mucho tiempo para yo sentarme a jugar en mis consolas sino pues yo a veces me pongo a ver gameplays de youtubers o algo así, o también me pongo a ver (¿) veo también muchos canales de política, de noticias pero no como los convencionales, no veo caracol ni rcn, sino canales donde hacen análisis político más profundos en términos económicos, en términos sociales, sociológicos, antropológicos, emmm eso digamos que es la parte de ocio. y en la parte profesional si muchos videos de tutoriales de cosas que necesito aprender, que necesito implementar

- y todo eso lo miras en las anteriores redes que mencionaste, ¿en cuál?

- en todas

- en todas, en cuales

- en todas, pues cada una tiene su, su detallito, por ejemplo YouTube es donde yo veo los gameplays o en algunas veces en Facebook, pero lo de programación si en todas repartido menos Facebook, Facebook si no lo utilizo tan profesionalmente, pero en general digamos en todos tengo mi cuota diaria de que a cada una le dedico arto tiempo y artas horitas y minutos que sumados hacen varias horas.

- bueno, y específicamente ¿qué uso le das a YouTube?

- ehh , lo mismo te lo podría dividir en estas dos áreas , el área digamos de ocio digamos manejemos tres, ocio, académico y laboral Ehh cada una tiene su respectivo como que momento en el día a veces le dedico más a uno que a otro, a veces veo más cosas de ocio digamos que YouTube poquitas veces lo utilizo para tema laboral porque yo a veces necesito es sencillamente leer y este es un sitio de videos pues digamos no siempre aplica pero cuando necesito digamos ver un diseño de una página web yo lo hago a través de YouTube, entonces como que digamos que lo podría dividir así, si te lo digo en porcentajes podría llegar a ser cuarenta de ocio, treinta por ciento de ehhh de que digo, otro cuarenta por ciento de académico y el 20 por ciento laboral.

- perfecto, y ¿Por qué hay cosas o gustos en internet que comparten entre adultos y adolescentes?

- pues en principio ahorita digamos como que es inevitable desligar el mundo de la tecnología de la sociedad entonces muchas veces yo estoy seguro que el mismo video que yo veo de youtubers haciendo gameplays es el mismo que está viendo un niño de 10 años de 8 años de nueve años porque son contenidos que digamos son de entretenimiento y tienden a hacer cosas que a muchos nos interesa obviamente de acuerdo al tipo de juego va a cambiar mucho, yo veo mucho juegos de acción: call of duty (no legible) y esos son de un público un poquito más adolescente en adelante, de pronto yo no voy a ver lo mismo que ven los niños que yo veo que se meten a ver muchas cosas de (como es) de minecraft y así pero más sin embargo los youtubers que yo veo si hacen videos de minecraft y ese tipo de cosas, pero pues a mí no me gustan los videos por lo tanto no los veo.

-perfecto y de... el tiempo que estas conectado en internet cuanto usas para utilizarlo en los deberes académicos o escolares o si ya terminaste tu carrera mas o menos

- con youtube?

- en general en internet

- no digamos francamente yo me la paso frente a un computador o frente a una pantalla de las dieciocho horas que estoy despierto en el día , diecisiete me la paso pegado a una pantalla entonces digamos como que el 90 por ciento del tiempo estoy haciendo siempre esas cosas ya sea académico ya sea laboral o ya sea de ocio, y digamos como que me queda a veces difícil desvincular temas académicos y laborales porque están muy relacionados

- perfecto y pues precisamente te iba a preguntar cuanto en pasatiempos pero pues igual me dices que va ligado precisamente por lo que tú haces por lo tanto ocio como escolar esta... esta.

- si es bien mixto digamos que me pasa, yo digo me la paso mientras estoy en la casa haciendo algún tipo de trabajo incluso en la oficina y yo mientras trabajo, escucho a algún youtuber , si escucho algo que digo: esto está interesante, pues cambio veo el pedacito del video y sigo trabajando y lo sigo escuchando, porque así como muchas personas escuchan radio y se ponen a no se, a hablar bobadas por la mañana en los programas matutinos de la radio colombiana, pues yo me pongo a escuchar youtubers, porque es lo que me mantiene entretenido y es como que me da un background allá en la cabeza para digamos no estar en silencio absoluto cuando no estoy escuchando música

- muchas gracias , y ¿Por qué en youtube puedes encontrar personas o contenidos con los que te puedes identificar?

- Es que YouTube es muy amplio es una cosa muy en donde yo puedo conseguir información de cualquier tipo color sabor

¿Porque te gustan los videos de YouTubers?

Yo antes criticaba mucho eso de hecho hace como 2 años en una feria del libro cuando un youtuber Tuvo más audiencia que una persona un escritor pues digamos como que yo critique mucho eso pero después dije realmente no es tan complejo porque son cosas que son de nuestra cultura al final del día los youtubers tendrían cultura y empecé siguiendo a uno es un español que vive en Estados Unidos se llama (youtuber) básicamente llegué al Canal de él fue por (youtuber) porque quería saber unas cositas de cómo se conseguía un Pokémon la evolución de un Pokémon entonces me puse a ver al Man me gustaron los videos y ahí digamos fue muy recurrente Ver los vídeos de sólo Pokémon ya después viendo el contenido otras cosas ay venga miramos pues porque es interesante y Pon ya con eso empecé a conocer otro Rango más grande de youtubers entonces digamos como qué en el lapso del tiempo me he dado cuenta que todos ellos están conectados todos de una forma entonces cuando se encuentran en las mismas ciudades van hacen videos juntos generan contenido entonces como que digamos es una comunidad uno se da cuenta que es bien grande ya ahorita digamos ha pasado aproximadamente un año y medio de eso digamos como qué genera ese sentido de comunidad que se genera cuando uno práctica un deporte pues a pesar de que uno De que uno no hablé pero uno ya lee los comentarios uno ya sabe que personas seguir Cuáles son los comentarios o no Ya conoce como las actitudes de cada uno empieza a generarse ese gustillo por cada eso eso en cuanto al tema de Gamers en el tema digamos académico yo veo mucho un canal qué se llama visual politic que habla sobre economía sobre política sobre sociedad y también es de españoles digamos como que yo consumo muchos youtubers español qué es como lo mismo que viven en Europa o en Estados Unidos de Colombia Realmente si la puya daniel samper ospina qué otros veo colombianos yo creo que de pronto café picante pero Digamos como qué cómo son programas tan limitados Y como aquí la cultura youtuber no ha crecido tanto por ejemplo hace poco me llegó una una una llegó una sugerencia de un canal de un youtuber colombiano que decía que venga que consuma colombiano pero pues el contenido tiende a ser el mismo y como que pues también uno tiene que saber distribuir un poquito el tiempo yo a veces veo a ese chino cuándo cuando de pronto tiene algo específico

pero como que digamos qué ponerme a ver lo mismo que él hace pero que otros hacen pues no salvo cuando hacen cosas colombianas digamos un caso de un colombiano está aquí de un estadounidense que está aquí en Colombia que es Zack Morris ese man ha estado en muchos lados Incluso en televisión él es otro youtuber y llegó a un punto en el que yo sí lo vi mucho pero ya ya como que era la misma retahíla de siempre no evolucionó en su contenido y ya lo dejé de seguir

- de acuerdo bueno la siguiente pregunta también es cuántos youtubers has visto pero creo que me los nombraste un poco cómo que es tu top of Mind pero en general cuántos has visto que te gusten y que no te gusten

Esta luz está vegeta fatal Daniel Samper café picante la puya esta este pelado colombiano que no recuerdo cuál es el nombre del canal hasta hace poco me uní a un canal que se llama libertario TV en esos son como los que se me vienen a la mente en un momentico

- son bastantes, y que comunican ellos en sus videos o en su contenido yo entiendo que ellos son como muy puntuales de acuerdo a qué sí son Gamers que sí son temas educativos pero qué crees tú que ellos quieren lograr transmitiendo los contenidos que hacen

- como por ejemplo inclusive ayer estaba viendo un video de uno de ellos que es Vegeta el man digamos como que un youtuber es muy no necesita la publicidad porque ellos mismos se dan a la tarea de publicar sus vidas entonces digamos el hizo un video directo que es qué es como ver televisión en vivo de 2 horas y se la pasó hablando mientras y respondiendo preguntas mientras la gente le preguntaba que cómo funciona a youtube le preguntaban que sí mostrando la gata que tiene y le preguntaron cómo funciona 2 YouTube que si había perdido un torneo le he preguntado muchísimas cosas me preguntaron qué porque es mejor utilizar publicidad en YouTube que que publicidad convencional entonces como que a pesar de que si es un youtuber que está especificado en juegos no necesariamente es quiere dejar solo sólo a esa área entonces se pone a hablar a veces digamos hablar de temas sociales que que pasó algo en España hablando de eso te pasó algo en tal lado entonces no eso nunca Nada que siempre es videojuegos a veces hacen preguntas y respuestas donde les preguntan desde cómo le gustan los hombres hasta que piensa la situación económica En Colombia por ejemplo y Digamos como que también hablan de muchas otras cosas pero si el 80% es el contenido es de gamer pero muy amplio porque tiene muchísimo juegos tiene series tiene un montón de cosas pero también como que no se centra sólo en eso sino que también hacen otro tipo de cosas adicionales

- perfecto y qué publicidad hay o ves en YouTube

Que hay mucha publicidad en general porque uno ve mucha publicidad de trago de perfumes de otros grupos musicales de publicidad de de otros youtubers ahorita en la época elecciones Ya empezaron con el festival de los políticos entonces están también están utilizando esas plataformas entonces uno por ejemplo el otro día estaba viendo un video de Jaime Garzón y aparecía una publicidad de Uribe Oseña suena irónico el otro día estaba viendo el canal de Claudia López haciendo unas propuestas para la coalición Colombia y lo mismo atravesaron un video de Vargas Lleras entonces como que es muy variada la publicidad que uno alcanza a

ver ahí también ahorita hace poco una campaña de vimeo Pro súper fuerte que cada 5 minutos salía un video de vimeo es muy grande la publicidad es la misma que quizá no puede encontrar en mi televisión pero igual reseñas muchas cosas por las cuales yo puedo estar interesado porque yo veo muchos canales de política entonces muestra bastante políticos a veces cuando estoy viendo algo sobre un deporte que yo practico muestran cosas de ese deporte Entonces está muy focalizado en los gustos los gustos que uno tiene

- perfecto, con base en ello vemos Que si se mueve mucho la publicidad dentro de esta plataforma con qué frecuencia la vez

Pues uno ya abrí un video y ya de publicidad y pues entonces Digamos como que hay videos que estan monetizados y otros que no los monetizados son hay un canal que se llama Colombia eliges y ellos cogen videos de políticos de lo que sea y los ponen ahí y los monetizan Como cada dos minutos para ver videos de dioses súper canción porque uno está escuchando un discurso o algo político y cada dos minutos lo quitan para colocar la policía y como que por eso no tiendo a ver muchos vídeos de ese canal sólo cuando veo ese video en otro lado pero a veces se van de excesivos como muchos de estos youtubers que Sencillamente colocan 3 o 4 publicidad colocan un al comienzo una como la mitad otra los tres cuartos y otra antes de terminar entonces como que digamos no están invasiva la publicidad con la que no alcanza a ver el video

- de hecho inicialmente me contabas te veías publicidad de licor de comida aparte del tema político de lo que ves ahí en publicidad que comprarías de la publicidad que ves en YouTube crees que hay algo que te influya a comprar eso

Cuándo cuando hacen Yo me acuerdo que que hace 2 meses más o menos una publicidad que sacó McDonald's que colocaban experiencias McDonald's y pues eran muchas experiencias que sean de cuando yo estaba haciendo mi tesis que cuando yo iba al McDonald's a comer ir a comer papitas y cada vez que yo la publicidad es ganas de ir a comer papitas al McDonald's y efectivamente estuve varios meses metido con mi novia en McDonald's comiendo papitas comiendo hamburguesas de allá entonces si es muy efectiva en términos de que hay cosas que uno ve y por ejemplo cuando cuando ofrecen algún tipo de producto nuevo no sé un televisor o promociones cosas como que uno ve ciertas páginas que son de producto Entonces siempre tal cosa y uno entra y mira y efectivamente sí y hay cosas que si uno llega a comprar pero así el caso que si me pasó que directamente vaya a comprar pues de McDonald's porque de una vez me supo el saborcito supieron hacer muy bien la publicidad

-Okay perfecto Andrés y que consideras tu que hace que un youtuber sea famoso

El contenido sea cuál será el tipo de contenido el contenido

-Y qué piensas de los contenidos que se crean los youtubers

Pues es muy variables Yo siempre he dicho que así como la televisión convencional hay basura y la gente consume basura al contenido YouTube que es basura porque la gente consume basura entonces hay que saber qué cosas a uno le gustan si a uno le gusta comer basura si consumo basura pero si no le gusta consumir cosas diferentes pero consume cosas diferentes

- eso es muy cierto, pues en general que es lo que más te gusta los youtubers

Literalmente los Gamers por lo que lo que ya dije como yo no tengo tiempo para jugar pero a veces me gustan las historias de los juegos o ver cómo cosas chéveres que hace la gente mientras que va jugando se hacen videojuegos los veo Digamos como para suplir ese tiempo que a veces yo no tengo para jugar videojuegos o para conocer algún tipo de juego que yo no tengo la plata o no tengo la máquina para comprarlo o es para Play 4 para Xbox one o cuando necesita un computador con muchos gráficos digamos que como que no cuento con esos recursos para verlo pero pero Digamos como que igual veo el juego y me entretengo viendo lo a pesar de que no esté jugando en el momento eso por un lado en el lado digamos político Pues a mí me gusta estar actualizado en términos de política y sociedad sociología Entonces los veo para educarme para estar actualizado con la realidad mundial sin necesidad de pasar con los filtros de los canales tradicionales y muchas veces veo las noticias de Colombia y las veo a través de canales de afuera porque lo ven desde una perspectiva no tan personalizada y tan sentimental como la tenemos acá.

-de acuerdo, Qué tipo de vídeos podrías hacer Si tuvieras la oportunidad de vender cosas en YouTube

Educativos más que todo educativos sentarme yo a hacer un video educativo lo que pasa es que yo no lo haría porque ya hay mucha gente que lo hace muy bien y es gente que yo sigo entonces yo digo el man tiene el tiempo el man tiene los recursos, tiene muchas cosas para hacerlo entonces pues él lo hace entonces no lo haría pero si lo hiciera si lo haría en términos educativos pienso yo

Perfecto y qué tipo de publicidad prefieres la de televisión o la de YouTube

youtube

Y porque?

Porque es focalizada lo que a mí me gusta

Te habla a ti

Sí digamos una a mí no me gusta el reggaetón pero mi novia a veces me dedica canciones algo así he conocido muchas canciones que digo en esta canción Está bonita para dedicársela a ella y la conosco porque la colocaron en un comercial de YouTube

Entonces te así como para finalizar quiero que me cuentes Qué importancia tiene internet para las personas.

Pues todo ósea el mundo de hoy no sería lo que es sin Internet yo Digamos como que cuando en términos de política cuando leo sobre comunismo sobre anarquismo sobre muchas otras cosas qué digo yo que tú puedes encontrar en internet o en el mundo para mí es completamente revolucionario porque tú haces ideas concebida En un momento en el cual donde el internet No sé pensará que fuera a existir porque rompe muchas barreras hace poquito se publicó eso que iban a hacer en Estados Unidos de violar la neutralidad en internet lo que yo Considero que no la pueden lograr porque son legislaciones Contra una cosa que es un derecho humano o sea es como cuando se trata de privatizar el oxígeno existente es una cosa técnica que uno puede encontrar muchos huecos muchos procesos Entonces el mundo no es lo que es hoy sin internet

Okay Andrés y para finalizar Qué harías si no existiera internet

No sabría porque nacen esa generación sabría qué haría muchas cosas con enciclopedias con bibliotecas pero pero No sabría muy bien pero no pero ahorita tenemos internet es como una ayuda

Bueno antes Muchas gracias Esto fue toda la entrevista muchas gracias por colaborar nos Que tengas una feliz tarde

Igualmente

Muchas gracias

Transcripción focus group Y

Buenas noches mi nombre es natalia Yepes yo soy estudiante de mercadeo de la universidad Santo Tomás y junto con mi compañero Iván Sierra estamos trabajando en un Focus Group este Focus Group es netamente académico lo estamos haciendo para nuestra tesis de grado qué se trata de las tendencias y los estilos de vida que tienen algunos de las generaciones de y y z frente al consumo de YouTube y obviamente de muchas cosas que nos concierne al tema del internet.

La idea es que ustedes comenten un poco de su nombre edad y a qué se dedican y yo les voy haciendo unas preguntas y pues a la misma manera generemos un debate entonces cuéntame cómo te llamas

-hola Mi nombre es Andrés tengo 28 y pues soy docente

- perfecto tú

- mi nombre es Alejandro Peña Tengo 28 años soy docente pero en este momento estoy trabajando en un laboratorio de química

- mi nombre es Julián soy estudiante de ingeniería mecatrónica y estoy empezando con un proyecto de una empresa con unos amigos de páginas web

- okay muchas gracias

- soy Natalia Valero tengo 29 años soy ingeniera multimedia y trabajó en mi propia presentación

- perfecto

- buenas noches mi nombre es Carlos Fajardo soy ingeniero de sistemas Tengo 31 años

-perfecto muchas gracias a todos entonces vamos a comenzar entonces me gustaría que cada uno de ustedes porque se identifican con lo que ven.

ANDRES: wow si uno va a un grado internet es un campo muy amplio no pero uno siempre tiene identificarse con cierto tipos de parámetros o comportamientos sociales que llama la atención de sí mismo es decir hay gente que tiene gustos particulares desde los videojuegos el lectura libro en redes sociales en fin muchas cosas y y Desde allí en que cada persona busca o amplía su Rango De análisis o de apropiación de ese tipo de contenido no

- okay muchas gracias.

ALEJANDRO:Pues yo veo más o menos desde que lo veo internet es facilitar mucho la obtención de información entonces eso siempre debe tener dependiendo del tipo de persona lo que va a buscar en internet normalmente o sea más o menos Cómo buscar libros ya pasa a ser un segundo plano desde que yo voy a buscar algo de entretenimiento se consigue en internet de cualquier cosa o sea de quiero ir a comer algo no sé entonces es más como una aplicación que ha influenciado mucho en la vida de uno

- te agradezco mucho.

JULIAN: Pues digamos que la interacción ya pues como que ya ciertamente de alguna manera ah categorizados cómo variar de clases de gusto entonces pues como la ventaja es que uno puede encontrar fácilmente no sé la clase de algo que a uno le guste no sé

okay sigue. Me podrías contar por favor con qué te identificas en internet

NATALIA: básicamente creo que es no por lo que veas sino por lo que yo busco entonces a raíz de mis intereses y de lo que yo estoy buscando pues me identifica no sé digamos conocimientos nuevos que será aprender o qué O sitio nuevos pero todo estaba muy basado en lo que yo busco y en lo que me interesa

- gracias.Y tu porque te identificas con lo que tienes que ver con internet

CARLOS: no realmente yo no me siento identificado porque osea es un tema bastante amplio muy grande ósea Hay varia diversidad inmensa si estamos hablando como algo global cómo de cultura de una cantidad de información en la cual básicamente el loco soy yo transmitido reflejado de lo que hay allá pues es como muy poco

- okay perfecto.Qué páginas o aplicaciones utilizan frecuentemente

ANDRES: creo que nuestra generación tuvo que vivir el paso de las primeras redes sociales o los primeros chats a lo que es la revolución de lo que son las redes sociales hoy en día nosotros vimos cambios en el nacimiento de Facebook era notan masiva como la tiene ahora por qué pero bueno llegó Facebook en el 2008 como si la gente preguntará venga como es Facebook uno escasamente tenía por ahí mySpace o alguna cosa Sí pero llegó Facebook y se apropió netamente de todo el mercado o todo ese esa población y acabo paro con el mercado y todos esos conceptos yo creo que Facebook es una de las cosas en este caso más útiles desuso whatsApp por internet abajo no sé yo creo que de ninguna de las nuevas redes sociales ninguna por ahí hasta YouTube pero yo creo que ninguna de otra forma Se use pero las nuevas redes sociales como es Snapchat o algunas y ninguna

-qué páginas o aplicaciones utilizan con más frecuencia

ALEJANDRO: pues normalmente la que yo utilizo en Facebook después le seguiría YouTube whatsApp en aplicaciones pero normalmente Google cuando necesito alguna información de algo cómo buscar un artículo o buscar algún interés algo que necesitaría en ese momento

-okay muchas gracias. Qué aplicaciones utilizan con mayor frecuencia

JULIAN: con mayor frecuencia uso instagram ya es como mi red Entonces es mi aplicación favorita después la que le sigue en mucho tiempo es YouTube pues porque hay cómo más para perder el tiempo o cómo no sé cómo sumergirme en más cosas igualmente sí ya estas son las que usó mucho

NATALIA: pues básica whatsApp es no sé parte de del vivir ya pero digamos ya aparte sería instagram youTube Soy muy adicta y Pinterest

- Muchas gracias.Y tú

CARLOS: WhatsApp es como la que todo el tiempo utilizó todo el tiempo y me estoy comunicando Pues creo que mi trabajo promueve mucho el uso de ella en cuanto páginas

pues Google porque es totalmente necesario y de aplicaciones Pues de un tiempo para acá últimamente utilizó Twitter ósea sólo Twitter y es como con la que de pronto soy salgo un poco de lo que hago de lo que vivo y puedes quedar uno alrededor

- perfecto muchas gracias.

DEBATE (aquí los participantes dieron un punto de vista)

Si te das cuenta WhatsApp se convirtió como un mito de trabajo osea creo que va de generación en generación en qué sigue es la que usa el WhatsApp como por decirlo así bueno nosotros tenemos parte de trabajo y parte de ocio Pero como tal unas parte de ocio para mí es como un tema de comunicación y de crear sociedad es curioso porque en mi caso con mi familia ya yo ni siquiera me comunicó telefónicamente con ellos pero el tema de los grupos con WhatsApp ha creado por lo menos con ellos unos lazos de comunicación nuevos muy diferentes Y qué de verdad participan todos ósea es de entenderlo

-perfecto muchas gracias. Qué contenidos frecuentan en internet

ANDRES: sobre todo sobretodo según Los indicadores libros soy demasiado comelibros y tengo una cantidad de libros

-perfecto.

ALEJANDRO: En mi caso videojuegos principalmente desde que sigue la música escuchar bastante música información sobre las cosas que yo hago también buscó muchas cosas en internet supremamente eso es lo que yo hago

-okay Gracias.

JULIAN: Información así en internet no sé Pues digamos que usó mucho mucho Netflix entonces pues ahorita si esa fue la aplicación que se me olvidó decirle al comienzo pues veo muchas películas ahí y que buscó arte también soy muy adicto a los cómics entonces tengo muchos muchos muchos cómics y vivo descargando los y pues cosas que son referente a las cosas que estoy estudiando y pues como videojuegos también me gustan mucho

okay muchísimas gracias. Qué contenido frecuentas en internet

NATALIA: documentales de todo tipo también temas de viaje y turismo pero Generalmente me gusta mucho en YouTube todo lo que sea películas o series también eso y todo en general cualquier cosa es internet no.

CARLOS: Bueno no sé yo creo que se están dando cuenta que soy espléndido jajaja yo utilizo internet para mi trabajo y lo que sí me gusta De pronto es instalar muchas aplicaciones en mi celular con las cuales las veo cómo funcionan las borró sí a veces me demoro muy poco con los juegos y me demoro una hora luego lo borró y eso es así como lo más cerca del resto es como normal lo que creo que ya es normal es que todos digamos no qué hacemos lo que veamos una película No que miremos una serie que pues lo normal pero creo que también me restringe mucho mi trabajo en mi oficina no tengo acceso al internet no tengo acceso a las redes no tengo acceso a ver al YouTube no se una película Sí entonces en el trabajo estoy ocupado en el celular Tengo un plan de datos bastante amplio pero no lo uso sino solamente Twitter es lo que

- okay muchas gracias. Porque hay cosas o gustos que se comparten entre los adultos y los adolescentes

ANDRES: por las mismas medidas desde el internet porque el Internet Al fin y al cabo lo que decías se volvió como tan global que como así hay chicos de no se puede ser un pelado que esté viendo un vídeo de YouTube sobre lo que se hace un viaje puede que un niño de 14 15 16 lo esté viendo un viaje de esos Porque también quiere conocer alguna parte del mundo en el caso de los videojuegos creo que están viendo no sé un tutorial de videojuego que tenga 30 años esa persona pero un niño de 10 12 años hay una vialidad frente al tema porque al fin y al cabo la inmediatez del internet si hay gustos compartidos entre adultos y adolescentes

-okay gracias

ALEJANDRO: pues yo también lo diría por ese lado y como es en el caso digamos yo veía mucho a internet y cuando lo empecé a ver teníamos que obtenerlo ir a comprarlo y no era tan fácil y el que disfrutaba de ver eso era yo con el internet cuando se empezó ampliar digamos que esa la manera para obtener esa misma el mismo ánimo era más fácil el internet más gente lo veía esa misma comunidad comenzaron a compartir ese gusto Entonces digamos no diga tal cosa y me gustó por esto y esto y empezamos una comunicación y eso con respecto en ese lado y uno conoce Las edades iconos el gusto entonces digamos que eso no va dar tantas prioridades pero digamos que sí el resultado es eso que la información Se obtenga de una manera más fácil y genera una mayor comunicación por ejemplo hay que dar muchas cosas a lo que está dando por ejemplo nosotros que disfrutamos más esos que cuando empezamos a ver eso que cuando éramos chinos y ya conocemos toda la trascendencia que tuvo eso Y ahorita los más jóvenes le comenzaron a tomar lo de justo y lo felicita el internet y lo hace más fácil

-gracias julián me recuerdas porque hay cosas o gustos en el internet que crees que comparten entre adultos y adolescentes

JULIAN: Pues porque un adulto puede tener el mismo gusto que tiene un adolescente es más hay contenido que le gusta a muchos adolescentes pero puede que el contenido creado tenga osea 30 años digamos hay adolescentes que no se miran un Gameplay de un Man que tiene no sé por ahí 30 años de edad y ellos tienen 14 sí pero tiene un contenido pero no se la persona que lo está haciendo le gusta así y la persona que lo está viendo pues también le gustas y me hago entender osea como que internet ha influido no sé un tema muy global osea un viaje o no sé comida sí gastronomía sí qué le gusta una persona no se pequeña sí también la comparta con una persona grande adulta

-perfecto gracias natalia por favor tú me recuerdas qué cosas o gustos crees que se comparten entre adultos y adolescentes qué cosas o porqué hay perdón

NATALIA: yo creo que el tema es las tendencias entonces hoy en día cualquier cosa que de la que se empieza hablar no solamente en redes en el voz a voz entonces tú ya quieres saber Quieres probar y ahí también llega el tema Cómo detener algo y haz acceso a todo sea bueno o sea malo no hay restricciones realmente se supone que las hay pero pues son invisibles Entonces el hecho de tener acceso te da la posibilidad de seguir esas cosas y las tendencias de conocimientosehh aprender cosas que de pronto tú no no querías en el caso de nuestra hija adolescente nos pasa con snapchat nosotros a pesar de que pues usamos el celular hace varios

años y el tema de usabilidad que conocemos snapchat también me dio durísimo pero fue empezar a cacharrear le todavía me da duro pero es chevere y lo uso y veo qué y gente de mi edad lo usa siendo que en teoría yo lo veía para adolescentes

- okay gracias

CARLOS: bueno yo creo que finalmente hay una variedad entre gustos pues difiere bastante pero también hay bastante el tema de internet facilita los temas cualquier cosa que me guste lo encuentro en internet y si alguien sin importar la edad se afina ese gusto Pues también lo va a tener entonces es básicamente hay cosas que el mismo gusto la gente tiene gustos diversos y lo van a encontrar lo que sí facilita el internet que la gente encuentre eso los gustos porque anteriormente o digamos en en internet yo no voy a tener o no voy a tener acceso algunos temas y yo voy a decir eso me gusta pero porque lo vi en internet o no me gusta porque lo vi en internet entonces no es pasado hoy en día hay más cosas hay más diversidad uno puede encontrar infinidad de temas y así mismo empezar a crear comunidades empezarás incluso no cómo no comunidades virtuales sino personales dónde me gusta algo y un comentario o algo cuenta que la persona que está sentada a mi lado está viendo está haciendo está haciendo lo mismo que yo Y esa persona de lado puede ser mi hija adolescente si puede ser mi sobrino que también es adolescente ósea todo se va con el tema

- perfecto muchas gracias cuánto tiempo es que están conectados a internet después lo que veo que ustedes ya me han dicho y veo que ustedes permanecen mucho tiempo en ello es cuánto de ese tiempo del que están conectados en internet utilizan para leer textos escolares y académicos

ANDRES: pues hablando por porcentaje Yo creo que un 60% académico y el de pasatiempos 40% de conocimiento un 40% y 60 y 60 de temas académicos jajaja porque ahorita no estoy estudiando anteriormente Yo diría que era un 55% 60 40 también anteriormente ahorita sí ya porque no tengo tanto que me que mi hueso Pues ahorita mantengo informado trato más tiempo de leer pero es más tiempo lo que me la paso escuchando música o escuchando videos o el Play o mirando algo nuevo que salga es más como un 40% de algo productivo y 70 que es más de

okay perfecto gracias

ANDRES: pues digamos depende está cuando estoy en el periodo de la universidad estoy estudiando entonces a ella tengo cómo más responsabilidad desde acá que ya tengo que estar más tiempo estudiando sí estar como buscando cosas cosas escolares Y eso

ALEJANDRO: sí y Pues digamos en es en ese momento Como qué se convierte como hablando también como de porcentaje como en un sesenta 40%

JULIAN: ay cuando estoy estudiando 60 académico y cuando estoy en 8 y cuando estoy así que digamos no tengo no estoy en jornada de la universidad no hay silla ahí si consume mucho tiempo

NATALIA : Jajaja okay jajaja osea 90% y casi el 100 es por realmente es poliposis osea si el 10% es cuando le ayudo a mi hija con el tema escolar del resto mi 100%

-y tú

CARLOS : pues digamos que yo académicamente no poco o sea yo en la universidad he vuelto digamos a tener como una responsabilidad obligación académica por mi trabajo me veo interesado en ciertos contenidos que podía hacer como acá entonces Pues sí pues no me gusta leer un poco sobre el liderazgo o me gusta leer un poco de programación sí o sea Pero si son ya es más como gusto propio afina mi trabajo poco más más que algo académico pero no estaba celoso algo más esa información no es más pero no es académicamente es más cultural más laboral y es más enfocado como al a una formación personal ni siquiera no se puede colaborar porque no es algo de responsable me traes algo que mi trabajo me lo pida que a mí me gusta porque de todas maneras pienso que igual es un porcentaje pequeño deformación la mayor parte es juegos y películas

okay perfecto gracias general encontrar personas con las que se puedan identificar en YouTube

ANDRES : ya como tal no puede encontrar de todo o sea sí o no un avión de papel hay alguien que hizo un video explicando cómo hacer un avión de papel o sea creo que depende de lo que uno vaya a buscar depende de lo que uno está enfocado yo he encontrado canales de gente que ha hecho investigación en filosofía y YouTube enseñar filosofía básica desde YouTube okay o ya sean otros docentes que también enseñan matemáticas una cantidad de cosas pero siempre como a estar vinculado a YouTube desde el otro pero si como la parte académica desde el Word sirve para algo así al cabo YouTube pero la mal La gran mayoría es música digamos YouTube

ALEJANDRO: Generar uno está metido en música y encuentra los concursos musicales que hacían habían enfocado en esa época muchísimas gracias porque en YouTube puedes encontrar personas o contenidos con los que te puedes identificar es que principalmente la mayoría pues mucha gente lo que se ha enfocado es en general tutoriales para ser ético x cosas digamos tutorial para doblar camisas tutorial para cocinar papás cosas que son muy del cotidiano normalmente una persona no sabe los puede encontrar directamente en YouTube y siempre hay alguien que lo está explicando digamos que es una manera de entender algo explicado por una persona no es necesariamente hoy voy a preparar una papa y ahí me sale la receta isabela persona no Usted tiene que hacer esto tiene que hacer esto otro y uno besa persona haciendo eso en el caso de cocina en el caso de de un videojuego también sale que hacer esto esto esto y esto para gente que no conoce o que está parado en medio de un videojuego era por eso comida videojuegos digamos con digamos con cuando uno ve alguna serie dice no el top de las mejores series hasta son buenas o no se enfoca es una guía para 1 poderse ayudar para saber que ir

okay perfecto gracias porque en YouTube puedes encontrar personas y contenidos con los que te puedas identificar

JULIAN: pues porque yo Tú tienes la capacidad de que que toda la gente puede crear su canal o sea todo el mundo puede subir videos del contenido que le guste obviamente YouTube Ahora tiene sus políticas de educación y de muchas cosas así pero siempre es como la facilidad de que algo poder publicar y no sé yo sé yo sé soldar los cables sí entonces no sé aprender a soldar los cables okay o sea es una cosa que para mí de pronto sí se hacen sillas y pero para alguien que está interesada en Cómo hacer y aprender a hacerlo bien esta re bien no sé entonces pongo acá tengo una tercera mano pongo acá el cable y si se presta así entonces

es como la facilidad que le hago o sea obviamente está en YouTube es como la facilidad de que jugo le da acceso a todo el mundo o sea es gratis y por decirlo así y en tener en general tú sólo tienes que crear tu cuenta y ya puede subir lo que quieras esa es la facilidad de que hay muchas personas con mucho gusto que pueden subir lo que quieran y ahí lo que quieras encontrar lo puedes encontrar y por eso obviamente te vas a identificar en algún momento con él o sea científica cualquier cosa sí hay mucha gente que hay mucha gente que le gusta la computadora pero hay vacíos Igualmente la gastronomía la gastronomía receta Un momento así Es como la variedad cómo hacer masa para ti cosas que hayan separado mis pero ahora lo encontramos en YouTube es técnicamente lo mismo pero creo que es un tema de las restricciones no son como tal tanto tan trascendentales son importantes pero no tienen pero no son muchas entonces es lo que dicen es lo que tienen acceso a ver y a publicar lo que se te ocurra el tema de que sea visual se me hace que es como el y el. Y es importante p uno anteriormente podía lo que fuera fuera para estudio entonces eran los libros o si fuera investigación pues las páginas pero el hecho de que tú estés viendo de que sientas que alguien te habla y Oye hoy en día la comunicación es como si ellos de verdad lo estuvieran hablando y hablando a uno muy desenfrenadamente muy frescos como si uno estuviera ahí entonces realmente es cómo mucho menos un personal a menos de que sea solamente un video entonces tú te sientes ahí como cómo pues es un videojuego esteman entiende este tipo mismo estuve las mismas que yo claro como no se me ocurrió esto sí me entiendes es Como si tuvieras una conversación o comunicación con lo que sea que sea no importa ni siquiera el tema

-perfecto gracias

NATALIA y CARLOS: lo mejor del tema es que pensaría que yo quiero ser YouTube esa vaina me da plata si o no es como cuando tenía la iglesia de tener una iglesia cristiana youtube es la misma vaina porque Jajaja y pues uno en algún momento creo que uno se ha puesto a pensar así sea cada 5 minutos en YouTube qué voy a publicar yo qué sé yo qué puedo sí ah Pero esto ya lo hicieron pero entonces uno va a venir ahí tanta gente que ha publicado pero es como uno sino que simplemente eso 5 minutos lunes 20 y surgió algo por alguna motivación externa o por ejemplo una tarea de mi hija no ella tiene que hacer un video y ese video se hizo público y ahí arrancó la idea

INTERVIENE ANDRES : hoy en día los videos salen mucho salen presionados muchísimo por lo que tú dices pues no pues ya es un poco más relajado incluso uno ya está niña de 45 años haciendo su video y los otros niños de 45 años los Ven y se empiezan a convertir en figuras es como decir yo quiero ser como ese niño que está haciendo ese video y los adolescentes peor aún porque hay un montón de youtubers adolescentes y los adolescentes siguen a los mismos y o sea se convierte en qué uno empieza a ver a ver el video ya ver la gente como publica como yo quiero ser pero yo quiero hacer yo quiero ser y poder yo el de los niños y no lo he revisado porque no sé ellos nacieron con esto a nosotros nos tocó Cómo apropiarnos demasiado con estoy y es impresionante la cantidad de niños que hay haciendo videos por YouTube un niño que gana una cantidad impresionante de dinero mi sobrino lo ve y tiene 6 años y al niño lo único que le pagan es por abrir juguetes las grandes marcas del mundo le mandan lo juguetes para que niños sólo los destape juegue con ellos y muestre cómo tiene que armarse jugar con ellos y tiene una millonada de vistas ese niño por eso anda con chaqueta si eso es a nivel de niños cómo serán más grandes

Osea por lo que hizo por lo que escuchó Perdón ustedes conoce no saben qué es un youtuber cierto sí ya sabemos en general La pregunta es porque les gustan los videos de los youtubers porque por lo que veo ustedes que cuentan contenidos de ellos porque les gusta

ANDRES : depende de tu velocidad pues obviamente no creo que a mí no sea no puedo estar viendo o sea no puedo estar viendo los mismos que miran los adolescentes o sea en la actualidad uno de otro tipo de YouTube por ejemplo las payasadas de Daniel samper buenos temas más de 1 y no está en otra otra en otra onda otro tipo de pensamiento pero es interesante también de pronto analizar porque llegan a estos adolescentes y porque mueven tantas masas estuve en la feria del libro hace como 2 años y con youtubers con este señor y fue horrible o sea estuve Prácticamente la feria del libro de Sevilla Y la verdad fue horrible vigente saliendo con ataques de pánico impresionante entonces me pregunto yo porque lo tiene que meter si es que ya la verdad no me he puesto a pensar pero así mismo que sea identificado perfecto muchos son de videojuegos digamos yo los que sigo son los que juegan más que todo más que todo que no sea personaje jugar a la línea pero todo eso desde mi. de abuela lo que yo me he dado cuenta lo que pasa con algunos youtubers que mueve mucho a los jóvenes es que ellos traen contenido digamos algo hay una chica que se llama yuya creo qué se encarga el maquillaje entonces suena como expresidentes ella jajaja por ejemplo que está acá es como maquillaje y son muchas maneras de maquillar ella tiene un pool de videos diarios por así decirlo entonces cada día dice Bueno yo me maquille de esta manera qué va a sacar mañana para ver cómo hacerlo Como por ejemplo Desde ese punto de vista presente digamos es que un youtuber cada día es está sacando videos y eso hace que digamos uno con este vídeo por la manera que habla la manera cómo trabaja la manera cómo va hacer los videos Entonces eso llama mucho las personas

okay perfecto gracias

ALEJANDRO: porque miro videos de YouTube

por que te gustan los videos de YouTube

ALEJANDRO: porque en realidad digamos no sé voy a poner ejemplo digamos de algo que me gusta como la moda digamos 2 m necesito comunicar es un youtuber que ahora osea Perdón la expresión pero osea Sí pero pasó de tener en un año tres millones de suscriptores y ahorita este comienzo de año ya tiene 10 millones entonces es increíble de cómo la magnitud crece si me hago entender pero digamos lo miro porque digamos lo que sube no se deja mucho viaja por todo el mundo y no sé O sea sí obviamente osea lo que me gusta es que conozca culturas qué comen los algo de por allá de Holanda y luego que lo comparé con algo que está comiendo en cumbayá algo así mejor dicho entonces es como la vida que él se está dando y que bacano qué chévere conocer lo que hace y digamos otros youtubers qué se llama Cuántos factores hermana te dijo sobre chicas y entonces a la hora de física a él le gusta el tema mucho de este de viajes en el tiempo y él empieza hablar y explicar y yo urge este mensaje tiene un gusto como el que yo tengo me hago entender cómo me gustó si me hago entender por eso lo miro porque el cuento del muy similar al mío

okay muchas gracias Julian porque te gustan los videos de YouTube

JULIAN: pues eso depende de de lo que yo esté buscando sí en determinadas circunstancias y entonces básicamente son resultados qué es lo que uno siempre cuentan internet

Porque te gustan los vídeos de youtubers pues eso depende de lo que yo esté buscando si en determinadas circunstancias entonces básicamente son resultados lo que uno encuentra en internet son resultados y lo que me gusta es que vayan Cómo el grano de lo que yo estoy necesitando entonces no me gusta tanto como tal de los youtubers la carreta y ellos cuentan mucho es como su vida sus sentimientos Sus emociones qué les pasó bla bla bla no me gustan los que son concretos los que sí yo quiero hacer ejercicio entonces me muestra los ejercicios que se van a realizar los que más sirven o los que si es algún sitio de un viaje son los que cuentan de verdad datos útiles y no guarde fue muy lindo no me sentí muy bien sino que sea todo muy concreto sí entonces ese tipo de contenido es el que más me llama la atención como los cortos y productivos.

Okay perfecto gracias

NATALIA : bueno a mí los youtubers realmente no son parte de mi cotidianidad o sea yo no veo un youtuber yo no tengo un youtuber de referencia yuya porque a mí me gusta porque lo estudiado y lo ha escuchado y porque ya empieza a hacer entonces ya tiene influenciado entonces yuya es un referente demás para los niños entonces pues ya empieza a hacer como los niños

CARLOS: Yo quiero entonces es un tema bastante orgulloso o sea yo digo para mí yo creo qué es que YouTube para mí no no puede entrar dentro de las páginas o sitios que yo usualmente puso o sea youTube yo no lo buscó ni para un tutorial o sea no sé porque personalmente si yo voy a buscar un tutorial prefiero leerlo y de tenerme en el renglón que me sirve y no estar buscando el mismo video que me sirve Jaja entonces de por si los youtubers de pronto Los Comediantes si es algo pues que de pronto me llama la atención entonces el estándar hoy en día stand Up entonces se volvió un poco más de moda ya se volvió una tendencia ya hay personas qué se dedican hacer videos para sólo comedia sí Y son cortos si es medio minuto un minuto una situación real que exagera para hacer reír a la gente y uno se ríe.

perfecto cuántos youtubers has visto

ANDRES: o sea a ti se te va a estallar la cabeza extraño porque uno estaba viendo un life en vivo en YouTube en las propuestas de Sergio Fajardo no sé por qué carajos terminé viendo el canal de Juan Pablo Jaramillo no sé cómo termine allá la verdad Jajaja pero sí fue extraño que ahí en el botón de búsqueda me llevara allá y ahí empecé a conocer cómo es la dinámica de todo esos youtubers ósea los videos tienen una presentación singular el tono de voz que manejan tiende a ser siempre el mismo así en esos días normales no hablen así en ese tiempo hablan de esa forma porque les quedó como un patrón de reconocimiento de su voz entre el resto de las personas entonces Terminé con cadáveres de muchas cosas gente que hacen covers de música gente que enseña a coser en crochet gente que se ha dedicado mucho y en el caso de Colombia hay de todo hasta he visto en vivos en YouTube porque ya se permite eso en YouTube de un americano que se va por partes de Colombia y se quedó detenido colocar un en vivo de 3 horas de cómo hacer una Ruana en una balsa uno quiera como Dios mío o sea hay de todo en esta cosa o sea la cantidad de gente está haciendo videos en en YouTube en

Colombia es impresionante o sea así a nivel Colombia es grande cómo será a nivel mundial que ya es otra cosa impresionante

okay perfecto. Cuántos youtubers has visto

ALEJANDRO: que yo haya visto 5 como 5 que haya escuchado de mis estudiantes son 20 pero pues prácticamente esas son gente que se dejan manipular muy fácilmente sí sí pero qué casualidad uno se escucha que mencionan mucho pero al fin al cabo pero pues son unos completos idiotas hasta ellos mismos.

JULIAN: son típicos de eso porque a ellos les gusta ver los planes de cómo salir de eso o sea lo de la temática de los retos qué hacen ahora tampoco lo entendido pero hacen tendencia igual creo que coger eso retos de otra gente en otro lado no si es Exacto como los retos de YouTube siempre tiene un Challenge siempre no sé desde el año pasado pues de votarse no sé agua fría con hielo y hace como recuentos de YouTube como salen los youtubers de los más famosos que salen como las canciones ahí como en una mezcla digamos siempre salón Challenge digamos no sea un rato no sé el del agua fría que se hacía o ahorita el último que está de moda que salió fue como que se paran en el aire y qué como si fuera como un cubo de aire que la hizo una porrista y exacto y ahora Ese es viral sé qué hace de cuenta que hicieron como un cubo invisible lo colocara como si se tuviera y lo pasan y ahora haces un Challenge y ahora todo el mundo lo hace sí se vuelve viral porque es una bobada pero todo el mundo lo comienza hacer y lo hace para buscar cómo hacerlo

GRUPO: Okay Jajaja. Importante es hacerlo jajaja

cuántos has visto

JULIAN; he visto muchísimos O sea sí O sea o sea tengo como tantos gustos qué he visto contenido de muchas personas entonces pues no te puedo decir O sea que digamos tengo mis favoritos de tal categoría que me gustes y pero obviamente he visto mucho Sí o sea sí como cuando uno va buscando explorando en YouTube sé ósea uno se encuentra con muchísimos y que en realidad yo ahorita quisiera encontrarme la verdad No sabría decirle

okay perfecto cuántos youtubers han visto

NATALIA: bueno por lo menos yo sí más canales digamos que es una buena cantidad pero ya YouTube tengo como dos cantidades Pero los que recuerdo y que de pronto me gustan y qué en algún momento lo científico como algo así son como por ahí unos 1012 pero ya habíamos en las búsquedas lo que tú dices son los resultados conductores que salen ósea si no se puede ser mil eso sea claro k cada cada cada resultado que da da da da muchísimos muchísimos y lo que tú dices resulta viendo muchas cosas que nunca iba a buscar y resulta viendo otros videos de lo mismo del mismo tipo que vive aquí de dónde es Y de dónde es ni porque lo hacen y cuántos videos tiene pero los resultados Son son interesantes así son por montones pero en inglés buenos buscar Cómo ser más aparatosos y terminar en cómo poner en verdad ver cómo le pongo baterías a mi control remoto todo lo que uno termina viendo y tú cuántos youtubers has visto no sé es que o sea es una pregunta delicada pues primero pensaría que youtuber como tal profesional y dedicado 100% a ello pues creo que son pocos los que podría nombrar no sé tres o cuatro ci el resto lo que he visto pues ahí los que

escuchado y de ahí para adelante empiezan el reto de Cuántos están aspirando para llegar a una posición de ser un youtuber

CARLOS: Reconocido Lento no ya eso es impresionante de igual forma yo como casi igual no uso YouTube entonces es un poco más lo veo con las personas que que están cercanas como mi familia si no sé ósea en el trabajo o lo que uno recibe de pronto en videos de whatsApp y eso okay perfecto qué uso le das a YouTube Cuál es el principal jaja música qué tal música ay puede encontrar cualquier música la puede escuchar ahí mismo como si se pudiera escuchar en una página normalmente pero no tocaba descargarlo primero es más la demora de eso y yo solamente quiero escuchar la música parezco digamos Yo quiero determinar determinar la canción la quiero descargar pero digamos que se me recortó hola escucho mucho pero si normalmente es para escuchar música okay Beбето la mía socio pero no con música digamos a mí me pasa lo que pasa acá o sea yo pago una suscripción digamos en Spotify para escuchar música sí y para YouTube sí si sólo tengo para escuchar okay quemas sí okay es como esto humor osea escuchar mediante si hay algo que yo digo YouTube para buscar Cómo hackear una aplicación eso es porque abres dinero y el link está ahí debajo abre el link para descargar y ahora el video el link en la descripción yo necesito si no me interesa ia ia ia ia ia lo más acertado posible que te funcionen en ósea dique en dique en el caso cuando uno no tiene validado o el Office cómo varía el Office y los links están en la descripción uno empieza descargar y empieza a mirar el video cómo tiene que hacerlo paso a paso por eso también es una ayuda impresionante eso ayuda con los datos Al igual o sea de verdad que llega a bro youTube es para eso porque yo busco clave para tal programa no ya eso es impresionante de igual forma yo como casi igual no uso YouTube entonces es un poco más lo veo con las personas que que están cercanas como mi familia si no sé ósea en el trabajo o lo que uno recibe de pronto en videos de whatsApp y eso

GRUPO: Me pasó una vez que me sentí tan espiado de que yo poco Busco viajes Y eso porque me genera cierto estrés y un día en que yo dije no me necesito buscar un viaje entre despegar.com pero entonces entré a Google y dije bien viajé a Perú mired online me fui a Facebook abrir Facebook y lo primero que encontré lo primero que me sale el viaje a Perú jajaja qué Cómo Qué pasó aquí o sea a mí porque sí duré como un mes que me explotaba toda la cabeza la publicidad en todo lado a cada red que yo entraba viaje a Perú viajé a Perú viaje a Perú ósea fue como me están espiando muy invasivo igual todo toda la publicidad como enfocada en lo que uno va va buscando a mí me pasó fue fue en Twitter me pasó algo similar estaba buscando una bicicleta o algo así fue para un niño y entré a Twitter y debajo de un tren de un niño debajo MercadoLibre bicicletas para niños precisó ahí la cuenta oficial la g W de bajo pero Yo qué sé esta vaina me están espiando uno se siente vigilado en ese sentido perfecto comprarían lo que ven en la publicidad de YouTube jaja el resto no es que normalmente es una publicidad rara iKEA seguro no le para bolas uno sabe que está ahí pero ustedes ustedes han visto en la de casualidad de pronto en los vídeos de YouTube youtuber le hablé le haga promoción algún producto si muchas veces osea digamos yo tengo un amigo que trabaja con con la empresa que hace festival de estéreo picnic y digamos lo que ellos están haciendo ahorita es que digamos no sé ósea youtuber conocido en Colombia no sé si bastian Villalobos entonces él no sé le pagan es que les pagan mucho dinero porque digan voy a ir al festival de estéreo picnic porque diga la frase cita es a les pagan simplemente por porque digan voy a ir este año al festival de estéreo picnic ya o sea le pagan 10000000 de peso con ese ejemplo ustedes les influencia para entrar algún producto del justo del youtuber

perdón del gusto de ustedes ese youtuber está influenciando la compra de algo que ustedes que ustedes creen que podría a llegar a influenciar los a ustedes de pronto depende de la de la dinámica del mercado también es como cuando te dice algo en Twitter también hay una cantidad de influencias impresionantes los que ahora se llaman Instagram que también tiene una cantidad de influencias en la impresionante y sin querer o sea lo que raya de unos amigos míos Comediantes están haciendo una cosa que se llama a las aulas y y le van a meter publicidad y entre la entre comillas y cómo que les ha funcionado Porque al fin y al cabo les está haciendo publicidad están pagando por eso entonces creo que es la publicidad dentro de esa Rueda la publicidad funciona o sea uno dice uno dice uno dice no sí pero entonces me pasó hace mucho tiempo yo usaba el shampoo ego sí y yo lo compraba y lo usaba y lo compraba y lo usaba sí y en algún momento alguien me dijo porque usa ese champú Entonces yo digo yo yo me influencié sí pero usó el shampoo que más publicidad bien ese momento porque compre algo porque o sea porque o sea porque simplemente porque por cualquier lado me inundaron tanto a la idea que yo llegué de hacer lo escogí yo jajaja cuando esto sea así uno a la entrada dice No pero a la el objetivo de la publicidad no es convertirte de que sino influenciarte en todo y en la dinámica recuerdos de amor porque la última vez que fui miraba si el champú tenía sano no tenías al jajaja en qué momento llegué a pensar en que un champú tenía sal jajaja pero es la misma publicidad que nos metieron de esa vaina para mí no mi relación con el internet es llegar a investigar mucho productos características precios y guiarme con eso en ese aspecto creo que 0 influenciada ns ns ósea en otro no

perfecto ustedes qué creen que hacen que un youtuber sea famoso

GRUPO: yo creo que debe de ser la originalidad en el producto y tiene que ser muy original el contenido y saber de ti es otro más del montón okay el hecho general genera tendencia también influye mucho en que sea más reconocido que haga algo que otros no habían hecho la originalidad también depende de qué serpientes lo que lo ven que si alguien Mira Por qué haces eso no es que tal youtuber lo hizo entonces hace que esa persona lo vea sucesivamente se genera como una cadena perfecto a veces muchas veces también vuelvo cómo va lo anterior las marcas que los patos son altas pero es cierto digamos hay un muchacho qué qué es como campeón mundial se ha leído un juego que se llama call of Duty me recuerdas el nombre por favor Carlos Duty el man es campeón mundial de la serie profesional del juego y porque es malo patrocina sushi es que tiene muchas cosas y sólo porque lo patrocina Susy que lo llevaba sos a todos lados una marca de computadores y y bla bla bla se mantiene mucha gente que lo sigue el que tiene el computador más guapo del mundo es lo que se osea osea como en mi perfección o sea el Mar el mar no sé pero no sé mucha gente lo sigue que porque tiene muchas cosas no sé tiene todas las consolas y cosas más si me hago entender o sea es como también lo que tienen si me entiende ya no porque lo que crea sino por lo que hacen ver de ellos eso es eso o qué perfecto

Tú qué crees que hace que YouTube sea famoso

NATALIA: yo creo que tiene que estar como muy en la actualidad de lo que se hace así es humor en temas del humor más que se genere el amor el humor de ese momento si son deportes no puede estar hablando de deportes de hace 2000 años sino tiene que saber lo de este año estar actualizado si les influye mucho el ser lindos océano o sea un gran porcentaje

no todos pero si son muy bonitos y tienen como su estilo pasa con mis estudiantes Sí pero a mí me pasaba hoy justamente de una pareja y se dedica así como a sus videos como muy de turismo son muy feos ambos pero los comentarios eran muy positivos porque generan realmente YouTube encuentran uno porque no porque comentarios muy con muy negativos de lo que sea y todo Yo decía pero es feo como lo logra pues para mí tiene que ser lindos para ser youtuber y no era muy feo pero tenía una buena actitud pero le funcionaba y todos los comentarios eran positivos y súper bien tiene muy buenas visitas y pues bueno eso ya es mucho entonces también es un poco lo que yo decía cómo tratar de identificar qué es lo que la gente quiere escuchar en qué momento no lo quiere escuchar sí como que el acercarse pero belleza

okay perfecto y para ti Qué haces o qué crees que hace que un youtuber sea famoso

JULIAN: pues bueno Yo creo que igual es como todo no ósea ahí nichos de Mercado entonces a YouTube para videojuegos hay youtubers que están metidos en la onda de la música de la moda entonces pues al final mente primero tienen que una buena actitud una marca Sí o sea tienen que trabajar algo muy están hay que tener una producción nuevamente elaborada y ya el resto es un contenido que apunte a un Nicho okay y que ese niño Se sienta identificado o sea lo que hace decía un rato decía qué sea si yo veo a alguien y ese alguien yo quiero ser como ese alguien pues yo lo voy a seguir ese alguien pues yo lo voy a seguir entonces hay que tratar de traer lo de youtuber debe de alguna forma para ser reconocido trabajar en el Nicho y poco a poco ya se irá expandiendo a otros nichos se va mirando otros Horizontes es un trabajo como todo de mercadeo perfecto gracias qué piensan en general de los contenidos que crean los youtubers los colombianos de los que precisamente ustedes vean Porque al igual o bueno quizás pueden quedar otros que no vean pero piensen qué los contenidos sean pues hay mucho contenido basura osea es que pero igualmente Hay unos que como decíamos osea digamos yo estoy en la universidad o sea no sé necesito como no sé cambiarle la publicidad polaridad a unos motores sí osea ese contenido que ese contenido que esa persona está subiendo osea no es basura sí o sea es algo que realmente qué funciona qué digamos que es para cambiarle la polaridad a un carro pero luego puede ser para no sé un avión o algo así si me hago entender

ANDRES: en algún momento hay mucho contenido basura pero hay mucho contenido que sirve es depende de lo que tú quieras consumir Al fin y al cabo el consumo no lleva a eso si uno consume digamos en el caso de la televisión uno consume basura pues no está haciendo nada productivo por sí mismo pasa igual en YouTube por lo menos de lo que consuma si uno consume basura pues seguirá consumiendo basura pero pues no está del todo mal cómo tratar de ver qué es lo que está pasando con eso qué sucede con ese tipo de cosas en el caso de youtuber youtubers colombianos que tienen yo no sé unas cuantas miles de docentes enloquecía hacen actualidad qué qué es lo que hacen o sea para que suceda eso quéCuál es el foco de atención ellas para que ellas se sientan en ese tipo de contenido de esas partes y personaje pero hay contenido también que es muy muy interesante Pues a quién julioprofe no lo ha salvado julioprofe ácido o sea yo estudio filosofía julio profe es increíble pero ese tipo de contenido que por los estudiantes youTube osea no pensé eso.

Qué piensan de los contenidos que crean los youtubers

pues voy hablar pues de los que me gustan para hablar son en general bueno son interesantes son reales cuando son de humor pues implican simplemente si veo que son como un plagio del plagio del plagio pienso o sea de lo que sí me llama la atención es de cómo sale tanto dinero para financiar tantas cosas que hay entonces pues sí hoy voy a hacer un video pues hoy en día gustaría mi cámara de celular pero no ellos ya tienen su compra y y los drones y muchas cosas literal o sea ese tipo de cosas me causan mucho mucha curiosidad y pues se ve a todo lo que decías todos los que los financian y pues el hecho de que les ingresen dinero tienen que sí es su trabajo tienen que invertirle pues para mejorar la calidad de sus contenidos no pero el tema económico y lo que envié le invierten y viajan y bueno tantas cosas que es cómo de Dónde sacan si se la pasan haciendo videos y tienen que evitar las cosas o sea el tiempo en qué momento cuando trabajan pues no ellos no trabajan Pues porque ese es su trabajo Jajaja.

Dejan todo y se dedican a eso uno ve que detrás del youtuber hay hay un equipo ósea uno no lo ve pero uno dice Ay es que eres youtuber pero en ocasiones yo me he sentido a ver el video y miró este video me gusta será que lo hizo el man sólo será que por ejemplo los del ejercicio Sí bueno está haciendo ejercicio quién está llevando el ritmo quién está grabando sí o sea ser aquel man si o sea será que si es él o detrás de él hay guionista o detrás hay de todo porque es que al fin y al cabo pues Cuántas veces tuvo que intentar hacer el video para que le saliera bien.

Perfecto entonces cada cuánto o pues ustedes han visto bueno los youtubers que ustedes ven o que les gusta han visto que algunos de ellos promocionen algún producto o alguna marca si hay algunos que comentan sobre los policías Jajaja y que ellos hablen de publicidad o sea a veces lo que hacen te explican digamos hay unas cosas que se llaman no sé cómo se llaman bueno que hablan lo que compran o lo que le regalaron no sé entonces pues voy a probar en mi Nintendo DS porque me lo regaló mi tío entonces ellos sacan la cajita y la muestra la cámara y enfocando la caja y abren entonces maestro arano el cosito el control es así el control Está súper genial la pantalla es más chiquita o cosas así si me hago entender.

Bueno en mi caso ellos promocionan no qué me llegó la tarjeta gráfica que el monitor que éstos Mouse son especiales y todo eso son para jugadores viales siempre conozco ese tipo de cosas algunos otros promocionan otras páginas todo el internet que hablan sobre cosas gratis por el servicio y le están pagando porque por la promoción de la página yo casi no he visto pero los que veo no promocionan como tal algo o a veces lo hacen pero como que se sienten que de verdad Es real el consejo y no como tal un o los voy a nombrar para que me den dinero pero realmente es muy poco o sea sí he visto que en internet vender algo no

okay y tú

Pues no realmente en YouTube no no recuerdo haber visto algo así en Twitter que es qué bueno lo que ando sin se ve la foto mucho con algo de publicidad que le regalaron ahí esto ha sido esto es un lavarropas navidad Esto es lo que me ha pasado ajaja pero pues igual me imagino qué los youtubers general en YouTube pues también da un espacio y también da dependiendo qué dan que tantas visitas vengan y todo eso datos y niveles tengan también dependiendo mucho el mercado entonces aya los de videojuegos promocionan lo que hacen y pues ellos ya promocionan lo que hacen su ropa su sus cosas es como el que se va dirigiendo perfecto

Qué tipo de videos podrían hacer o abrir si tuvieran la posibilidad de vender cosas en YouTube pero vender algo

en YouTube yo vendería la imagen de mi hija y yo le he hablado mucho jajaja es lo que yo diría y pues no como tal un producto si no ves que para mí ella viene y es subjetivamente pero es como su forma de ser su humor sí para mí ya sería un hit y yo le he pensado mucho es como por Dios esa niña tiene mucho pero de resto como cosas no experiencias qué es lo que yo más Busco entonces sí pero como productos no.

Yo en mi caso si se hiciera videos de eso sería de elementos de química sería como algo más llamativo pero pues a nivel universidad también esto es lo que tiene que pasar esto es lo que voy a obtener okay qué es lo que más uno una persona tiene que tener esa idea.

Uno como comediante tiene que de una u otra forma venderse y pues a veces uno pues en mi caso tengo que salir en televisión en YouTube como el canal porque televisión es complicado siempre es complicado llegar a la televisión pero en YouTube sí sigue siendo como la forma de poder hacer una rutina si es un asco se quemó la de allá idiotas es como la imagen más que el club de a cuerdo entonces pues sí yo hago ejercicio así como yo les estaba comentando entonces pues alpina dame a buscar para vender su yogur fitness entonces es como algo así es como Oye qué contenido ustedes estarían hacer para ver lo de una u otra manera una marca para poder vender algún producto para mi viaje Serían como para que promocionen jajaja eso sería Si eso sería.

Para mí sería como tal hacer un experimento químico.

Tú yo no sé como algo de tecnología para que metan un boxing de cosas qué hacen las personas okay perfecto tú serían viajes como así Algo como gastronomía o no sé sí Y pues obviamente todo lo que tiene que ser relacionado a mi carrera y me interno laboral entonces es como todo lo que alimente mi carrera.

Qué publicidad prefieren la que se emite por televisión o la de YouTube y pues porque ninguna Jajaja

uno no tiene elección con la publicidad desgraciadamente por no poner publicidad alguno tú sabes de qué televisión son 2 minutos de comerciales en general en cambio en YouTube no entonces depende la hora porque si tú vas a entrar a YouTube por ejemplo a esta hora son 5 minutos de novela y 20 minutos de propaganda la cuestión es que con televisión ya estamos acostumbrados entonces estabas viendo muñequito Y entonces ahí los comerciales y 1 se esperaba o cambiaba y bueno volvía yo ya tengo la idea de que vemos algo en televisión se alcanza que sea a la hora que sea va a ver comerciales ya estás adaptado a eso en YouTube es cómo no yo voy a ir a ver videos lo que sea no comerciales no propagandas nada de eso en ese punto Estamos ya acostumbrados y resignados de la televisión pero no hay YouTube okay perfecto.

Qué importancia consideran ustedes qué Ven para las personas

osea que si nos ponemos a ver cosas en internet técnicamente los todo ya se ve desde las cuentas 1 tiene ya todo se maneja por internet o sea un amigo maneja cosas de Estados Unidos la tarjeta de crédito por el celular ya todo se volvió muy independiente osea nosotros ya todos lo estamos buscando por internet cualquier cosa entonces pues me meto internet ya

casi no usamos los libros pues ya la tendencia de hoy en día es el internet ya casi hoy en día no es uno no voy a buscar internet sino que sino las cosas sube el internet o sea todo es el internet o sea pues uno cualquier situación sí o sea y pues como las grandes compañías tradicionales como hoteles bancos y todo están trascendiendo y están llevando todo hay internet que ahí es donde tienen entonces pues ahí tienen todo no hay plata los hoteles trivago y todo ese mundo que viene ahí ya los restaurantes rápido todo está trascendiendo a el internet porque es donde uno está o sea es donde uno va a encontrar es donde uno llega o sea las mismas Divisas están en internet todo eso se maneja desde el internet todas esas monedas son en internet la hace hay pues digamos que esos términos y condiciones que uno nunca lee es por eso que la internet es invasiva con nosotros todo lo que hace en el tiempo por eso es que ellos ni te muestran el documento completo sino como un link para esa información o sea lo que hacen los términos y condiciones es como dándole la información y la libertad digamos a Facebook como quien dice encuéntrate con tus datos digamos Facebook con lo que se gana mucha plata vendiendo base de datos lo que hacen es vender la base de datos de lo que que no sé qué le gusta el anime sí como cosas así o los zapatos si se me hago entender pues digamos como esa policía de Mercado libre en el Facebook algo que tú busques en MercadoLibre facebook además de eso uno encuentra como los viajes como despegar realmente lo que tiene Facebook es que ya tiene clasificadas las empresas facebook dice tú estás en este Rango de edad tú estás en estos gustos tú últimamente hiciste esto tú tienes que instalar estás aplicaciones esos celulares tu familia es ésta o sea tiene todos y y simplemente Facebook dice a cualquiera en este caso MercadoLibre no yo quiero vender una bicicleta entonces tengo unos clientes Mira son estos sí pero eso es lo que hacen todas las redes o sea por último qué harían si ustedes no tuvieran internet lo que yo haría sería hablar con la persona de al lado jajaja no pues es que digamos si yo me pongo a mirar de hoy en día la juventud cómo es hay un cambio muy drástico con la juventud como cuando era niño yo salía a jugar fútbol salí a jugar basquetbol llegaba a las 7 de la tarde a la casa uno vivía muchas cosas de esas yo no hoy en día ya no los vi porque los niños están en la casa quién sabe Haciendo qué ya sea bien de internet leyendo libros lo que sea pero no hay como esa libertad de cuando uno era niño de vivir todo eso y si no hubiera internet yo qué haría viajaría más conocería experiencia propia no sé irme a otro lado y saber que hay allá hoy en día Cuando uno ve algo uno normalmente tiene una programación que se maneja por internet si uno pues uno tendría una vida un poquito más activa 1 para salir a hacer ejercicio salir a buscar personas que para hablar los cafés si todo eso Exacto uno por ejemplo no podía salir a las bibliotecas el Buscar una comunicación con una persona real exacto a salir del hogar porque ya todo el mundo está enclaustrado en su hogar o en un celular.

Ahora que vive lejos te va a pedir email entonces pues ya hablas con él por el Facebook por WhatsApp sí es como que internet te obliga a iniciar mejor dicho entonces no sé Saldría más estaría más en la calle yo creo que a mí sí se me dificultaría la forma de socializar o sea yo recuerdo que me iría a otras tecnologías y otras cosas pero no en mi no implicaría socializar.

Yo creo que igual es como una bobada entonces pues sí es como internet entonces si no habría internet Entonces pues yo vería no como televisión de pronto no tendría libros digitales entonces puedes leer y a poco más sería más teléfono después y no existen internet pues busco en otro lado sería el hablar con una persona porque o sea volvería como una dinámica alaque sería bueno y si no existe televisión después no Entonces a lo de antes entonces ya sería a cumplir la cita entonces ya no puedo ya no tendré la fe así le ha de decir

móvil 5 minutos voy llegando voy llegando y apenas voy saliendo no Jajaja antes era encontrémonos a tal hora y tocaba llegar a esa hora porque no hay una forma de decir espérame o me perdí o sea llegaba y cumplía la cita y ya

listo chicos Este era el motivo de la charla de un Focus Group les agradezco mucho la participación fue muy útil creo que cada uno nos dio un poco de vista a partir de sus experiencias desde su tiempo de su estilo de vida y muchísimas gracias por participar.