

Antoni Brosa Rodríguez

LA COMUNICACIÓN NO VERBAL EN LOS YOUTUBERS

TREBALL DE FI DE GRAU

dirigido por la Dra. María Dolores Jiménez López

Grado de Lengua y Literatura Hispánicas



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Tarragona

2017

ÍNDICE

PARTE I.	5
INTRODUCCIÓN	5
1. MOTIVACIÓN	7
2. OBJETIVOS	9
3. METODOLOGÍA Y FUENTES	11
4. ESTRUCTURA DEL TRABAJO	13
PARTE II.	15
MARCO TEÓRICO	15
5. COMUNICACIÓN	17
6. COMUNICACIÓN NO VERBAL	19
7. COMUNICACIÓN MEDIATIZADA POR ORDENADOR	29
8. INTERNET Y YOUTUBE	31
9. YOUTUBERS	35
10. CARACTERIZACIÓN LINGÜÍSTICA DE LOS YOUTUBERS	39
PARTE III.	41
LA COMUNICACIÓN NO VERBAL EN YOUTUBE	41
11. INTRODUCCIÓN	43
12. CARACTERIZACIÓN DEL TIPO DE INTERACCIÓN EN LOS YOUTUBERS	45
12.1 La comunicación en YouTube	45
12.2 La comunicación no verbal en YouTube	46
13. ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL DE LOS YOUTUBERS	47
13.1 Cómo se realiza el análisis	47
13.2 Resultados globales obtenidos	48
13.2.1 Situación proxémica inicial	48
13.2.2 Lugar de la emisión	49
13.2.3 Somatoadaptadores iniciales	49
13.2.4 Objetoadaptadores iniciales	50
13.2.5 Posición corporal	50
13.2.6 Emblemas	51
13.2.7 Marcadiscursos	52
13.2.8 Marcaespacios	53
13.2.9 Marcatiempos	53
13.2.10 Deícticos	54
13.2.11 Pictografías	55
13.2.12 Kinetografías	56
13.2.13 Kinefonografías	57
13.2.14 Ideografías	57
13.2.15 Marcasucesos	58
13.2.16 Identificadores	59
13.2.17 Exteriorizadores	60
13.2.18 Autoadaptadores	60
13.2.19 Alteradaptadores	61

13.2.21 Somatoadaptadores	61
13.2.22 Objetoadaptadores	61
14. ANÁLISIS SOCIOLINGÜÍSTICO DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL DE LOS YOUTUBERS	63
14.1 Variación generolectal	63
14.2 Variación diatópica	67
14.3 Variación diastrática	72
14.4 Resumen	78
15. COMPARACIÓN DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL DEL YOUTUBER CON MODELOS TRADICIONALES	81
PARTE IV.	85
CONCLUSIONES	85
16. CONCLUSIONES	87
BIBLIOGRAFÍA	91

“Many historians have found the web to be a mixed blessing: prolific but unmediated, powerful but untamed, open to all but taken seriously by few”
(Cohen 2004: 294)

PARTE I.

INTRODUCCIÓN

1. MOTIVACIÓN

Internet ha supuesto una revolución en muchísimos sentidos. En la lingüística, Internet destaca especialmente por presentar un nuevo paradigma comunicativo. Es decir, su relevancia es equiparable al cambio que supuso la escritura. No obstante, aún no hay demasiados estudios lingüísticos sobre la incidencia que tiene este medio en el lenguaje.

Además, lo no verbal, en general, ha sido poco tratado en los estudios lingüísticos. Concretamente, en su relación con Internet no hay casi aportaciones. Si hay alguna aproximación, suele hacerse un estudio poco científico.

Dentro del gran mundo de Internet, se ha elegido la plataforma YouTube por dos motivos básicos. En primer lugar, porque es la segunda página web más consultada de la red (por detrás de Google y esta no se puede analizar puesto que es un mero buscador). Asimismo, YouTube es un lugar muy frecuentado por jóvenes y, por lo tanto, también resulta muy interesante poder comprobar por qué tiene tanto éxito a través de su comunicación no verbal propia. Es decir, se está viendo cómo los jóvenes cada vez ven menos la televisión y, en cambio, hay chicos *amateur* que suben un vídeo en una web como YouTube y obtienen 15 millones de visualizaciones. Este cambio es interesantísimo y, quizá, la lingüística tiene respuestas para ello.

2. OBJETIVOS

Nuestro objetivo principal es realizar un estudio de la comunicación no verbal de los *youtubers*. Para alcanzar este objetivo general, nos proponemos:

1. Analizar la comunicación no verbal en los *youtubers*.
2. Compararla comunicación no verbal en YouTube con la comunicación no verbal en la conversación cara a cara.
3. Determinar hasta qué punto son válidos los modelos de comunicación no verbal clásicos en su aplicación a YouTube.
4. Realizar un análisis generolectal para comprobar si existen diferencias en la comunicación no verbal entre *youtubers* hombres y *youtubers* mujeres.
5. Realizar un análisis diatópico para comprobar si existen diferencias en la comunicación no verbal entre *youtubers* españoles y *youtubers* hispanoamericanos.
6. Comprobar si existen diferencias en el uso de la comunicación no verbal entre *youtubers* con mucho éxito y *youtubers* menos famosos..

3. METODOLOGÍA Y FUENTES

Para poder alcanzar los objetivos que nos planteamos, esta investigación ha seguido unas premisas muy claras:

- En primer lugar, se ha hecho una labor de búsqueda de bibliografía que ayudara a fijar mejor todos los conceptos relacionados con la comunicación, la comunicación no verbal, YouTube, Internet, los *youtubers*, etc.
- Después de la inmersión bibliográfica, se ha tenido que tomar como referencia un marco teórico determinado para la comunicación no verbal, puesto que hay divergencias en la clasificación y el etiquetado de las muestras no verbales. En este caso se ha optado por seguir la línea propuesta por Fernando Poyatos (1994), ya que se ha considerado muy clara, exhaustiva y coherente.
- Posteriormente, se ha creado un corpus de textos orales (audiovisuales) *ad hoc*, pues no se ha encontrado ninguna selección de este tipo. La configuración del corpus (presente en los anexos) se ha hecho atendiendo a motivos lógicos y sociolingüísticos. Se ha hecho la selección de 100 vídeos de distintos *youtubers* teniendo en cuenta diversos parámetros:
 - En primer lugar, el tema del vídeo es el mismo en todos: “50 cosas sobre mí”. En este tipo de vídeo, el *youtuber* cuenta hechos que le han ido ocurriendo a lo largo de su vida y que considera de interés para sus espectadores. Esta unificación temática atiende a la voluntad de intentar que los vídeos sean homogéneos en su significado (para así poder ver las diferencias no verbales) y que tengan una duración parecida (lo que Ekman & Friesen 1969 recogen como *usage*).
 - En segundo lugar, para no obtener un resultado parcial o engañoso y que pueda ser válido, en general, para el español; la selección de los vídeos ha sido cuidadosamente equilibrada. El total de 100 *youtubers* está configurado por: 50 hombres y 50 mujeres, 50 españoles y 50 latinoamericanos y los 50 *youtubers* con más visualizaciones y 50 *youtubers* con pocas visualizaciones. Este planteamiento ecuaníme permite ir más allá en el análisis: se pueden hacer consideraciones acerca de la variación genolectal, dialectal y en función de la red social en el plano no verbal de los *youtubers*.
- Después, se ha planteado un modelo de clasificación no verbal para poder recoger los datos obtenidos del corpus citado anteriormente. Se compone de tres elementos básicos:
 - En primer lugar, hay un cuadro que recoge los datos fundamentales del vídeo (el nombre, el enlace, la duración, el *youtuber* y sus características sociolingüísticas).
 - En segundo lugar, hay un cuadro que recoge los elementos fundamentales que caracterizan al vídeo en lo no verbal, es decir, su

situación de partida. Este componente se ha creado porque se consideraba insuficiente el esquema presentado por Poyatos ya que este solo recoge aquellos elementos que se dan mientras se interactúa.

- En tercer y último lugar, se utiliza el esquema propuesto por Fernando Poyatos (1994), para poder recoger y clasificar todas las muestras no verbales de los cien vídeos.
- Obtenidos los datos, se han sumado y agrupado los resultados de cada categoría no verbal en las etiquetas sociolingüísticas expuestas anteriormente. Acto seguido se han elaborado gráficos que permitan, de un modo rápido, ver con claridad si hay muchas diferencias entre los distintos grupos sociales.
- Posteriormente, se han presentado y valorado los resultados en el trabajo junto a distintos ejemplos y consideraciones varias. Es decir, se han presentado las muestras glosadas. En un primer momento, se han hecho las consideraciones necesarias de la comunicación no verbal de los *youtubers* en general. En un segundo momento, se han comentado las diferencias sociolingüísticas que se han encontrado con el mismo *modus operandi*.
- Terminado el comentario no verbal de los *youtubers*, se han comparado los datos generales con los datos obtenidos de un análisis único y ejemplar de una interacción más clásica, para poder ver qué diferencias hay en lo no verbal.
- Finalmente, realizado este análisis múltiple, se han extraído las conclusiones pertinentes.

4. ESTRUCTURA DEL TRABAJO

Este trabajo está estructurado en cuatro partes fundamentales más anexos y bibliografía:

- **Parte I: Introducción.** Esta parte introduce al lector en el trabajo en sí. Se ofrecen los datos contextuales del trabajo.
- **Parte II: Marco Teórico.** En esta parte del trabajo se recogen todas las fuentes consultadas y se comenta, desde un punto de vista teórico, todos aquellos elementos que deben estar claros antes de empezar el análisis. En este apartado se definen conceptos como YouTube, *youtubers*, etc. Asimismo, se hacen consideraciones acerca de la comunicación (para poder aseverar que estos vídeos son una muestra más de comunicación), se desarrollan todas las categorías propuestas por Poyatos (para poder comprender mejor todas las etiquetas del análisis), se hacen algunas valoraciones sobre la comunicación mediatizada por ordenador (para entender los límites comunicativos) y, finalmente, se mencionan, brevemente, características esenciales de la lengua de los *youtubers* (para luego centrarse en el desarrollo de la comunicación no verbal exclusivamente).
- **Parte III. La comunicación no verbal en YouTube.** Esta parte del trabajo presenta el análisis de los datos y se divide en cuatro capítulos. En primer lugar, se contextualiza el análisis describiendo la interacción general observada en los vídeos para poder determinar qué es lo que se puede encontrar en el análisis y qué no. Posteriormente, se recogen todas las características generales de la comunicación no verbal de los *youtubers*. Acto seguido, se muestran los resultados obtenidos desde un punto de vista sociolingüístico. Finalmente, se presenta el vídeo de YouTube que refleja la interacción clásica de la televisión para que sea usado de contrapunto y ver qué diferencias esenciales hay.
- **Parte IV: Conclusiones.** Esta parte recoge, a modo de resumen, los datos más relevantes del análisis realizado. Además, en ella se presenta una reflexión y valoración acerca de la comunicación no verbal y YouTube, es decir, se busca el porqué.
- **Bibliografía.** Esta parte presentan los materiales bibliográficos que forman parte del trabajo y que se han tenido en cuenta para su confección.
- **Anexos.** En volumen aparte se presentan los anexos. En los anexos se han recogido todos los datos que se han extraído del trabajo (y que han sido útiles para su realización) con una finalidad ilustrativa e informativa. En concreto, en los anexos se incluye: el corpus elaborado, los cuadros que clasifican la comunicación no verbal de cada vídeo (el vaciado de información a través del

La comunicación no verbal en los youtubers

análisis de los documentos audiovisuales) y los gráficos que aúnan los datos anteriormente mencionados de forma muy esclarecedora.

PARTE II.

MARCO TEÓRICO

5.COMUNICACIÓN

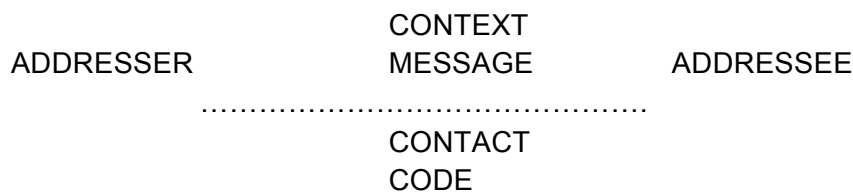
El concepto de *comunicación* es muy difícil de definir. No hay, en absoluto, unanimidad acerca de lo que es, propiamente, la comunicación. Además, esta incógnita ha sido abordada desde muchísimos puntos de vista. Dicha interdisciplinariedad ha sido muy prolífica e, incluso, hay estudios que recogen su recorrido como, por ejemplo, historias de las teorías de la comunicación (Figueroa Bermúdez 2011: 1-26) Por ejemplo, desde una aproximación antropológica y social, la comunicación puede ser entendida como:

1. En las actividades comunicativas se implican dos o más Agentes.
2. Agentes que interactúan entre ellos.
3. Mediante señales.
4. Señales cuya información tiene significado.
5. Y que los Agentes utilizan para hacerse indicaciones.

(Martín Serrano 2007: 7)

Asimismo, la comunicación ha sido estudiada desde la psicología, la biología e, incluso, desde las matemáticas. No obstante, en este estudio interesan, principalmente, las consideraciones que se han hecho en el ámbito de la lingüística. Escandell Vidal (2014: 11) recoge lacónicamente, en su introducción, las dos características esenciales de la comunicación desde un punto de vista lingüístico: “1) la transmisión de información por medio de un código lingüístico y 2) la interacción con otros”.

Este acontecimiento lingüístico y social ha sido recogido en distintos momentos del siglo XX en esquemas archiconocidos. Los apellidos más célebres en este sentido son: Bühler, Shanon y Weaver y Jakobson. Los tres modelos aparecen en Escandell Vidal (2014: 12-14). No obstante, el que ha tenido mayor éxito es el propuesto por este último que ha sido bautizado ya como el “esquema clásico de la comunicación”. La comunicación fue resumida por el mismo Jakobson como:



(Jakobson 1964: 353)

Este esquema recoge la acción de: “emisor envía un mensaje al destinatario. Para ser operativo el mensaje requiere un contexto al que hacer referencia, [...] un código común [...] y, por último, un contacto, un canal físico y una conexión psicológica entre emisor y destinatario.” (Escandell Vidal 2014: 14).

No obstante, como muy bien señala Escandell Vidal (2014:15), los esquemas clásicos presentan inadecuaciones. Es decir, hay algunos aspectos que ya son vetustos y que hacen, citando textualmente, que haya “una imagen rígida y simplista de la comunicación humana”. Por ello, se deben hacer unas breves consideraciones

acerca de las nuevas propuestas que revisan este esquema clásico y que, además, ayudan a entender mejor comunicaciones de muy reciente creación como la que se está analizando en este estudio.

En primer lugar, Escandell Vidal cuestiona la importancia que se le da al código. Mediante el ejemplo de “habrá que limpiar el casco” (Escandell Vidal 2014:16) y otros, la lingüista afirma que las ambigüedades semánticas necesitan el contexto para poder ser mensajes unívocos. Más adelante, incluso, llega a preguntarse “¿Es necesario el código?” (Escandell Vidal 2014: 19). En este apartado, logra presentar algunos ejemplos que intentan evidenciar que puede haber comunicación sin usar un código preestablecido. Posteriormente, Escandell Vidal reflexiona acerca de la intencionalidad en la comunicación. La conclusión a la que llega es muy sencilla: solo hay comunicación si el emisor, deliberadamente, emite un mensaje al receptor. Además, se pone de relieve la gran importancia que tiene el escenario de la comunicación, ya que puede determinar en gran medida muchos de los componentes de la comunicación.

En este mismo sentido, deben mencionarse las distintas posibilidades de interacción lingüística gracias a las variaciones que ofrece el medio. La distinción fundamental, vigente todavía, es la que se hace entre lo *oral* y lo *escrito*. Esta distinción es más profunda de lo que pueda creerse (o de lo que se ha tratado tradicionalmente). Las **interacciones lingüísticas orales** presentan una serie de características propias que influyen en el modo de entender la comunicación: *espontaneidad, efímera, inmediatez, mayor presencia del contexto, mayor interacción no verbal, canal auditivo, construcciones más sencillas, interacción en presencia del destinatario*, etc. Por otro lado, la **comunicación escrita**: *es duradera, no comparte la interacción con el destinatario en el mismo momento, poco uso de lo no verbal, menor peso del contexto, canal visual, estructuras elaboradas, tiene poder de enmienda*, etc. En la comunicación hodierna, las nuevas tecnologías han revolucionado también el campo de la interacción y estos esquemas tan nítidos se han ido difuminando con el paso del tiempo. Por ejemplo, como dice Yus:

En el comienzo de las interacciones por Internet, el tipo de discurso intercambiado entre los usuarios era predominantemente textual, pero en los últimos años las opciones de contextualización del enunciado escrito con la capacidad de transmitir información no verbal (visual y vocal) han aumentado enormemente (Yus 2010: 306).

Por lo tanto, algunas de las posibilidades comunicativas que ofrece Internet pueden entenderse, en ocasiones, como híbridos entre los dos tipos presentados.

6. COMUNICACIÓN NO VERBAL

La comunicación no verbal es, en primer lugar, una parte de la comunicación. Es decir, la comunicación humana se divide en dos grandes grupos: la *comunicación verbal* y la *no verbal*. La comunicación verbal es aquella que se basa en las palabras y sus significados. En otras palabras, afirmar que hay una parte de la comunicación que es verbal quiere decir que hay una secuencia de sonidos ya codificados que expresan una idea determinada¹.

Por otro lado, la comunicación no verbal recoge el resto de información que se transmite en la comunicación más allá de los verbos y su significado (palabras en sentido primitivo). Básicamente, la comunicación no verbal puede dividirse, a su vez, en dos componentes fundamentales: el *paralenguaje* y la *proxémica*. Por ello, Poyatos (1994: 16) define la comunicación humana como una “triple estructura básica”. Esta triple estructura básica es: **lenguaje-paralenguaje-kinésica**.

Dicha clasificación es muy cómoda porque permite entender el *lenguaje* como *vocal-verbal*, el *paralenguaje* como *vocal-no verbal* y la *kinésica* como *no vocal-no verbal* (Poyatos 1994: 28). En resumen, el lenguaje y el paralenguaje son orales y la kinésica no vocal y, en cambio, el lenguaje es verbal y el paralenguaje y la kinésica no verbales, el grupo que interesa en este estudio.

No obstante, la comunicación no verbal, estudiada en profundidad, muestra otras vías de manifestación aunque, como es obvio, el paralenguaje y la kinésica son las categorías principales. La terminología no está fijada ni mucho menos. Por lo tanto, se pueden encontrar distintas clasificaciones (o, mejor dicho, etiquetas) en la bibliografía pertinente. Por ejemplo, Cestero Mancera (2006: 59) propone que: “El paralenguaje, la kinésica, la proxémica y la cronémica son los cuatro sistemas de comunicación no verbal reconocidos hasta el momento”.

La comunicación no verbal, estudiada desde un punto de vista científico, es muy reciente. Ha sido en el siglo XX cuando, desde la psicología, se propone un análisis objetivo del paralenguaje y la kinésica. Como figuras fundamentales destacan: Edward T. Hall, Paul Ekman y Wallace Friesen y Mark L. Knapp.

El primero de ellos, Hall, sentó las bases de lo que hoy en día se conoce como proxémica. Aunque ya hubo alguna consideración anterior a la “dimensión oculta”, Hall (1997: 140) fijó una terminología que sigue vigente en la comunidad científica para hacer referencia a los distintos tipos de proxémica –que se verán más adelante pormenorizados.

Paul Ekman y Wallace Friesen (1969), por otro lado, revolucionaron la situación del estudio de la comunicación no verbal a finales de los años sesenta. En primer lugar, se debe destacar el gran acierto en vincular la situación extralingüística con la influencia en el uso de lo no verbal (recogido bajo el término *usage*) (Ekman y Friesen 1969: 53-54). Por otro lado, también incluyeron algunas consideraciones acerca del estímulo de la comunicación no verbal, su adquisición y sus cambios en *origin* (Ekman y Friesen 1969: 59). No obstante, estas consideraciones son muy breves y son solo

¹Acepción número 1 de *verbo* en el DRAE: <http://dle.rae.es/?id=bbVXlxq> (fecha de consulta, 12 de mayo de 2017).

apuntes que, posteriormente, retomaran otros investigadores como Poyatos y sistematizarán mucho mejor. Finalmente, el concepto de *coding* engloba las distintas clasificaciones (en relación con el significado) de las manifestaciones no verbales: *adaptators, regulators, illustrators*, etc. (Ekman y Friesen 1969: 60-93).

Knapp (1982), en cambio, muestra un panorama mucho más general pero, a su vez, completo de la comunicación no verbal. Especialmente relevantes son sus consideraciones acerca de lo que aquí será llamado *marcadiscursos*: “una pauta de actos sincrónicos de habla-cuerpo. Esto quiere decir que un cambio en una conducta (una parte del cuerpo, por ejemplo) coincidirá o estará coordinado con el cambio de otra conducta (seguimiento fonológico o alguna otra parte del cuerpo).” (Knapp 1982: 181).

Como se ha visto, hay un gran número de etiquetas y propuestas de clasificación para la comunicación no verbal. Por ello, se ha optado por tomar como referente la propuesta por Fernando Poyatos (aunque se matizará con las aportaciones de otras clasificaciones). Se ha considerado que la clasificación que se hace de la comunicación no verbal en Poyatos (1994: 185-223) es la más completa, clara y sistemática.

En primer lugar, se deben distinguir dos ejes distintos de clasificación de lo no verbal:

1. Por un lado, está la clasificación de las distintas **vías de manifestación** de un rasgo no verbal;
2. y, por otro lado, se puede clasificar lo no verbal dependiendo de su **significado** o aportación a la interacción.

Según el **modo de manifestación**, los distintos tipos de comunicación no verbal son:

- **Paralenguaje.** El paralenguaje es la manifestación a través de lo vocal (sin que sea verbal). En otras palabras, se hace uso del paralenguaje siempre que se produce un sonido con una intención comunicativa muy determinada. En esta categoría hay recogidas manifestaciones muy distintas: *silbidos, gritos, entonaciones*, etc. Todos estos ejemplos tienen algo en común muy evidente: son producciones que provienen de la boca (del aparato fonador).
- **Kinésica.** La manifestación kinésica es la más conocida por cualquier usuario como comunicación no verbal. En esta etiqueta también hay una gran variedad de ejemplos: *gestos, movimientos, expresiones faciales*, etc. El denominador común de todas las manifestaciones es el movimiento (de ahí que la raíz de la palabra remita a ‘movimiento’ en griego) ya sea del cuerpo en general, de brazos, de manos, de la cara, etc.
- **Proxémica.** La proxémica, mencionada anteriormente, es la gestión del espacio. La proximidad entre emisor y receptor ha sido muy estudiada (especialmente por Hall) ya que es muy significativa. Su propuesta reduce a 4 las distancias básicas del hombre: *íntima, personal, social y pública*.
 - La *distancia íntima* es la que se da entre dos personas con una relación muy estrecha (no superior a medio metro entre ambos).

- La *distancia personal* se corresponde con la natural entre dos personas conocidas sin más (inferior a 1,2 metros).
- La *distancia social* (entre los 1,2 metros y los tres metros y medio) es más propia de dos personas que no se conocen y se tienen respeto.
- La *distancia pública* (a partir de los tres metros y medio) se encuentra, fundamentalmente, en relaciones entre un emisor y un auditorio como, por ejemplo, en una conferencia.

En definitiva, con la proxémica se puede comunicar la intención de los interlocutores o se puede inferir la relación que existe entre ambos (Hall 1997: 139-154).

- **Química:** La química, una manifestación mucho más reducida, aparece cuando un emisor emite cualquier elemento químico y este puede ser interpretado por el receptor. Hay muchos ejemplos de comunicación no verbal química: *sudor, lágrimas, orín, sangre*, etc. Puesto que en la mayoría de ocasiones no es controlable (no es deliberado su uso) suele aparecer, básicamente, en los exteriorizadores como se verá más adelante.
- **Dérmica.** Esta manifestación (también muy propia de los exteriorizadores) se percibe cuando hay un cambio en la piel del emisor. El caso más típico de manifestación dérmica aparece cuando alguien se sonroja.
- **Térmica.** La térmica, muy vinculada a la dérmica, es una categoría no verbal que también está muy ligada a los exteriorizadores. En este caso, la térmica se puede entender como la percepción de que el emisor está a una determinada temperatura corporal (por encima o por debajo de lo habitual). Su estrecho vínculo con la dérmica y la química es obvio: cuando alguien tiene mucho calor suele sudar (química), tener la cara roja (dérmica) y estar muy caliente (térmica).
- **Objetual.** En esta manifestación se recogen todas aquellas comunicaciones no verbales que se hacen a través de un objeto. El valor de los objetos es muy importante, como se verá en este estudio, y, por ello, se debe destacar su uso, ya que no significa lo mismo hacer un gesto con un cigarrillo que sin él. No se da la misma información
- **No interacción.** La no interacción es una categoría contemplada por Poyatos que recoge todas aquellas manifestaciones no verbales que no se hacen en presencia de un receptor. Las emite simplemente el emisor y ya está. En este grupo hay ejemplos como *estar dibujando solo, escribir una carta*, etc.

Teniendo en cuenta los **distintos tipos de conductas**, se puede ofrecer una lista cerrada como esta:

- **Emblemas.** Los emblemas suponen el uso de gestos para sustituir palabras. Por lo tanto, la característica principal de un emblema es el hecho de ser una manifestación que no ofrece ningún tipo de ambigüedad en la lengua en la que

se produce. Es decir, su significado está fijado, codificado, y compartido por todos. Por ejemplo, encoger los hombros para querer decir 'no lo sé' es hacer el uso de un emblema. Básicamente se encuentran manifestaciones a través de la kinésica. También hay ejemplos en el paralenguaje y Poyatos, asimismo, ofrece un ejemplo de emblema a través de la proxémica: juntarse bruscamente a una persona con la mano para querer decir 'estamos juntos'. (Poyatos 1994: 187-189).

- **Marcadiscursos.** Poyatos (1994: 189-195) define los marcadiscursos como “los movimientos del hablar”. En otras palabras, los marcadiscursos son las conductas kinésicas que puntúan o refuerzan el discurso hablado. Hay una unión entre lo dicho (especialmente el ritmo en que se dice) con el movimiento de los brazos. O, en palabras de Knapp (1982: 181) los marcadiscursos son “las pautas de movimiento que se producen simultáneamente a ciertas pautas del habla, es decir, la sincronía habla movimiento corporal”. Estos marcadiscursos son eminentemente kinésicos. No obstante, suelen complementarse perfectamente con una ayuda paralingüística que enfatiza ciertos momentos del discurso. El uso de esta categoría no verbal es extremadamente poderoso y se da, especialmente, en emisores que dominan bien la comunicación no verbal y son conscientes del ritmo que quieren transmitir con la finalidad de enfatizar determinadas palabras del discurso
- **Marcaespacios.** Los marcaespacios, que Poyatos reduce a “señalando lo presente y lo ausente”, son una mezcla entre los marcadiscursos y los deícticos. Estos aparecen cuando se hace mención de una referencia espacial (tamaño, distancia, ubicación, etc.) señalando. Lo más habitual es marcar estos espacios mediante el movimiento de brazos aunque también puede acompañarse con paralenguaje. Por ejemplo, si se quisiera enfatizar la lejanía de un objeto, además de marcar el espacio con los brazos podría decirse “alliiiiiiiiíf bieeeen lejos”. Este alargamiento vocálico es una información paralingüística ostensible para cualquier receptor: se está reforzando la idea de lejanía (Poyatos 1994: 195-196).
- **Marcatiempos.** Los marcatiempos hacen referencia a momentos ubicados en un eje temporal. Su naturaleza y aplicación es prácticamente idéntica a la de los marcaespacios. Su diferencia principal es que se usan para ofrecer información temporal. Asimismo, además de su uso kinésico, se pueden encontrar ejemplos como “hace muchiiiiiiiiísimo tiempo” que exprime aún más la idea de lejanía, en este caso temporal (Poyatos 1994: 196-197).
- **Deícticos.** Los deícticos, una de las categorías no verbales más usadas y sencillas, se basan, simplemente, en señalar. Cualquier cosa (o persona) puede ser señalada. Normalmente, se suele señalar con un dedo (principalmente el índice). No obstante, Poyatos aporta algunos ejemplos que reflejan la alta variación cultural de los deícticos. Este cita un modo de señalar bastante corriente en Estados Unidos: *mediante la barbilla*. Además, en esta categoría también podrían darse refuerzos paralingüísticos y, sobre todo,

señalar mediante objetos. Los deícticos objetuales podrían darse cuando, por ejemplo, se señala con unas gafas (Poyatos 1994: 197-198).

- **Pictografías.** Las pictografías se definen como “dibujos con las manos”. Se dibuja en el aire con las manos la silueta de la forma del objeto al que hacen referencia. Esta categoría es puramente imitativa y presenta algunas siluetas ya fijadas y otras, en cambio, que son puramente imaginativas. Como puede intuirse, son esencialmente manifestaciones kinésicas ya que el movimiento de los brazos es esencial. No obstante, también se pueden encontrar casos de pictografías kinésicas reforzadas con paralenguaje. Fernando Poyatos cita el ejemplo típico de dibujar una silueta (normalmente femenina, haciendo referencia a sus curvas) y, además, reforzarlo con el característico silbido (Poyatos 1994: 198-199).
- **Ecoicos.** Los ecoicos también son unas manifestaciones no verbales con un alto grado de imitación. En este caso, en vez de imitar una forma con las manos, se imita cualquier sonido. Por ello, los ecoicos son, únicamente, paralingüísticos. Un ejemplo claro son las imitaciones de animales ya que cada uno tiene un ruido característico. También se dan representaciones de objetos como “ra-ta-ta-ta-ta” para representar *metralleta*. Aunque estén ya algo fijadas estas imitaciones cabe recordar que son arbitrarias ya que cambian dependiendo de la lengua que las imita y del hablante. Además, se debe mencionar que Poyatos incluye otra división de los ecoicos en la que recoge las onomatopeyas que ya han sido lexicalizadas pero que, según él, siguen siendo ecoicos (Poyatos 1994: 200-201).
- **Kinetografías.** Las kinetografías, siguiendo la misma lógica, son imitaciones de movimientos. Los movimientos, en este caso, pueden ser tanto humanos como acciones no humanas. Poyatos ofrece distintos ejemplos de posibles kinetografías: *cómo corría alguien, cómo se mecía la barca, cómo planea el águila, cómo se golpean los boxeadores*, etc. Esta categoría es esencialmente kinésica. Las imitaciones se hacen con el movimiento de cuerpo (en general o algunas partes de este) (Poyatos 1994: 201-202).
- **Kinefonografías.** Esta es una categoría especial que recoge las dos anteriores a la vez. Es decir, una kinefonografía es la imitación de movimiento y sonido a la vez. Por ello, si una kinetografía también recoge una actuación paralingüística no se considera una kinetografía kinésica con paralenguaje sino que es, sencillamente, una kinefonografía (Poyatos 1994: 202-203).
- **Ideografías.** Las ideografías se pueden definir como la manifestación no verbal de los pensamientos. Estas no están muy desarrolladas en Poyatos. En cambio son de una importancia capital ya que “si deseamos que otro crea en lo que estamos diciendo, tendemos a emplear más gestos, notando, a un nivel inconsciente, que los gestos aclaran y convencen” (Fast 1994: 87). Es decir, las ideografías son todos aquellos movimientos y gestos (no codificados) que reflejan los pensamientos del emisor, siguiendo, normalmente, un itinerario lógico. Por lo tanto, en esta categoría (esencialmente kinésica) se encuentran

todos los movimientos de brazos que usa la mente para reforzar el mensaje o aclarar conceptos (Poyatos 1994: 203). O, a través de la definición de Turchet (2010: 58), las ideografías aparecen: “en la casi totalidad de las situaciones que implican a nuestras actitudes, las manos se pasean y se colocan en el cuerpo sin intención clara o explícita. Las manos son entonces el canal por el que, sin decir palabra, el ser humano expresa sus pensamientos”.

- **Marcasucesos.** “Cómo pasaron las cosas” es el epígrafe que dedica Fernando Poyatos a los marcasucesos. Esta actividad, por lo tanto, es el apoyo no verbal a la narración o descripción de un suceso. Una de las características típicas es que el elemento que es objeto de la producción no verbal está siendo mencionado. El ejemplo que ofrece Poyatos es el siguiente: “La comida estuvo bien, pero luego estuvieron venga a hablar, venga a hablar, y no acababan nunca”. En este contexto aparece indiscutiblemente un marcasucesos que, mediante el giro circular del brazo, refuerza la pesadez de la situación. Además, podría haberse añadido un alargamiento vocálico “veeenga a hablaaar, veeenga a hablaaar...” que sería un recurso paralingüístico que resultaría mucho más esclarecedor aún (Poyatos 1994: 203-204).
- **Identificadores.** Los identificadores son definidos como “la forma visual de los conceptos”. A simple vista, puede parecer que tienen el mismo propósito que las ideografías. Sin embargo, son manifestaciones claramente diferenciadas. En este caso, se está ofreciendo información de un concepto (y no manifestando una idea). Su nombre, *identificadores*, recoge perfectamente su utilidad: se usa, especialmente, para ofrecer información sobre conceptos abstractos que no puede ser manifestada en ese momento con palabras. Es decir, un identificador es producto de una momentánea falta de palabras o precisión léxica. Por ejemplo, si alguien está diciendo que “el pan estaba un poco...” y, acto seguido, cierra el puño, nos está comunicando mediante este recurso no verbal que “el pan estaba duro”. En este caso también son muy habituales los identificadores en paralenguaje ya que, mediante sonidos, pueden llegarse a identificar cualidades abstractas (Poyatos 1994: 204-205).
- **Exteriorizadores.** Todas las reacciones no verbales a cualquier estímulo están recogidas bajo la etiqueta de exteriorizadores. Esta categoría está muy bien sistematizada por Fernando Poyatos:
 - En primer lugar, se deben destacar los múltiples estímulos de un exteriorizador: *autogenerado, humano, animal, objetual, ambiental, sucesos, literario, musical y espiritual*. Estos estímulos tienen un claro correspondiente con el origen del exteriorizador.. Por ejemplo, si alguien está sonriendo porque ha visto un perro será de origen animal y, en cambio, si alguien está dando pequeños saltos porque está orinándose será autogenerado.
 - Además, se puede especificar cómo puede ser la reacción a este estímulo: *sensorial, fisiológica, emocional, mental o casual*. Es decir, si se responde al estímulo a través de los sentidos, del propio cuerpo, desde las emociones, si tiene impacto en la mente o si es algo habitual en la conducta del ser humano. Por ejemplo, parece evidente que la

respuesta a un estímulo literario es mental, aunque no puede descartarse que en determinados individuos también pueda ofrecerse una respuesta sensorial, emocional o, incluso, fisiológica.

- La codificación de la respuesta al estímulo puede hacerse también a través de distintas vías, aunque estas ya son de sobras conocidas: *paralingüística, kinésica, proxémica, química, térmica, dérmica y objetual*.
- Y, finalmente, el receptor del estímulo puede descodificar el exteriorizador (inferirlo si se es más coherente) mediante las vías habituales: *auditiva, visual, olfativa, dérmica y cinestésica*.

En estos exteriorizadores es donde mayor riqueza no verbal hay en cuanto a las formas de manifestarlo. Es decir, categorías como química, dérmica, térmica, etc. son muy bien aceptadas en los exteriorizadores. (Poyatos 1994: 206-211) Un ejemplo muy ilustrativo también lo ofrece Teresa Pont:

La cultura moderna de la mayoría de las sociedades, ha hecho que la gente sienta vergüenza del olor del propio cuerpo, olor humano que también expresa emociones, como la transpiración que emana de las glándulas del sudor y los excrementos (en situaciones de miedo o gran ansiedad), la saliva (menos abundante en momentos de temor, nerviosismo o angustia en que se seca la garganta), las lágrimas (por dolor o por una gran alegría) y la respiración (rápida cuando hay ansiedad). Socialmente, todos estos olores y secreciones se asocian muy a menudo a cierto significado de animalidad e instinto primario. (Teresa Pont 2008: 35).

Es posible creer que es imposible sistematizar manifestaciones tan dispares e infinitas. No obstante, sí que puede hacerse puesto que se ha concluido que las manifestaciones humanas siguen unos patrones básicos universales. Por ejemplo, como muy bien apunta Paul Ekman:

Habitualmente, lo que nos hace enfadar es algún obstáculo que interfiere en lo que estamos haciendo; nuestra expresión es bastante parecida; nuestras voces adoptan el mismo tono; nuestros corazones se aceleran; nuestras manos se calientan. Las diferencias individuales giran en torno a esos universales típicos de la emoción. (Ekman 2012: 263).

- **Autoadaptadores.** Los autoadaptadores pueden definirse brevemente como hace Poyatos: “tocándonos a nosotros mismos”. Esta categoría es básicamente kinésica y recoge todos aquellos momentos en los que una persona se toca. De estas realizaciones pueden inferirse momentos de nerviosismo, por ejemplo. En esta etiqueta se recogen *gestos, maneras, posturas*, etc. que pasen por tocarse a uno mismo (Poyatos 1994: 211-213). O, dicho con las palabras de Cáceres (2003: 155): “Muchas veces, este tipo de actos suele incrementarse en los estados de tensión, nerviosismo o ansiedad,

y casi siempre son indicativos de los estados del yo". También Julius Fast (1994: 95) ha tratado brevemente los autoadaptadores y los ha valorado: "Acariciar absorto una parte del propio cuerpo —un brazo o una pierna— comunica un subtexto de soledad, de necesidad de bienestar".

- **Alteradaptadores.** Los alteradaptadores son todos aquellos momentos en que el emisor toca al receptor. Por lo tanto, también son fundamentalmente kinésicos y se basan en lo mismo que los autoadaptadores. El único cambio que se da es que el que es tocado no es el mismo emisor sino que se toca al receptor. Estos alteradaptadores aparecen mucho en marcas pragmáticas muy específicas: por ejemplo, cuando se inicia o se concluye una interacción suele haber alteradaptadores. Además, pueden ser usados con una intención muy clara: si el emisor toca constantemente al receptor puede querer transmitir intimidad y complicidad. No obstante, debe mencionarse que el uso de alteradaptadores es muy distinto dependiendo de las culturas y, por lo tanto, debe tenerse en cuenta siempre ese factor (Poyatos 1994: 213-217).
- **Somatoadaptadores.** El epígrafe "los íntimos de nuestro cuerpo" es el que acompaña a los somatoadaptadores en la clasificación de Poyatos. En esta categoría se recoge el uso de todos los objetos que tienen estrecha vinculación con el emisor y su cuerpo. Es decir, además de la ropa, también tienen que tenerse en cuenta: gafas, cigarrillos, maquillaje, perfume, joyas, etc. Podría entenderse que los somatoadaptadores son todos los complementos del cuerpo humano. Esta categoría es extremadamente valiosa porque determina eficazmente la voluntad comunicativa del emisor a través de los objetos que circundan a su cuerpo. (Poyatos 1994: 217-221). Los ejemplos también pueden verse en la aportación que hace García Fernández sobre los somatoadaptadores:

Se trata de signos que surgen cuando se producen, manipulan, se muestran o se presentan objetos por parte de un ser humano. Los elementos de código pueden incluir los objetos que un individuo lleva puestos: cosméticos, joyas, ropa, bolsos, medallas, insignias e instrumentos individuales, tales como lápices, pipas y gafas. (García Fernández 2000: 139)

Por otro lado, Fast (1994: 51) considera que los somatoadaptadores son una herramienta para construir una imagen personal: "la elección de una imagen para intentar vivir de acuerdo con ella, puede no ser de gran ayuda en el manejo real de los problemas inmediatos, pero puede transmitir el subtexto de que uno está desenvolviéndose muy bien, y ganarse así la confianza de los que nos rodean". La mayoría de la bibliografía pone su atención especialmente en las mujeres. Por ejemplo, Pease & Pease (2006: 295) llegan a decir de las mujeres que: "el maquillaje proporciona a la mujer una imagen más inteligente, confiada y sexy, y la combinación de gafas y maquillaje en el entorno profesional es la que un impacto más positivo tiene entre los observadores". Es decir, más allá de lo simples que puedan ser generalizaciones de este estilo, sí

que puede afirmarse que herramientas como el maquillaje son somatoadaptadores y que su única finalidad es el hecho de serlo.

- **Objetoadaptadores.** Finalmente, los objetoadaptadores son todos aquellos objetos (no relacionados directamente con el emisor y su cuerpo) que también entran en juego en la interacción. La importancia de esta categoría radica en que el entorno también puede influir en la interacción y en la percepción que pueda tener el receptor. Los objetoadaptadores tendrán mayor relevancia cuando el entorno de la interacción haya tenido la posibilidad de ser intervenido por el emisor conscientemente. Es decir, si se da la comentada interacción en un ascensor en un encuentro casual no hay ninguna información de los objetoadaptadores. En cambio, cuando se va a una entrevista de trabajo y se desenvuelve en el despacho del contratista, el mobiliario elegido (y su disposición, su configuración) puede estar transmitiendo mucha información al receptor acerca de su emisor y de la interacción en sí (Poyatos 1994: 221-223). Estos objetoadaptadores han sido analizados ya en otras clasificaciones bajo etiquetas diversas. A modo de ejemplo para finalizar, Cáceres (2003) define los “factores del entorno” como algo que:

comprende todos los elementos que interfieren en la interacción pero que no son parte directa de ella: por ejemplo, los muebles, la música, el decorado, la temperatura, las condiciones de luz, color, olor, ruidos y todo aquello que puede afectar a los sujetos que comunican. (Cáceres 2003: 153).

Como se puede apreciar, la clasificación que ofrece Poyatos contiene las categorías esenciales de la comunicación no verbal recogidas por otros autores (emblemas, marcasdiscursos, autoadaptadores, etc.) pero incluye muchas más de forma más detallada y sistemática. Además, se ha considerado que la nomenclatura es muy coherente con el significado que se puede deducir de las propuestas y son términos mucho más transparentes.

7. COMUNICACIÓN MEDIATIZADA POR ORDENADOR

Se entiende por *comunicación mediatizada por ordenador* toda aquella manifestación comunicativa que tiene como medio un dispositivo electrónico. Es decir, se debe extender el término ordenador a otros dispositivos como teléfonos móviles, SmartTV, etc. aunque, para simplificar, se suele utilizar el término *ordenador* para englobarlo todo –como se hará en este estudio.

La comunicación mediatizada por ordenador es, en sí misma, una revolución (como lo fue la escritura en su tiempo). Por ello, resulta sencillo trazar el paralelismo entre la imprenta y el ordenador (aunque ya se escribiera con pluma). Es decir, el ser humano logró comunicarse (oralmente) con otros congéneres. Posteriormente, descubrió (en realidad, inventó) una nueva forma de manifestarse con un interlocutor: mediante la escritura. La escritura, en un origen de soporte duro y actualmente en soporte blando fundamentalmente, presentó unas nuevas características en el modelo de interacción, como se ha visto anteriormente de un modo breve. Pues bien, el ordenador ha significado exactamente lo mismo: un nuevo desafío a los modelos de comunicación ya existentes.

La comunicación a través de un ordenador empezó a propagarse en la sociedad en general a partir de los años noventa. La implementación ha sido tan grande que se ha naturalizado a tal nivel que ya es una nueva forma de expresión intrínseca al ser humano (se entiende que en la cultura occidental desarrollada). El gran éxito de los ordenadores ha sido su interconexión en lo que hoy es llamado Internet. Hay muchos estudios que avalan la gran implementación que ha tenido el ordenador en la vida cotidiana de los españoles, por ejemplo, en investigaciones recientes como la de Moral Toranzo (2009).

La comunicación mediatizada por ordenador presenta algunas particularidades que pueden resumirse en:

There are four major differences that are likely to be important moderators. First, it is quite possible to be anonymous while on the Internet. [...] The physical distance, or propinquity, does not matter on the Internet means that one can interact with, and meet, people from all over the world, at least those who speak the same languages.[...] Also, unlike in real life, physical appearance and visual cues more generally are not present and not an influential factor on the Internet. [...] Finally, time becomes relatively immaterial on the Internet. Not only can an individual engage in a social Exchange without the other person being online at the same time but also he or she has far greater control over his or her side of the interaction. (McKenna & Bargh 2000: 60).

La única diferencia discutible es la que hace referencia a la ausencia de apariencia visual y otros elementos no verbales en Internet. Si bien es cierto que todavía hay limitaciones (como olores, tactos, etc.), la apariencia de una persona puede mostrarse en Internet gracias a servicios como Skype. El resto de características, en cambio, son señas de identidad de Internet y son, esencialmente, ventajas comunicativas.

Por ello, se puede afirmar que la comunicación mediatizada por ordenador es un tipo de comunicación que, en general, se asemeja más a la escritura (además, los

dos son medios artificiales, no naturales). No obstante, gracias a los últimos avances científicos (como el ya mencionado Skype) puede ofrecerse desde un ordenador una experiencia muy similar a la interacción oral. Esta interacción tendrá algunos inconvenientes como ya se ha visto (limitaciones no verbales) pero ofrece algunas ventajas como, por ejemplo, la posibilidad de mantener una interacción cara a cara estando en puntos distintos de la Tierra.

En el caso de YouTube, la interacción que se da es muy parecida a la que ofrece una videoconferencia (en Skype, por ejemplo). No obstante, hay algunas diferencias fundamentales que presentan acertadamente Biel & Gatica-Perez (2001: 3): “However, three fundamental differences are: the asynchronous nature of blogs, their monologue-like nature, and the availability of a huge amount of data and metadata, which are associated with the «broadcast yourself, reach everyone» core idea of YouTube”.

Además, se debe tener en cuenta que YouTube presenta un alto grado de manipulación de la situación comunicativa en tanto que es una pieza audiovisual (Figura 1). En palabras de García Fernández (2000: 36):

Los códigos mediáticos son creados a través de la invención, selección, manipulación y presentación en un medio de comunicación. Aparecen en un tipo de objeto fabricado por el hombre: fotografías, películas, cintas de vídeo, gráficos, dibujos, estatuas, grabaciones, publicaciones, etc. En cada medio de difusión masiva (cine, prensa, radio, televisión...) el comunicador dispone de opciones. Puede manipular una y otra vez. Puede cambiar el tamaño, formato, el color, iluminación. Puede modificar el volumen y los efectos del sonido, el ritmo, la realización o la *puesta en escena*. Puede reorganizar el tiempo y el espacio (el esquema o *parrilla* de programación en radio y televisión). Para el comunicador profesional, esto abre nuevas vías para el ocio, la comunicación, la persuasión y la manipulación. (García Fernández 2000: 36).



Figura 1: “Me at the zoo”, primer vídeo en YouTube

8. INTERNET Y YOUTUBE

En palabras de Lacoste (1998:181): “Internet, la gran red informática mundial, interconexiona ordenadores en todo el mundo, permitiendo así que los mensajes, los datos, las imágenes, etc. fluyan constantemente en todas las direcciones”. Por lo tanto, Internet es, simplemente, la red (metafórica y literal a la vez) que une todos los ordenadores para poder intercambiar información. Es decir, esta herramienta pretende, idealmente, “unir e interconectar a todas las personas del planeta” (Lacoste 1998: 181). La causa del nacimiento de esta gran red se halla, como en el caso de otros grandes inventos como el radar o el GPS, en la guerra (fría). Aunque esta motivación no fue la única: se quería transmitir información de alto interés entre distintos puntos de Estados Unidos. Esta conexión primitiva, llamada ARPANET, posteriormente, evolucionó en lo que se conoce hoy en día. En otras palabras:

De origen académico-militar, surgió durante las postrimerías de la década de los sesenta y no es sino hasta alrededor de los noventa que empieza a trascender estos entornos para insertarse paulatinamente en las prácticas cotidianas de un creciente número de personas alrededor del mundo (Pérez Salazar 2013: 198)

Esta red llamada Internet presenta, en sí misma, una serie de servicios que son usados a diario por millones de personas. Los principales, resumidos por Lacoste (1998: 183-186), son: correo electrónico, tablón de anuncios, transferencia de ficheros, WWW y conversación. Cabe recordar que todos estos servicios son genuinos de internet y que, por lo tanto, no son dependientes de la World Wide Web, sino que simplemente usan la conexión entre ordenadores.

Los cambios se han producido a un ritmo vertiginoso. La revolución de Internet empieza a darse con la llegada de los ordenadores y la conexión telefónica a Internet en los hogares medios, es decir, en los años noventa. En otras palabras, la clave del nuevo internet es mostrarse como un lugar ácrata que hace partícipes a todos sus participantes: “User-generated content refers to information and material that is created by Internet users themselves. The term came into mainstream in 2005 as a result of the irresistible boom of the “do-it-yourself Web” (Beck 2007).

Con el nacimiento de la Web 2.0, la web está permanentemente actualizada y mucho más vinculada al usuario. O sea, en palabras de Cebrián Herreros (2008: 349):

En consecuencia, lo más importante de la web 2.0 es la participación ciudadana que fomenta. Los usuarios ya no son meros receptores pasivos, ni siquiera meros receptores activos e interactivos. El gran cambio procede de la capacidad que se les da para la creación y producción de informaciones y de mensajes.

Posteriormente, debe destacarse lo que algunos llaman la Web 3.0. Esta nueva consideración se basa, sobre todo, en los principales avances que ha hecho la Web a través de dispositivos móviles. Actualmente, herramientas como la geolocalización o

las galletas (también conocidas como *cookies*) ofrecen una experiencia mucho más personalizada al usuario.

En último lugar, no se puede olvidar el papel del vídeo en la Web (fundamental en este estudio). Su presencia es una gran revolución ya que, hasta entonces, los únicos lugares donde se podían consumir materiales audiovisuales eran el cine y la televisión. En cambio, ahora, casi todo el mundo dispone –en su habitación, despacho o, incluso, bolsillo– de un dispositivo propio que reproduce un número infinito de materiales audiovisuales. En este aspecto también está la clave del éxito del vídeo en la web: anteriormente, en las dos distribuidoras habituales de vídeos, no había posibilidad de elección. Es decir, solo se podía gozar de un número limitado de vídeos y, además, eran aquellos que se quería desde los medios de distribución citados. En cambio, en Internet hay una apertura que permite casi cualquier contenido, en cualquier momento del día y como prefiera el consumidor. En estas características está, por ejemplo, el éxito de la pornografía en Internet. En otras palabras:

Aunque navegando por el ciberespacio podemos acceder a las grandes narrativas extendidas (películas, programas de televisión, programaciones completas), el producto más característico es el vídeoclip, un relato concentrado, que requiere una atención fugaz, apto para un consumo banal y compulsivo y fácilmente compartido mediante la difusión viral. En YouTube todos volvemos a ser los hermanos Lumière (Díaz Arias 2009:65).

La plataforma sobre los audiovisuales más importante en la web es YouTube, creado en 2005 por Jawed Karim, Steve Chen y Chad Hurley. Esta plataforma, en palabras de Larrañaga & Ruiz (2009: 117), es: “tanto una comunidad para compartir videos online como un motor de búsqueda”. Y en esta web es habitual “subir videos, grabar los favoritos, comentarlos, suscribirse a determinados usuarios y etiquetas, y crear o unirse a grupos de intereses compartidos” (Larrañaga & Ruiz 2009: 117). Es decir, además de poder subir y ver vídeos, hay un entramado social que une mucho más la comunidad de YouTube (Figura 2). Además, la relevancia que ha adquirido este portal en diez años ha sido espectacular. Según Alexa², YouTube, actualmente, es la segunda web con más visitantes, justo detrás de Google.

²<http://www.alexa.com/topsites>

[Portal web de análisis de datos de Internet. Especialmente hace análisis comerciales del tráfico en la web.](http://www.alexa.com/topsites)

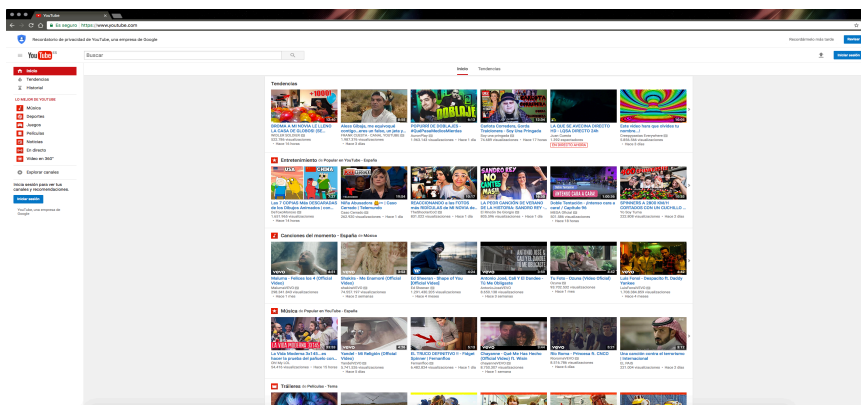


Figura 2: Aspecto de la página web de YouTube en España

La filosofía de YouTube estaba fijada desde el momento de su nacimiento. Por ejemplo, su nombre ya ofrece pistas de su finalidad principal: *tu televisión*. Dando a entender que el portal es la ventana audiovisual que se abre para cada usuario. En otras palabras: “el sitio propone una «autodifusión espectacularizante», o bien, una pragmática de la difusión espectacular del «yo», un «Difúndete» en el marco conceptual de la noción del *espectáculo electrónico, mediático, comunicativo*”. [sic] (Bañuelos 2009).

Asimismo, esta nueva posibilidad de mostrarse al mundo no ha catapultado únicamente a los conocidos *youtubers*, sino que hay muchas figuras relevantes del panorama musical, por ejemplo, que han salido de este portal. Como muy bien se expone en Freixas *et al.*(2014): “Sin YouTube no conoceríamos a artistas como Lana del Rey, Justin Bieber, Pablo Alborán o PSY que, gracias a la difusión de sus vídeos, se han convertido en estrellas de la música y referentes mundiales de gran reputación.” En esta misma línea, YouTube también influye en las nuevas propuestas de la televisión tradicional. Por ejemplo, recientemente, los principales canales de televisión han intentado abrirse hueco en el mismo YouTube o en otras webs de audiovisuales para poder gozar también de la proyección ecuménica de la red, la libertad horaria del consumo, etc. No obstante, hay muchas otras consecuencias de esta influencia, como recoge Pérez de Silva (2000: 110-127).

Por otro lado, también es muy interesante la reflexión que hace Lange (2007) acerca de la nueva relación que se da entre los usuarios. En este caso, al carácter televisivo de YouTube, se le ha sumado la esencia de una red social (en el sentido digital y en el sentido sociolingüístico) que origina nuevas conexiones entre usuarios desconocidos hasta entonces. En cambio, hay investigadores como Gallardo Camacho que relativizan mucho esta aparente revolución: “El espectador de televisión solo ha cambiado la pantalla en la que consume pero mantiene algunas de sus actitudes pasivas y sus gustos.” (2013: 20). Es decir, aunque YouTube ofrezca muchísimas posibilidades interactivas, lo más corriente es que el usuario vea el vídeo y no comente en él, no le dé a me gusta, etc.

No obstante, el éxito de YouTube realmente se inició con la fuerte apuesta por un modelo de negocio que sigue hasta la actualidad: “El modelo de negocio de YouTube se fundamenta en los ingresos obtenidos por medio de la publicidad. La fuerza de esta empresa, como todas las empresas típicas de la Web 2.0, se basa en las aportaciones voluntarias de millones de personas” (Larrañaga & Ruiz 2009: 120). Esta última frase debe matizarse. Esta “aportación voluntaria de millones de

personas” no se refiere a donaciones como sí que ocurre en otros portales de la Web 2.0 como Wikipedia o portales de *crowdfunding* (o micromecenazgo). En este caso, la aportación voluntaria que hacen millones de personas son sus vídeos. Es decir, YouTube no tiene material propio, todos los vídeos que almacena son de otros usuarios y la plataforma simplemente gestiona su distribución.

En la actualidad, la situación es ligeramente distinta. YouTube decidió incorporar anuncios a los vídeos de los usuarios para poder monetizarlos pero, recientemente, está pagando un porcentaje a los creadores de dicho vídeo en función del número de visitas que recibe el vídeo. Esta retribución al usuario (aquel que es capaz de atraer muchos visitantes) es el punto de inflexión que explica el nacimiento de la figura del *youtuber*, que se verá en el siguiente apartado.

No obstante, esta monetización se aleja del espíritu colaborativo de la Web 2.0 y, por lo tanto, YouTube se convierte en un modelo de negocio muy rentable (gracias a la publicidad). Este nuevo YouTube ha supuesto, entonces, la creación de nuevas tendencias, nuevos modos de consumo, etc. Todo ello ya ha sido recogido en algunos estudios que intentan pormenorizar estas características de YouTube, por ejemplo el análisis de Pérez Rufí y Gómez Pérez (2012).

9. YOUTUBERS

A raíz del nuevo esquema comercial que plantea YouTube, comentado anteriormente, la plataforma ha ido adquiriendo mucha más popularidad e interés entre los usuarios de Internet. Dentro de este crecimiento, también se da la consolidación del usuario que sube vídeos a YouTube. Puede entenderse que se da un cambio en el *modus operandi* de este usuario: empieza a ser mucho más complejo, profesional, estable, etc.

No obstante, antes de hablar de las características de los *youtubers*, se debe hacer una reflexión sobre el grupo extensional al que hace referencia la etiqueta, ya que, como muy bien señalan Bonaga & Turiel (2016):

Para algunos es *youtuber* todo aquel [...] que sube vídeos a la plataforma. Por otro lado están los que opinan que el término debería quedar reservado en exclusiva para referirse a todo aquel individuo que, con una periodicidad regular y constante, sube contenidos a la plataforma y consigue convertir en retribución monetaria el número de visualizaciones de un archivo dado. Lo que se conoce con el anglicismo de «monetizar las visitas». (Bonaga & Turiel 2016: 120).

Además, estos autores presentan el símil futbolístico: no se suele considerar futbolista a todo aquel que da patadas a un balón, solo se usa para aquellas personas que se dedican a ello expresamente. En el caso de YouTube ocurriría lo mismo: el hecho de subir un vídeo de forma marginal no supone que el usuario pase a ser automáticamente *youtuber*. Esta consideración es la que se tendrá en cuenta en este estudio y, por lo tanto, se considerará que no es *youtuber* todo aquel que tiene un vídeo en YouTube.

Aunque los *youtubers* empezaran hace años como principiantes (dada la juventud de la web), hoy en día presentan el rigor que se le supone a una profesión:

Se dedican a grabar videos de forma *amateur* en un principio y profesionales una vez que van recibiendo cantidades ingentes de suscriptores y que mejoran la calidad y contenido de sus videos. En su mayoría se trata de jóvenes que tienen pocos años más que el *target* que les sigue, y tratan temas de actualidad de una forma coloquial, convirtiéndose, en cierta medida, en líderes de opinión. (Rego Rey & Romero-Rodríguez 2016: 198).

Las condiciones laborales de los *youtubers* no están muy claras dada la opacidad de YouTube (desde que fue adquirido por Google). Aun así, se puede hacer una estimación porcentual como la siguiente:

En 2007 Google adaptó su sistema de publicidad, AdSense, a YouTube, creando así el programa de Partners. De esta manera Google reparte los ingresos publicitarios generados por los anuncios entre ellos y el canal que los muestra. Ahora mismo el creador se lleva el 55% de los ingresos generados. (Viana 2016: 23).

Sin embargo, esta cifra no es la única retribución que reciben los *youtubers*. Como se comenta en Viana (2016: 101-109), hay otras muchas formas de hacer negocio en YouTube. A modo de ejemplo, se pueden citar algunas: *publicidad directa*, *publicidad encubierta*, *encuentros en teatros*, *libros*, etc. No obstante, la profundización en la génesis del *youtuber*, su evolución, sus características y sus cuitas se hallan muy bien recogidas en Berzosa (2017).

Por otro lado, una de las incógnitas que puede seguir sin resolverse es cuáles son los temas de estos *youtubers*. Aunque la naturaleza de la plataforma permite que se hable de prácticamente todo lo que se quiera (por ejemplo, hay un joven en el corpus analizado que tiene un canal de cubos de Rubik), lo más habitual, como recogen Rego Rey & Romero-Rodríguez (2016: 199), es que los vídeos traten “de videojuegos, moda, *fitness*, hacer bromas,” etc. En la misma línea está Holmbom (2015), aunque en este caso abre la posibilidad de que algunos de los *youtubers* reputados no hablen de lo que realmente les interesa sino que, como buenos conocedores de la mercadotecnia, hablan de lo que ven que triunfa en YouTube (lo que le interesa al público de su edad):

Finding an audience for that particular category of videos is also not always easy. It is beneficial to choose a more commonly popular genre, such as videos about a certain video game or the very common YouTube genre of make-up videos. This search for a content creator's genre and style is an important process that is essential to the future of any YouTube channel's prosperity. Although this depends on the intentions of the content creator, most people do not upload YouTube videos aiming for stardom, and then the choice of genre matters less. (Holmbom 2015: 21).

Es decir, los temas que aparecen en los vídeos de los *youtubers* son aquellos que son propios de los *millennials*.

Millennial o “generación Y” es la etiqueta que hace referencia a los nacidos entre 1980 y el año 2000. Se encuentran entre la generación X (también conocida como la generación del *babyboom*) y la generación Z (los nacidos a partir del 2000). Como muy bien indica Águila (2012: 89): “Su quehacer generacional está socialmente condicionado por internet y las nuevas tecnologías, pero el rótulo genérico le viene dado por una contingencia meramente alfabética. La Generación Y es la sucesora cronológica de la Generación X.” Además, puede también tenerse en cuenta que la esencia de la Generación Y es que son nativos digitales. Esto supone que: están “acostumbrados a la rapidez, la instantaneidad del hipertexto, la acumulación de archivos”, etc. (Flores Vivar & Esteve Ramírez 2009: 115).

Así pues, una vez establecida la relación entre el *youtuber* y la generación Y, crecida con Internet, se puede entender mejor el tipo de vídeo que más éxito tiene en YouTube: el *vlog*. La palabra, formada por *vídeo* + *blog*, hace referencia a todos esos

vídeos de YouTube que, simplemente, son diarios personales digitales. Es decir, el *youtuber* cuenta qué le ha ocurrido, en qué está pensando, cuáles son sus inquietudes y cavilaciones, etc. como si fuera su diario personal. Por ello, Biel & Gatica-Perez (2013: 41) dicen: “Based on user profiles, some research has suggested that the behavior of users in social networks reveals a clear intent of sharing their personality online”.

En definitiva, el *youtuber* es un creador de contenido audiovisual en YouTube. Su principal acierto es conocer perfectamente los intereses de los jóvenes de su generación. Desde el punto de vista temático, ofrece entretenimiento relacionado con los asuntos que interesa a la Generación Y (por ejemplo, en la televisión tradicional no hay programas dedicados a videojuegos). Desde el punto de vista formal, conecta con un estilo propio de los jóvenes y, además, estas formas no parecen para nada impostadas. La forma en YouTube se trabaja desde tres columnas fundamentales: la **edición del vídeo**, el **lenguaje** y la **comunicación no verbal**.

Puesto que la edición no es objeto de estudio de esta investigación, pero en cambio, es significativa para entender los cambios que adquieren los *youtubers*, bastará con recuperar la síntesis que ofrece Urrea Giraldo (2014):

La mayoría de programas de la muestra evidencian corta duración de las piezas con un promedio de seis minutos, montaje lineal, ágil y rítmico, movimientos de cámara moderados y una ponderada primacía en la escala de planos, tendente a encuadres ajustados o cerrados; los programas analizados encaja en una morfología con elementos visuales figurativos, aunque la lectura de la imagen depende del bagaje del receptor; algunos elementos denotativos simples. En lo sonoro hay privilegio de la palabra como eje conductor en las historias y de la música incidental como acompañamiento en la mayoría de oportunidades. En estos casos la música cumple un papel narrativo, o de refuerzo de la intención expresiva en pocas oportunidades. (Urrea Giraldo 2014: 38).

En este estudio, como ya se sabe, se trabajará la última de las tres almas del éxito del *youtuber*, la *comunicación no verbal*. No obstante, antes deben hacerse unas breves consideraciones acerca del lenguaje del *youtuber* para poder, después, profundizar, específicamente, solamente en lo no verbal.

10. CARACTERIZACIÓN LINGÜÍSTICA DE LOS YOUTUBERS

La lengua de los *youtubers* es un asunto que ha sido escasamente tratado. Sin embargo, pueden hacerse algunas consideraciones generales tipificando sus características esenciales. Por ejemplo, se puede afirmar que las características lingüísticas de los *youtubers* son muy semejantes a aquellas que han sido tradicionalmente recogidas en sociolingüística dentro del habla de los jóvenes. Por lo tanto, hay un sentido endogámico del grupo que funciona con sus propias reglas. Es decir, hay un prestigio encubierto que se caracteriza por ir en contra de lo adulto (para este grupo, vetusto) y lo normativo (para este grupo, impropio). En otras palabras, la rebeldía típica de los jóvenes tiene un reflejo en el lenguaje (soez, agresivo, antinormativo, etc.) que también se utilizará en YouTube, obviamente.

Además, en YouTube este lenguaje se exagera aún más. El estilo que usan los *youtubers* es completamente informal. Esto se debe a que, así, consiguen penetrar mejor en la audiencia. Es decir, hablan al espectador como si fuera un amigo íntimo (relajándose lingüísticamente) para poder crear un mayor vínculo. No obstante, también puede darse el caso, en algún *youtuber*, que solo sea competente en este estilo informal y, por lo tanto, no sepa adecuarse a ningún otro contexto. No obstante, lo habitual es que sea con la finalidad comentada anteriormente.

También debe recordarse que el vídeo de YouTube es un monólogo. Por lo tanto, la lengua de los *youtubers* no puede mostrar interacción real. De ahí que su discurso esté lleno de intentos de generar ese *feedback* (o retroalimentación) con el espectador con interrogaciones (que quedan sin responder), siempre haciendo mención de los comentarios, los me gusta, sus redes sociales, para poder establecer un vínculo más directo con la gente, etc. Este recurso de búsqueda de *feedback* también se puede encontrar en la televisión en los dibujos animados de niños pequeños más actuales: se intenta preguntar al niño algo relacionado con el programa para hacerlo partícipe de ello.

Si se buscan ejemplos de todas estas características que se están comentando, Rego Rey & Romero-Rodríguez (2016: 213-222) han abierto la veda al análisis del lenguaje de los *youtubers* en España. En su caso, han analizado a tres *youtubers* (sus 3 primeros vídeos y sus 3 últimos en la fecha de consulta) para ver cómo es el lenguaje y, además, si ha evolucionado. A modo de ejemplo, se puede comentar el caso de elrubiusOMG, el rey de YouTube en España. “En total, en los tres primeros vídeos analizados, fechados en 2012, se hallan ocho referencias de discriminación, cinco de lenguaje soez y tres de violencia” (Rego Rey & Romero-Rodríguez 2016). En cambio, en los tres últimos vídeos de 2016 hay 64 muestras de lenguaje soez. Es decir, estas características han estado siempre presentes en la esencia de la lengua de los *youtubers* pero, con el paso del tiempo, se han acentuado mucho más ya que los mismos *youtubers* han visto la efectividad del recurso. Se puede concluir, por lo tanto, que el lenguaje de elrubiusOMG (y, por extensión de los *youtubers*) es machista (“A fregar”), soez (“Para qué coño sirve esto”) y violento (“Fuck that shit!”). Debe recordarse que este *youtuber* es el modelo ideal de *youtuber* en España y que, por lo tanto, sus manifestaciones lingüísticas serán imitadas.

Además, hablando de elrubiusOMG, se debe mencionar un vídeo suyo, titulado “La nueva CENSURA en Youtube³”, que ejemplifica perfectamente los cambios que se están produciendo en YouTube y evidencia la gran conciencia del lenguaje que tienen *youtubers* como elrubiusOMG. En los primeros minutos del vídeo, el protagonista habla con un lenguaje correcto, normativo e, incluso, dulcificado. Esta es su forma (irónica) de quejarse de la nueva política de YouTube, que sanciona a los *youtubers* que son soeces, violentos, etc. y reprueba su lenguaje (lleno de referencias sexuales, faltas de respeto, vulgaridades, etc.). Según elrubiusOMG, esta nueva postura de YouTube (que se hace para que los anunciantes no se vayan) perjudica al *youtuber* en tanto que no puede crear sus contenidos libremente y censura los contenidos de los vídeos y ciertas manifestaciones lingüísticas. Los *youtubers* no entienden esta postura de la plataforma porque, como se ha mencionado anteriormente, uno de los principales atractivos de YouTube era la libertad total para crear y difundir. Por lo tanto, parece ser que cuando hay dinero en juego y la publicidad está sustentando este modelo de negocio, la censura y la autocensura están a la orden del día, como ocurre con normalidad en la televisión tradicional.

³<https://www.youtube.com/watch?v=SpWg5bpcLEE>

PARTE III.

LA COMUNICACIÓN NO VERBAL EN YOUTUBE

11. INTRODUCCIÓN

En este apartado se recogerán los resultados obtenidos del análisis del corpus recopilado. Estos resultados se clasificarán y se comentarán, con la finalidad de poder orientar el estudio hacia la respuesta de los objetivos planteados en el mismo. El análisis consta de tres partes fundamentales:

1. En primer lugar, se ofrecen los datos generales de los *youtubers*. O sea, se presenta la suma total de los datos obtenidos (divididos en sus respectivas categorías) para poder ver realmente cómo es la comunicación no verbal en YouTube. Por lo tanto, se intenta sistematizar todas las muestras obtenidas para llegar a la respuesta de cómo es la comunicación no verbal en los *youtubers*. Asimismo, se comentan las producciones más características (o relevantes) y se ejemplifican.
2. En segundo lugar, se desglosan los datos obtenidos y se clasifican en distintos grupos relativos a género, dialecto y red social. Con esta nueva presentación (Figura 3) se podrá ver si la comunicación no verbal de determinados grupos difiere notablemente de su valor opuesto y, por lo tanto, se trata de un rasgo importante sociolingüísticamente. Del mismo modo, se comentan los casos más llamativos y se ofrecen múltiples ejemplos. Por lo tanto, en este apartado se trata de analizar si la comunicación no verbal de los *youtubers* es igual en todos los grupos y, en caso de que lo sea, en qué difiere.

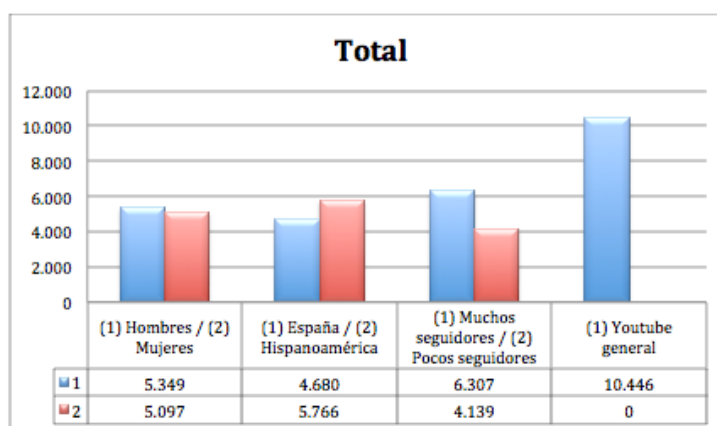


Figura 3: Resumen de la cantidad de muestras de comunicación no verbal encontradas

3. Finalmente, en el último apartado, se rescatan los valores generales de los *youtubers* para compararlos con una muestra muy parecida técnicamente (es también un vídeo en YouTube) pero que representa eso que se ha llamado el modelo tradicional de comunicación no verbal, aquel presente todavía en la televisión. Esta comparación es muy útil porque permite, además, justificar el hecho de no extender el término *youtuber* a todas aquellas personas con vídeos en YouTube. Asimismo, se puede entender perfectamente cuáles son

La comunicación no verbal en los youtubers

las diferencias esenciales entre la comunicación no verbal en YouTube y la clásica pero, además, también se puede entender mucho mejor por qué los vídeos de la primera tienen tanto éxito entre los jóvenes y, en cambio, los vídeos de la segunda, no.

No obstante, antes de acercarse a estos tres análisis propuestos, es necesario hacer algunas consideraciones acerca de la interacción que se da entre un *youtuber* y un espectador ya que condicionará en algunos puntos (como se verá) la comunicación no verbal que puede aparecer.

12. CARACTERIZACIÓN DEL TIPO DE INTERACCIÓN EN LOS YOUTUBERS

La interacción que se produce entre un *youtuber* y un espectador es, en esencia, un nuevo tipo de comunicación. Por ello, las propuestas teóricas de la comunicación y de la comunicación no verbal que se han visto deben adaptarse o reformularse en algunos de sus aspectos. Por lo tanto, antes de analizar vídeo alguno se tienen que hacer algunas consideraciones previas.

12.1 La comunicación en YouTube

En primer lugar, se debe recordar que el acto comunicativo en YouTube se desarrolla a través de un ordenador (o teléfono móvil, tableta, etc.) y, además, no se da un intercambio comunicativo en vivo. Entonces, la temporalidad del mensaje no está fijada, esto es, anclada en un tiempo determinado: el vídeo se puede ver en el mismo instante en que es subido a YouTube o al cabo de tres años, por ejemplo. En definitiva, a pesar de ser una comunicación puramente oral se asemeja más, en este caso, a la comunicación escrita.

En segundo lugar, en YouTube se da una comunicación bastante pasiva: la iniciativa comunicativa la lleva el emisor (el *youtuber*) y no se da un intercambio de turno de habla con el receptor como sí que ocurriría, por ejemplo, en una videollamada a través de Skype. Sin embargo, no se puede considerar una comunicación unidireccional (donde el receptor simplemente recibe un mensaje y no tiene posibilidad de réplica) ya que debajo del vídeo en cuestión hay un aparato de comentarios que pueden dejar los seguidores del *youtuber*. Es decir, existe la posibilidad por parte del espectador de influir en el próximo vídeo del *youtuber* (el próximo mensaje del emisor). Esta característica es una de las que más diferencia el entretenimiento en YouTube de la televisión tradicional.

En tercer lugar, el receptor del mensaje no está preestablecido. Cualquier vídeo subido a la red presenta la posibilidad de ser visto por cualquiera. Además, también se desconoce el número de receptores del mensaje: es potencialmente infinito. Por ello, los *youtubers* más reputados –conscientes de que pueden ser vistos por un joven de Manila que hable español, por ejemplo– intentan ser universales. Es decir, el código (el español), en este caso, engloba distintas comunidades de habla (culturas). Asimismo, parece obvio que la comunicación que se da es también asimétrica en la relación que se da entre el emisor y el receptor: el emisor es completamente conocido, incluso está sobreexpuesto en ocasiones, y, en cambio, el emisor desconoce a sus receptores. Además, este hecho tendrá consecuencias en el plano no verbal como se verá más adelante.

En cambio, el emisor no es tan aleatorio. El *youtuber* plantea una situación comunicativa plenamente buscada (no es casual) y, además, hay posibilidad de enmendar el mensaje (o parte de él) si es necesario. Es decir, como en un texto escrito, hay premeditación, no es espontáneo. Esta situación es la que posibilita que haya *youtubers* con mucho éxito y, por el contrario, creadores de contenido

prácticamente desconocidos. La posibilidad de jugar que da el medio es prácticamente infinita gracias a la edición.

En resumen, la comunicación que aquí se presenta es la siguiente: un emisor (con un propósito comunicativo previamente determinado) que transmite un mensaje (premeditado, editado y corregido) a un receptor (desconocido e ilimitado) a través de un canal (YouTube) y un código (español) determinado, aunque con un contexto comunicativo tan variable como visualizaciones tenga el vídeo (el tiempo y lugar de la recepción lo elige el receptor).

12.2 La comunicación no verbal en YouTube

El medio, YouTube, como cualquier otro, condiciona mucho las posibilidades de comunicación no verbal. Por ejemplo, por defecto, la comunicación mediatizada por ordenador es mucho más pobre en cuanto a posibles canales de comunicación no verbal. Hay algunos sentidos o vías que no se pueden explotar con la tecnología a día de hoy: el olfato, el tacto, el gusto, etc.

Por otro lado, hay otras categorías (que ya se han visto en Poyatos) que se dan mínimamente en los vídeos de YouTube: *química*, *dérmica*, *térmica* o la *proxémica*. Las limitaciones son obvias: es muy difícil percibir en un vídeo si aumenta la temperatura corporal del emisor o si este está sudando o llorando.

Aunque el modelo de análisis que propone Poyatos se mantendrá íntegro para este análisis, hay que prever que la interacción que ofrecen los youtubers niega la existencia de dos categorías: *alteradaptadores* y *no interacción*. La primera no se puede dar porque no existe la posibilidad de tocar al receptor mientras se interactúa. La segunda, asimismo, es imposible ya en su planteamiento: no pueden producirse gestos, por ejemplo, en una situación de no interacción con nadie porque todo aquello que aparece en el vídeo forma parte del mensaje que quiere transmitir el emisor a sus receptores. Sin embargo, dada la riqueza de YouTube deberá confirmarse esta hipótesis de las limitaciones con el análisis.

Finalmente, también se tiene que destacar el concepto de *usage*:

regular and consistent circumstances surrounding the occurrence of a nonverbal act. Usage includes (1) the external conditions found whenever the act occurs, (2) the relationship of the act to the associated verbal behavior, (3) the person's awareness of emitting the act, (4) the person's intention to communicate, (5) feedback from the person observing the act, and (6) the type of information conveyed by the act (Ekman & Friesen 1969: 53).

Este concepto recoge la influencia que el contexto del acto comunicativo puede tener en el desarrollo de cierta comunicación no verbal u otra. Por ello, dentro de lo posible, se ha intentado unificar al máximo el contexto que hay detrás de los vídeos analizados. Así, al tener el corpus un *usage* similar, la comunicación no verbal presentará muchas semejanzas que permitirán el análisis y la comparación. Precisamente, para seguir el *usage*, se ha procurado que todos los vídeos hablen de lo mismo ("50 cosas sobre mí") ya que así es más fácil que se comparta el tema, la situación, la intención, la duración del vídeo,...

13. ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL DE LOS YOUTUBERS

13.1 Cómo se realiza el análisis

El análisis del corpus contiene tres partes diferenciadas. En una primera parte, se presentan los datos fundamentales del vídeo:

DATOS TÉCNICOS	
NOMBRE VÍDEO	
ENLACE	
DURACIÓN	
YOUTUBER	
CARACTERÍSTICAS	

Figura 4: Datos técnicos.

Los denominados datos técnicos pretenden dar la información básica del vídeo analizado y facilitar su acceso. Además, se han añadido las características sociales del *youtuber*. Es decir, se refleja la condición de la persona (lugar, sexo y éxito social) para poder constatar si esta influye en modo alguno en la comunicación no verbal desde un punto de vista sociolingüístico.

La segunda parte, en cambio, recoge datos de índole no verbal. Sin embargo, esta no forma parte de la clasificación propuesta por Poyatos. De hecho, son aspectos que no recogía Poyatos y que se han considerado relevantes para conocer mejor la situación no verbal que, en general, se da en los *youtubers*. Se ha organizado así:

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	
LUGAR DE LA EMISIÓN	
SOMATOADAPTADORES	
OBJETOADAPTADORES	
POSICIÓN CORPORAL	

Figura 5: Situación no verbal de partida.

Este apartado ha sido titulado, como se puede ver, “Situación no verbal de partida”. La propuesta de Poyatos pretende clasificar todas las manifestaciones no verbales que se dan en una interacción. Sin embargo, la clasificación no puede reflejar cuál es el inicio no verbal en la interacción. Por ello, se dará cuenta de cuál es la distancia inicial que se da, cuál es el lugar elegido para comunicar (ya que se puede elegir), qué ropa y complementos usan, qué objetos circundan el mensaje y qué posición corporal adoptan para comunicar.

Finalmente, se ha usado, íntegra, la clasificación que propone Poyatos que ya se ha comentado anteriormente:

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS								
MARCADISCURSOS								
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEICTICOS								
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS								
MARCASUCESOS								
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES								
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES								

Figura 6: Análisis no verbal de la interacción

13.2 Resultados globales obtenidos

13.2.1 Situación proxémica inicial

La situación proxémica inicial es uno de los indicadores más propios de YouTube. En primer lugar, lo es porque la comunicación se da con un intermediario: la *cámara*. El problema que presenta la lente es que no puede hacerse una medición exacta de la distancia que se da entre la cámara y el emisor. Sin embargo, sí que puede etiquetarse la distancia que se da en los términos propuestos por Edward T. Hall (1997:140): “Eran suficientes cuatro [distancias], que denominé íntima, personal, social y pública (cada una de ellas con una fase abierta y una cerrada)”.

Por defecto, debe señalarse que los *youtubers* tienden a situarse muy cerca de la cámara. La distancia preferida es la *íntima*. El emisor suele colocarse a unos tres palmos de distancia de su cámara. Lógicamente, esta no es una elección azarosa o inane: para poder penetrar mejor en la audiencia se quiere emitir desde cerca. En palabras de Teresa Pont (2008: 37); “la mayor o menor proximidad física dependerá siempre, claro está, de la confianza o de la intimidad que haya en la relación”. Sin embargo, en YouTube el orden es el inverso: no se da una gran proximidad porque haya mucha confianza o intimidad sino que se fuerza esta proximidad para crear un mayor vínculo con el receptor, para buscar la confianza. En otras palabras: “el excesivo y frecuente acercamiento corporal a otra persona parece estar al servicio de intentar encontrar en ésta un sentido de plena accesibilidad hacia uno mismo, una total disposición y receptividad, en ocasiones como si se tratara de una especie de pertenencia, de una búsqueda forzada y sutil de intimidad” (Pont 2008: 35).

Las otras dos opciones que aparecen son las contiguas a la distancia íntima: la *distancia íntima privada* (un palmo de distancia), es decir, lo que aparece en Hall bajo la etiqueta de “Distancia íntima – Fase cercana” (1997: 143) y la *distancia personal* (un metro de distancia). En definitiva, siempre se comunica desde la cercanía: el receptor es, proxémicamente, un amigo íntimo cuando se le habla y no un desconocido o alguien inferior socialmente. Además, se debe constatar que no se han encontrado ejemplos de distancia social y pública; el medio, YouTube, no es propenso a ello.

La distancia que se produce entre el receptor del vídeo y la reproducción del vídeo no se puede sistematizar. No obstante, se puede afirmar que la distancia es también escasa: estos vídeos se suelen consumir en teléfonos móviles o tabletas (a 20 centímetros) o en ordenadores (a medio metro de distancia). Los vídeos de los *youtubers* no se suelen reproducir en un televisor o en un proyector, por ejemplo (4 o 5 metros de distancia). Este hecho crea un vínculo mucho más directo (y sincero en apariencia) entre el emisor y el receptor, algo muy distinto a lo que ocurre con los programas de televisión.

13.2.2 Lugar de la emisión

El lugar de emisión también apunta en la misma dirección que la proxemia. Lo habitual en los *youtubers* es que la grabación se realice en interiores (en un 97%). Por lo tanto, solo el 3% de los vídeos (aquellos que han sido más atrevidos y originales) han salido a la calle. La causa, en realidad, es doble: se graba mucho mejor en el interior (el sonido es más nítido) y, además, el espacio cerrado favorece que se cree esa proxémica más cercana.

Dentro de los espacios de interior, la *habitación* (el dormitorio) es el lugar preferido. Esta elección apunta en la misma dirección: se crea un ambiente mucho más íntimo entre dos personas si se encuentran en la habitación de una de ellas que si el encuentro se hiciera en un despacho o en un garaje. La segunda opción (aunque más minoritaria) es el *salón*. En este caso, se pierde ese punto de intimidad. Finalmente, el hecho que confirma la importancia del lugar, la habitación o dormitorio, está en algunos *youtubers* de gran éxito. Los *youtubers* grandes, al menos gran parte de ellos, han “creado” una habitación especial para grabar sus vídeos. Esta habitación reproduce un dormitorio normal y, en apariencia, emula la posible habitación del propio *youtuber*. Sin embargo, en realidad, esa habitación es el lugar de trabajo de dicho *youtuber*.

13.2.3 Somatoadaptadores iniciales

Los somatoadaptadores, en cambio, no se pueden sistematizar. Esto se debe a que hay un abanico infinito de posibilidades. No obstante, se ha considerado relevante reflejar cuál es el uso de los somatoadaptadores, qué elección hacen los *youtubers*, para poder hacer unas consideraciones acerca del porqué. Por lo tanto, como muy bien señala Teresa Pont (2008: 49): “Cuando nos pintamos el cuerpo, los labios o la cara, cuando nos teñimos o nos cortamos el pelo, cuando nos vestimos con una u otra ropa, escogemos este color o aquel otro, modificamos objetivamente nuestra imagen corporal”.

Esta imagen corporal está mucho más vinculada con la personalidad de la persona. Por lo tanto, no se pueden disociar, en general, los somatoadaptadores de un *youtuber* con los que usaría fuera de la plataforma. La imagen es la respuesta a la forma de ser del emisor pero, además, también es fruto de muchos otros factores: la imagen que quiere dar, la temática que aborda en sus vídeos, el tipo de espectadores que busca, etc. (Figura 7). Por ejemplo, parece difícil creer que un chico con muchos pírsines y tatuajes, el pelo tintado de verde y con una camiseta de baloncesto busque

tener éxito entre señores de cincuenta años. Además, la armonía entre la temática y los somatoadaptadores también se da: los chicos que hacen reseñas de videojuegos suelen llevar camisetas de videojuegos y, en cambio, las chicas que hacen reseñas o tutoriales de maquillaje van muy maquilladas.



Figura 7: Nicolás Arrieta y el uso de los somatoadaptadores como imagen personal.

13.2.4 Objetoadaptadores iniciales

Los objetoadaptadores responden a la misma motivación que los somatoadaptadores. Todos los objetos que se presentan en el acto comunicativo han sido puestos ahí *ad hoc* ya que el lugar de emisión es elegido por el emisor, no es neutro o improvisado. Los objetos que se quieren mostrar son aquellos que también tienen relación temática con el canal. Hay algunos *youtubers*, por otro lado, que optan por no mostrar ningún objetoadaptador (normalmente con un fondo blanco). Aunque la ausencia de objetoadaptadores pueda ayudar a focalizar la atención sobre el emisor, esta es, comunicativamente, mucho más pobre.

13.2.5 Posición corporal

Los *youtubers* siempre aparecen o bien *de pie*, o bien *sentados*, siempre mirando a cámara. No se han apreciado otras posiciones como, por ejemplo, tumbados o en posición lateral. La proporción es, más o menos, la misma (55 de pie y 45 sentados).

Los *youtubers*, cuando comunican sentados, lo hacen de formas distintas: silla, cama, sofá, suelo,... aunque la forma más habitual es desde una silla. La mayoría de veces no hay diferencia sustancial entre estar de pie o estar sentado ya que, como se sitúan tan cerca de la cámara, la diversidad y amplitud es limitada. Por ejemplo, en muy pocas ocasiones se ven las piernas del *youtuber* (aunque esté de pie) y esto influye de manera clara en la comunicación no verbal: esta se centra, básicamente, en el movimiento de manos y descuida la parte inferior del cuerpo. No obstante, sí que se puede afirmar que cuando los *youtubers* están sentados no presentan tanta variedad

de kinésica y, además, los cambios en proxémica se dan mucho menos. Por lo tanto, parece claro que el hecho de estar sentado limita la expresividad y el movimiento.

13.2.6 Emblemas

Si se sigue el orden propuesto por Poyatos, los emblemas son la primera categoría no verbal que aparece. En ella se ha incluido cualquier “movimiento corporal que posee un significado preestablecido, como el gesto del autoestopista o el de cortar el cuello” (Davis 2002: 109). Sin embargo, como apuntaba Poyatos, también se pueden dar en el plano del paralenguaje ya que muchos sonidos ya se han fijado.

De hecho, en los 100 vídeos analizados, se han producido 64 emblemas a través del paralenguaje. La mayoría de ellos tiene un afán de expresividad. Es decir, se añaden para hacer el mensaje, en general, más expresivo pero no son demasiado relevantes. La importancia de los emblemas en paralenguaje se da más en una interacción cara a cara cuando, por ejemplo, se llama la atención del interlocutor con un *¡Pst!* En YouTube, en cambio, se dan, sobre todo, en los inicios de los vídeos como equivalente a un saludo informal con formas como: *IEEE* o *UEEEEI*. En este caso, el *youtuber* Joaquinputoamo (Anexos, p. 31) puede servir como ejemplo con su saludo.

Sin embargo, los emblemas más usados se realizan mediante la kinésica. Además, esta categoría es una de las más prolíficas en el plano no verbal (2060 producciones). En este caso sí que se está hablando, estrictamente, de la definición propuesta anteriormente por Davis (2002). En otras palabras, es lo que se conoce coloquialmente como gestos. Dicha codificación, como se ve, está muy asumida por los hablantes y se realiza con naturalidad. Aunque muchas veces se realicen inconscientemente, sí que se puede constatar que son muy buscados por los *youtubers*. Por ejemplo, en la gran mayoría de casos, cuando se habla del pasado y se cuentan cosas como, por ejemplo, “cuando tenía cuatro años” siempre se refuerza con el gesto de ‘cuatro’. La generación excesiva de estos emblemas parece atender a varios motivos a la vez. En primer lugar, dichos gestos hacen que la comunicación sea mucho más amena y no sea tan monótona. Por otro lado, son muy eficaces comunicativamente: el vídeo –que puede ser visto por niños más pequeños o, incluso, por hablantes de español como L2 o lengua extranjera– se hace mucho más comprensible al amplio público potencial. En tercer lugar, los emblemas kinésicos, como tienen un correspondiente lingüístico pueden completar, generalizando, la pobreza verbal de los *youtubers*. En este caso, AuronPlay (Anexos, p.27) podría servir como ejemplo (25 emblemas kinésicos).

Los emblemas con la proxémica son, obviamente, mucho menos habituales. El motivo parece claro: es mucho más complicado que se haya fijado un amplio repertorio de significados a través del movimiento de todo el cuerpo puesto que es más limitado. Sin embargo, aparecen 28 ejemplos de este tipo de emblemas. La mayoría se corresponden con un significado muy específico: acercarse acentuadamente a la cámara para contar algo a escasos centímetros como significado de ‘confidencia’, ‘esto es un secreto’ o ‘esto me da mucha vergüenza’. Este movimiento, normalmente, no se aprecia en su transcurso lógico, es decir, no se aprecia cómo gradualmente el emisor pasa de una distancia personal a una distancia

íntima privada sino que, gracias a las posibilidades de edición que ofrece YouTube, se aplica un corte en el vídeo y ya aparece en esta nueva distancia proxémica. Un ejemplo de ello es Laura Escanes (Anexos, p. 78).

Las manifestaciones a través de la química, la dérmica y la térmica no han producido ningún emblema. No se puede preestablecer ningún significado en estos tres ejemplos puesto que no son controlables. Es decir, no se puede sudar voluntariamente para querer significar algo sino que el significado de sudar, por ejemplo, se interpreta como un indicio que se manifiesta, normalmente, como exteriorizador. Tampoco se han dado emblemas como *no interacción* porque ya se ha comentado que no hay ninguna marca no verbal que no haya sido manifestada para que sea inferida por el receptor. Por lo tanto, de aquí en adelante se obviará la comunicación no verbal en no interacción puesto que toda ella se considera ostensión, es decir, intencionada, aunque no esté presente físicamente en el vídeo el receptor.

En cambio, sí que pueden darse emblemas objetuales (14). La mayoría de casos los objetuales como emblema se producen cuando, después de mostrar algún objetoadaptador o somatoadaptador, el emisor sigue con el objeto en la mano y realiza los emblemas correspondientes. El ejemplo perfecto de ello es AlexXxStrecci (Anexos, p. 52). Este *youtuber* decide fumarse un cigarrillo mientras se graba y, por ello, sus emblemas son objetuales (mientras le dura el cigarrillo). Este caso es muy característico: podría habérselo fumado antes o después, pero decide hacerlo en el momento del vídeo para dar más información de sí mismo y, a su vez, presentar un aire de rebelde.

En definitiva, los emblemas son una parte fundamental de la comunicación y, del mismo modo, son esenciales en la comunicación no verbal de los *youtubers*. La clave de los emblemas ya se ha comentado: son muy expresivos y embellecen el mensaje, ayudan a la comprensión, suplen posibles carencias lingüísticas, etc.

13.2.7 Marcadiscursos

Los marcadiscursos, como se ha visto, son recursos no verbales que facilitan el ritmo del discurso u otras marcas enfáticas. Desde el paralenguaje, aunque se dé menos, hay 334 marcadiscursos. Por lo general, no es un recurso reiterativo, es decir, se produce pocas veces en un mismo vídeo. Normalmente, este se usa para enfatizar algunos elementos del enunciado emitido. La expresividad en el paralenguaje favorece el tono informal y desenfadado que busca claramente el *youtuber*. Estos marcadiscursos de paralenguaje se verán fácilmente en *youtubers* como Yuya (Anexos, p.99) ya que suele enfatizar muchísimo algunas palabras de sus enunciados. Por otro lado, Yuya también usa algún marcadiscursos de paralenguaje en pausas en el interior de la palabra paraacentuarla.

La kinésica como marcadiscursos es muy típica y fecunda, de hecho, hay 817 ejemplos de ella. Lo más habitual es que el marcadiscursos se haga con los brazos con un movimiento en el eje vertical. El ritmo que se marca suele ser entrecortado, porque se suele usar el marcadiscursos para acentuar el enunciado seleccionado. El vídeo de Laura Escanes (Anexos, p. 78) o, incluso, el de HERREJÓN (Anexos, p. 81) son ejemplares en este sentido. La presencia de este recurso da la sensación de un gran control del discurso.

Los 684 marcadiscursos a través de la proxémica que se han producido merecen una atención especial. Este recurso nace de una posibilidad formal que ofrece YouTube y que algunos *youtubers* aprovechan. Por lo tanto, en este caso, se puede hablar de una creación que se ha dado en el propio entorno de YouTube y, en definitiva, que presenta un nuevo recurso no verbal. Se trata, pues, de aprovechar la posibilidad de hacer cortes en el vídeo, en su edición, (algo muy aceptado y naturalizado en YouTube) para poder mostrar al emisor en distintos puntos del espacio. Cada corte (es decir, cada cambio en la proxémica) se corresponde con un cambio de enunciado, esto es, una cosa distinta de esas “50 cosas sobre mí”. Esta forma de marcar el cambio en esta larga enumeración facilita la segmentación en 50 componentes, es decir, es una forma sutil (no verbal) de marcar el cambio. Esta invención se puede ver en vídeos como el de Laura Escanes (Anexos, p. 78), por ejemplo.

Finalmente, los marcadiscursos objetuales (recuérdese que no existen en química, dérmica, térmica y no interacción) responden a la misma motivación que los emblemas objetuales: se tenía un objetoadaptador o somatoadaptador en la mano y se han realizado los marcadiscursos sosteniendo todavía el objeto en cuestión. Obviamente, esta casualidad se da mucho menos (19 veces) y, por ejemplo, muchos de estos marcadiscursos se realizan con el teléfono móvil en la mano, una realidad muy frecuente en los jóvenes actualmente. Precisamente, se puede ver este caso en algunos momentos del vídeo de CaELiKe (Anexos, p.100).

13.2.8 Marcaespacios

El paralenguaje no ha supuesto ninguna opción factible para producir marcaespacios, no hay ninguno. Parece ser que es difícil indicar (o contrastar) diferencias espaciales a través del paralenguaje. En realidad, no es un recurso imposible puesto que se da en los marcatiempos y es el mismo mecanismo. Se trataría de utilizar recursos como, por ejemplo, el alargamiento de las vocales para expresar lejanía física (‘allaaaaaá muy lejos’ frente a ‘allá muy lejos’). No obstante, parece ser que es más usual, como se verá, hacerlo para referencias temporales.

Los marcaespacios en la kinésica son los más corrientes. A pesar de ello, solo se han encontrado 56 en 100 vídeos. La forma más habitual de realizarlos es con los brazos, usándolos ambos para marcar largas distancias (distancia amplia entre ambos) o cortas distancias (pocos centímetros de separación). ElrubiusOMG (Anexos, p.23), al ser muy expresivo, marca los espacios kinésicamente varias veces.

Como es lógico, tampoco aparecen marcaespacios en proxémica, química, dérmica, térmica y no interacción. Sin embargo, sí que hay un marcaespacios con objetual registrado. El ejemplo se da en AlexXxStrecci (Anexos, p. 52) ya que genera un marcaespacios con su cigarrillo en una ocasión.

13.2.9 Marcatiempos

Los marcatiempos pueden considerarse muy semejantes a los marcaespacios. La diferencia está, básicamente, en la referencia: temporal en un caso y espacial en el otro. Sin embargo, también hay una distinción en su realización. Normalmente, los

marcatiempos de los *youtubers* son desplazamientos con un único brazo, tanto hacia el frente y la espalda como hacia la izquierda y la derecha. Solo se han encontrado marcatiempos en paralenguaje y en kinésica.

En primer lugar, se han registrado 7 marcatiempos con paralenguaje. Estos se hacen con un alargamiento vocálico, como en el caso de los marcaespacios con paralenguaje. Sin embargo, no son el mecanismo preferido para mostrar referencias temporales.

En cambio, los marcatiempos a través de la kinésica se usan mucho más que su correspondiente en marcaespacios: hay 117 muestras, prácticamente el doble. En este caso, seguramente, la producción relativamente acentuada de marcatiempos se deba al tema: al hablar de la vida personal de cada uno es bastante frecuente hacer referencias al pasado. En definitiva, como ocurre con los marcatiempos, no parece que sea una categoría esencial en la comunicación no verbal de los *youtubers*.

13.2.10 Deícticos

La clase de los deícticos es, seguramente, una de las más interesantes. El uso de deícticos en los *youtubers* es doble:

1. En primer lugar, se le da el uso clásico, es decir, se señalan objetos de la habitación a los cuales se quiere hacer referencia.
2. En segundo lugar, también se realizan deícticos en ausencia. Esta nueva producción consiste en señalar hacia algún punto o lado de la –futura– pantalla del espectador en la que no hay ningún objeto para destacar en el momento de la emisión sino que, luego, con la edición, se añadirá alguna imagen o algún enlace de lo que está hablando el *youtuber* en el momento del deíctico. Este recurso es muy utilizado en YouTube. No obstante, también se puede ver este nuevo modo de usar deícticos en la televisión de los últimos años. Seguramente, aunque hayan nacido a la par en ambos medios la televisión haya ayudado a extender este tipo de deíctico en ausencia. Sin embargo, en la televisión suele añadirse en directo el objeto al que señala el deíctico. Así, pues, se podrá ver fácilmente, por ejemplo, en una gala benéfica cuyo presentador señala con su dedo índice insistentemente hacia el suelo (la parte inferior de la pantalla de los espectadores) porque ahí aparecerá el número al que se debe llamar para donar mientras dice “hay que llamar al número que aparece en pantalla”.

Los deícticos en paralenguajes son prácticamente inexistentes. Solo se ha anotado uno, en Sin Jabón en la Boca (Anexos, p. 62), que se debe considerar junto a un deíctico kinésico. Es decir, no se ha producido autónomamente este deíctico a través del paralenguaje (algo que sería extraño puesto que la naturaleza del deíctico es señalar) sino que es un complemento paralingüístico a un deíctico estándar (kinésico).

En segundo y último lugar (ya que no se han dado deícticos en otras formas) se deben resaltar los deícticos mediante kinésica. Sus 544 manifestaciones invitan a pensar que, en este caso, se trata de un componente básico de la comunicación no

verbal en YouTube. Por lo tanto, hay una coincidencia con la interacción general en este sentido ya que los deícticos son un pilar fundamental de la kinésica. Los deícticos en el sentido más primitivo se usan igualmente en los vídeos, por ejemplo; se señalan partes de su cuerpo (cuando hacen referencia a accidentes o golpes que han sufrido), objetos de la habitación de los cuales quieren hablar, etc. El nuevo uso del deíctico, en cambio, aparece más veces. Normalmente, el mayor uso de deícticos en este sentido se encuentra al final de los vídeos. En el colofón del mensaje se suele pedir al receptor que le dé al botón de *like* (casi siempre mediante el emblema de la mano con el pulgar arriba) y también se pide que dejen comentarios “ahí abajo” con un deíctico muy claro o, incluso, señalan hacia sus lados donde aparecerán otros vídeos del *youtuber* enlazados para que sean vistos. Un claro ejemplo es ExpCaseros (Anexos, p. 74). Aunque, por otro lado, también se dan muchos deícticos de este tipo en cualquier parte del vídeo. Por ejemplo, ocurre cuando hablan de “mi actor favorito es... Johnny Depp” y, mediante un deíctico en ausencia hacia uno de los lados, se señala una foto del actor en cuestión que será añadida posteriormente en la edición del vídeo. En definitiva, este recurso tan original abre una gran multitud de opciones, aunque no ha desplazado el uso tradicional del deíctico, conviven ambos. Además, se debe recordar que los deícticos en español son, esencialmente, con el dedo índice. Por lo tanto, no se aprecian marcas que Poyatos atribuye a los estadounidenses como señalar con la barbilla.

13.2.11 Pictografías

Las pictografías, es decir, dibujos de formas o siluetas trazados en el aire, son secundarias en la comunicación no verbal de los *youtubers*. Los ejemplos que se han constatado no son demasiados: 1 en paralingüaje, 65 en kinésica y 2 en objetuales. La muestra paralingüística que se ha recogido no es autónoma: complementa a una pictografía kinésica, entonces, hay que entenderlo como una pictografía doble. Esta se encuentra en el vídeo de DebRyanShow (Anexos, p. 57): cuando dibuja la silueta de una mujer (una de las pictografías más típicas que recoge Poyatos) refuerza dicha pictografía con el silbido característico al dibujo de la silueta.

Las pictografías kinésicas son muy variadas y no son muy numerosas. Su principal cometido es doble: ayudan a dar forma a los pensamientos que no pueden ser verbalizados por los *youtubers* en ese momento y, a su vez, embellecen el mensaje, ya que es un recurso no verbal muy visual y sugestivo.

Finalmente, las dos pictografías objetuales son, de nuevo, obra de AlexXxStrecci (Anexos, p. 52). Los dos dibujos trazados en el aire por este *youtuber* se han hecho con el cigarrillo en la mano (Figura 8).



Figura 8: AlexXxStrecci fumando en sus “50 cosas sobre mí”

13.2.12 Ecoicos

Dado que los ecoicos son imitaciones (reproducciones) paralingüísticas de algún sonido, no hay ninguna manifestación que no sea a través del paralenguaje. Los 43 ecoicos que se han constatado evidencian la poca relevancia que tienen en una comunicación no verbal normal. Estos podrían considerarse un buen complemento, es decir, una adición no verbal oral al mensaje que lo enriquece y que lo hace más divertido para el público. Los ecoicos no se dan uniformemente. En otras palabras, hay *youtubers* que tienden a ser muy vivos paralingüísticamente y realizan algunos ecoicos y, en cambio, otros no los usan jamás. Estos últimos son los que tienen un discurso más monótono. Un ejemplo de este *youtuber* sin ecoicos podría ser Christian Corom (Anexos, p. 44), en cambio, si se quieren ver algunos ecoicos se encontrarán en *youtubers* como ElrubiusOMG (Anexos, p. 23), un *youtuber* muy expresivo y completo en lo no verbal.

14.2.13 Kinetografías

La kinetografía, a pesar de ser una imitación de movimientos (por ejemplo, el movimiento de brazos recreando una carrera), presenta distintas manifestaciones. Se pueden encontrar en kinésica, en proxémica y en objetual. Además de las categorías que ya se han ido mencionando y que no pueden ser fecundas en este tipo de marcas (como la química, por ejemplo) se tiene que añadir el paralenguaje en este caso, ya que, si aparece un acompañamiento paralingüístico a las kinteografías, se produce lo que Poyatos recoge en el siguiente nivel, una kinefonografía.

Las producciones objetuales, en CaELiKe (Anexos, p.100) y Juana Martínez (Anexos, p. 104), y la proxémica, en Nicolás Arrieta (Anexos, p. 56) no son relevantes ya que son escasas. Lo verdaderamente importante en las kinetografías son las producciones kinésicas, las naturales en este caso. Se han registrado 117 de ellas. Este dato indica que no es una categoría esencial en la interacción en YouTube. Tampoco lo es en una interacción cara a cara puesto que su uso es poco frecuente. Sin embargo, los *youtubers* que incorporan kinetografías le dan a su mensaje un tono mucho más familiar y expresivo. Esto se debe a que las imitaciones, sean del tipo que sean, se suelen dar en un estilo más bien coloquial y, además, las realiza la gente locuaz y viva, nunca se asocian a gente tímida. El vídeo de Luisito Rey (Anexos, p. 55) contiene algunas kinetografías como ejemplo.

13.2.14 Kinefonografías

Las kinefonografías, es decir, las imitaciones de movimiento (kinetografía) y sonido (ecoico) a la vez son, como las dos categorías que engloba, muy poco abundantes en los vídeos de los *youtubers*. Las dos categorías que forman la kinefonografía, por lo tanto, tendrán el mismo número de producciones (61). No aparecen en otras categorías excepto en el vídeo de Wismichu (Anexos, p. 25) que aparece una kinefonografía con paralenguaje, kinésica y química. Esta es anecdótica y, por lo tanto, no es relevante.

En cambio, sí que son significativas las 61 kinefonografías constatadas, 4 de ellas presentes en Nicolás Arrieta (Anexos, p. 56), por ejemplo. Como se puede ya intuir, esta categoría no es fundamental en la comunicación no verbal en YouTube, y, además, tampoco lo es en ningún tipo de interacción. Podría entenderse que las kinefonografías, dada su especificidad, son secundarias. No obstante, cuando aparecen, la interacción se enriquece mucho. Estas imitaciones son muy llamativas y expresivas, es decir, casan muy bien con el espíritu de los *youtubers* y su interacción (Figura 9). Normalmente, no se suelen producir kinefonografías en el resto de situaciones comunicativas.

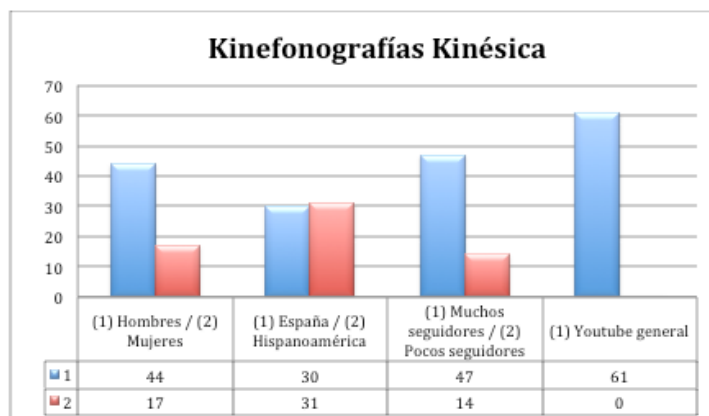


Figura 9: Kinefonografías kinésicas

13.2.15 Ideografías

Las ideografías son, sin duda, la categoría no verbal más relevante. Flora Davis (2002: 111) las resume como el hecho de que “cada nivel del discurso iba acompañado de un esquema contrastante de movimiento corporal, de tal manera que cuando el orador pasaba de una frase a la siguiente o de una oración a otra también cambiaba de un tipo de movimiento corporal a otro”. La relevancia, en primer lugar, se encuentra en cualquier interacción: es el recurso más usado ya que es el más natural y menos codificado. Además, en YouTube, las ideografías son fundamentales porque permiten sobrecargar el mensaje de movimientos (principalmente kinésicos) que den la sensación de dinamismo y viveza que es, en definitiva, lo que busca el *youtuber*. Finalmente, también se tiene que recordar que, como las ideografías simplemente asocian “regularmente algunos movimientos con frases o ideas particulares” (Davis 200: 112), son muy fáciles de producir y, por lo tanto, si se tienen dificultades o carencias en el plano no verbal lo más sencillo es apoyarse en las ideografías.

El registro de ideografías, como se podía presumir, es muy elevado: 12 en paralenguaje, 2527 en kinésica y 38 en objetuales, la mayoría, de nuevo, en AlexXxStrecci (Anexos, p. 52). Las 12 muestras paralingüísticas no son independientes: son producciones que se han realizado junto a ideografías kinésicas, esto es, apoyan o acompañan a la ideografía principal. Las ideografías objetuales, aquellas hechas sujetando algún objeto con la mano, son muy variadas: mediante un bolígrafo, un cigarrillo, un teléfono móvil, etc. La finalidad, en este caso, de la ideografía objetual tiene un aliciente: sirve para “activar” el objeto destacado en la mano, es decir, pone a los ojos del receptor, ostenta, el objeto en cuestión para que sea inferida esta información por el espectador.

La kinésica en ideografías es la categoría que más se ha encontrado en el presente análisis (2527). La media de 25 ideografías por vídeo indica que la base de la comunicación no verbal de los *youtubers* es la ideografía kinésica. Este gran número de ejemplos recoge todos aquellos movimientos en los que, generalmente, se olvida el control de brazos y manos y, por lo tanto, empiezan a bailar. Dicho baile, aunque sea incontrolado e inconsciente (es decir, son todos los movimientos que se hacen sin pensar) no es fútil ni gratuito: ayuda a separar segmentos lingüísticos que se correspondan con una idea determinada. Por lo tanto, en cada una de las cosas que se enumeran en las “50 cosas sobre mí”, se produce un cambio en la gestualidad o los movimientos que ayuda a entender cuándo se avanza en la enumeración de forma implícita. Un ejemplo de este abundante baile de manos se encuentra en Mario Bautista (Anexos, p. 51).

13.2.16 Marcasucesos

Esta categoría, entre la ideografía y el emblema, es muy usada por los *youtubers*. La temática del vídeo (contar cosas del pasado) favorece mucho el uso de marcasucesos. Estos aparecen cuando se está contando alguna anécdota y, mientras se van relatando los hechos, se van ilustrando las acciones con gestos. Por ello, lo más lógico es que se realicen mediante la kinésica (en 584 ocasiones) y que el resto de vías sea mucho más marginal: 36 en paralenguaje, 2 en proxémica, 1 en dérmica y 13 en objetual (Figura 10).

Los marcasucesos son muy habituales en las charlas, esto es, en conversaciones coloquiales. La comunicación que persigue el *youtuber* también entra dentro de estos parámetros y, por ello, marcadores como los marcasucesos tienen gran cabida en su repertorio habitual de comunicación no verbal. Además, estos movimientos suelen exagerar el mensaje y esto también casa muy bien con el propósito del *youtuber*: debe hacerse notar.

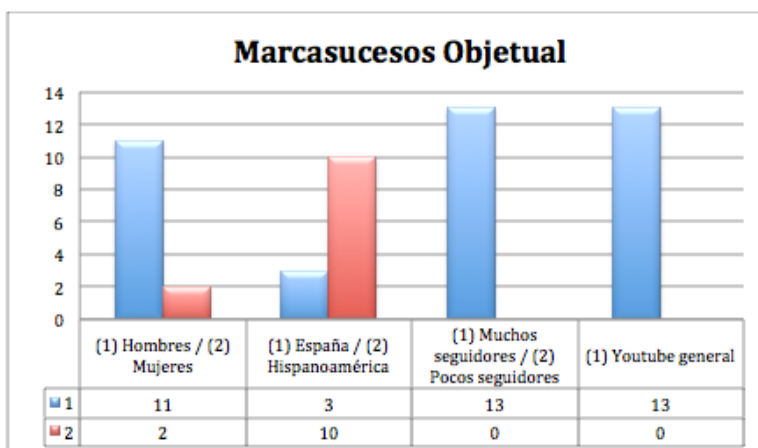


Figura 10: Marcasucesos con objetos

Las producciones paralingüísticas, las proxémicas y la dérmica no son independientes. Se han manifestado como apoyo a un marcasucesos kinésico, para enriquecerlo. Las objetuales se han hecho, como ya se sabe, utilizando algún objeto que se había usado anteriormente. Muchas de estas manifestaciones se encuentran, de nuevo, en AlexXxStrecci (Anexos, p. 52). Y, en cambio, un ejemplo para ver varios marcasucesos sería FICHIS IN THE HOUSE (Anexos, p. 59).

13.2.17 Identificadores

Cuando se quieren representar cualidades de conceptos abstractos, los *youtubers* hacen uso de los identificadores. A pesar de que solo se encuentran 34 ejemplos en paralenguaje, 147 en kinésica y 1 en objetual; hay, relativamente, bastantes identificadores.

Esta categoría no es muy frecuente en las interacciones en general. No suele aparecer nunca en estilos formales ya que está vinculada estrechamente con la falta de precisión léxica. En estilos coloquiales se da, pero tampoco es muy usada, ya que en ocasiones puede ser ambigua o no ser suficientemente precisa. Por ello, no suele ser una categoría no verbal muy buscada sino que nace de la necesidad y la carencia. Por todo esto, las 147 muestras de identificadores son significativas y demuestran la pobreza verbal de algunos *youtubers*. Las producciones paralingüísticas suelen ser sonidos que refuerzan el gesto que intenta explicar alguna cualidad de algún objeto abstracto. El identificador más repetido es el puño cerrado (a veces, acompañado de algún gemido) para indicar la fuerza o dureza de algún hecho. Los acompañamientos paralingüísticos tienen mucha expresividad y, al igual que los ecoicos, destacan bastante la comunicación no verbal, es decir, son muy llamativos. En cambio, el identificador objetual es anecdótico y es una simple casualidad. ElrubiusOMG (Anexos, p. 23) contiene 16 identificadores kinésicos y 4, además, con paralenguaje. Es decir, este es un buen ejemplo para encontrarlos.

13.2.18 Exteriorizadores

La categoría más completa es la de los exteriorizadores. Por ello, Poyatos la desarrolla bastante (1994: 206-211). La multiplicidad de opciones para manifestar las reacciones del emisor hace que se puedan registrar en todos los canales posibles (excepto en no interacción, como ya se ha comentado anteriormente): 331 en paralenguaje, 687 en kinésica, 10 en proxémica, 6 en química, 5 en dérmica y 7 en térmica.

La causa de los exteriorizadores, ya vista, es múltiple. No obstante, dada la soledad del *youtuber* en el momento de la emisión, los exteriorizadores suelen ser, en este caso, autogenerados. La autogeneración se da cuando el *youtuber* en cuestión se ríe, por ejemplo, de algo que ha dicho o cuando se asusta de algo que ha mencionado. Sin embargo, también hay otros orígenes: animal (cuando entra su gato en la habitación de grabación, por ejemplo), humano (cuando se ríe el amigo que lo está grabando con la cámara, por ejemplo) o ambiental (cuando entra, de repente, mucha luz por la ventana o el ambiente es muy caluroso). La reacción al estímulo, siguiendo los preceptos de Poyatos, también es múltiple: se pueden constatar ejemplos de reacción fisiológica, emocional o, incluso, mental.

El modo de exteriorizarlo, por otro lado, suele ser mediante la kinésica, es decir, movimientos o gestos (en 687 ocasiones). Normalmente, el gesto facial que más se ha observado es la sonrisa (acompañada, en ocasiones, con la risa paralingüística). En cambio, en el paralenguaje también se han identificado otras expresiones muy usuales como aquellas que infieren 'asco'. Por ello, básicamente se exterioriza a través de kinésica y paralenguaje (331 casos). No obstante, también hay 10 exteriorizadores proxémicos, es decir, que cuando se da una reacción kinésica o paralingüística, además, hay un acercamiento a la cámara o un alejamiento de esta. Las 6 muestras en química, 5 en dérmica y 7 en térmica están estrechamente relacionadas con la temperatura. Se podría decir que, en estos tres casos de distinto modo de codificación de la exteriorización, el origen es ambiental y la reacción fisiológica. Mientras se grababa el vídeo ha ido incrementando la temperatura de la habitación y eso ha supuesto que suden (química), que se sonrojen (dérmica) y que tengan calor (térmica). Todo esto ocurre, por ejemplo, en el vídeo de Fernanfloo.

Finalmente, la decodificación por parte del espectador de los exteriorizadores solo puede ser mediante vía auditiva y vía visual, no se puede dar por vía olfativa, ni dérmica ni cinestética. El canal, en este caso YouTube, impone unas restricciones claras en la recepción del mensaje. Y, en resumen, el exteriorizador más habitual es el autogenerado, como reacción emocional, codificado mediante la kinésica y decodificado visualmente.

13.2.19 Autoadaptadores

El hecho de tocarse a uno mismo es muy prolífico en YouTube: hay 531 autoadaptadores kinésicos, además de 2 en paralenguaje, 1 en proxémica y 1 en objetual. Estos últimos casos no son nada especiales. El autoadaptador objetual se da en ElrubiusOMG (Anexos, p. 23) cuando se toca pero mediante unos peluches. El autoadaptador en proxémica solo indica que, mientras Roger Corbalan se tocaba, ha habido una aproximación a la cámara. Las dos muestras en paralenguaje son apoyos

a manifestaciones kinésicas: por ejemplo, cuando se emite un ruido a la vez que uno se rasca.

Las 531 muestras de autoadaptadores kinésicos constatan que los *youtubers* se tocan mucho. Las partes del cuerpo que son tocadas son varias: cuello, brazo, cara, etc. pero, especialmente, hay muchos tocamientos de pelo. El uso de autoadaptadores tan pronunciado implica dos ideas a nivel general: hay cierto nerviosismo en los *youtubers* (es decir, están nerviosos y en tensión cuando graban estos vídeos) y, además, tienen poco autocontrol (los comunicadores más avezados eliminan los autoadaptadores de su comunicación para no denotar precisamente ese nerviosismo). En Laura Bercebal (Anexos, p. 89) hay, por ejemplo, 15 autoadaptadores.

13.2.20 Alteradaptadores

No hay ninguna muestra de alteradaptadores en la comunicación no verbal de los *youtubers*. Como ya se ha comentado, no se puede dar dicha categoría en una interacción a través de YouTube: es imposible poder tocar al receptor, esto es, al espectador mientras se está emitiendo el mensaje. Por lo tanto, esta categoría solo se puede dar en interacciones con ambas partes compartiendo espacio, *in situ*.

13.2.21 Somatoadaptadores

Las 180 muestras de somatoadaptadores (todas kinésicas) demuestran que los *youtubers* tienen en consideración todos sus complementos del cuerpo pero que no hacen un uso abusivo de ellos. Se han considerado ejemplos todos los casos en que el *youtuber* se tocaba dicho objeto, lo mostraba, lo señalaba, etc., es decir, lo “activaba” para que fuera inferido por los receptores. Por ello, se deben separar los somatoadaptadores con los que parte el *youtuber* (comentados anteriormente) de los usos de somatoadaptadores en la interacción mediante la kinésica, ya que en este último caso el *youtuber* está acentuando la importancia de ese somatoadaptador. Normalmente, los somatoadaptadores destacados suelen ser gafas, camisetas, pendientes, pírshines, etc. Por ejemplo, ese uso kinésico en somatoadaptadores, en concreto con las gafas, se puede ver al principio del vídeo de Sebasdice (Anexos, p. 58).

13.2.22 Objetoadaptadores

Los objetoadaptadores, con 181 ejemplos en kinésica y 2 en proxémica, tienen la misma relevancia que los somatoadaptadores. Es bastante llamativo que se haya dado el mismo número prácticamente en ambos casos. Todo ello viene a decir que somatoadaptadores y objetoadaptadores tienen la misma importancia para un *youtuber*.

Las dos muestras proxémicas se han producido cuando, después de mostrar kinésicamente un objetoadaptador, se ha acercado el objeto a la cámara para que,

así, pueda destacar más y, por lo tanto, tener más atención por parte del receptor. Por otro lado, las 181 ocasiones en que se han manifestado objetoadaptadores tienen como propósito ejemplificar aquel objeto del que hablan y, por lo tanto, mostrar objetos relacionados con su vida. Gibby contiene bastantes objetoadaptadores, por ejemplo.

13.3 Categorías no verbales en los Youtubers: Resumen

En definitiva, se pueden extraer algunas conclusiones generales del análisis pormenorizado de las categorías no verbales en los *youtubers* (Figura 11). Por ejemplo, se han podido comprobar cuáles son los niveles básicos en esta comunicación: emblemas, marcadiscursos, deícticos, ideografías, marcasucesos, exteriorizadores y autoadaptadores. Además, se puede comprender que hay categorías que no encajan (los alteradaptadores y la no interacción) y medios que no son muy usuales (química, dérmica y térmica). En el caso de las tres últimas categorías se ha podido comprobar que en el único plano que se pueden manifestar sin restricciones es en el de los exteriorizadores.

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN EN GENERAL								
TOTAL	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	No INTERACCIÓN
EMBLEMAS	64	2060	28				14	
MARCADISCURSOS	334	817	684				19	
MARCAESPACIOS		56					1	
MARCATIEMPOS	7	117						
DEÍCTICOS	1	544						
PICTOGRAFÍAS	1	65					2	
ECOICOS	43							
KINETOGRAFÍAS		117	3				1	
KINEFONOGRAFÍAS	61	61		1				
IDEOGRAFÍAS	12	2527					38	
MARCASUCESOS	36	548	2		1		13	
IDENTIFICADORES	34	147					1	
EXTERIORIZADORES	331	687	10	6	5	7		
AUTOADAPTADORES	2	531	1				1	
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		180						
OBJETOADAPTADORES	2	181						

Figura 11: Análisis no verbal de la interacción en general completo

Por otro lado, categorías no verbales muy poco usadas como pictografías, ecoicos, kinetografías, kinefonografías, etc., en YouTube, son sensiblemente más usadas ya que, en los vídeos que aparecen, aportan viveza, una aparente mayor complejidad comunicativa y, finalmente, ayudan a simpatizar más con la audiencia. Además, se tienen que destacar los marcadiscursos proxémicos (Figuras 12 y 13), los deícticos (en ausencia) y la gran cantidad de ideografías como características esenciales y propias de YouTube. La proxémica también ha sido revisada: hay una tendencia a estar muy cerca de la cámara, a mostrarse cercano. Los somatoadaptadores y objetoadaptadores, tanto de partida como en interacción, también son relevantes pero no más de lo que ya lo son en cualquier otro tipo de interacción.



Figura 12: Laura Escanes antes de marcar proxémicamente el cambio de segmento en el discurso.



Figura 13: Laura Escanes después de marcar proxémicamente el cambio de segmento en el discurso.

14. ANÁLISIS SOCIOLINGÜÍSTICO DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL DE LOS YOUTUBERS

El análisis de la comunicación no verbal en los *youtubers*, que ya se ha realizado, tiene como objetivo detallar cómo se desarrollaba dicha comunicación no verbal, en general. Su finalidad, por lo tanto, es caracterizar un nuevo modo de comunicación a través de sus características no verbales y mostrar sus novedades, carencias, pilares fundamentales, etc.

Por otro lado, se ha considerado relevante realizar un análisis sociolingüístico de los resultados, en el que se pongan en evidencia las diferencias en la comunicación no verbal entre hombres y mujeres (variación generolectal), entre *youtubers* españoles e hispanoamericanos (variación diatópica) y entre *youtubers* con éxito y aquellos que no lo tienen (variación diastrática).

14.1 Variación generolectal

Los hombres y las mujeres siempre han presentado oposiciones claras en su actuación. Lo afirma contundentemente López Morales (1993: 120). Así pues, es necesario ver si también hay diferencias en lo no verbal entre ambos sexos (o géneros si se quiere) para comprobar si se sigue la tendencia propuesta por la sociolingüística o, por el contrario, en este punto se difiere.

Siguiendo el mismo orden que en el análisis general, la primera diferencia que se encuentra está en la **posición proxémica inicial**. Mientras que el número de hombres y mujeres que comunican desde una distancia íntima o una distancia personal es prácticamente el mismo, hay diferencias en la distancia íntima privada. De las siete producciones en distancia íntima privada, los hombres han optado por ella en 6 ocasiones mientras que solo aparece una mujer. Por ello, se puede concluir que, aunque no haya demasiados *youtubers* que opten por la distancia íntima privada, los hombres son más proclives a ello. Parece ser que hay algunos hombres que han leído bien la clave de la proxémica y quieren mostrarse más cercanos.

El **lugar de la emisión**, en cambio, no ofrece diferencias. Aquellos que optan por el interior son casi los mismos (48 hombres y 49 mujeres). Por lo tanto, en este sentido no hay diferenciación. En la comunicación desde el exterior no se puede concluir nada determinante puesto que hay muy pocas muestras de ella y el resultado es de 2 hombres y 1 mujer.

Por otro lado, la **posición corporal** ofrece números distintos aunque no son muy alejados entre ambos géneros. Los hombres, en principio, prefieren estar de pie (25 de ellos, frente a 20 mujeres) mientras que las mujeres suelen estar sentadas (30 de ellas, frente a 25 hombres). Es decir, se puede ver una tendencia de las mujeres a sentarse y de los hombres a estar de pie, pero no es una oposición muy radical. En algunos casos, por ejemplo en el vídeo de Dulceida (Anexos, p. 76), se ve claramente que el hecho de estar sentada favorece la ostensión de sus somatoadaptadores, muy importantes para ella.

Los **emblemas** aparecen de un modo bastante uniforme en ambos géneros. Por ejemplo, en el paralingüaje hay 31 muestras en hombres y 33 en mujeres, es decir, prácticamente lo mismo. En la kinésica, en cambio, hay una diferencia sensiblemente mayor en los emblemas: hay 930 muestras de hombres y 1130 de mujeres. La tendencia parece confirmarse con las muestras en proxémica: 12 ejemplos en el primer grupo y 16 en el segundo. Por lo tanto, parece ser que, aunque las diferencias sean muy sutiles y no haya un gran cambio, las mujeres prefieren los emblemas a los hombres. La única excepción que parece confirmar la regla está en los emblemas objetuales: 11 de hombres y 3 de mujeres. Así pues, se puede confirmar que las mujeres usan más emblemas pero que los hombres no tienen tantos problemas para hacerlo mediante otros objetos, aunque el volumen de muestra no sea significativo en este caso.

Siguiendo esta tendencia, los **marcadiscursos** son más frecuentes en las mujeres. En el plano paralingüístico, la diferencia es sensiblemente mayor (152 frente a 182) así como en el kinésico (374 frente a 443). Los marcadiscursos objetuales también son más habituales en las mujeres (13) que en los hombres (6), aunque, de nuevo, la muestra sea muy pequeña. La única diferencia se encuentra en los marcadiscursos a través de la proxémica, ya que los hombres, en este caso, han producido 420 de ellos y las mujeres 264. No obstante, la tendencia vuelve a ser la misma que en los emblemas: las mujeres realizan más emblemas y más marcadiscursos que los hombres. Por lo tanto, de momento, partiendo de estas dos categorías esenciales de la comunicación no verbal, se puede intuir que las mujeres usan más la comunicación no verbal.

Sin embargo, los hombres, claramente, emiten más **marcaespacios** que las mujeres. Dejando de lado la única muestra en objetual ya que no permite comparación (aunque, precisamente, es de un hombre), en kinésica hay 38 marcaespacios de

hombres y 18 de mujeres. Es decir, esta categoría menos fundamental es preferida por los hombres.

Por otro lado, los **marcatiempos** pueden ayudar a entender si la superioridad de marcaespacios de los hombres es casual o una tendencia. Los 83 marcatiempos kinésicos (y 6 en paralingüaje) en hombres y los 34 marcatiempos kinésicos (y 1 en paralingüaje) en mujeres confirman la hipótesis: en estas dos categorías tan parecidas y que, como rasgo común, son mucho más ornamentales que otras, hay más ejemplos de hombres.

Los **deícticos**, una categoría más básica en la comunicación no verbal que las dos anteriores, parecen indicar que los hombres señalan más que las mujeres. Este hecho podría apoyar las consideraciones típicas de la sociolingüística que presentan el discurso masculino con mucha más *directness* que el femenino. En resumen, hay 299 deícticos kinésicos (y 1 paralingüístico) en los hombres y 245 en las mujeres. No obstante, la diferencia no es muy acentuada, como se puede ver.

El resultado de las **pictografías** es mucho más equitativo: hay 32 kinésicas en hombres y 33 en mujeres. Por lo tanto, no hay diferencias en las pictografías de ambos géneros. Sin embargo, los hombres, además, tienen en su cuenta 1 pictografía paralingüística y 2 objetuales. Es decir, aunque los números confirmen que la producción está muy igualada, la búsqueda de nuevas vías para manifestar las pictografías o la complementación de dichas pictografías kinésicas es más característica de los hombres.

Los **ecoicos**, únicamente paralingüísticos, son preferidos del mismo modo en ambos géneros: hay 20 ecoicos en *youtubers* hombres y 23 en *youtubers* mujeres. Así, pues, en esta categoría paralingüística no hay diferencias generolectales.

La imitación de movimientos, la **kinetografía**, aparece mucho más en vídeos de mujeres: en kinésica hay 78 y solo 39 de hombres. Además, hay 3 kinetografías objetuales de mujeres y no se halla ninguna en los vídeos masculinos. Sin embargo, sí hay una muestra proxémica en hombres y ninguna en mujeres. En definitiva, parece que las mujeres imitan más los movimientos que los hombres.

La **kinefonografía** (kinetografía con ecoico), en cambio, es más común en el hombre que en la mujer: 44 del primero y 17 de la segunda, ya sea en plano paralingüístico que kinésico. Además, hay un chico que también hace uso de la química. La conclusión que se extrae de todo esto es que las mujeres imitan más el movimiento simplemente y, por otro lado, los hombres prefieren hacerlo, además, con sonido.

El movimiento de manos sin más, como reflejo de una idea, es el más registrado, por lo tanto, la gran muestra de **ideografías** será concluyente. En este caso, los hombres han producido 1441 ideografías kinésicas y las mujeres 1086. En el plano paralingüístico hay 8 ideografías de chicos y 4 de chicas y, finalmente, hay 26 ideografías objetuales en los varones y 12 en las mujeres. En resumen, se confirma la tendencia y los hombres usan muchas más ideografías. Es decir, hay mucha más expresividad en los hombres si se trata de comunicación sin significado preestablecido. Se puede intuir, entonces, que la gesticulación de las mujeres prefiere vías codificadas mientras que la de los hombres es mucho más libre. En otras palabras, la comunicación no verbal femenina se asemeja más a aquella que se da en comunicaciones formales y, en cambio, la comunicación no verbal masculina es más propia de comunicaciones informales.

Los **marcasucesos**, una categoría bastante ligada a las ideografías, dan también mucha información sobre la naturaleza de la comunicación no verbal de ambos géneros. En el plano del paralenguaje (Figura 14), los hombres son, netamentemás expresivos que las mujeres (33 marcasucesos frente a 3). En la kinésica también se da un resultado en la misma dirección (368 frente a 219), así como en el plano objetual (11 hombres y 2 mujeres). Además, hay 1 producción dérmica de un hombre y 2 proxémicas. Es decir, se confirma la teoría de que los hombres hacen un mayor uso de recursos no verbales no codificados. Asimismo, también se constata un hecho muy relevante: los hombres son mucho más originales y se toman mucha más libertad para experimentar con vías menos típicas (en este caso: objetual, dérmica y proxémica). Es decir, las mujeres son mucho más conservadoras y los hombres más innovadores.

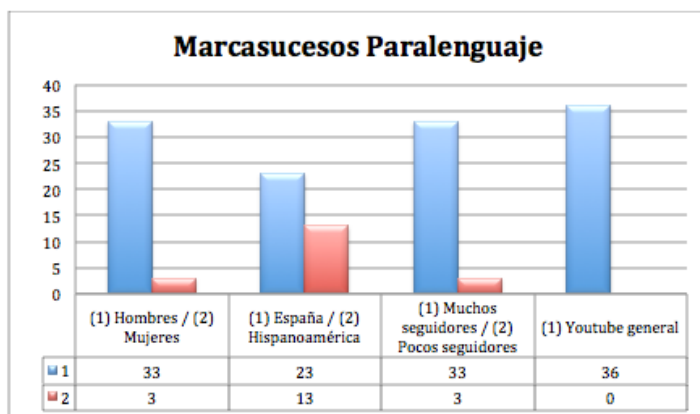


Figura 14: Marcasucesos en paralenguaje.

Los **identificadores**, por otro lado, apoyan la semejanza entre la comunicación no verbal de los hombres y la informalidad. Esta categoría, fruto de la carencia de precisión y vocabulario, es mucho más frecuente en hombres: 21 en paralenguaje frente a 13 de las mujeres, 107 en kinésica frente a 40 de las mujeres y 1 de mujeres en objetual. En definitiva, se vuelve a ver cómo los chicos usan más este recurso propio de estilos informales mientras que las mujeres intentan evitarlo.

Los **exteriorizadores**, básicamente, ofrecen dos consideraciones muy relevantes. En primer lugar, en las categorías básicas, se aprecia una semejanza bastante clara entre hombres y mujeres: en paralenguaje hay 163 de hombres y 168 de mujeres y en kinésica hay 335 de hombres y 352 de mujeres. Es decir, hombres y mujeres se expresan en la misma medida. En segundo lugar, sí que se puede apreciar una diferencia en el resto de vías: en proxémica hay solo 10 de hombres, en química 4 de hombres y 2 de mujeres, en dérmica 4 de hombres y 1 de una mujer, en térmica 4 de hombres y 3 de mujeres y, finalmente, en objetual 2 de hombres y 1 de una mujer. Por lo tanto, se ve claramente que hay una tendencia de los hombres a expresarse en vías mucho menos habituales. Así, pues, vuelve a verse cómo los hombres son más innovadores que las mujeres.

Los **autoadaptadores**, asimismo, ilustran una doble realidad. Los ejemplos recogidos vuelven a justificar la versatilidad e innovación de la comunicación no verbal de los hombres: 2 en paralenguaje (y 0 de mujeres), 1 en proxémica (y 0 de mujeres) y 1 objetual (y 0 de mujeres). En cambio, los autoadaptadores kinésicos, aquellos más habituales, muestran una relación muy distinta: hay 111 de ellos que son de hombres

y 420 de mujeres. Es decir, las mujeres se tocan mucho más que los hombres (Figura 15). Especialmente, las mujeres se tocan demasiado el pelo. Este excesivo tocamiento puede deberse a dos factores: a un menor control de los nervios y del propio cuerpo. Sin embargo, este hecho no es, todavía, demostrable. Por otro lado, esta gran cantidad de autoadaptadores se puede deber a una mayor carga de somatoadaptadores que lo exige (así como el hecho de llevar el pelo largo). Así, pues, como se verá con los somatoadaptadores, las mujeres hacen un uso mucho mayor de su cuerpo y sus aderezos u ornatos y los autoadaptadores están muy relacionados también con el modo de mostrarlos.

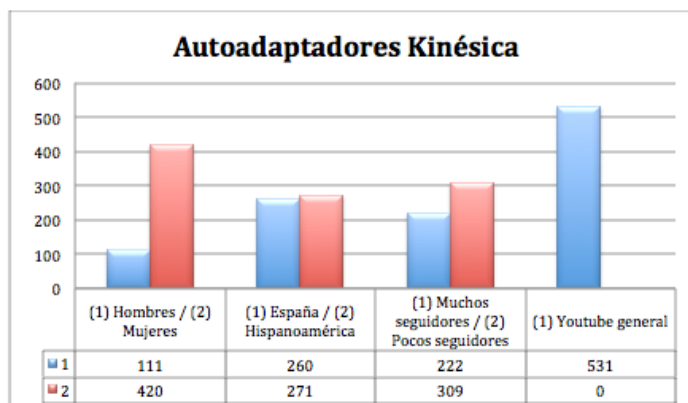


Figura 15: El gran número de autoadaptadores kinésicos de las mujeres.

Como ya se ha comentado, los **alteradaptadores** no se pueden producir en YouTube. Por lo tanto, no se han podido apreciar diferencias entre ambos géneros.

Los **somatoadaptadores** en la kinésica, los únicos que se han encontrado, confirman la tesis propuesta anteriormente: las mujeres hacen más uso de los somatoadaptadores (123) que los hombres (57). Esta diferencia (prácticamente el doble) se sustenta en dos características básicas de las mujeres: suelen llevar muchos más ornamentos que los hombres y se tocan mucho más y, entonces, activan muchas más veces los somatoadaptadores ante los ojos del receptor.

Finalmente, los **objetoadaptadores** son menos significativos. Las cifras muestran una cierta equidad entre ambos géneros: 87 objetoadaptadores kinésicos los hombres y 94 objetoadaptadores kinésicos las mujeres. Por lo tanto, la única conclusión que se puede extraer de esta categoría está en la proxémica: dos objetoadaptadores proxémicos de hombres y ninguno de mujeres. Se puede ver, de nuevo, cómo los hombres suelen usar distintos modos para comunicar no verbalmente mientras que las mujeres prefieren las categorías más clásicas.

14.2 Variación diatópica

Ante la tentación de creer que no puede haber diferencias dialectales en lo no verbal, se debe entender que: “Madrid y Caracas, por ejemplo, son constituyentes de la misma comunidad lingüística, pero son comunidades de habla distintas, precisamente porque no comparten una serie de actitudes lingüísticas con respecto a algunas variedades y consecuentemente difieren en las reglas de uso” (López Morales 1993: 51). O sea, que existen comunidades de habla distintas dentro de un idioma que

presentan usos distintos del español. Pues bien, estas diferencias se dan en todos los niveles del lenguaje, también en el no verbal.

Debe recordarse, como hace Moreno Fernández (2009: 209) que “a pesar de compartir ciertos rasgos generales [...] las hablas americanas muestran diferencias internas que las alejan de la uniformidad.” No obstante, en este trabajo no se ha profundizado en las distintas variedades americanas y se reúnen en un único ente que será contrastado con la variedad europea.

La **posición proxémica inicial** de españoles e hispanoamericanos es, a simple vista, ligeramente distinta. Mientras que en la distancia íntima hay cierta igualdad (34 de españoles y 29 de hispanoamericanos), la distancia íntima privada es más propia de españoles (5) que en hispanoamericanos (2) y, en cambio, la distancia personal es más típica en hispanoamericanos (19) que en españoles (8). Este dato es muy significativo ya que supone una inversión de los valores típicos en la proxémica entre culturas. Todas las investigaciones sobre proxémica miran en la misma dirección: los hispanoamericanos, como cultura, tienen a situarse mucho más cerca del interlocutor que los españoles. Es decir, en YouTube esta generalización no es extrapolable y son los *youtubers* españoles quienes usan más las distancias cortas.

Por otro lado, el **lugar de emisión** también ofrece datos relevantes. Como se podía prever, la mayoría de vídeos se ubica en el interior de la casa (50 vídeos de españoles y 47 de hispanoamericanos). Por lo tanto, no hay grandes diferencias en este aspecto. No obstante, las tres muestras de grabación en el exterior provienen de *youtubers* hispanoamericanos. Así pues, al igual que ocurre con los hombres, parece ser que los hispanoamericanos son más originales que los españoles.

La **posición corporal** no es muy distinta en las dos comunidades de habla citadas. Hay 21 españoles de pie y 29 sentados mientras que hay 24 hispanoamericanos de pie y 26 sentados. Por lo tanto, los números, aunque muestren una ligera tendencia de los hispanoamericanos a estar de pie y de los españoles a estar sentados, no son decisivos. No hay grandes diferencias que permitan un análisis ulterior.

Los **emblemas**, en cambio, sí que son muy importantes por la gran cantidad de datos que aportan. En primer lugar, los emblemas en paralenguaje son, mayoritariamente, una producción típica de los hispanoamericanos (48 muestras) más que de los españoles (16 muestras). Por lo tanto, en España el paralenguaje no está tan trabajado como en Hispanoamérica. Los emblemas en kinésica, aunque no demuestran una diferencia tan abismal, confirman la tesis: los hispanoamericanos (1154) usan más emblemas que los españoles (906). Los emblemas objetuales también son mucho más propios de los hispanoamericanos (11) que de los españoles (3). Además, esta categoría refuerza la idea de que los hispanoamericanos también buscan, al igual que los hombres, diversos modos de manifestar las categorías no verbales, no son tan clásicos. Finalmente, la categoría de emblemas proxémicos nos muestra lo contrario: hay 17 emblemas de españoles y 11 de hispanoamericanos. No obstante, este dato no es una contradicción del mayor uso de los emblemas por parte de los hispanoamericanos sino que refuerza una de las tesis expuestas anteriormente: los españoles hacen un mayor uso de la proxémica. En resumen, los hispanoamericanos usan más emblemas que los españoles y, además, de un modo más variado.

La categoría no verbal de los **marcadiscursos** también apunta en la misma dirección. Los *youtubers* españoles producen 107 marcadiscursos en paralenguaje,

384 en kinésica, 118 en proxémica y 2 en objetual, mientras que los hispanoamericanos realizan 227 marcadiscursos en paralenguaje, 433 en kinésica, 566 en proxémica y 17 en objetual. Así, pues, hay una superioridad de la cantidad de marcadiscursos de los *youtubers* hispanoamericanos que se da en todos los niveles. Las producciones en paralenguaje y kinésica se deben considerar aquellas clásicas y, como se ve, son las preferidas por los españoles, aunque los hispanoamericanos las usen aún más. La producción proxémica también es más usada por hispanoamericanos, aunque hay una explicación muy lógica: en este caso, como debe recordarse, este tipo de marcadiscursos no es una categoría no verbal clásica, sino que es una invención genuina de YouTube, que se basa en el concepto de proxémica, pero que lo lleva mucho más allá. Por lo tanto, se debe considerar esta nueva categoría como un lugar de innovación y como vía poco usual, algo que prefieren hacer los hispanoamericanos como se puede ver en el resto de ejemplos. Finalmente, los marcadiscursos objetuales, una categoría que muestra la originalidad por su carácter marginal, son eminentemente un recurso de los *youtubers* hispanoamericanos.

Los ejemplos que se han recogido en los **marcaespacios** también muestran la misma tendencia. No obstante, en este caso, no hay una gran diferencia entre comunidades de habla: los españoles han producido 27 marcaespacios kinésicos y ningún objetual y los hispanoamericanos, 29 kinésicos y 1 objetual. En definitiva, como se ha comentado hasta ahora: los hispanoamericanos suelen usar más marcas no verbales y, además, lo hacen de modos distintos.

La comunicación no verbal de los **marcatiempos** se manifiesta, únicamente, a través del paralenguaje y la kinésica. En paralenguaje hay 4 muestras de españoles y 3 muestras de hispanoamericanos y en kinésica hay 69 muestras de españoles y 48 de hispanoamericanos (Figura 16). En otras palabras, la situación que plantean los marcatiempos es la contraria a lo que viene siendo habitual. Por ello, las únicas manifestaciones de esta categoría son las dos básicas: paralenguaje y kinésica. La explicación más plausible es la diferenciación en el modo de manifestar dichos marcatiempos. Los españoles, quizá, producen más porque lo hacen de un modo más sencillo en general: se suele marcar el tiempo con movimientos de brazo hacia los lados. Sin embargo, en ciertos *youtubers* hispanoamericanos, se ha comprobado que su modo de marcar el tiempo es distinto y más complejo: suelen mover el brazo hacia atrás por encima del hombro y con el pulgar extendido.

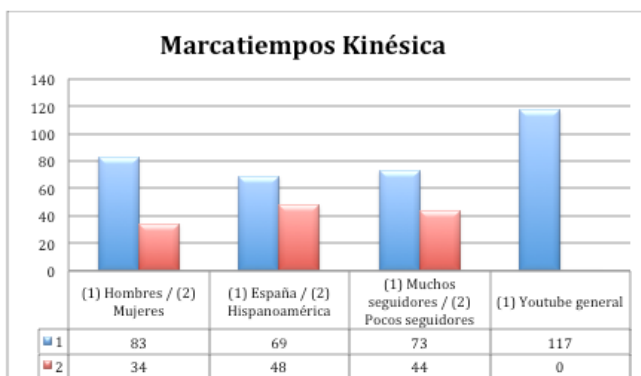


Figura 16: Marcatiempos en kinésica

El recuento de **deícticos** en españoles e hispanoamericanos confirma, definitivamente, la diferencia fundamental entre ambos grupos. En primer lugar, solo hay un deíctico en paralinguaje y es de un hispanoamericano. Así pues, vuelve a verse cuál es el grupo que se muestra más original. Los deícticos en kinésica son 202 (españoles) y 342 (hispanoamericanos). Por lo tanto, los hispanoamericanos señalan bastante más que los españoles. Dentro de esta cifra están englobados los dos tipos de deícticos que se han mencionado en el análisis general: el deíctico tradicional y el deíctico en ausencia, es decir, que señala antes que se añaden posteriormente con la edición.

Parece ser que las **pictografías**, en cambio, tienen más éxito entre españoles: hay 47 de españoles y 18 de hispanoamericanos en kinésica. Además, hay 1 muestra en paralinguaje y 2 en objetual de hispanoamericanos que tienen que ver con el afán innovador de dicho grupo.

Los **ecoicos**, una categoría paralingüística, presenta un desequilibrio nítido entre grupos: 9 españoles y 34 hispanoamericanos. Estos ecoicos, al ser paralinguaje, casan más con la comunicación no verbal de los hispanoamericanos (Figura 17).

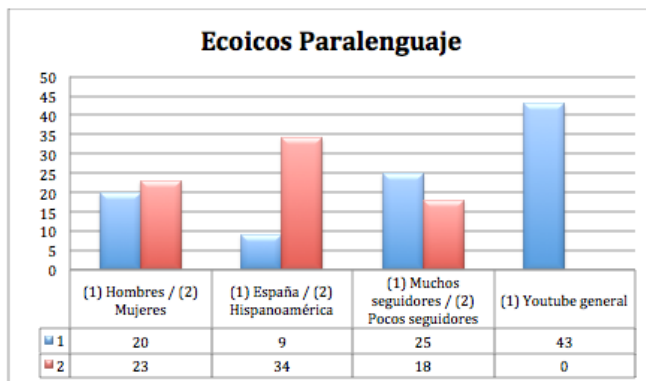


Figura 17: Los ecoicos paralingüísticos

Las **kinetografías** en su manifestación básica, la kinésica, no muestran diferencia alguna entre españoles e hispanoamericanos: 59 en el primer grupo y 58 en el segundo. En cambio, hay que sumar 1 manifestación en proxémica y 3 en objetual al recuento de los hispanoamericanos que se adscribe en la ya comentada mayor variedad de esta comunidad de habla.

Las **kinefonografías**, la producción de las dos categorías anteriores a la vez, no muestran ninguna diferencia. Las producciones en paralinguaje y kinésica son de 30 casos en los españoles y 31 en los hispanoamericanos, además de una muestra en química de un español. Por lo tanto, la imitación de movimiento y sonido se produce por igual, un dato que concuerda perfectamente si se compara con las kinetografías, una categoría muy similar, en la que también se da una igualdad entre grupos.

El nivel con más ejemplos del análisis, las **ideografías**, aporta unos datos que van en la misma línea que los anteriores. Los españoles han realizado 8 ideografías en paralinguaje, 1175 en kinésica y 7 en objetual mientras que los hispanoamericanos han aportado 4 ideografías en paralinguaje, 1352 en kinésica y 31 en objetual. Por lo tanto, en este caso, se puede ver cómo, en general, los hispanoamericanos mueven

más los brazos y, además, son más propensos a hacerlo con objetos que los españoles.

Todas las características que se han ido viendo a lo largo del análisis aparecen, asimismo, en los **marcasucesos**. En el paralenguaje se ve una discreta superioridad en el caso de los españoles (23) respecto a los hispanoamericanos (13). La kinésica es bastante similar en ambos casos: 300 en los primeros y 287 en los segundos. La proxémica, como se veía anteriormente en algunos casos, está mucho más trabajada por parte de los españoles también en los marcasucesos ya que hay dos ejemplos y ninguno de hispanoamericanos. En dérmica, hay un ejemplo marginal de un español que no es relevante. En cambio, hay 3 marcasucesos de españoles y 10 de hispanoamericanos que vuelven a poner de relieve el gusto de los hispanoamericanos por el uso de objetuales (y de categorías similares).

Los **identificadores** en paralenguaje son muy similares en las dos comunidades de habla (19 españoles y 15 hispanoamericanos). Aun así, se puede ver la buena disposición de los españoles a hacer uso del paralenguaje. Por otro lado, hay una muestra en objetual de un hispanoamericano que vuelve a incidir en la riqueza de canales de la comunicación no verbal de los hispanoamericanos. No obstante, el dato más llamativo del análisis se halla en la kinésica: hay 123 ejemplos en españoles y solo 24 en hispanoamericanos. Este dato tan dispar, más allá de reflejar un gran uso de una categoría no verbal, esconde un problema o una carencia que han apuntado algunos lingüistas y que se parece confirmar en este caso. Esta categoría no verbal, fruto de dificultad de expresarse con naturalidad, indica que los españoles suelen tener más problemas a la hora de describir ciertos objetos, sensaciones o acciones que los hispanoamericanos.

La categoría más completa, los **exteriorizadores**, vuelve a demostrar que hay una tendencia general que justifica el análisis diferenciando entre españoles e hispanoamericanos. En primer lugar, la muestra de paralenguaje (178 españoles y 153 hispanoamericanos) indica una semejanza bastante clara entre ambos grupos. Sin embargo, también se puede notar que los españoles están bastante cómodos con el paralenguaje (y no así con otras categorías como la objetual). La kinésica, con 360 ejemplos de españoles y 327 de hispanoamericanos, también muestra equidad en la comparación. No hay grandes diferencias. La proxémica, como era de esperar, tiene más éxito en los españoles (6) que en los hispanoamericanos (4). En cambio, los hispanoamericanos han comunicado más a través de la química (4), dérmica (3) y térmica (5) que los españoles (2 ejemplos en cada una de las categorías). Finalmente, los objetoadaptadores son 2 en el caso de los españoles y 1 en el caso de los hispanoamericanos.

Los **autoadaptadores** no muestran ninguna diferencia diatópica. Los cambios se producen en las otras dos variaciones analizadas. Es decir, hay 260 autoadaptadores kinésicos en españoles y 271 en hispanoamericanos. Además, se tiene que mencionar 1 autoadaptador en paralenguaje en cada uno de los grupos, y 1 proxémico y otro objetual en el caso de España. El caso del autoadaptador proxémico vuelve a recordar la importancia que tiene la proxémica en los españoles. De nuevo, no se puede hablar de los **alteradaptadores**. No hay ninguna muestra recogida.

La penúltima categoría, los **somatoadaptadores**, no es demasiado diferente entre las dos comunidades de habla analizadas. En kinésica, la única muestra encontrada, hay 83 somatoadaptadores de españoles y 97 de hispanoamericanos.

Así, pues, aunque es cierto que vuelve a confirmarse la tendencia de los hispanoamericanos a usar más comunicación no verbal que los españoles, no hay prácticamente diferencias. Es decir, no hay cambios sustanciales.

Finalmente, los **objetoadaptadores** demuestran que los datos de los somatoadaptadores no son casuales. En este caso, esta categoría marca la misma tendencia que la anterior: hay 88 somatoadaptadores kinésicos en los *youtubers* de España y 93 en los de Hispanoamérica. Por lo tanto, se repite la consideración anterior: se aprecia, de nuevo, la tendencia de los hispanoamericanos a hacer mayor uso de ella (Figura 18), pero los datos equiparan ambas comunidades de habla. Además, se han apreciado 2 objetoadaptadores kinésicos y, obviamente, han sido en vídeos de españoles. En consecuencia, se puede constatar que los españoles hacen un mayor uso de la proxémica que los hispanoamericanos.



Figura 18: Karol Sevilla y su inteligente uso de objetoadaptadores

14.3 Variación diastrática

Para hablar de variación diastrática, en el corpus analizado se ha considerado que un *youtuber* con seis millones de visualizaciones y uno con solo tres mil no pertenecen a la misma “clase social”. Este distinto *status* tiene incidencias en lo no verbal como se verá a continuación y se puede explicar perfectamente a partir del concepto de red social utilizado en sociolingüística:

El concepto de «red social» nació por un deseo de trabajar con unidades menos abstractas que el estrato social [...] Es importante destacar que éstas poseen distintos grados de *densidad* y de *multiplicidad*, según el número de individuos que las forman y la fuerza de los vínculos que unen a sus componentes. (Moreno Fernández 1990: 116).

La existencia de estos dos tipos de red social (una más densa que otra) hace que haya un correlato lingüístico: “de igual forma que hay individuos, grupos o clases prestigiosas, existen usos lingüísticos prestigiosos” (Moreno Fernández 1990: 182). Por ello, se puede afirmar que en YouTube hay un prestigio propio, en clara sintonía con un prestigio encubierto, que se presenta como referencia alternativa a la norma habitual. Es por eso que, como se verá, los *youtubersamateur* intentarán parecerse a los más avezados en las categorías no verbales más básicas (Figuras 19 y 20).

ANTONI BROSÀ RODRÍGUEZ

DATOS TÉCNICOS		SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
NOMBRE VIDEO	50 nuevas cosas sobre mi	POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima privada
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=AkpCNoOTpY	LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
DURACIÓN	13 minutos y 22 segundos	SOMATOADAPTADORES	Camiseta de cine, tatuajes
YOUTUBER	Wismichu	OBJETOADAPTADORES	Carteles de series y videojuegos, figuras de videojuegos, cómics
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 3.981.192 visualizaciones	POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		9						
MARCADISCURSOS	1	10	50					
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		3						
DEÍCTICOS		2						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS	1	1		1				
IDEOGRAFÍAS		23						
MARCASUCESOS	1	6						
IDENTIFICADORES		6						
EXTERIORIZADORES	2	3						
AUTOADAPTADORES		3						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES		8						

Figura 19: Comunicación no verbal de Wismichu, *youtuber* con éxito.

DATOS TÉCNICOS		SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
NOMBRE VIDEO	50 cosas sobre mi: Christian Corom	POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Cq1K8xD3pUK	LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
DURACIÓN	9 minutos y 19 segundos	SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil
YOUTUBER	Christian Corom	OBJETOADAPTADORES	Objetos decorativos, micro
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 16.198 visualizaciones	POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		15						
MARCADISCURSOS	2	7						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		5						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		27						
MARCASUCESOS		2						
IDENTIFICADORES		2						
EXTERIORIZADORES								
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES								

Figura 20: Comunicación no verbal de Christian Corom, *youtuber* sin éxito.

La posición **proxémica inicial** parece ser que no es un elemento diferenciador entre los *youtubers* conocidos y aquellos con poco éxito. En la distancia íntima privada hay 4 ejemplos del primer caso y 3 del segundo; en la distancia íntima, 29 del primero y 34 del segundo y en la distancia personal, 14 y 13 respectivamente. Por lo tanto, no se pueden extraer conclusiones que asocien ningún grupo con alguna de estas elecciones.

El **lugar de emisión** tampoco ofrece datos distintos: hay 48 *youtubers* conocidos que comunican desde el interior de su casa y 49 poco conocidos que también lo hacen desde ahí. Y, en segundo lugar, 2 *youtubers* conocidos que han grabado en el exterior y 1 poco conocido. Es decir, en este caso también hay mucha similitud entre los dos grupos analizados y el lugar de emisión no presenta diferencias.

Por otro lado, la **posición corporal** ofrece unos datos muy parecidos a los que se han observado en los otros análisis. Hay 25 *youtubers* conocidos que están de pie y 25 sentados y hay 20 *youtubers* poco conocidos de pie y 30 sentados. Así, pues, la única valoración que se puede hacer es que los *youtubers* poco conocidos, en general, prefieren estar sentados. Este hecho se debe, seguramente, a la facilidad que ofrece dicha posición: hay que controlar menos partes del cuerpo y menos componentes no verbales y, así, no es tan complicado para los menos avezados.

Las categorías en interacción, aquellas propuestas por Poyatos, presentan datos mucho más interesantes. Por ejemplo, los **emblemas** son muy distintos en ambos grupos. Los *youtubers* con éxito han producido: 53 emblemas en paralenguaje, 1155 en kinésica, 19 en proxémica y 12 en objetual. En cambio, los *youtubers* con poco éxito solo muestran: 11 emblemas en paralenguaje, 905 en kinésica, 9 en proxémica y 2 en objetual. En consecuencia, se puede decir que, en general, los *youtubers* con más seguidores usan muchos más emblemas y, además, de una forma mucho más rica. Estos *youtubers* hacen un gran uso de objetuales, activan la proxémica para comunicar algún emblema si es necesario, no dejan de lado el paralenguaje y emiten más emblemas kinésicos que el otro grupo de *youtubers*. En definitiva, los emblemas, una categoría fundamental pero elaborada, se ven más en *youtubers* con éxito.

Los **marcadiscursos** también mantienen la misma tendencia. Los *youtubers* exitosos han producido: 245 marcadiscursos en paralenguaje, 483 en kinésica, 559 en proxémica y 19 en objetuales. Los menos conocidos, por otro lado, presentan: 89 en paralenguaje, 334 en kinésica, 125 en proxémica y ninguno objetual. Es decir, los *youtubers* con éxito emiten muchos más marcadiscursos que aquellos con menor éxito. Además, los exitosos tienden a innovar más y mostrarse más originales, por ejemplo en marcadiscursos objetuales. Finalmente, se tiene que destacar la gran diferencia que hay entre los marcadiscursos proxémicos de ambos lados. Este recurso, propio de YouTube y sustentado en la innovación y en la edición del vídeo, es, fundamentalmente, una categoría propia de los *youtubers* con éxito. Es decir, esta invención es ya muy propia de YouTube y está vinculada con la comunicación con éxito en dicho medio.

La misma tendencia, pero a menor escala, se observa en los **marcaespacios**. Hay un marcaespacios objetual en los *youtubers* con éxito que demuestra, de nuevo, que es una categoría más habitual en este colectivo. En general, en la kinésica, los *youtubers* conocidos han producido 35 marcaespacios mientras que los poco conocidos, 21. En resumen, esta categoría no verbal más elaborada y menos habitual es más corriente entre *youtubers* populares. Según todos estos datos, el *youtuber* de éxito presta más atención a la comunicación no verbal.

La categoría más parecida a la anterior, los **marcatiempos**, muestran una realidad bastante parecida. No hay ninguna muestra en paralenguaje de *youtubers* sin éxito y, en cambio, los *youtubers* con éxito han producido 7 en este caso. Esto es, los *youtubers* con muchas visualizaciones son más activos paralingüísticamente. Kinésicamente, también hay una gran diferencia entre ambos grupos: 73 ejemplos en *youtubers* con muchos seguidores y 44 ejemplos en *youtubers* con pocos seguidores. Por lo tanto, al igual que ocurre con los marcaespacios, los marcatiempos son una categoría no verbal que se tiende a producir en *youtubers* con éxito, es decir, hay una estrecha vinculación entre el éxito comunicativo y el uso de este tipo de comunicación no verbal.

Los **deícticos** también siguen el mismo comportamiento que las categorías no verbales ya analizadas. Hay una muestra en paralenguaje en los *youtubers* con muchas visualizaciones y no hay ninguna en los *youtubers* menos conocidos. Los primeros, en kinésica, han hecho uso de 315 deícticos y los segundos, en cambio, 229. Por ello, hasta las categorías más esenciales y sencillas, como los deícticos, son más numerosas en los *youtubers* con éxito, que dominan mucho más la comunicación no verbal, en general, que los *youtubers* con pocas visualizaciones.

Por otro lado, la muestra de **pictografías** ilustra perfectamente las diferencias entre los dos grupos analizados. Hay 1 muestra en paralenguaje y 2 en objetual en los *youtubers* con muchos seguidores y ningún ejemplo en *youtubers* con pocos seguidores. Por lo tanto, se vuelve a ver cómo aquellos que gozan de mayor fama son mucho mejores en el uso de la comunicación no verbal. La muestra kinésica, la básica, recoge 39 pictografías del primer grupo y 26 del segundo. En conclusión, también las pictografías son más usadas por *youtubers* conocidos.

En los **ecoicos**, la muestra en paralenguaje, la única presente, es mucho más similar entre los dos tipos de *youtubers*. No obstante, los *youtubers* con mayor éxito (25) vuelven a hacer más uso de la comunicación no verbal que los que tienen menor éxito (18). En definitiva, parece ser que los ecoicos, dada su sencillez, son habituales también en *youtubers* poco conocidos.

La **kinetografía**, en cambio, muestra una diferencia mucho mayor. En primer lugar, hay 3 kinetografías en objetuales exclusivamente de *youtubers* con muchos seguidores. En consecuencia, se puede afirmar que los objetuales son muy queridos en *youtubers* con éxito y prácticamente desconocidos para *youtubers* con pocas visualizaciones. Además, también hay una muestra en proxémica de los primeros. Es decir, también se ve claramente cómo la proxémica tiene el mismo grado de implementación que el objetual en ambos grupos. Finalmente, la kinésica, la categoría básica en la kinetografía, muestra datos muy dispares: 95 en el caso de *youtubers* famosos y 22 en el caso de *youtubers* poco conocidos (Figura 21). La imitación de un movimiento, más compleja que la imitación de un sonido, se ve menos en *youtubers* que no controlan tanto la comunicación no verbal y, por lo tanto, tienen menor éxito.

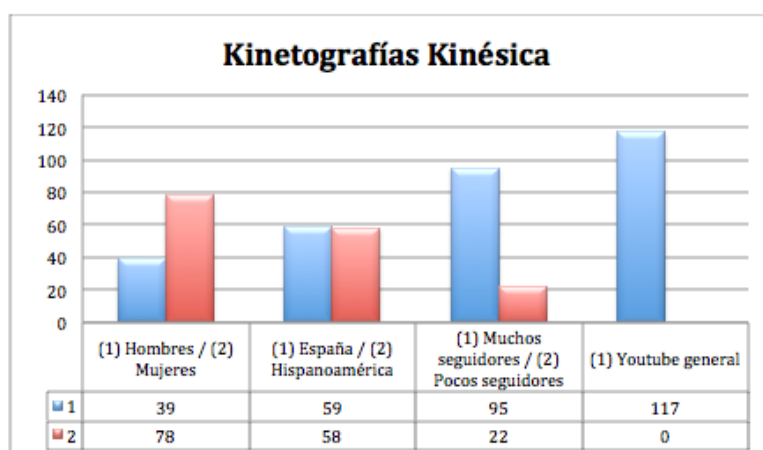


Figura 21: Kinetografías en kinésica, fundamentalmente de *youtubers* con éxito

Un nivel igual de complejo, las **kinefonografías**, tampoco triunfa entre *youtubers* poco conocidos. Tanto en paralenguaje como en kinésica hay 14 ejemplos

de este tipo de *youtubers* mientras que hay 47 de *youtubers* famosos. Además, en estos últimos también hay 1 en química. Así, se puede concluir que los *youtubers* con muchos seguidores gesticulan más, exploran vías más marginales y, además, son igual de prolíficos en categorías esenciales como en otras mucho más específicas. Por ejemplo, este último hecho no se daba entre hombres y mujeres.

Las **ideografías** que se han recogido ayudan a entender mucho mejor la comunicación no verbal de los *youtubers* con pocos seguidores. En paralenguaje, como se esperaba, hay únicamente ejemplos de *youtubers* famosos (12). En objetual también hay una clara superioridad de este grupo (31) frente a los *youtubers* prácticamente desconocidos (7). Estos datos, por lo tanto, concuerdan con la tesis que se ha planteado en este análisis. Finalmente, las ideografías kinésicas aportan más datos. Hay 1319 ideografías kinésicas en *youtubers* con muchas visualizaciones y 1208 en *youtubers* con pocas visualizaciones. Es decir, aunque hay, de nuevo, una superioridad de los *youtubers* conocidos, los datos se han igualado mucho. Esta semejanza tiene una explicación plausible: los *youtubers* con pocos seguidores, que quieren imitar a aquellos que tienen más, lo hacen por el modo más sencillo de hacerlo, a través de las ideografías. El mero movimiento de manos, basándose en los pensamientos, es la comunicación no verbal más sencilla y, por ello, los poco conocidos gesticulan mucho en este sentido para parecerse a aquellos que tienen más seguidores (los de un estrato superior). En cambio, otras categorías que requieren mayor conocimiento del lenguaje no verbal, como las kinefonografías o los marcadisursos, no son tan usadas por *youtubers* con poco éxito.

Los **marcasucesos**, una categoría bastante parecida a las ideografías, también se encuentran más en *youtubers* de más seguidores, aunque sin grandes diferencias. Los *youtubers* con pocos seguidores han producido: 3 marcasucesos en paralenguaje, 242 en kinésica, 1 en proxémica, ninguno en dérmica y ninguno en objetual. Por otro lado, los *youtubers* con muchos seguidores aportan 33 marcasucesos en paralenguaje, 345 en kinésica, 1 en proxémica, 1 en dérmica y 13 en objetual. Por ello, se puede volver a destacar el uso normalizado de dérmica, proxémica y objetual en *youtubers* de grandes audiencias mientras que los *youtubers* menos conocidos presentan una comunicación no verbal mucho más básica y clásica. Los marcasucesos en kinésica también son mucho más corrientes en los *youtubers* con éxito, aunque aquellos que los imitan también intentan acercarse a ellos a través de estos marcasucesos en kinésica.

Los **identificadores**, de nuevo, presentan un trasfondo ligeramente distinto. Los *youtubers* con éxito han hecho uso de identificadores en paralenguaje (31), kinésica (125) y objetual (1), mientras que los *youtubers* sin éxito solo tienen 3 identificadores en paralenguaje, 22 en kinésica y ninguno en objetual. Por lo tanto, más allá de la importancia, otra vez, del uso de las categorías de paralenguaje y objetual en los *youtubers* conocidos, se tiene que destacar la gran diferencia entre identificadores kinésicos. Este recurso no verbal, relacionado con la falta de precisión léxica, es, en este caso, un punto positivo para los *youtubers* de éxito. Las imprecisiones léxicas se dan, por igual, en ambos grupos. Sin embargo, los *youtubers* con éxito convierten este momento de duda en un identificador, mientras que los *youtubers* menos avezados siguen titubeando sin encontrar el modo correcto de expresarse. En consecuencia, los *youtubers* con más suscriptores suplen esa flaqueza con una categoría no verbal que, a cambio, refuerza la expresividad del mensaje, uno de los objetivos de los *youtubers* en la comunicación no verbal.

La categoría de los **exteriorizadores** confirma, definitivamente, la tesis que se ha planteado en este análisis: los *youtubers* gozan de éxito gracias a un buen trabajo en la comunicación no verbal. Estos dan una vuelta de tuerca más a todas las posibilidades que ofrece la plataforma YouTube. En paralingüaje, hay 246 exteriorizadores de *youtubers* con éxito y 85 de *youtubers* con poco éxito (Figura 22). En kinésica, hay 415 ejemplos del primer grupo y 272 de estos últimos. Los exteriorizadores en proxémica son 7 en el caso de *youtubers* con éxito y 3 en *youtubers* poco conocidos. Finalmente, los *youtubers* con muchas visualizaciones han producido 6 exteriorizadores en química, 5 en dérmica, 6 en térmica y 2 en objetual, mientras que los *youtubers* con pocos seguidores no han usado la química y la dérmica y, por otro lado, la térmica y la objetual solo en una ocasión. En conclusión, esta categoría no verbal ilustra muy bien cómo los *youtubers* con más seguidores son aquellos que producen más comunicación no verbal y, además, a través de distintas vías.

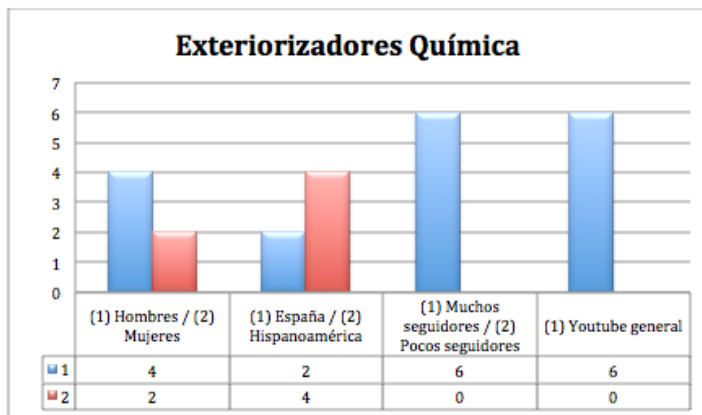


Figura 22: Exteriorizadores en química, típicos de *youtubers* con muchos seguidores

Llamativamente, los *youtubers* con pocos seguidores se tocan más que los *youtubers* con más visualizaciones. Estos últimos tienen 2 **autoadaptadores** en paralingüaje, 222 en kinésica, ninguno en proxémica y 1 en objetual. Por otro lado, los *youtubers* poco conocidos han producido: 309 autoadaptadores en kinésica, 1 en proxémica y ninguno en paralingüaje y objetual. Por lo tanto, aunque se sigue viendo cómo, hasta con los autoadaptadores, los *youtubers* con más visualizaciones hacen un uso más original de la comunicación no verbal, los *youtubers* con pocas visualizaciones utilizan más autoadaptadores. El motivo parece claro, al igual que las mujeres, parece ser que gozan de menor autocontrol de los propios nervios. Por ello, se tocan mucho más fruto de los nervios. En cambio, los *youtubers* con más seguidores son conscientes de esta situación e intentan controlar los tocamientos para esconder los nervios.

Los **alteradaptadores**, de nuevo, no tienen ningún ejemplo. No se pueden registrar tocamientos al receptor. YouTube impide esta categoría.

El uso de los complementos del propio cuerpo, como se podía prever, es mucho más notorio en *youtubers* con muchos seguidores. Hay 120 **somatoadaptadores** kinésicos en estos *youtubers* y justo la mitad en *youtubers* con pocas visualizaciones. El aspecto que presentan los *youtubers* con muchos seguidores está muy trabajado y son verdaderos expertos en este sentido. El uso que se hace de los somatoadaptadores suele estar relacionado con la vinculación con

ciertos grupos sociales o tendencias que ayudan a acercarse al receptor. Además, procura cautivar a nuevos seguidores que sean afines mediante esta categoría. En cambio, los *youtubers* con pocos seguidores no explotan los somatoadaptadores y, por ello, gozan de un éxito menor.

Finalmente, los **objetoadaptadores** presentan la misma realidad que los somatoadaptadores. Hay 124 objetoadaptadores kinésicos en *youtubers* con mucho éxito y 57 en *youtubers* con poco éxito. Además, los primeros han producido 2 objetoadaptadores en proxémica (Figura 23). Por lo tanto, con estos datos tan similares a los anteriores, se puede concluir que el uso de objetos tiene la misma finalidad que el uso de ciertos complementos: crear un vínculo más fuerte con el receptor. Los objetos que se muestran suelen ser de gran interés para el espectador de dicho vídeo y, además, lo hace mucho más innovador, visual y ameno.

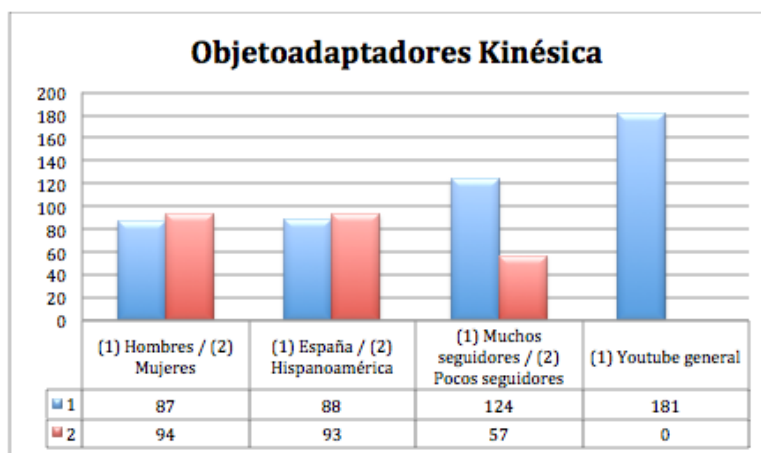


Figura 23: Objetoadaptadores en kinésica.

14.4 Resumen

Se pueden extraer algunas consideraciones generales del análisis sociolingüístico de la comunicación no verbal en los *youtubers* realizado en este apartado:

- En el caso de la variación de género, ocurre lo mismo que apuntan los tratados de sociolingüística cuando generalizan: “el habla de las mujeres estaría marcada por un signo de conservadurismo, en contraste con la de los hombres, más innovadora” (López Morales 1993: 120).
- Las diferencias entre España e Hispanoamérica, por otro lado, también se materializan en una tendencia parecida. Los hispanoamericanos son mucho más innovadores y, en cambio, los españoles son más conservadores. No obstante, la sociolingüística no ha valorado la comunicación no verbal de los dos grupos, por lo tanto, no hay punto de comparación posible con la bibliografía. Es una aportación *ex novo*.

- La oposición en términos de red social, finalmente, ha sido la más llamativa. Podría hacerse un símil con la oposición entre código restringido y elaborado típica de la sociolingüística:

En síntesis, la sintaxis y el vocabulario del código restringido son más limitados, por lo tanto la competencia de la clase obrera contiene menos vocabulario y una menor cantidad de tipos de construcciones oracionales. [...] Existen entre ambos códigos, además, diferencias de estilo semánticas y pragmáticas. (López Morales 1993: 57).

Además, se ha podido comprobar cómo YouTube funciona como una comunidad independiente que tiene sus propias relaciones de poder:

Se emplea el término *poder* para describir situaciones en las que la conducta de un individuo viene determinada, al menos parcialmente, por las acciones de otro. [...] Aunque A puede ser responsable de las acciones de B, no determina totalmente estas acciones; la intervención de A aumenta la probabilidad de que B actúe de una manera determinada y no de otra. (Moreno Fernández 1998: 155).

Por lo tanto, se puede concluir diciendo que hay grupos sociales mucho más vinculados con este nuevo esquema no verbal que se da en YouTube (hombres, hispanoamericanos y con muchos seguidores) y que, en cambio, hay otros que están más cerca del planteamiento tradicional (mujeres, españoles y con pocos seguidores). No obstante, la tendencia general de los *youtubers* ya difiere mucho en su raíz de las manifestaciones no verbales clásicas y, por lo tanto, tampoco se puede afirmar que la comunicación no verbal de una mujer y de cualquier persona en la televisión sea la misma. Simplemente, en este trabajo, se recoge la tendencia. Es decir, todas las variaciones sociolingüísticas recogidas son muestras representativas de la típica comunicación no verbal en YouTube, en unos casos se da de una forma más intensa y, en otros, más laxa.

15. COMPARACIÓN DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL DEL YOUTUBER CON MODELOS TRADICIONALES

Después de tener ya un modelo estándar de la comunicación no verbal de los *youtubers*, fruto del análisis de los cien vídeos, resulta interesante comparar el resultado obtenido con lo que aparentemente puede resultar un modelo más tradicional. Por ello, se ha querido comparar la media obtenida y un vídeo, a modo de ejemplo, que sirva como contrapunto para poder matizar o confirmar todo lo propuesto anteriormente.

Se ha elegido una pieza con un *usage* muy similar a los vídeos de los *youtubers*, aunque debía ser un modelo tradicional. Es decir, se ha buscado una interacción al mismo nivel: un emisor que mira a cámara, que no cuenta con público presencialmente y que simplemente cuenta algo que considera de interés para el receptor. Por ello, se ha analizado “La voz de Iñaki”, un vídeo de Iñaki Gabilondo donde se valoran los acontecimientos políticos más importantes de la semana:

DATOS TÉCNICOS	
NOMBRE VÍDEO	El niño sirio. (Videoblog 'La voz de Iñaki') Cadena SER
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=6UmVqF7HlvA
DURACIÓN	2:49
YOUTUBER	Cadena SER (Iñaki Gabilondo)
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, no youtuber (1.398 visualizaciones)

Figura 24: Datos técnicos de Iñaki Gabilondo.

También se ha efectuado un análisis de la situación no verbal de partida, previa a la interacción, como se ha hecho en los cien *youtubers*. Estos datos ya empiezan a ser concluyentes:

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Redacción
SOMATOADAPTADORES	Polo, chaqueta de traje, micrófono en la solapa
OBJETOADAPTADORES	Una oficina, ordenadores, escritorios
POSICIÓN CORPORAL	De pie

Figura 25: Situación no verbal de partida de Iñaki Gabilondo

Como se puede apreciar, la **distancia** usada es la más alejada (dentro del límite que se da en este tipo de interacciones audiovisuales). Sinceramente, sería bastante extraño ver a Iñaki Gabilondo a diez centímetros de la cámara. En este sentido, el periodista no defrauda y se sitúa a una distancia prudencial y poco amistosa.

El **lugar de emisión** también es muy significativo. Si en el análisis general de los *youtubers* se ha comentado que lo más habitual es mostrar la habitación propia (para mostrar intimidad y confianza al receptor), Iñaki Gabilondo ha grabado el vídeo en una redacción (la de la cadena SER). Por lo tanto, en esta elección no se busca la

aprobación del destinatario reforzando la idea de complicidad. El mensaje que se quiere dar en este caso al espectador es de seriedad, profesionalidad.

Los **somatoadaptadores** también son completamente distintos (Figura 26). El periodista vasco aparece con un polo, una chaqueta de traje (ningún *youtuber* lo ha hecho) y un micrófono en la solapa (también refuerza la profesionalidad del emisor).



Figura 26: Iñaki Gabilondo y su planteamiento clásico de somatoadaptadores y objetoadaptadores.

Los **objetoadaptadores**, como puede intuirse, están muy relacionados con la elección del lugar de emisión. En este caso, no hay ningún objetoadaptador propio o significativo sino que solo se ven ordenadores y escritorios a través de un cristal.

Finalmente, Gabilondo realiza el vídeo de pie, un modo mucho más formal y clásico que si estuviera sentado. En este caso la elección de la comunicación no verbal va en una misma dirección: quiere ganarse la credibilidad del espectador (y no su confianza) enviando señales de seriedad.

La comunicación no verbal en la interacción del vídeo de Iñaki Gabilondo se compone de: dos marcadiscursos en paralenguaje, ocho emblemas en kinésica, doce marcadiscursos en kinésica, dos marcatiempos en kinésica, y nueve ideografías en kinésica. No obstante, lo más coherente es que este resultado se multiplique por dos. Si se fija uno en la duración del vídeo (unos tres minutos) podrá darse cuenta de que es, más o menos, la mitad de la media de los vídeos analizados de los *youtubers*. Por lo tanto, si se iguala con esta multiplicación la muestra se pueden extraer resultados mucho más concluyentes.

En primer lugar, se debe mencionar que, en la media redondeada de los 100 *youtubers* hay (Figura 27):

- 7 muestras en marcadiscursos de proxémica,
- 1 de marcaespacios en kinésica,
- 5 deícticos en kinésica,
- 1 pictografía en kinésica,
- 1 kinetografía en kinésica,
- 1 kinefonografía en kinésica y paralenguaje,
- 6 marcasucesos en kinésica,
- 1 identificador en kinésica,

ANTONI BROSÀ RODRÍGUEZ

- 3 exteriorizadores en paralenguaje,
- 7 exteriorizadores en kinésica,
- 5 autoadaptadores en kinésica,
- 2 somatoadaptadores en kinésica
- y 2 objetoadaptadores en kinésica.

Por lo tanto, se puede ver a simple vista cómo los *youtubers* son mucho más completos y variados. Es decir, los *youtubers* exploran y usan mucho más las distintas posibilidades no verbales que se ofrecen. No tienen miedo a ser arriesgados y buscan continuamente la originalidad y la notoriedad. En cambio, Iñaki Gabilondo usa muy pocas categorías no verbales (Figura 28). No es casual que, además, las categorías que aparecen en Gabilondo son aquellas que se han fijado en el análisis general de los *youtubers* como categorías básicas de la comunicación. O sea, las categorías que usa el periodista vasco son las mismas que usan también los *youtubers* con poco éxito y, por lo tanto, se puede confirmar que para entablar una comunicación hay tres categorías en kinésica básicas: los emblemas, los marcadiscursos y las ideografías.

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN EN GENERAL								
MEDIA REDONDEADA	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		21						
MARCADISCURSOS	3	8	7					
MARCAESPACIOS		1						
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS		5						
PICTOGRAFÍAS		1						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		1						
KINEFONOGRAFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS		25						
MARCASUCESOS		6						
IDENTIFICADORES		1						
EXTERIORIZADORES	3	7						
AUTOADAPTADORES		5						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES		2						

Figura 27: Media de la comunicación no verbal de los *youtubers*.

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		8						
MARCADISCURSOS	2	12						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		2						
DEÍCTICOS								
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		9						
MARCASUCESOS								
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES								
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES								

Figura 28: Análisis de la comunicación no verbal de Iñaki Gabilondo (sin multiplicar).

Por lo tanto, hay categorías que Gabilondo evitará enérgicamente, especialmente los exteriorizadores. Manifestar sus respuestas y ser expresivo no casa con el afán de seriedad que busca el periodista. En cambio, los *youtubers* se sienten

muy cómodos con los exteriorizadores porque pueden mostrarse mucho más humanos, conectar mejor con el espectador y, además, tratar de ser divertidos.

Si se comparan los datos de Iñaki (ya adaptados) y los obtenidos del análisis de los *youtubers*, también surgen conclusiones muy oportunas. Los *youtubers* usan, de media, 21 **emblemas** kinésicos por vídeo y, en cambio, Gabilondo, 16. Así, pues, aunque no hay una gran diferencia, los *youtubers* gesticulan más en este caso que el vasco.

Los **marcadiscursos**, en cambio, están mucho más presentes en Iñaki Gabilondo. En el vídeo de este hay 4 marcadiscursos de paralenguaje y la media de los *youtubers* solo refleja 2. Asimismo, Gabilondo produce 24 marcadiscursos en kinésica y los *youtubers* solo 8. Por lo tanto, se puede ver claramente cómo la categoría de los marcadiscursos es muy formal y restringida. Esta aparece mucho en emisores que controlan y miden perfectamente el ritmo de su discurso (el periodista) y, en cambio, no es tan habitual en *youtubers*.

Aunque Iñaki Gabilondo sea más comedido, hace uso de 4 **marcatiempos** y los *youtubers* solo producen 1 de media por vídeo. Además de confirmar la percepción de que es mucho más esencial en la comunicación no verbal el tiempo que el espacio. La actuación de Iñaki Gabilondo demuestra cómo marcar el tiempo es un rasgo formal y nada vulgar. En cambio, los deícticos (el mero señalar) no aparecen en Iñaki Gabilondo y sí que se encuentran cinco de media en los vídeos de *youtubers*. O sea, los deícticos son más vulgares que los marcatiempos y en esta comparación está la justificación.

Finalmente, las 18 **ideografías** de Iñaki Gabilondo se asemejan bastante a las 25 de media de los *youtubers*. No obstante, se vuelve a apreciar que los *youtubers*, por definición, gesticulan en mayor cantidad de lo que es habitual en una interacción clásica.

En resumen, Iñaki Gabilondo trata, en todo momento, de buscar el rigor y la credibilidad que lo caracterizan a través de su comunicación no verbal y, en cambio, los *youtubers* prefieren parecerse lo máximo posible a un amigo a través de la comunicación no verbal. Por ello, seguramente, para los jóvenes la comunicación de Iñaki Gabilondo sea vetusta y, por otro lado, los más mayores vean la propuesta de los *youtubers* como algo poco serio y frívolo.

PARTE IV.

CONCLUSIONES

16. CONCLUSIONES

Presentado ya el análisis y sus resultados, se puede concluir el estudio revisando los objetivos que lo motivaban.

En primer lugar, se debe reconocer que se ha visto claramente el vínculo entre comunicación no verbal y éxito comunicativo. Esta aseveración se puede comprobar rápidamente si se realiza una comparación entre el número de producciones no verbales de un *youtuber* y su número de seguidores. Esta relación será directamente proporcional. Si generalizamos, parece que los humanos preferimos los mensajes elaborados en lo no verbal. Este vínculo evidencia la importancia de la comunicación no verbal, muchas veces denostada.

Por otro lado, este trabajo también ha valorado el cambio del planteamiento no verbal que ofrece YouTube. A lo largo del estudio, se ha visto cómo, aunque se parte de la misma base, la comunicación no verbal en YouTube es distinta a la que se da, por ejemplo en la televisión. Este cambio es perfectamente perceptible: cualquier espectador ve que en YouTube los preceptos de comunicación no verbal son distintos. y que cada mundo tiene sus propios códigos o criterios (como se ha visto, solo, en YouTube).

Además, la interacción desde la perspectiva no verbal de los *youtubers* no es igual en ambos sexos. Las mujeres han demostrado un mayor acercamiento a lo clásico (al modelo anterior) y lo normativo, en definitiva, lo poco arriesgado; mientras que los hombres han sido mucho más creativos pero, a su vez, más alejados de la norma. Es decir, las mujeres innovan poco pero no arriesgan en su producción no verbal y, en cambio, los hombres son más arriesgados e innovadores pero se alejan de la comunicación no verbal clásica e imperante.

Del mismo modo, los españoles y los hispanoamericanos muestran diferencias sustanciales. Los *youtubers* hispanoamericanos estarían en la línea de los hombres, por lo tanto, son mucho más creativos y variados. En el otro lado, los españoles mantienen una comunicación no verbal mucho más típica y con menos cambios.

No obstante, la mayor diferencia social ha sido la que contrasta los *youtubers* por su número de seguidores (o sea, basándose en la red social a la que pertenecen). Los *youtubers* con muchos seguidores hacen un mayor uso de la comunicación no verbal en general pero, además, exploran mucho más las posibilidades en este ámbito que ofrece el medio YouTube. También se percibe una mayor conciencia de la comunicación no verbal en la preparación minuciosa de los somatoadaptadores (Figura 29) y objetoadaptadores. En el grupo de *youtubers* con pocos seguidores no hay una comunicación no verbal interesante. Aunque intenten imitar a los *youtubers* más conocidos, solo logran acercarse mediante categorías fáciles y frívolas (como las ideografías sobre todo) que permiten dar una imagen aparente de gran uso de lo no verbal (muchos movimientos de brazos), sin embargo, el contenido de las muestras no verbales es inane.

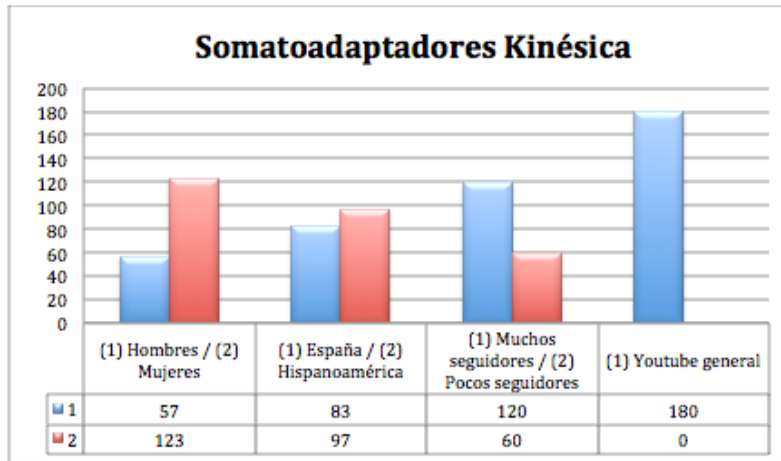


Figura 29: Uso de los somatoadaptadores en kinésica

Las consideraciones surgidas del análisis comparativo entre grupos sociales, por otro lado, han sido formuladas mediante el análisis de los distintos ejemplos encontrados y los datos. Por ejemplo, se ha podido confirmar que las mujeres se tocan mucho más (autoadaptadores) que los hombres (Figura 30). Esta afirmación puede recoger motivos de diversa índole: menor control del nerviosismo, mayores molestias con el pelo largo, mayor incomodidad de los somatoadaptadores, etc. También se ha podido ver cómo los españoles hacen un mayor y mejor uso de la proxémica, por ejemplo.

DATOS TÉCNICOS		SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
NOMBRE VIDEO	Tag 50 cosas sobre mi Yanira Giselle	POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=qnXYhSNBlIs	LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
DURACIÓN	17 minutos y 9 segundos	SOMATOADAPTADORES	Maquillaje, pirsin, uñas pintadas, anillo
YOUTUBER	Yanira Giselle	OBJETOADAPTADORES	Sofá, zapatos, ropa, vestidor, luces, decoración navideña
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 34.154 visualizaciones	POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		26						
MARCADISCURSOS	1	6						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		3						
DEÍCTICOS		12						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		44					2	
MARCASUCESOS	1	4						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		7						
AUTOADAPTADORES		76						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		5						
OBJETOADAPTADORES		4						

Figura 30: Ejemplo de Yanira Giselle y su gran cantidad de autoadaptadores

Este análisis sociolingüístico puede servir perfectamente para ver si encaja con los estudios generales en sociolingüística. En la bibliografía sociolingüística fundamental, como se sabe, se tiende a decir que la mujer es mucho más conservadora, clásica y normativa que el hombre, por ejemplo. Por lo tanto, aunque

los manuales de sociolingüística olviden mencionar (o investigar) las variaciones no verbales en esta disciplina, se puede entender que esta parcela del lenguaje no difiere de las generalizaciones clásicas.

Si se observan los resultados obtenidos en conjunto, es decir, las muestras en general de los *youtubers* sin mayores calificativos, se puede ver cómo hay unas categorías que son más relevantes que otras. Estas categorías, que aparecen en cualquier *youtuber* (y, además, son compartidas en la televisión, por ejemplo) son: ideografías, emblemas y marcadisursos. Por ello, parece ser que los seres humanos, cuando se comunican, hacen uso de estas tres categorías en su esencia y que, en cambio, la aparición del resto de categorías es menor y no se da siempre.

Por otro lado, también se ha tenido que entender que la bibliografía sobre comunicación no verbal no está preparada para aplicarse en YouTube y que, por lo tanto, hay que estar abierto a cambios. Por ejemplo, se ha visto como, por la naturaleza del medio, no se puede dar ningún alteradaptador. Las muestras de dérmica y térmica, asimismo, son muy difíciles de percibir a través de una pantalla. Finalmente, tampoco se puede entender que hay “no interacción” en YouTube puesto que todo lo que aparece subido en la página web forma parte del mensaje que envía un receptor a sus receptores.

En cambio, hay nuevas manifestaciones no verbales que no han sido contempladas aún por ningún lingüista. Estos ejemplos, fruto de las ventajas de las nuevas tecnologías, son, precisamente, señas de identidad de YouTube. Por ejemplo, la deixis en ausencia y los marcadisursos proxémicos (Figura 31). En el primer caso se ha visto cómo la mayoría de veces el *youtuber* señala hacia un punto de la pantalla que no contiene nada pero en el que, posteriormente, gracias a la edición, aparecerá una imagen o un vídeo. El segundo ejemplo, muy usado en YouTube (especialmente en *youtubers* con mucho éxito), pretende señalar los cambios de segmentación del discurso mediante el movimiento del *youtuber* (acercándose o alejándose). De nuevo, la edición que permite unir múltiples cortes de vídeo hace posible esta manifestación tan original.

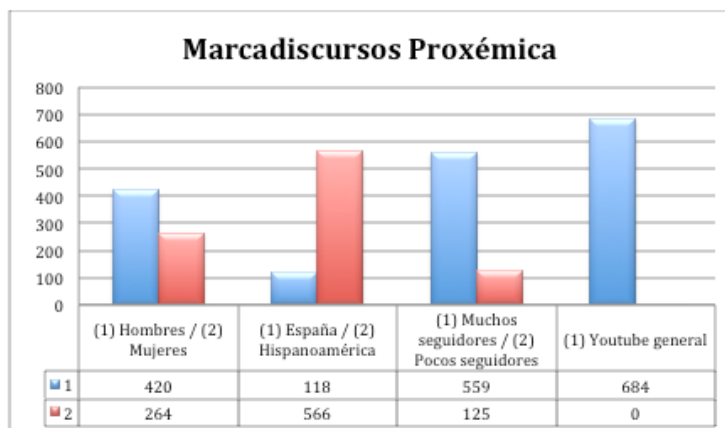


Figura 31: Marcadisursos en proxémica.

Los *youtubers*, por lo tanto, hacen uso de un nuevo planteamiento de la comunicación no verbal que permite acercarlos mucho más a sus espectadores potenciales. El punto de unión entre este emisor y sus receptores es el hecho de formar parte de una misma generación, los *millennials*, que ha crecido de la mano de Internet. En esta nueva sociedad de jóvenes, con el típico hastío de lo vetusto y

anterior, se busca la originalidad y la diferenciación. A través del lenguaje, quizá, no es tan chocante la propuesta (puesto que tradicionalmente los jóvenes ya han usado un lenguaje soez, agresivo, discriminatorio, etc.) y, en cambio, sí que es nuevo su desarrollo en lo no verbal. Además, se puede aplicar en los *youtubers* la opinión que tiene Fast (2003) de los políticos:

Una vez que usted empiece analizar los estilos de los hombres, los gestos, movimientos y expresiones faciales, empezará a comprender cuánto se apoyan todos los políticos en el lenguaje corporal para hacer aceptables sus palabras y su imagen. Los realmente buenos, buenos en el sentido de que pueden sugerir cualquier emoción con sus cuerpos, nunca tuvieron que preocuparse por lo que decían. Fue siempre la manera de decirlo lo que importaba. (Fast 2003: 170).

Los jóvenes, en resumen, han encontrado un chico que les cuenta lo que les interesa, con el lenguaje que les gusta y como les gusta. De ahí el apabullante éxito. A través de la comunicación no verbal se puede entender perfectamente el cambio que se ha dado y por qué hay tal conexión. Iñaki Gabilondo ha hablado en su vídeo de política, con unos somatoadaptadores orientados a otorgarle seriedad (chaqueta de traje, micrófono en la solapa, etc.), con unos objetoadaptadores pensados para ofrecer credibilidad (redacción periodística, ordenadores, escritorios, etc.), una gestualidad muy medida y poco enfática, etc. En cambio, elrubiusOMG habla de videojuegos, sus somatoadaptadores son muy distintos (camisetas anchas, gorras, dilataciones, etc.), sus objetoadaptadores también (peluches, pósters, cosas relacionadas con los videojuegos, etc.) y su gestualidad es libre, anárquica, y quiere acercarse al espectador tratando de ofrecer sinceridad, verdad y espontaneidad (Figura 32). Por ello, los jóvenes ven a Iñaki Gabilondo como un señor que está por encima de ellos (de difícil calado) y, en cambio, elrubiusOMG penetra mucho más en los *millennials* porque se presenta como un igual, no está por encima del espectador.



Figura 32: elrubiusOMG y su característica comunicación no verbal

BIBLIOGRAFÍA

- ÁGUILA, N. (2012). El por qué de la generación Y *Revista hispano cubana*, 43: 89-91. Recuperado el 25/05/2017, de <https://dialnet-unirioja-es.sabidi.urv.cat/revista/1813/A/2012>
- AGUILERA, M. (2009). Datos sobre el uso de la Red. *Crítica*, 959: 12-15. Recuperado el 24/04/2017, de <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/223531>
- ARROYO VÁZQUEZ, N. (2007) ¿Web 2.0? ¿web social? ¿qué es eso? *Educación y biblioteca* 161: 69-74. Recuperado el 18/05/2017, de <http://eprints.rclis.org/10566/>
- BAÑUELOS, J. (2009). Youtube como plataforma de la sociedad del espectáculo. *Razón y palabra*, 69. Recuperado el 24/05/2017, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3103022>
- BECK, T. (2007). *Web 2.0: User-Generated content in Online Communities. A theoretical and empirical investigation of its determinants*. Hamburg: Diplomica Verlag.
- BERZOSA, M. (2017). *Youtubers y otras especies: El fenómeno que ha cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales*. Barcelona: Ariel.. Recuperado el 25/05/2017, de https://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/581/
- BIEL, J.-I. & GATICA-PEREZ, D. (2011). VlogSense: Conversational Behavior and Social Attention in YouTube. *ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications and Applications*, 7 (1). Recuperado el 25/05/2017, de <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2037676.2037690>
- BIEL, J.-I. & GATICA-PEREZ, D. (2013). The YouTube Lens: Crowdsourced Personality Impressions and Audiovisual Analysis of Vlogs. *IEEE Transactions on Multimedia*, 15 (1): 41-55. Recuperado el 25/05/2017, de <http://ieeexplore.ieee.org/document/6331531/?reload=true>
- BONAGA, C. & TURIÉL, H. (2016). *Mamá, ¡quiero ser 'youtuber'!* México D.F.: Temas de hoy.
- CÁCERES, M. D. (2003). *Introducción a la comunicación interpersonal*. Madrid: Síntesis.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14: 345-361. Recuperado el 18/05/2017, de http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_14/Sum/4-04.pdf

- CESTERO MANCERA, A. M. (2006) La comunicación no verbal y el estudio de su incidencia en fenómenos discursivos como la ironía. *ELUA*, 20: 57-77. Recuperado el 02/05/2017, de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/6074/1/ELUA_20_03.pdf
- COHEN, D. J. (2004). History and the Second Decade of the Web. *Rethinking History*, 8 (2): 293-301. Recuperado el 23/05/2017, de http://www.dancohen.org/files/hist_2nd_decade_web.pdf
- DAVIES, F. (2002). *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza Editorial.
- DÍAZ ARIAS, R. (2009). El vídeo en el ciberespacio: usos y lenguaje *Comunicar*, XVII (33): 63-71. Recuperado el 22/05/2017, de <http://eprints.ucm.es/9492/>
- EKMAN, P. (2012). *El rostro de las emociones*. Barcelona: RBA Libros.
- EKMAN, P. & FRIESEN W. (1969). The Repertoire of Nonverbal Behavior: Categories, Origins, Usage, and Coding. *Semiotica*. 1 (1): 49-98. Recuperado el 19/04/2017, de http://homes.dsi.unimi.it/~boccignone/GiuseppeBoccignone_webpage/CompAff2011_files/EkmanFriesenSemiotica.pdf
- ESCANDELL VIDAL, M. V. (2012). *Apuntes de Semántica léxica*. Vizcaya: UNED Cuadernos.
- ESCANDELL VIDAL, M. V. (2014) *La comunicación: lengua, cognición y sociedad*. Madrid: Akal.
- FAST, J. (1994). *El sublenguaje del cuerpo*. Barcelona: Paidós.
- FAST, J. (2003). *El lenguaje del cuerpo*. Barcelona: Kairós.
- FEIXAS, D., CODINA, E. & CARANDELL, R. (2014). *Cómo triunfar en YouTube*. Barcelona: laGalera
- FIGUEROA BERMÚDEZ, R. A. (2011) Una semblanza crítica de historia de las teorías de la comunicación, de Michéle y Armand Mattleart. *Razón y Palabra*, 75. Recuperado el 20/04/2017, de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/15_Figueroa_M75.pdf
- FLORES VIVAR, J. M. & ESTEVE RAMÍREZ, F. (eds.) (2009) *Periodismo Web 2.0* Madrid: Fragua.
- GALLARDO CAMACHO, J. (2013). Descripción cuantitativa y cualitativa del espectador de vídeos en youtube España. *Communication Papers –Media Literacy & Gender Studies*, 2: 11-22. Recuperado el 24/05/2017, de <http://dugi-doc.udg.edu/handle/10256/8770>
- GARCÍA ARETIO, L. (2007). ¿Web 2.0 vs Web 1.0?. *BENED*. Recuperado el 23/05/2017, de <http://e-spacio.uned.es/fez/view.php?id=bibliuned:20094>

GARCÍA FERNÁNDEZ, J. L. (2000). *Comunicación no verbal: Periodismo y medios audiovisuales*. Madrid: Universitas.

GRIFFITHS, M. D., KUSS, D. J., BILLIEUX, J. & PONTES, H. M. (2016). The evolution of Internet addiction: A global perspective. *Addictive Behaviors*, 53: 193-195. Recuperado el 19/05/2017, de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0306460315300538>

HALL, E. T. (1997). *La dimensión oculta*. México: Siglo XXI.

HOLMBOM, M. (2015) *The YouTuber: A Qualitative Study of Popular Content Creators*. Umeå: Umeå universitet. Recuperado el 24/05/2017, de <http://umu.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A825044&dswid=-3981>

JAKOBSON, R. (1964). Closing Statements: Linguistics and Poetics. *Style in Language* (pp. 350-377). Cambridge: Mit Press. Recuperado el 21/05/2017, de https://monoskop.org/images/8/84/Jakobson_Roman_1960_Closing_statement_Linguistics_and_Poetics.pdf

KNAPP, M. L. (1982). *La comunicación no verbal: El cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paidós.

LACOSTE, J. A. (1998). Internet: la tecnología al servicio de la prevención. *Comunicar*, 10: 181-186. Recuperado el 23/05/2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801027>

LANGE, P. (2007) Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13: 361-380. Recuperado el 24/05/2017, de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00400.x/full>

LARRAÑAGA, J. & RUIZ, A. (2009). El modelo de negocio de Youtube. *Revista Icono14*, 12: 109-131. Recuperado el 23/05/2017, de <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/viewFile/336/213>

LÓPEZ MORALES, H. (1993). *Sociolingüística*. Madrid: Gredos.

MARTÍN SERRANO, M. (2007). *Teoría de la comunicación: la comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: McGraw-Hill.

MCKENNA, K. & BARGH, J. A. (2000). Plan 9 from Cyberspace: The Implications of the Internet for Personality and Social Psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 4: 57-75. Recuperado el 19/05/2017, de http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1207/S15327957PSPR0401_6

MORAL TORANZO, F. (2009). Internet como marco de comunicación e interacción social. *Comunicar*, XVI (32): 231-237. Recuperado el 19/05/2017, de <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=32&articulo=32-2009-27>

- MORENO FERNÁNDEZ, F. (1990). *Metodología sociolingüística*. Madrid: Gredos.
- MORENO FERNÁNDEZ, F. (1998). *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje*. Barcelona: Ariel.
- MORENO FERNÁNDEZ, F. (2009). *La lengua española en su geografía*. Madrid: Arco Libros
- PEASE, A. & PEASE, B. (2006). *El lenguaje del cuerpo*. Barcelona: Amat.
- PÉREZ DE SILVA, J. (2000). *La televisión ha muerto: La nueva producción audiovisual en la era de Internet: La tercera revolución industrial*. Barcelona: Gedisa.
- PÉREZ RUFÍ, J. P. & GÓMEZ PÉREZ, F. J. (2012) Youtube: tendencias en visitas y perfiles de usuarios. *Comunicació i risc*. Recuperado el 24/05/2017, de http://www.aeic2012tarragona.org/cat/abstracts3.asp?id_seccion=2&id_slot=19
- PÉREZ SALAZAR, G. (2013). Hacia una ubicación conceptual de Internet como medio de comunicación. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 58 (217): 197-214. Recuperado el 18/05/2017, de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/view/42182>
- PONT, T. (2008). *La comunicación no verbal*. Barcelona: Editorial UOC.
- POYATOS, F. (1994). *La comunicación no verbal*. Madrid: Istmo.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2014) *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 21/05/2017 de <http://dle.rae.es/>
- REGO REY, S. & ROMERO-RODRÍGUEZ, L. M. (2016). Representación discursiva y lenguaje de los 'youtubers' españoles: estudio de caso de los 'gamers' más populares. *Index comunicación*, 6 (1): 197-224. Recuperado el 24/05/2017, de <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/271>
- ROJAS ORDUÑA, O., ANTÚNEZ, J. L., GELADO, J. A., MORAL, J. A. DEL & CASAS-ALATRISTE, R. (2007). *Web 2.0*. Madrid: ESIC.
- TURCHET, P. (2010). *El lenguaje del cuerpo: (La sinergología) conozca a su interlocutor a través de sus gestos y posturas*. Bilbao: Mensajero.
- URREA GIRALDO, J. E. (2014) Lenguaje y contenido audiovisual de los programas en Internet frente a los programas de televisión convencional. *Revista Lasallista de Investigación*, 11 (2): 36-42. Recuperado el 25/05/2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69539788005>
- VIANA, I. (2016): *YouTube para principiantes: Qué es y cómo trabajar con el medio de comunicación del nuevo milenio*. Palma de Mallorca: Dolmen.

YUS, F. (2010). *Ciberpragmática 2.0: Nuevos usos del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.

Antoni Brosa Rodríguez

LA COMUNICACIÓN NO VERBAL EN LOS YOUTUBERS

ANEXOS

TREBALL DE FI DE GRAU

dirigido por la Dra. María Dolores Jiménez López

Grado de Lengua y Literatura Hispánicas



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Tarragona

2017

ÍNDICE

ANEXO I.	3
CORPUS	3
ANEXO II.	21
ANÁLISIS DE LOS DATOS	21
ANEXO III.	133
GRÁFICOS	133

ANEXO I.

CORPUS

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi by rubius
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Ob7O7P3VNZ8
DURACIÓN	12 minutos y 39 segundos
YOUTUBER	ElrubiusOMG
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 25.752.985 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí – 4 millones especial ^^
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=IAbgpkfFyUQ
DURACIÓN	8 minutos y 10 segundos
YOUTUBER	aLexBY11
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 7.441.455 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 nuevas cosas sobre mi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=AkpCNoOTpY
DURACIÓN	13 minutos y 22 segundos
YOUTUBER	Wismichu
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 3.981.192 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mahe
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=b_z9RCZpMFo
DURACIÓN	10 minutos y 21 segundos
YOUTUBER	Mangelrogel
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 3.378.081 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 nuevas cosas sobre mi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=chDY-IXIIns
DURACIÓN	18 minutos y 10 segundos
YOUTUBER	Auronplay
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 3.450.158 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi / Especial 500.000 – 8cho
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=AeQZBLmLSKs
DURACIÓN	16 minutos y 13 segundos
YOUTUBER	8cho
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 1.920.697 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 Cosas sobre mí – DALAS REVIEW
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=WPv5aRMS5M
DURACIÓN	8:22
YOUTUBER	DalasReview
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 1.707.683 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi Perxिताa
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=cnNfyCctkRI
DURACIÓN	12 minutos y 22 segundos
YOUTUBER	perxिताa
CARACTERÍSTICAS	Hombre , español, 978.337 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi definitivo
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Yw6WbTqvHw0
DURACIÓN	6 minutos y 14 segundos
YOUTUBER	JoaquinPutoAmo
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 811.589 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí Celopan
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=8TVCc1_hCcE
DURACIÓN	8 minutos y 24 segundos
YOUTUBER	CeloVlogs
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 761.312 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS QUE ODIÓ
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=hMITIEpCZfA
DURACIÓN	10 minutos y 27 segundos
YOUTUBER	El Rincón de Giorgio
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 1.670.198 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	TheMaoiSha 50 Cosas sobre mí!
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=RBeYXTqAbe8
DURACIÓN	10 minutos y 36 segundos
YOUTUBER	TheMaoiSha
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 768.397 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 Cosas sobre mí JPelirrojo
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=CiN3jEeR2QA
DURACIÓN	12 minutos y 26 segundos
YOUTUBER	JPelirrojo
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 683.000 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi Alberto TM
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=g54arxkQexE
DURACIÓN	8 minutos y 5 segundos
YOUTUBER	Alberto TM
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 30.163 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí Blue Jeans
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=gWVV-blhTnw
DURACIÓN	4 minutos y 27 segundos
YOUTUBER	Blue Jeans
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 9.290 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi /Especial 10.000 subs
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=BiMFHLmPva8
DURACIÓN	6 minutos y 30 segundos
YOUTUBER	TeteGrey
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 26.028 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi – Roger Corbalan (Coorb)
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=NHm-KQ1Lzdo
DURACIÓN	15 minutos y 3 segundos
YOUTUBER	Roger Corbalan
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 36.675 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=mJeOpplqvNU
DURACIÓN	16 minutos y 5 segundos
YOUTUBER	El camionero geek
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 22.592 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí - @ibngarcia
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=WsmNNsARvog
DURACIÓN	8 minutos y 55 segundos
YOUTUBER	DespertaVlogs
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 21.576 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi / Pablogshow
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=aAWDW7znNiA
DURACIÓN	6 minutos y 22 segundos
YOUTUBER	Pablogshow
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 17.047 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí Manelvideoblogs
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=jd6uPE7ngkc
DURACIÓN	4 minutos y 37 segundos
YOUTUBER	Manelvideoblogs
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 14.747 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí: Christian Corom
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Cq1K8xD3pUk
DURACIÓN	9 minutos y 19 segundos
YOUTUBER	Christian Corom
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 16.198 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí – Edgar Lee Junior (Vlog)
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=a2hiG2elbPI
DURACIÓN	9 minutos y 30 segundos
YOUTUBER	Edgar Lee Junior
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 1.111 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí Jorge
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=eFfHiCV5JB8
DURACIÓN	8 minutos y 24 segundos
YOUTUBER	David Lakeme
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 12.260 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS SOBRE MI by WILDER
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Z4-E8xSOXak
DURACIÓN	12 minutos y 56 segundos
YOUTUBER	Wilder Soldier
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 84.860 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi Hola soy German
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=6o9YpyK-kB4
DURACIÓN	6 minutos y 31 segundos
YOUTUBER	HolasoyGerman
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 18.591.335 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	42 cosas sobre mi – Fernanfloo – Especial 200,000 suscriptores
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=18ZxOa1rufE
DURACIÓN	11 minutos y 18 segundos
YOUTUBER	Fernanfloo
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 8.072.281 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	60 cosas sobre mí / Juanpa Zurita
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=w-WyApxRjN4
DURACIÓN	21 minutos y 9 segundos
YOUTUBER	Juanpa Zurita
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 5.031.728 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi // Mario Bautista
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=H7Wt8vtLy5w
DURACIÓN	8 minutos y 2 segundos
YOUTUBER	Mario Bautista
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 2.795.805 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Oi5Sx0nsDQg
DURACIÓN	4 minutos y 56 segundos
YOUTUBER	AlexXxStrecci
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 2.787.165 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi Lucas Castel
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Ld9er1BKrJw
DURACIÓN	10 minutos y 2 segundos
YOUTUBER	Lucas Castel :D
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 2.243.459 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS (Werevertumorro)
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=VN9nhn31nYE
DURACIÓN	5 minutos y 53 segundos
YOUTUBER	w2mcrew
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 1.395.128 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi – Luisito Rey
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=8BI_QLIU6_E
DURACIÓN	7 minutos y 51 segundos
YOUTUBER	Luisitorey
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 2.047.987 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi: Nicolás Arrieta
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=FYJIR21KDEM
DURACIÓN	11 minutos y 21 segundos
YOUTUBER	Nicolás Arrieta
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 1.882.226 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi DebRyanShow
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=t5rvrof7jAU
DURACIÓN	6 minutos y 4 segundos
YOUTUBER	DebRyanShow
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 1.264.932 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi Sebas Dice
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Q_02IJFWR1Y
DURACIÓN	7 minutos y 26 segundos
YOUTUBER	Sebasdice
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 1.195.523 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi y el reto del chile habanero - Fichis
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=ZiYpuF3LPJ0
DURACIÓN	8 minutos y 45 segundos
YOUTUBER	FICHIS IN THE HOUSE
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 1.095.129 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí // Dada88
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=WAgAvC9atys
DURACIÓN	7 minutos y 1 segundo
YOUTUBER	dada88
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 35.736 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Mi primer beso-50 cosas sobre mi- [[Lusifer Polito]]
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=EAXI6pKHDgo
DURACIÓN	13 minutos y 31 segundos
YOUTUBER	Lusifer Polito
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 32.598 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Sin Jabón En La Boca I 50 cosas sobre mi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=auYO7C3agBg
DURACIÓN	15 minutos y 59 segundos
YOUTUBER	Sin Jabón en la Boca
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 32.023 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi Jesse Andrew
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=pw7tQmNbtvl
DURACIÓN	7 minutos y 57 segundos
YOUTUBER	Jesse Andrew
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 28.226 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS SOBRE MI I Rolando Mora
ENLACE	https://www.youtube.com/watch?v=fkJZeaizfj0
DURACIÓN	7 minutos y 50 segundos
YOUTUBER	Rolando Mora
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 29.644 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi I ¿porque estoy en youtube? I AdolfoLora
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Y6efTwOjym4
DURACIÓN	8 minutos y 26 segundos
YOUTUBER	Adolfo Lora
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 22.106 seguidores

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 Cosas Sobre Mi II Josh GT
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=ZnD-PVjGOfg
DURACIÓN	5 minutos y 52 segundos
YOUTUBER	Josh GT
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 668 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi I Fermin
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=aV6HNmAKdTI
DURACIÓN	4 minutos y 54 segundos
YOUTUBER	Fermin
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 1.396 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi – yo seria un pokemon go Snorlax
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=CwA6geOqDmQ
DURACIÓN	7 minutos y 44 segundos
YOUTUBER	Alberto eduardo
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 5.542 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Tag 50 cosas sobre mi Maurg1
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=sOCTWyuSXaQ
DURACIÓN	8 minutos y 51 segundos
YOUTUBER	maurg1
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 11.972 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi – Pavel
ENLACE	https://www.youtube.com/watch?v=Sv8lclPhA-0
DURACIÓN	4 minutos y 9 segundos
YOUTUBER	Pavel
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 12.039 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi – Pavel
ENLACE	https://www.youtube.com/watch?v=Sv8lclPhA-0
DURACIÓN	4 minutos y 9 segundos
YOUTUBER	Pavel
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 12.039 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi – Materiocris
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=ja_nZVVCBZQ
DURACIÓN	8 minutos y 57 segundos
YOUTUBER	Materia Cris
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 79.243 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi - SoyJorgeCastro
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=fKcxLZp4vM
DURACIÓN	8 minutos y 7 segundos
YOUTUBER	Soy Jorge Castro
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 1.921 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi / Roenlared
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=3c7KegpVUBk
DURACIÓN	6 minutos y 27 segundos
YOUTUBER	Roenlared
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 2.029.912 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí – Natalia
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=31nAe9rz6Y0
DURACIÓN	4 minutos y 44 segundos
YOUTUBER	ExpCaseros
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 2.070.258 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi Luna Dangelis
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=feG0thq7YJs
DURACIÓN	12 minutos y 7 segundos
YOUTUBER	LunaDangelis
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 1.328.767 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi – Dulceida
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=YagNd254zSg
DURACIÓN	4 minutos y 54 segundos
YOUTUBER	Dulceida
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 1.113.262 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	¡50 COSAS SOBRE MI! II Rebeca Stones
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=D2fzNE6T8tQ
DURACIÓN	3 minutos y 57 segundos
YOUTUBER	Rebeca Stones
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 965.767 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Ok3Jz8C8l90
DURACIÓN	6 minutos y 38 segundos
YOUTUBER	Laura Escanes
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 651.934 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Vanessa Romero TV – 20 cosas sobre mí
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=AYq_m9Wvw4
DURACIÓN	7 minutos y 59 segundos
YOUTUBER	Vanessa Romero
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 408.151 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí Claudia Ayuso
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=20DrImgV9Qk
DURACIÓN	6 minutos y 25 segundos
YOUTUBER	Claudia Ayuso
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 407.954 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas random sobre mi (49 en realidad)
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=9QJaBvz_ay0
DURACIÓN	15 minutos y 18 segundos
YOUTUBER	HERREJÓN
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 420.753 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí!
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=k9qm_DOIJg
DURACIÓN	7 minutos y 30 segundos
YOUTUBER	Xuri Fenton
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 334.650 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi luluyesyes
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=P8w956sIFhw
DURACIÓN	18 minutos y 43 segundos
YOUTUBER	luluyesyes
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 306.850 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Tag 50 cosas sobre mí Siilvia123Bella
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=kFPNDm6PpeY
DURACIÓN	10 minutos y 27 segundos
YOUTUBER	Silvia Muñoz de Morales
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 319.808 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS SOBRE MI I Tiempo entre papeles
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=iKFM_gl7S9E
DURACIÓN	6 minutos y 9 segundos
YOUTUBER	Tiempo entre papeles
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 39.337 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS SOBRE MÍ: ¿CÓMO SOY? Ale90cb
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=PjDRZg8KHZc
DURACIÓN	7 minutos y 24 segundos
YOUTUBER	Ale90cb
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 34.669 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Tag 50 cosas sobre mi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=GJw1NZIYBkA
DURACIÓN	13 minutos y 53 segundos
YOUTUBER	Miriam Malo
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 29.157 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Tag 50 cosas sobre mí ssweetcriss
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=43cJSImQQq0
DURACIÓN	15 minutos y 27 segundos
YOUTUBER	ssweetcriss
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 28.686 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 Cosas Sobre Mí I Laura Bercebal
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=aq7B2HXWYWk
DURACIÓN	6 minutos y 50 segundos
YOUTUBER	Laura Bercebal
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 7.553 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí ¿Tengo pareja? ¿Qué hago con mi vida?
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=ZVaOX7IFSfQ
DURACIÓN	6 minutos y 34 segundos
YOUTUBER	Mayrayamonte
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 27.934 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=pBW1WUEvjjA
DURACIÓN	18 minutos y 31 segundos
YOUTUBER	Sara Bruno
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 18.765 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=P_igZ2KfGwk
DURACIÓN	6 minutos y 35 segundos
YOUTUBER	Desiree Delgado
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 16.104 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Tag 50 cosas sobre mí
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=vV7O0V8wsJU
DURACIÓN	11 minutos y 45 segundos
YOUTUBER	Flisfisher
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 12.727 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=LWePRvx2Wm0
DURACIÓN	13 minutos y 22 segundos
YOUTUBER	The Jurassic Pineapple
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 587 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí Anna Vázquez
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=OISLg2U2OFQ
DURACIÓN	7 minutos y 9 segundos
YOUTUBER	Anna Vázquez
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 448 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=zod96FTzqVA
DURACIÓN	4 minutos y 26 segundos
YOUTUBER	J Lorenzo
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 264 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=c-ppUSglR68
DURACIÓN	4 minutos y 21 segundos
YOUTUBER	loveslittlethings
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 3.198 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Karol Sevilla 50 cosas sobre mí
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=T73IRsGahO0
DURACIÓN	10 minutos y 16 segundos
YOUTUBER	Karol Sevilla
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 10.864.404 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí- Yuya
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=p6FQEyZLI2s
DURACIÓN	10 minutos y 11 segundos
YOUTUBER	Yuya
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 6.700.914 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi- caeli mis secretoos...!!!
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=95FH82kTxql
DURACIÓN	7 minutos y 48 segundos
YOUTUBER	CaELiKe
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 3.586.958 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre miranda ibañez
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=BfdF2Ljbdsm
DURACIÓN	6 minutos y 45 segundos
YOUTUBER	Miranda Ibañez
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 3.019.998 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi - Gibby
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Rb8o6rCQr2E
DURACIÓN	9 minutos y 8 segundos
YOUTUBER	Gibby :D
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 2.981.159 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi – Mica Suarez
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=muLDL_3EAyA
DURACIÓN	16 minutos y 27 segundos
YOUTUBER	Mica Suarez
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 1.741.166 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi.
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=idGvIKBmErM
DURACIÓN	9 minutos y 50 segundos
YOUTUBER	Juana Martinez
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 1.422.601 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=WjtZKHMMHWE
DURACIÓN	4 minutos y 50 segundos
YOUTUBER	Mariana Bonilla
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 1.419.188 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi ilonqueen
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=MRzf1LLI88
DURACIÓN	6 minutos y 13 segundos
YOUTUBER	ilonqueen
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 1.324.548 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí – What the Chic
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=-3lzqunqZA
DURACIÓN	10 minutos y 54 segundos
YOUTUBER	Whatthechic
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 1.210.656 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Tag 58 cosas sobre mi Miku
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=JUeiAj59jQg
DURACIÓN	6 minutos y 17 segundos
YOUTUBER	Miku
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 1.124.869 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 Cosas Sobre Mi / 50 Things About Me
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=HRdkwLuYPKs
DURACIÓN	5 minutos y 40 segundos
YOUTUBER	Cande Molfese Oficial
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 972.957 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi / Dhasia Wezka
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=qK4zvcgUZ0s
DURACIÓN	5 minutos y 27 segundos
YOUTUBER	Dhasia Wezka
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 975.227 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi + Saludos
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=lnA9cUQVGvg
DURACIÓN	8 minutos y 33 segundos
YOUTUBER	Erika Goncalves
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 42.595 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí – Ceci Saia
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=H1ICEQ1Rn04
DURACIÓN	8 minutos y 2 segundos
YOUTUBER	Ceci Saia
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 39.808 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí - Scarcuchi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=-ocwk6jeOdo
DURACIÓN	11 minutos y 15 segundos
YOUTUBER	scarcuchi
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 34.299 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS SOBRE MI / PRIMER ANIVERSARIO
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=cAJCGY9JyEE
DURACIÓN	7 minutos y 53 segundos
YOUTUBER	Jacque
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 33.843 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Tag 50 cosas sobre mi Yanira Giselle
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=gnXYhSNBlls
DURACIÓN	17 minutos y 9 segundos
YOUTUBER	Yanira Giselle
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 34.154 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	¡50 cosas sobre mi!
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=EksK2IBhWzs
DURACIÓN	12 minutos y 39 segundos
YOUTUBER	InTa
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 33.027 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS SOBRE MI – Dacia Vargas
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=JqGQ7Wir3gU
DURACIÓN	4 minutos y 2 segundos
YOUTUBER	Dacia Vargas
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 6.808 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Tag 50 cosas sobre mi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=TDkWj6ilg40
DURACIÓN	12 minutos y 28 segundos
YOUTUBER	XimenaMoral
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 27.084 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	TAG 50 COSAS SOBRE MI – BAKING DAY
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=gbvj-gW46zg
DURACIÓN	9 minutos y 43 segundos
YOUTUBER	Baking Day
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 20.689 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi!
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=4QNovm98XDw
DURACIÓN	9 minutos y 44 segundos
YOUTUBER	Lupita Rios
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 25.115 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS SOBRE MI I alejandra seymour
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=mnPW hb3Tdc
DURACIÓN	4 minutos y 22 segundos
YOUTUBER	ALEJANDRA SEYMOUR.
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 18.160 visualizaciones

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS SOBRE MI – Ana Villamil
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=hkfr6mlcNw
DURACIÓN	6 minutos y 11 segundos
YOUTUBER	Ana Maria Villamil
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 4.085 visualizaciones

ANEXO II.

ANÁLISIS DE LOS DATOS

La comunicación no verbal en los youtubers

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi by rubius
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Ob7O7P3VNZ8
DURACIÓN	12 minutos y 39 segundos
YOUTUBER	ElrubiusOMG
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 25.752.985 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA

POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta rapera, pendiente
OBJETOADAPTADORES	Gorras, figuras de videojuegos, cómics, pósters de videojuegos
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN

	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		22	3					
MARCADISCURSOS	4	2	7					
MARCAESPACIOS		5						
MARCATIEMPOS		2						
DEÍCTICOS		5						
PICTOGRAFÍAS		4						
ECOICOS	2							
KINETOGRAFÍAS		1						
KINEFONOGRAFÍAS	8	8						
IDEOGRAFÍAS	1	20						
MARCASUCESOS	1	6			1			
IDENTIFICADORES	4	16						
EXTERIORIZADORES	5	18			1			
AUTOADAPTADORES		2					1	
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		5						
OBJETOADAPTADORES		4						

La comunicación no verbal en los youtubers

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí – 4 millones especial ^^
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=IAbgpkfFyUQ
DURACIÓN	8 minutos y 10 segundos
YOUTUBER	aLexBY11
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 7.441.455 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Camiseta de cine, colgante
OBJETOADAPTADORES	Videojuegos, figuras de videojuegos
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		18	2					
MARCADISCURSOS	4	2						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		6						
DEÍCTICOS		14						
PICTOGRAFÍAS		3						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		2						
KINEFONOGRFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS		31						
MARCASUCESOS		4						
IDENTIFICADORES		4						
EXTERIORIZADORES		8						
AUTOADAPTADORES		6						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 nuevas cosas sobre mi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=AkpCNoOTpY
DURACIÓN	13 minutos y 22 segundos
YOUTUBER	Wismichu
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 3.981.192 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima privada
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta de cine, tatuajes
OBJETOADAPTADORES	Carteles de series y videojuegos, figuras de videojuegos, cómics
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		9						
MARCADISCURSOS	1	10	50					
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		3						
DEÍCTICOS		2						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS	1	1		1				
IDEOGRAFÍAS		23						
MARCASUCESOS	1	6						
IDENTIFICADORES		6						
EXTERIORIZADORES	2	3						
AUTOADAPTADORES		3						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES		8						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mahe
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=b_z9RCZpMFo
DURACIÓN	10 minutos y 21 segundos
YOUTUBER	Mangelroge1
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 3.378.081 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA

POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta de cine, gafas
OBJETOADAPTADORES	Figura de videojuego, cojín, cama
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN

	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		4						
MARCADISCURSOS		2						
MARCAESPACIOS		2						
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		4						
PICTOGRAFÍAS		1						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		17						
MARCASUCESOS		5						
IDENTIFICADORES		6						
EXTERIORIZADORES	4	15						
AUTOADAPTADORES		3						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES		4						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 nuevas cosas sobre mi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=chDY-IXIIns
DURACIÓN	18 minutos y 10 segundos
YOUTUBER	Auronplay
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 3.450.158 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta de cine, pirsin, pendiente, tatuajes
OBJETOADAPTADORES	Carteles de series y videojuegos, figuras de videojuegos, silla
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	1	25						
MARCADISCURSOS	3	24						
MARCAESPACIOS		2						
MARCATIEMPOS	1	5						
DEÍCTICOS		14						
PICTOGRAFÍAS		3						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS		35						
MARCASUCESOS	6	23					2	
IDENTIFICADORES		12						
EXTERIORIZADORES	12	23					1	
AUTOADAPTADORES	1	11						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES		4						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi / Especial 500.000 – 8cho
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=AeQZBLmLSKs
DURACIÓN	16 minutos y 13 segundos
YOUTUBER	8cho
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 1.920.697 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camisa, pendientes, anillo
OBJETOADAPTADORES	Cojín, sofá
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	1	16						
MARCADISCURSOS	3	1						
MARCAESPACIOS		2						
MARCATIEMPOS	1	5						
DEÍCTICOS		2						
PICTOGRAFÍAS		4						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRFÍAS	2	2						
IDEOGRAFÍAS	2	32						
MARCASUCESOS	7	17						
IDENTIFICADORES	6	8						
EXTERIORIZADORES	16	15						
AUTOADAPTADORES		1						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		3						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 Cosas sobre mí – DALAS REVIEW
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=WPv5aRMS5M
DURACIÓN	8:22
YOUTUBER	DalasReview
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 1.707.683 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Sudadera juvenil
OBJETOADAPTADORES	Sofá, peluche de videojuego
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	1	8						
MARCADISCURSOS	1	8						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		2						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		1						
KINEFONOGRAFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS		23						
MARCASUCESOS		7						
IDENTIFICADORES	1	2						
EXTERIORIZADORES	1	4						
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		2						

La comunicación no verbal en los youtubers

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi Perxitaa
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=cnNfyCctkRI
DURACIÓN	12 minutos y 22 segundos
YOUTUBER	perxitaa
CARACTERÍSTICAS	Hombre , español, 978.337 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA

POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta de videojuego
OBJETOADAPTADORES	Sudadera de cine, póster de videojuego
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN

	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		20	1					
MARCADISCURSOS	1	8					1	
MARCAESPACIOS		2						
MARCATIEMPOS		5						
DEÍCTICOS		9						
PICTOGRAFÍAS		3						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		2						
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		43					1	
MARCASUCESOS	2	10	1					
IDENTIFICADORES		6						
EXTERIORIZADORES	2	8						
AUTOADAPTADORES		1						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		4						
OBJETOADAPTADORES		3	1					

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi definitivo
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Yw6WbTqvHw0
DURACIÓN	6 minutos y 14 segundos
YOUTUBER	JoaquinPutoAmo
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 811.589 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Dilataciones, camiseta de dibujos
OBJETOADAPTADORES	Cómics, pósteres de videojuegos, silla
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	2	9						
MARCADISCURSOS	4	7						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS	1	2						
DEÍCTICOS		5						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS	1	24						
MARCASUCESOS		3						
IDENTIFICADORES		5						
EXTERIORIZADORES	5	8						
AUTOADAPTADORES		13						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES			1					

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí Celopan
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=8TVCc1_hCcE
DURACIÓN	8 minutos y 24 segundos
YOUTUBER	CeloVlogs
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 761.312 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil
OBJETOADAPTADORES	Gato, cama, reloj marinero, mapa
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	1	18						
MARCADISCURSOS	6	9						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		3						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		37						
MARCASUCESOS	2	8						
IDENTIFICADORES	1	7						
EXTERIORIZADORES	1	3						
AUTOADAPTADORES		3						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS QUE ODIÓ
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=hMITIEpCZfA
DURACIÓN	10 minutos y 27 segundos
YOUTUBER	El Rincón de Giorgio
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 1.670.198 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta sin mangas, goma de pelo, peluca, reloj
OBJETOADAPTADORES	Carteles de cine y de música
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	3	29						
MARCADISCURSOS	6	34						
MARCAESPACIOS		4						
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		9						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS		17						
MARCASUCESOS	2	8						
IDENTIFICADORES		3						
EXTERIORIZADORES	9	23						
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	TheMaoiSha 50 Cosas sobre mí!
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=RBeYXTqAbe8
DURACIÓN	10 minutos y 36 segundos
YOUTUBER	TheMaoiSha
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 768.397 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta básica, gafas, pantalones vaqueros
OBJETOADAPTADORES	Ordenador, escritorio, peluche de pez, cubo de Rubik, botella de agua
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		27						
MARCADISCURSOS	1	9						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS		4						
PICTOGRAFÍAS		3						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		37					2	
MARCASUCESOS		18						
IDENTIFICADORES	2	7						
EXTERIORIZADORES	4	12	1					
AUTOADAPTADORES		4						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES		6						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 Cosas sobre mí JPelirrojo
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=CiN3jEeR2QA
DURACIÓN	12 minutos y 26 segundos
YOUTUBER	JPelirrojo
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 683.000 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima privada
LUGAR DE LA EMISIÓN	Despacho
SOMATOADAPTADORES	Sudadera juvenil
OBJETOADAPTADORES	Escritorio con utensilios, juegos
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	3	37	1					
MARCADISCURSOS	6	21						
MARCAESPACIOS		2						
MARCATIEMPOS	1	10						
DEÍCTICOS		1						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS	4	55						
MARCASUCESOS		2						
IDENTIFICADORES	2	4						
EXTERIORIZADORES	1	8	2					
AUTOADAPTADORES		4						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi Alberto TM
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=g54arxkQexE
DURACIÓN	8 minutos y 5 segundos
YOUTUBER	Alberto TM
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 30.163 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Gorra, pendientes, camiseta de cine
OBJETOADAPTADORES	Silla, cama
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	2	17	1					
MARCADISCURSOS	6	5						
MARCAESPACIOS		3						
MARCATIEMPOS		2						
DEÍCTICOS		10						
PICTOGRAFÍAS		1						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS	2	2						
IDEOGRAFÍAS		24						
MARCASUCESOS	1	2						
IDENTIFICADORES	1	2						
EXTERIORIZADORES	6	6						
AUTOADAPTADORES		3						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí Blue Jeans
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=gWVV-blhTnw
DURACIÓN	4 minutos y 27 segundos
YOUTUBER	Blue Jeans
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 9.290 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable, interior
SOMATOADAPTADORES	Sudadera básica, gorra
OBJETOADAPTADORES	
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		6						
MARCADISCURSOS		4						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS								
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		4						
MARCASUCESOS		2						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	1	8						
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi /Especial 10.000 subs
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=BiMFHlmPva8
DURACIÓN	6 minutos y 30 segundos
YOUTUBER	TeteGrey
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 26.028 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable, interior
SOMATOADAPTADORES	Camiseta básica, dilataciones
OBJETOADAPTADORES	Silla
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		8						
MARCADISCURSOS	1	2						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		2						
DEÍCTICOS		3						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		17						
MARCASUCESOS		3						
IDENTIFICADORES		1						
EXTERIORIZADORES	1	1						
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi – Roger Corbalan (Coorb)
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=NHm-KQ1Lzdo
DURACIÓN	15 minutos y 3 segundos
YOUTUBER	Roger Corbalan
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 36.675 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima privada
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta básica, pulsera
OBJETOADAPTADORES	Portátil Apple
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		5						
MARCADISCURSOS								
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		2						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		5						
MARCASUCESOS		3						
IDENTIFICADORES		1						
EXTERIORIZADORES		6						
AUTOADAPTADORES		7	1					
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		3						
OBJETOADAPTADORES		5						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=mJeOpplqvNU
DURACIÓN	16 minutos y 5 segundos
YOUTUBER	El camionero geek
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 22.592 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima privada
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Camiseta básica
OBJETOADAPTADORES	
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		15						
MARCADISCURSOS	1	1						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		1						
PICTOGRAFÍAS		1						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		11						
MARCASUCESOS		9	1					
IDENTIFICADORES		1						
EXTERIORIZADORES		1						
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí - @ibngarcia
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=WsmNNsARvog
DURACIÓN	8 minutos y 55 segundos
YOUTUBER	DespertaVlogs
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 21.576 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima privada
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta sin mangas
OBJETOADAPTADORES	Móvil, cuadros de fotos propias
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		10						
MARCADISCURSOS		2						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		2						
DEÍCTICOS		2						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		16						
MARCASUCESOS		1						
IDENTIFICADORES		2						
EXTERIORIZADORES	1	7						
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi / Pablogshow
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=aAWDW7znNiA
DURACIÓN	6 minutos y 22 segundos
YOUTUBER	Pablogshow
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 17.047 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camisa y camiseta juvenil
OBJETOADAPTADORES	Cama, silla, ropa
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		4						
MARCADISCURSOS								
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS								
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		9						
MARCASUCESOS	1	3						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	5	7						
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES		2						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí Manelvideoblogs
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=jd6uPE7ngkc
DURACIÓN	4 minutos y 37 segundos
YOUTUBER	Manelvideoblogs
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 14.747 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Despacho
SOMATOADAPTADORES	Camisa, pirsin, reloj
OBJETOADAPTADORES	Ordenador Apple, figuras de animación, silla
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		8						
MARCADISCURSOS	2	3						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS								
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		31						
MARCASUCESOS		1						
IDENTIFICADORES		4						
EXTERIORIZADORES		5						
AUTOADAPTADORES		2						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí: Christian Corom
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Cq1K8xD3pUk
DURACIÓN	9 minutos y 19 segundos
YOUTUBER	Christian Corom
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 16.198 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil
OBJETOADAPTADORES	Objetos decorativos, micro
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		15						
MARCADISCURSOS	2	7						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		5						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		27						
MARCASUCESOS		2						
IDENTIFICADORES		2						
EXTERIORIZADORES								
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí – Edgar Lee Junior (Vlog)
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=a2hiG2elbPI
DURACIÓN	9 minutos y 30 segundos
YOUTUBER	Edgar Lee Junior
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 1.111 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta básica, pirsin
OBJETOADAPTADORES	Pantalla de ordenador
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		18						
MARCADISCURSOS	2	2						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		3						
DEÍCTICOS		2						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		23						
MARCASUCESOS		1						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	2	4						
AUTOADAPTADORES		1						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES		1						

La comunicación no verbal en los youtubers

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí Jorge
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=eFfHiCV5JB8
DURACIÓN	8 minutos y 24 segundos
YOUTUBER	David Lakeme
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 12.260 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA

POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable, interior
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil, gafas, reloj, pirsin
OBJETOADAPTADORES	Armario antiguo, cómics, muñecas
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN

	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		5						
MARCADISCURSOS		6						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		1						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS	1							
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		34						
MARCASUCESOS		1						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	1	3						
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS SOBRE MI by WILDER
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Z4-E8xSOXak
DURACIÓN	12 minutos y 56 segundos
YOUTUBER	Wilder Soldier
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, 84.860 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil, collar, dilataciones, gorra
OBJETOADAPTADORES	Portátil, espejo
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		11						
MARCADISCURSOS	4							
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS		2						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		29						
MARCASUCESOS		3						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		4	3					
AUTOADAPTADORES		1						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi Hola soy German
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=6o9YpyK-kB4
DURACIÓN	6 minutos y 31 segundos
YOUTUBER	HolasoyGerman
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 18.591.335 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Bufanda, jersey básico
OBJETOADAPTADORES	Peluches, guitarra
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		39						
MARCADISCURSOS	10	2	61					
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS	1	2						
DEÍCTICOS		10						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		1						
KINEFONOGRFÍAS	6	6						
IDEOGRAFÍAS		39						
MARCASUCESOS		10						
IDENTIFICADORES	1	1						
EXTERIORIZADORES	1					1		
AUTOADAPTADORES	1	2						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES		2						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	42 cosas sobre mi – Fernanfloo – Especial 200,000 suscriptores
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=18ZxOa1rufE
DURACIÓN	11 minutos y 18 segundos
YOUTUBER	Fernanfloo
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 8.072.281 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camisa y corbata
OBJETOADAPTADORES	Armario abierto, mochila
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	4	39						
MARCADISCURSOS	9	15						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS	1	3						
DEÍCTICOS		5						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		6						
KINEFONOGRAFÍAS	2	2						
IDEOGRAFÍAS		46					3	
MARCASUCESOS	2	6					4	
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	6	9			2	2		
AUTOADAPTADORES		2						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		3						
OBJETOADAPTADORES		1						

La comunicación no verbal en los youtubers

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	60 cosas sobre mí / Juanpa Zurita
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=w-WyAjxRJN4
DURACIÓN	21 minutos y 9 segundos
YOUTUBER	Juanpa Zurita
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 5.031.728 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA

POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta básica
OBJETOADAPTADORES	Cama, cojines, decoración lujosa
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN

	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	2	69						
MARCADISCURSOS	13	9						
MARCAESPACIOS		2						
MARCATIEMPOS		7						
DEÍCTICOS		31						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		6						
KINEFONOGRAFÍAS	2	2						
IDEOGRAFÍAS		81						
MARCASUCESOS	3	22						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	2	7						
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi // Mario Bautista
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=H7Wt8vtLy5w
DURACIÓN	8 minutos y 2 segundos
YOUTUBER	Mario Bautista
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 2.795.805 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Gorra, jersey de marca, reloj, pantalones tejanos
OBJETOADAPTADORES	Sofá
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	1	22						
MARCADISCURSOS	4	2	50					
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		2						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		2						
KINEFONOGRAFÍAS	2	2						
IDEOGRAFÍAS		60						
MARCASUCESOS	1	10						
IDENTIFICADORES		4						
EXTERIORIZADORES	2	15						
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES								

La comunicación no verbal en los youtubers

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Oi5Sx0nsDQg
DURACIÓN	4 minutos y 56 segundos
YOUTUBER	AlexXxStrecci
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 2.787.165 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA

POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Tatuajes, camiseta juvenil, cigarro, pendientes
OBJETOADAPTADORES	Sofá
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN

	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	3	10					10	
MARCADISCURSOS	7	3					5	
MARCAESPACIOS							1	
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		2						
PICTOGRAFÍAS							2	
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		14					19	
MARCASUCESOS	1	2					5	
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES								
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi Lucas Castel
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Ld9er1BKrJw
DURACIÓN	10 minutos y 2 segundos
YOUTUBER	Lucas Castel :D
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 2.243.459 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA

POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Chaqueta juvenil, pendiente
OBJETOADAPTADORES	Cuadro
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN

	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		13						
MARCADISCURSOS	2							
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		15						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		4						
KINEFONOGRAFÍAS	3	3						
IDEOGRAFÍAS		17						
MARCASUCESOS	3	4						
IDENTIFICADORES	1							
EXTERIORIZADORES	4	7						
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		2						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS (Werevertumorro)
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=VN9nhn31nYE
DURACIÓN	5 minutos y 53 segundos
YOUTUBER	w2mcrew
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 1.395.128 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Polo de marca, pulseras
OBJETOADAPTADORES	Puerta rota e infantil, videojuegos, sofá
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	1	25						
MARCADISCURSOS	3	18	54					
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		2						
DEÍCTICOS		8						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		1						
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		37						
MARCASUCESOS		3						
IDENTIFICADORES		1						
EXTERIORIZADORES	2	9	3					
AUTOADAPTADORES		1						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi – Luisito Rey
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=8BI_QLIU6_E
DURACIÓN	7 minutos y 51 segundos
YOUTUBER	Luisitorey
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 2.047.987 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta indigenista
OBJETOADAPTADORES	Flauta de pan, vinilos, dibujos, mapa de México
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		17					1	
MARCADISCURSOS	2	7	55					
MARCAESPACIOS		1						
MARCATIEMPOS		2						
DEÍCTICOS		7						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		4						
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		42						
MARCASUCESOS		6						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		4		1				
AUTOADAPTADORES		1						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		3						
OBJETOADAPTADORES	1	1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi: Nicolás Arrieta
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=FYJIR21KDEM
DURACIÓN	11 minutos y 21 segundos
YOUTUBER	Nicolás Arrieta
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 1.882.226 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Exterior, parque
SOMATOADAPTADORES	Camiseta rapera, tatuajes, dilatación, pirsin, reloj
OBJETOADAPTADORES	
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		11	1					
MARCADISCURSOS	5	4						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS		7						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS	2							
KINETOGRAFÍAS		2	1					
KINEFONOGRAFÍAS	4	4						
IDEOGRAFÍAS		6						
MARCASUCESOS		2						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	11	19		1				
AUTOADAPTADORES		6						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES		13						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi DebRyanShow
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=t5rvrof7jAU
DURACIÓN	6 minutos y 4 segundos
YOUTUBER	DebRyanShow
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 1.264.932 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima privada
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil
OBJETOADAPTADORES	Caricatura propia
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		15						
MARCADISCURSOS	1	9						
MARCAESPACIOS		1						
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS								
PICTOGRAFÍAS	1	1						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		17						
MARCASUCESOS		2						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		2						
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi Sebas Dice
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Q_02IJFWR1Y
DURACIÓN	7 minutos y 26 segundos
YOUTUBER	Sebasdice
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 1.195.523 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta de YouTube, pendientes
OBJETOADAPTADORES	Cachimba, gato chino, ordenador Mac, micro
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	1	8						
MARCADISCURSOS	3	7						
MARCAESPACIOS		1						
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		4						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS	1							
KINETOGRAFÍAS		1						
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		28						
MARCASUCESOS		9						
IDENTIFICADORES	1	1						
EXTERIORIZADORES	4	6						
AUTOADAPTADORES		1						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi y el reto del chile habanero - Fichis
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=ZiYpuF3LPJ0
DURACIÓN	8 minutos y 45 segundos
YOUTUBER	FICHIS IN THE HOUSE
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 1.095.129 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA

POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil, gorra
OBJETOADAPTADORES	Fondo tipo graffiti
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN

	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		38						
MARCADISCURSOS	4	18	18					
MARCAESPACIOS		2						
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS		12						
PICTOGRAFÍAS		1						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		37						
MARCASUCESOS		15						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	5	9	1	2	1	1		
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		3						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí // Dada88
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=WAgAvC9atys
DURACIÓN	7 minutos y 1 segundo
YOUTUBER	dada88
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 35.736 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA

POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable, interior
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil, colgante
OBJETOADAPTADORES	Cuadros modernos, películas antiguas
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN

	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		14						
MARCADISCURSOS	5	1						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		2						
DEÍCTICOS		2						
PICTOGRAFÍAS		5						
ECOICOS	8							
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS	4	4						
IDEOGRAFÍAS		16						
MARCASUCESOS		5						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	7	9						
AUTOADAPTADORES		1						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		4						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Mi primer beso-50 cosas sobre mi- [[Lusifer Polito]]
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=EAXI6pKHDgo
DURACIÓN	13 minutos y 31 segundos
YOUTUBER	Lusifer Polito
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 32.598 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil, gorra, reloj, pulsera
OBJETOADAPTADORES	Sofá, cuadro
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	2	40	1					
MARCADISCURSOS	9	17	55					
MARCAESPACIOS		1						
MARCATIEMPOS		4						
DEÍCTICOS		10						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		57						
MARCASUCESOS		22						
IDENTIFICADORES	1	1						
EXTERIORIZADORES	2	1						
AUTOADAPTADORES		5						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Sin Jabón En La Boca I 50 cosas sobre mi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=auYO7C3agBg
DURACIÓN	15 minutos y 59 segundos
YOUTUBER	Sin Jabón en la Boca
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 32.023 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil, tatuaje
OBJETOADAPTADORES	Figuras de videojuegos, pósteres de música, videojuegos
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN

	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	2	22						
MARCADISCURSOS	6	21						
MARCAESPACIOS		1						
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS	1	12						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		1						
KINEFONOGRFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS		80					1	
MARCASUCESOS		19						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	7	11						
AUTOADAPTADORES		3						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		2						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi Jesse Andrew
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=pw7tQmNbtvI
DURACIÓN	7 minutos y 57 segundos
YOUTUBER	Jesse Andrew
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 28.226 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable, interior
SOMATOADAPTADORES	Sudadera, pendiente
OBJETOADAPTADORES	Sábana blanca
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		22						
MARCADISCURSOS	1	7						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		10						
PICTOGRAFÍAS		1						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		2						
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		45						
MARCASUCESOS		14						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	1	2						
AUTOADAPTADORES		15						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS SOBRE MI Rolando Mora
ENLACE	https://www.youtube.com/watch?v=fkJZeaizfj0
DURACIÓN	7 minutos y 50 segundos
YOUTUBER	Rolando Mora
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 29.644 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable
SOMATOADAPTADORES	Chupa de cuero, camiseta básica
OBJETOADAPTADORES	
POSICIÓN CORPORAL	Sentado, inclinado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		13						
MARCADISCURSOS		1						
MARCAESPACIOS		5						
MARCATIEMPOS		2						
DEÍCTICOS		1						
PICTOGRAFÍAS		1						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		4						
MARCASUCESOS		13						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES								
AUTOADAPTADORES		1						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi ¿porque estoy en youtube? AdolfoLora
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Y6efTwOjym4
DURACIÓN	8 minutos y 26 segundos
YOUTUBER	Adolfo Lora
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 22.106 seguidores

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta básica, colgante con cruz
OBJETOADAPTADORES	Silla, cojines
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		17						
MARCADISCURSOS	1	8						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		3						
DEÍCTICOS		5						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		1						
KINEFONOGRAFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS		20						
MARCASUCESOS		3						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	3	5					1	
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES		5						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 Cosas Sobre Mi II Josh GT
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=ZnD-PVjGOfg
DURACIÓN	5 minutos y 52 segundos
YOUTUBER	Josh GT
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 668 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta básica, gorra, ortodoncia, reloj
OBJETOADAPTADORES	Móvil, portátil, cama, escritorio
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	1	18	1					
MARCADISCURSOS	2	9						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		5						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		30						
MARCASUCESOS		7						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	3	2						
AUTOADAPTADORES		3						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		3						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi Fermin
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=aV6HNmAKdTI
DURACIÓN	4 minutos y 54 segundos
YOUTUBER	Fermin
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 1.396 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta básica
OBJETOADAPTADORES	Cajas, armario, bolsas
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		11						
MARCADISCURSOS	1	6	59					
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		5						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		28						
MARCASUCESOS		10						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	1	2						
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		2						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi – yo seria un pokemon go Snorlax
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=CwA6geOqDmQ
DURACIÓN	7 minutos y 44 segundos
YOUTUBER	Alberto eduardo
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 5.542 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camisa
OBJETOADAPTADORES	Póster de cine, póster propio
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		21	1					
MARCADISCURSOS	3	8	10					
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		10						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS	4							
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		25						
MARCASUCESOS		12						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES								
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		3						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Tag 50 cosas sobre mi Maug1
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=sOCTWyuSXaQ
DURACIÓN	8 minutos y 51 segundos
YOUTUBER	maug1
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 11.972 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Exterior, patio
SOMATOADAPTADORES	Camisa, gafas, colgante, micro, pulsera
OBJETOADAPTADORES	Barbacoa
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		19						
MARCADISCURSOS		14						
MARCAESPACIOS		2						
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		11						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS		19						
MARCASUCESOS		6						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	3	3						
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi – Pavel
ENLACE	https://www.youtube.com/watch?v=Sv8lclPhA-0
DURACIÓN	4 minutos y 9 segundos
YOUTUBER	Pavel
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 12.039 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable, interior
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil, gorra, pulsera
OBJETOADAPTADORES	
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		20						
MARCADISCURSOS	1	3	1					
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		3						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS	1							
KINETOGRAFÍAS		2						
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		10						
MARCASUCESOS		3						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		3						
AUTOADAPTADORES		2						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi – Materiacris
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=ja_nZVVCBZQ
DURACIÓN	8 minutos y 57 segundos
YOUTUBER	Materia Cris
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 79.243 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable, interior
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil
OBJETOADAPTADORES	
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		21						
MARCADISCURSOS		8						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		2						
DEÍCTICOS		3						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS	1							
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		36						
MARCASUCESOS		16						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		3						
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi - SoyJorgeCastro
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=fKcxLZpP4vM
DURACIÓN	8 minutos y 7 segundos
YOUTUBER	Soy Jorge Castro
CARACTERÍSTICAS	Hombre, hispanoamericano, 1.921 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable, interior
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil, gorra, cadena de oro
OBJETOADAPTADORES	
POSICIÓN CORPORAL	Sentado

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		17						
MARCADISCURSOS	2	8						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		2						
DEÍCTICOS		20						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		23						
MARCASUCESOS		10						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	2	7						
AUTOADAPTADORES		3						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		3						
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi / Roenlared
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=3c7KegpVUBk
DURACIÓN	6 minutos y 27 segundos
YOUTUBER	Roenlared
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 2.029.912 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA

POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta básica, colgante, maquillaje
OBJETOADAPTADORES	Peluche, cama
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN

	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		19						
MARCADISCURSOS	5	6						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS								
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS	2							
KINETOGRAFÍAS		1						
KINEFONOGRAFÍAS	2	2						
IDEOGRAFÍAS		9						
MARCASUCESOS		4						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	13	8						
AUTOADAPTADORES		2						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		1						

La comunicación no verbal en los youtubers

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí – Natalia
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=31nAe9rz6Y0
DURACIÓN	4 minutos y 44 segundos
YOUTUBER	ExpCaseros
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 2.070.258 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Jersey básico
OBJETOADAPTADORES	Sofá, libros para promoción
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		25					1	
MARCADISCURSOS	2	10					1	
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		10						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		14						
MARCASUCESOS		9					1	
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	10	5						
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		7						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi Luna Dangelis
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=feG0thq7YJs
DURACIÓN	12 minutos y 7 segundos
YOUTUBER	LunaDangelis
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 1.328.767 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Jersey juvenil, colgante, pirsin, aparatos, anillo, maquillaje
OBJETOADAPTADORES	Cuadro
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		27	3					
MARCADISCURSOS	2	4	5					
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS		8						
PICTOGRAFÍAS		2						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		7						
KINEFONOGRAFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS		24						
MARCASUCESOS		13						
IDENTIFICADORES		1						
EXTERIORIZADORES	6	15		1				
AUTOADAPTADORES		1						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES		2						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi – Dulceida
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=YagNd254zSg
DURACIÓN	4 minutos y 54 segundos
YOUTUBER	Dulceida
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 1.113.262 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable, interior
SOMATOADAPTADORES	Zapatillas, tejanos, pulsera, colgante, camiseta básica, camisa juvenil, maquillaje
OBJETOADAPTADORES	Planta, banco, cuadro
POSICIÓN CORPORAL	Sentada, pierna cruzada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	1	28	2					
MARCADISCURSOS	4	2						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		1						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		2						
KINEFONOGRAFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS		18						
MARCASUCESOS		11						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	2	7						
AUTOADAPTADORES		7						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	¡50 COSAS SOBRE MI! II Rebeca Stones
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=D2fzNE6T8tQ
DURACIÓN	3 minutos y 57 segundos
YOUTUBER	Rebeca Stones
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 965.767 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Vestido, colgante, pulsera
OBJETOADAPTADORES	Cama, mesitas de noche, lámpara, móvil cargándose
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		15						
MARCADISCURSOS	2	14	1					
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		4						
DEÍCTICOS		3						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		18						
MARCASUCESOS		7						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		4						
AUTOADAPTADORES		2						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		15						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Ok3Jz8C8l90
DURACIÓN	6 minutos y 38 segundos
YOUTUBER	Laura Escanes
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 651.934 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA

POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil, colgante, anillo
OBJETOADAPTADORES	Peluches, frase en la pared
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN

	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		24						
MARCADISCURSOS	1		55					
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS								
PICTOGRAFÍAS		3						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		3						
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		13						
MARCASUCESOS		6						
IDENTIFICADORES		1						
EXTERIORIZADORES	1	2					1	
AUTOADAPTADORES		11						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Vanessa Romero TV – 20 cosas sobre mí
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=AYq_m9Wvw4
DURACIÓN	7 minutos y 59 segundos
YOUTUBER	Vanessa Romero
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 408.151 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil, colgante, uñas pintadas, mucho maquillaje
OBJETOADAPTADORES	Vela, sofá, vaso decorativo, cabeza decorativa
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		20						
MARCADISCURSOS		9						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS		3						
PICTOGRAFÍAS		2						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		1						
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		23						
MARCASUCESOS		11						
IDENTIFICADORES		4						
EXTERIORIZADORES	5	8						
AUTOADAPTADORES		2						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		3						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí Claudia Ayuso
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=20DrImgV9Qk
DURACIÓN	6 minutos y 25 segundos
YOUTUBER	Claudia Ayuso
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 407.954 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta de tirantes, colgante
OBJETOADAPTADORES	Quitasueños, cuadros, luces
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		15						
MARCADISCURSOS	9	6						
MARCAESPACIOS		1						
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		4						
PICTOGRAFÍAS		2						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		15						
MARCASUCESOS		6						
IDENTIFICADORES		3						
EXTERIORIZADORES	7	12		1	1	1		
AUTOADAPTADORES		3						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES		2						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas random sobre mi (49 en realidad)
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=9QJaBvz_ay0
DURACIÓN	15 minutos y 18 segundos
YOUTUBER	HERREJÓN
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 420.753 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Anillo, maquillaje, uñas pintadas, camiseta sin mangas
OBJETOADAPTADORES	Pósteres de cine
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		36						
MARCADISCURSOS	9	53						
MARCAESPACIOS		1						
MARCATIEMPOS		2						
DEÍCTICOS		7						
PICTOGRAFÍAS		1						
ECOICOS	3							
KINETOGRAFÍAS		4						
KINEFONOGRAFÍAS	4	4						
IDEOGRAFÍAS		34						
MARCASUCESOS		21						
IDENTIFICADORES	2	5						
EXTERIORIZADORES	5	4						
AUTOADAPTADORES		6						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí!
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=k9qm_DOIJg
DURACIÓN	7 minutos y 30 segundos
YOUTUBER	Xuri Fenton
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 334.650 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Camiseta sin mangas, pirsin, gorra, maquillaje, colgante, pulsera, anillos
OBJETOADAPTADORES	Guitarra, cuadro, decoración asiática
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		11						
MARCADISCURSOS	5	6						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS		4						
PICTOGRAFÍAS		2						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		1						
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		14						
MARCASUCESOS		10						
IDENTIFICADORES		2						
EXTERIORIZADORES	7	8						
AUTOADAPTADORES		3						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi luluyesy
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=P8w956slFhw
DURACIÓN	18 minutos y 43 segundos
YOUTUBER	luluyesy
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 306.850 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil, sombrero, tejanos
OBJETOADAPTADORES	Móvil, cama, cojines, maniquí, ropa, bolsos, peluches, dibujos propios, revistas de moda
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		36						
MARCADISCURSOS	1	11						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		6						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS		29						
MARCASUCESOS		9						
IDENTIFICADORES		1						
EXTERIORIZADORES	3	7						
AUTOADAPTADORES		33						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		9						
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Tag 50 cosas sobre mí Siilvia123Bella
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=kFPNDm6PpeY
DURACIÓN	10 minutos y 27 segundos
YOUTUBER	Silvia Muñoz de Morales
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 319.808 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta de tirantes
OBJETOADAPTADORES	Litera, bolsos, globo, gorras
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		21						
MARCADISCURSOS	3	1						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS		4						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		13						
MARCASUCESOS		1						
IDENTIFICADORES		1						
EXTERIORIZADORES	3	15						
AUTOADAPTADORES		4						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS SOBRE MI Tiempo entre papeles
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=iKFM_gl7S9E
DURACIÓN	6 minutos y 9 segundos
YOUTUBER	Tiempo entre papeles
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 39.337 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Despacho
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil, colgante, gafas, maquillaje, reloj, pulsera
OBJETOADAPTADORES	Archivadores, planta, maniquí
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		17						
MARCADISCURSOS	2	11						
MARCAESPACIOS		1						
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		2						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS	1							
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS	2	2						
IDEOGRAFÍAS		17						
MARCASUCESOS		9						
IDENTIFICADORES		2						
EXTERIORIZADORES	2	2						
AUTOADAPTADORES		3						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES		2						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS SOBRE MÍ: ¿CÓMO SOY? Ale90cb
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=PjDRZg8KHZc
DURACIÓN	7 minutos y 24 segundos
YOUTUBER	Ale90cb
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 34.669 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Pirsin, camiseta infantil, reloj, uñas pintadas, maquillaje
OBJETOADAPTADORES	Espejo, flores, maquillaje, fotografías
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		12						
MARCADISCURSOS		2						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		2						
DEÍCTICOS								
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		30						
MARCASUCESOS		5						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	1	2						
AUTOADAPTADORES		3						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Tag 50 cosas sobre mi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=GJw1NziYBkA
DURACIÓN	13 minutos y 53 segundos
YOUTUBER	Miriam Malo
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 29.157 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable, interior
SOMATOADAPTADORES	Camiseta básica, camiseta extravagante, uñas pintadas, maquillaje
OBJETOADAPTADORES	
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		21						
MARCADISCURSOS	2	6						
MARCAESPACIOS		1						
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS		3						
PICTOGRAFÍAS		2						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		30						
MARCASUCESOS		4						
IDENTIFICADORES		1						
EXTERIORIZADORES	1	6						
AUTOADAPTADORES		3						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Tag 50 cosas sobre mí ssweetcriss
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=43cJSImQQq0
DURACIÓN	15 minutos y 27 segundos
YOUTUBER	ssweetcriss
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 28.686 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Maquillaje, camiseta rayada, uñas pintadas
OBJETOADAPTADORES	Decoración asiática, cojines, autorretrato
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		19						
MARCADISCURSOS		3						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		2						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		18						
MARCASUCESOS								
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		13						
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 Cosas Sobre Mí Laura Bercebal
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=aq7B2HXWYWk
DURACIÓN	6 minutos y 50 segundos
YOUTUBER	Laura Bercebal
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 7.553 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable, interior
SOMATOADAPTADORES	Maquillaje, gargantilla, uñas pintadas, camiseta básica, sombrero, goma de pelo, pulsera
OBJETOADAPTADORES	
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		12						
MARCADISCURSOS								
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		5						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		27						
MARCASUCESOS								
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	2	2						
AUTOADAPTADORES		15						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		16						
OBJETOADAPTADORES		2						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí ¿Tengo pareja? ¿Qué hago con mi vida?
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=ZVaOX7IFSfQ
DURACIÓN	6 minutos y 34 segundos
YOUTUBER	Mayrayamonte
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 27.934 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Biblioteca personal
SOMATOADAPTADORES	Gargantilla, pendientes, camiseta budista, maquillaje, pulseras
OBJETOADAPTADORES	Estantería con libros
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		20						
MARCADISCURSOS		14						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS		3						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		28						
MARCASUCESOS		2						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES								
AUTOADAPTADORES		4						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=pBW1WUEvjjA
DURACIÓN	18 minutos y 31 segundos
YOUTUBER	Sara Bruno
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 18.765 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil, maquillaje, uñas pintadas
OBJETOADAPTADORES	Cama, espejo, perfumes
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		34						
MARCADISCURSOS		2						
MARCAESPACIOS		2						
MARCATIEMPOS		4						
DEÍCTICOS		12						
PICTOGRAFÍAS		2						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		54					1	
MARCASUCESOS		10						
IDENTIFICADORES		1						
EXTERIORIZADORES		10						
AUTOADAPTADORES		6						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=P_igZ2KfGwk
DURACIÓN	6 minutos y 35 segundos
YOUTUBER	Desiree Delgado
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 16.104 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Pendientes, colgante, anillo, camiseta básica, camisa juvenil, pulsera
OBJETOADAPTADORES	Flores, lámpara
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		14						
MARCADISCURSOS		9						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS		3						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		1						
KINEFONOGRAFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS		17						
MARCASUCESOS								
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	2	7						
AUTOADAPTADORES		2						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		3						
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Tag 50 cosas sobre mí
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=vV7O0V8wsJU
DURACIÓN	11 minutos y 45 segundos
YOUTUBER	Flisfisher
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 12.727 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil
OBJETOADAPTADORES	Peluches, pósteres
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		39						
MARCADISCURSOS		21						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		10						
PICTOGRAFÍAS		1						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		34						
MARCASUCESOS		14						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		4						
AUTOADAPTADORES		9						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=LWePRvx2Wm0
DURACIÓN	13 minutos y 22 segundos
YOUTUBER	The Jurassic Pineapple
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 587 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable, interior
SOMATOADAPTADORES	Camiseta sin mangas, pulseras
OBJETOADAPTADORES	Sábana blanca, luces
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		19						
MARCADISCURSOS		15						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS		3						
PICTOGRAFÍAS		2						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		31						
MARCASUCESOS		8						
IDENTIFICADORES		2						
EXTERIORIZADORES		2						
AUTOADAPTADORES		43						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi Anna Vázquez
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=OISLg2U2OFQ
DURACIÓN	7 minutos y 9 segundos
YOUTUBER	Anna Vázquez
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 448 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable, interior
SOMATOADAPTADORES	Camiseta básica, camiseta de tirantes básica, pulsera, gargantilla, goma para el pelo, colgante, pendientes
OBJETOADAPTADORES	
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		12					2	
MARCADISCURSOS		2						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		4						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		7						
KINEFONOGRFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		15					3	
MARCASUCESOS		1						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	2	4						
AUTOADAPTADORES		20						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=zod96FTzqVA
DURACIÓN	4 minutos y 26 segundos
YOUTUBER	J Lorenzo
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 264 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Jersey, pulseras, gorra, collar
OBJETOADAPTADORES	Sillas, mesita
POSICIÓN CORPORAL	Sentada, suelo

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		15	4					
MARCADISCURSOS		3						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS								
PICTOGRAFÍAS		3						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		8						
MARCASUCESOS		2						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		3				1		
AUTOADAPTADORES		5						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		4						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=c-ppUSglR68
DURACIÓN	4 minutos y 21 segundos
YOUTUBER	loveslittlethings
CARACTERÍSTICAS	Mujer, española, 3.198 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Jersey de cuadros, reloj, pendientes, maquillaje, collar
OBJETOADAPTADORES	Árbol de navidad, velas
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	1	26						
MARCADISCURSOS	2	5						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		3						
PICTOGRAFÍAS		2						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		18						
MARCASUCESOS								
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		10						
AUTOADAPTADORES		8						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES		3						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Karol Sevilla 50 cosas sobre mí
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=T73IRsGahO0
DURACIÓN	10 minutos y 16 segundos
YOUTUBER	Karol Sevilla
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 10.864.404 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil, maquillaje, uñas pintadas
OBJETOADAPTADORES	Guitarra, fotos, cama, cojines
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	3	39						
MARCADISCURSOS	9	12						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		2						
DEÍCTICOS		11						
PICTOGRAFÍAS		2						
ECOICOS	1							
KINETOGRAFÍAS		2						
KINEFONOGRAFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS		34						
MARCASUCESOS		6						
IDENTIFICADORES		1						
EXTERIORIZADORES	9	10						
AUTOADAPTADORES		5						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES		2						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí- Yuya
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=p6FQEyZLI2s
DURACIÓN	10 minutos y 11 segundos
YOUTUBER	Yuya
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 6.700.914 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima privada
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Camiseta de tirantes, maquillaje, uñas pintadas, tatuajes
OBJETOADAPTADORES	Sofá, cojín
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	4	32	2					
MARCADISCURSOS	38	6						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		8						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS	3							
KINETOGRAFÍAS		4						
KINEFONOGRAFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS	3	17						
MARCASUCESOS		5						
IDENTIFICADORES	3	6						
EXTERIORIZADORES	15	7						
AUTOADAPTADORES		13						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		3						
OBJETOADAPTADORES		3						

La comunicación no verbal en los youtubers

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi- caeli mis secretoos...!!!
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=95FH82kTxqI
DURACIÓN	7 minutos y 48 segundos
YOUTUBER	CaELiKe
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 3.586.958 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA

POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Parque de atracciones, exterior
SOMATOADAPTADORES	Vestido, bolso, pulseras, maquillaje, gafas, uñas pintadas, anillos
OBJETOADAPTADORES	Muñeco, variable
POSICIÓN CORPORAL	Sentada, variable

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN

	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	4	17	3					
MARCADISCURSOS	7	5	45				4	
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		5						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS	1							
KINETOGRAFÍAS		2					2	
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS	1	17					5	
MARCASUCESOS								
IDENTIFICADORES	1	3						
EXTERIORIZADORES	11	7						
AUTOADAPTADORES		4						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		14						
OBJETOADAPTADORES		3						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre miranda ibañez
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=BfdF2LjbdM
DURACIÓN	6 minutos y 45 segundos
YOUTUBER	Miranda Ibañez
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 3.019.998 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable, interior
SOMATOADAPTADORES	Pelo verde, anillos, uñas pintadas, pirsin, maquillaje, camiseta juvenil, tatuajes
OBJETOADAPTADORES	Pared floreada, variable
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	3	14						
MARCADISCURSOS	4	3	50					
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		12						
PICTOGRAFÍAS		1						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		24						
MARCASUCESOS	1	7						
IDENTIFICADORES	1							
EXTERIORIZADORES	4	5						
AUTOADAPTADORES		12						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		8						
OBJETOADAPTADORES		7						

La comunicación no verbal en los youtubers

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi - Gibby
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=Rb8o6rCQr2E
DURACIÓN	9 minutos y 8 segundos
YOUTUBER	Gibby :D
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 2.981.159 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Lazo, camiseta juvenil, uñas pintadas, pulseras,
OBJETOADAPTADORES	Cama, peluches
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	5	28						
MARCADISCURSOS	5	7						
MARCAESPACIOS		1						
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		10						
PICTOGRAFÍAS		1						
ECOICOS	1							
KINETOGRAFÍAS		1						
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		27						
MARCASUCESOS	1	9					1	
IDENTIFICADORES	2							
EXTERIORIZADORES	6	8						
AUTOADAPTADORES		1						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES		7						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi – Mica Suarez
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=muLDL_3EAyA
DURACIÓN	16 minutos y 27 segundos
YOUTUBER	Mica Suarez
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 1.741.166 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación, VARIABLE
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil, gorro, uñas pintadas
OBJETOADAPTADORES	Armario
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	2	41						
MARCADISCURSOS	3	26	50				5	
MARCAESPACIOS		1						
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS		9						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS	4							
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS		21					1	
MARCASUCESOS		2						
IDENTIFICADORES	1							
EXTERIORIZADORES	8	14						
AUTOADAPTADORES		12						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		21						
OBJETOADAPTADORES		8						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi.
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=idGvIKBmErM
DURACIÓN	9 minutos y 50 segundos
YOUTUBER	Juana Martinez
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 1.422.601 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil, pulseras, colgante, anillo, maquillaje, dilatación, uñas pintadas
OBJETOADAPTADORES	Ordenador Mac, escritorio, silla
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		27						
MARCADISCURSOS	4	2						
MARCAESPACIOS		1						
MARCATIEMPOS	1	1						
DEÍCTICOS		8						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS	2							
KINETOGRAFÍAS		1					1	
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		46						
MARCASUCESOS								
IDENTIFICADORES		1						
EXTERIORIZADORES	1	3						
AUTOADAPTADORES		18						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		4						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=WjtZKHMMHWE
DURACIÓN	4 minutos y 50 segundos
YOUTUBER	Mariana Bonilla
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 1.419.188 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Vestido juvenil, pendientes
OBJETOADAPTADORES	Cama, flor, móvil
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	1	17						
MARCADISCURSOS	8	3					3	
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		1						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS	1							
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		11						
MARCASUCESOS		1						
IDENTIFICADORES		1					1	
EXTERIORIZADORES		3						
AUTOADAPTADORES		2						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES		2						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi ilonqueen
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=MRzf1LLI88
DURACIÓN	6 minutos y 13 segundos
YOUTUBER	ilonqueen
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 1.324.548 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta juvenil, mechas rojas, uñas pintadas
OBJETOADAPTADORES	Ordenador Mac, post-it, figuras de cine, micrófono
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		24						
MARCADISCURSOS	3	14						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		3						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS	1							
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		31						
MARCASUCESOS		2						
IDENTIFICADORES		1						
EXTERIORIZADORES	1	2						
AUTOADAPTADORES		2						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí – What the Chic
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=-3lzqupNqZA
DURACIÓN	10 minutos y 54 segundos
YOUTUBER	Whatthechic
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 1.210.656 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Vestidor
SOMATOADAPTADORES	Jersey, pendientes, maquillaje, uñas pintadas, anillo
OBJETOADAPTADORES	Zapatos, ropa, armario vestidor
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		16						
MARCADISCURSOS		1						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		1						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		2						
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		12						
MARCASUCESOS		2						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	2	6						
AUTOADAPTADORES		4						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES		2						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Tag 58 cosas sobre mi Miku
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=JUeiAj59jQg
DURACIÓN	6 minutos y 17 segundos
YOUTUBER	Miku
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 1.124.869 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable, interior
SOMATOADAPTADORES	Ortodoncia, maquillaje, jersey rayado, uñas pintadas, manchas de bolígrafo en la mano, pulsera
OBJETOADAPTADORES	Velas, peluches, fotos de peluches, pizarra
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	5	25						
MARCADISCURSOS	9	29	58					
MARCAESPACIOS		4						
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		8						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		4						
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		9						
MARCASUCESOS		3						
IDENTIFICADORES	2	1						
EXTERIORIZADORES		4						
AUTOADAPTADORES		5						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 Cosas Sobre Mi / 50 Things About Me
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=HRdkwLuYPKs
DURACIÓN	5 minutos y 40 segundos
YOUTUBER	Cande Molfese Oficial
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 972.957 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Jersey juvenil, maquillaje, uñas pintadas
OBJETOADAPTADORES	Planta, decoración asiática, lámpara, sofá, cojín
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	1	21						
MARCADISCURSOS	2	9						
MARCAESPACIOS		1						
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS		8						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS	1							
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		13						
MARCASUCESOS		3						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		6						
AUTOADAPTADORES		4						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi / Dhasia Wezka
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=qK4zvcgUZ0s
DURACIÓN	5 minutos y 27 segundos
YOUTUBER	Dhasia Wezka
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 975.227 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Baño
SOMATOADAPTADORES	Vestido, anillos, goma del pelo, tatuajes
OBJETOADAPTADORES	Bañera
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		24						
MARCADISCURSOS	7	13						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS		4						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		1						
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		15						
MARCASUCESOS								
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	1	13				1		
AUTOADAPTADORES		2						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi + Saludos
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=lnA9cUQVGVg
DURACIÓN	8 minutos y 33 segundos
YOUTUBER	Erika Goncalves
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 42.595 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Vestido, reloj, uñas pintadas, pendientes, maquillaje, gargantilla
OBJETOADAPTADORES	Banderillas, cabecera
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		25						
MARCADISCURSOS	3	5						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		6						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS	1							
KINETOGRAFÍAS		3						
KINEFONOGRAFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS		7						
MARCASUCESOS								
IDENTIFICADORES	1							
EXTERIORIZADORES	3	17						
AUTOADAPTADORES		7						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES		3						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí – Ceci Saia
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=H1ICEQ1Rn04
DURACIÓN	8 minutos y 2 segundos
YOUTUBER	Ceci Saia
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 39.808 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Cinta, maquillaje, colgante, camiseta juvenil
OBJETOADAPTADORES	Despertador, frase en la pared, cama
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		21						
MARCADISCURSOS	3	10						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		2						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		1						
KINEFONOGRFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		22						
MARCASUCESOS		2						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		2						
AUTOADAPTADORES		3						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mí - Scarcuchi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=-ocwk6jeOdo
DURACIÓN	11 minutos y 15 segundos
YOUTUBER	scarcuchi
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 34.299 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camisa, pendiente, maquillaje
OBJETOADAPTADORES	Espejo, pájaros en la pared
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	1	17						
MARCADISCURSOS	2	12						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		4						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS	1							
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		11						
MARCASUCESOS		1						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		10						
AUTOADAPTADORES		4						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS SOBRE MI / PRIMER ANIVERSARIO
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=cAJCGY9JyEE
DURACIÓN	7 minutos y 53 segundos
YOUTUBER	Jacque
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 33.843 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Top, collar, sombrero
OBJETOADAPTADORES	Sofá, suelo, armario de madera
POSICIÓN CORPORAL	Sentada en el suelo

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		24	1					
MARCADISCURSOS	5	21						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		5						
PICTOGRAFÍAS		1						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		14						
MARCASUCESOS		1						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		4						
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Tag 50 cosas sobre mi Yanira Giselle
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=qnXYhSNBlIs
DURACIÓN	17 minutos y 9 segundos
YOUTUBER	Yanira Giselle
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 34.154 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Maquillaje, pirsin, uñas pintadas, anillo
OBJETOADAPTADORES	Sofá, zapatos, ropa, vestidor, luces, decoración navideña
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		26						
MARCADISCURSOS	1	6						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		3						
DEÍCTICOS		12						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		44					2	
MARCASUCESOS	1	4						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		7						
AUTOADAPTADORES		76						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		5						
OBJETOADAPTADORES		4						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	¡50 cosas sobre mi!
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=EksK2IBhWzs
DURACIÓN	12 minutos y 39 segundos
YOUTUBER	InTa
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 33.027 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Reloj inteligente, maquillaje, camiseta sin mangas
OBJETOADAPTADORES	Reloj, placa, bote
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		32						
MARCADISCURSOS	3	16						
MARCAESPACIOS		5						
MARCATIEMPOS		2						
DEÍCTICOS		3						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		3						
KINEFONOGRFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		50						
MARCASUCESOS		3						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	2	3						
AUTOADAPTADORES		18						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS SOBRE MI – Dacia Vargas
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=JqGQ7Wir3gU
DURACIÓN	4 minutos y 2 segundos
YOUTUBER	Dacia Vargas
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 6.808 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable, interior
SOMATOADAPTADORES	Maquillaje, camiseta juvenil, goma de pelo
OBJETOADAPTADORES	
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		7						
MARCADISCURSOS	4	13						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		5						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		3						
MARCASUCESOS								
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		10						
AUTOADAPTADORES		3						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES		1						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	Tag 50 cosas sobre mi
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=TDkWj6ilg40
DURACIÓN	12 minutos y 28 segundos
YOUTUBER	XimenaMoral
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 27.084 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Indeterminable, interior
SOMATOADAPTADORES	Camiseta floreada, colgante, reloj, pulsera, uñas pintadas, maquillaje
OBJETOADAPTADORES	Cortinas
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		45						
MARCADISCURSOS	3	6						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS		5						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		1						
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		38						
MARCASUCESOS		2						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		17						
AUTOADAPTADORES		5						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	TAG 50 COSAS SOBRE MI – BAKING DAY
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=gbvj-gW46zg
DURACIÓN	9 minutos y 43 segundos
YOUTUBER	Baking Day
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 20.689 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Camiseta rayada, colgante, gafas, pendientes, maquillaje, reloj, tatuajes
OBJETOADAPTADORES	Velas, flores, botes, espejo
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	1	20						
MARCADISCURSOS	8	3						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		6						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		22						
MARCASUCESOS		1						
IDENTIFICADORES		1						
EXTERIORIZADORES	4	13						
AUTOADAPTADORES		2						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		2						

La comunicación no verbal en los youtubers

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 cosas sobre mi!
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=4QNovm98XDw
DURACIÓN	9 minutos y 44 segundos
YOUTUBER	Lupita Rios
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 25.115 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta, collar, maquillaje, anillo, uñas pintadas, pirsin
OBJETOADAPTADORES	Cama, cortinas, luces
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		26						
MARCADISCURSOS		2						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		3						
PICTOGRAFÍAS		3						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS		23						
MARCASUCESOS		3						
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES	2	12						
AUTOADAPTADORES		4						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS SOBRE MI alejandra seymour
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=mnPWhb3Ttdc
DURACIÓN	4 minutos y 22 segundos
YOUTUBER	ALEJANDRA SEYMOUR.
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 18.160 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA

POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Habitación
SOMATOADAPTADORES	Camiseta de tirantes, tatuaje, maquillaje, anillo, uñas pintadas
OBJETOADAPTADORES	Altavoz, cuadros, botes
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN

	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		14						
MARCADISCURSOS	1	4						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		2						
DEÍCTICOS		3						
PICTOGRAFÍAS		1						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		19						
MARCASUCESOS								
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES		1						
AUTOADAPTADORES		9						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		1						
OBJETOADAPTADORES								

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	50 COSAS SOBRE MI – Ana Villamil
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=hkfr6mlcNw
DURACIÓN	6 minutos y 11 segundos
YOUTUBER	Ana Maria Villamil
CARACTERÍSTICAS	Mujer, hispanoamericana, 4.085 visualizaciones

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA	
POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia íntima
LUGAR DE LA EMISIÓN	Salón
SOMATOADAPTADORES	Camisa, maquillaje, collar
OBJETOADAPTADORES	Sofá
POSICIÓN CORPORAL	Sentada

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN								
	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	1	11	1					
MARCADISCURSOS	1							
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS								
DEÍCTICOS		3						
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		5						
MARCASUCESOS								
IDENTIFICADORES		1						
EXTERIORIZADORES		11						
AUTOADAPTADORES		10						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES		1						

ANTONI BROSÀ RODRÍGUEZ

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN EN GENERAL								
TOTAL	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	64	2060	28				14	
MARCADISCURSOS	334	817	684				19	
MARCAESPACIOS		56					1	
MARCATIEMPOS	7	117						
DEÍCTICOS	1	544						
PICTOGRAFÍAS	1	65					2	
ECOICOS	43							
KINETOGRAFÍAS		117	1				3	
KINEFONOGRAFÍAS	61	61		1				
IDEOGRAFÍAS	12	2527					38	
MARCASUCESOS	36	587	2		1		13	
IDENTIFICADORES	34	147					1	
EXTERIORIZADORES	331	687	10	6	5	7	3	
AUTOADAPTADORES	2	531	1				1	
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		180						
OBJETOADAPTADORES		181	2					

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN EN GENERAL								
MEDIA REDONDEADA	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		21						
MARCADISCURSOS	3	8	7					
MARCAESPACIOS		1						
MARCATIEMPOS		1						
DEÍCTICOS		5						
PICTOGRAFÍAS		1						
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS		1						
KINEFONOGRFÍAS	1	1						
IDEOGRAFÍAS		25						
MARCASUCESOS		6						
IDENTIFICADORES		1						
EXTERIORIZADORES	3	7						
AUTOADAPTADORES		5						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		2						
OBJETOADAPTADORES		2						

DATOS TÉCNICOS

NOMBRE VÍDEO	El niño sirio. (Videoblog ‘La voz de Iñaki’) Cadena SER
ENLACE	www.youtube.com/watch?v=6UmVgF7HivA
DURACIÓN	2:49
YOUTUBER	Cadena SER (Iñaki Gabilondo)
CARACTERÍSTICAS	Hombre, español, no youtuber (1.398 visualizaciones)

SITUACIÓN NO VERBAL DE PARTIDA

POSICIÓN PROXÉMICA INICIAL	Distancia personal
LUGAR DE LA EMISIÓN	Redacción
SOMATOADAPTADORES	Polo, chaqueta de traje, micrófono en la solapa
OBJETOADAPTADORES	Una oficina, ordenadores, escritorios
POSICIÓN CORPORAL	De pie

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN

	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS		8						
MARCADISCURSOS	2	12						
MARCAESPACIOS								
MARCATIEMPOS		2						
DEÍCTICOS								
PICTOGRAFÍAS								
ECOICOS								
KINETOGRAFÍAS								
KINEFONOGRAFÍAS								
IDEOGRAFÍAS		9						
MARCASUCESOS								
IDENTIFICADORES								
EXTERIORIZADORES								
AUTOADAPTADORES								
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES								
OBJETOADAPTADORES								

La comunicación no verbal en los youtubers

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN EN GENERAL								
HOMBRES	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	31	930	12				11	
MARCADISCURSOS	152	374	420				6	
MARCAESPACIOS		38					1	
MARCATIEMPOS	6	83						
DEÍCTICOS	1	299						
PICTOGRAFÍAS	1	32					2	
ECOICOS	20							
KINETOGRAFÍAS		39	1					
KINEFONOGRFÍAS	44	44		1				
IDEOGRAFÍAS	8	1441					26	
MARCASUCESOS	33	368	2		1		11	
IDENTIFICADORES	21	107						
EXTERIORIZADORES	163	335	10	4	4	4	2	
AUTOADAPTADORES	2	111	1				1	
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		57						
OBJETOADAPTADORES		87	2					

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN EN GENERAL								
MUJERES	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	33	1130	16				3	
MARCADISCURSOS	182	443	264				13	
MARCAESPACIOS		18						
MARCATIEMPOS	1	34						
DEÍCTICOS		245						
PICTOGRAFÍAS		33						
ECOICOS	23							
KINETOGRAFÍAS		78					3	
KINEFONOGRFÍAS	17	17						
IDEOGRAFÍAS	4	1086					12	
MARCASUCESOS	3	219					2	
IDENTIFICADORES	13	40					1	
EXTERIORIZADORES	168	352		2	1	3	1	
AUTOADAPTADORES		420						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		123						
OBJETOADAPTADORES		94						

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN EN GENERAL								
ESPAÑOLES	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	16	906	17				3	
MARCADISCURSOS	107	384	118				2	
MARCAESPACIOS		27						
MARCATIEMPOS	4	69						
DEÍCTICOS		202						
PICTOGRAFÍAS		47						
ECOICOS	9							
KINETOGRAFÍAS		59						
KINEFONOGRFÍAS	30	30		1				
IDEOGRAFÍAS	8	1175					7	
MARCASUCESOS	23	300	2		1		3	
IDENTIFICADORES	19	123						
EXTERIORIZADORES	178	360	6	2	2	2	2	
AUTOADAPTADORES	1	260	1				1	
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		83						
OBJETOADAPTADORES		88	2					

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN EN GENERAL								
HISpanoAMERICANOS	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	48	1154	11				11	
MARCADISCURSOS	227	433	566				17	
MARCAESPACIOS		29					1	
MARCATIEMPOS	3	48						
DEÍCTICOS	1	342						
PICTOGRAFÍAS	1	18					2	
ECOICOS	34							
KINETOGRAFÍAS		58	1				3	
KINEFONOGRFÍAS	31	31						
IDEOGRAFÍAS	4	1352					31	
MARCASUCESOS	13	287					10	
IDENTIFICADORES	15	24					1	
EXTERIORIZADORES	153	327	4	4	3	5	1	
AUTOADAPTADORES	1	271						
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		97						
OBJETOADAPTADORES		93						

ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN EN GENERAL								
MUCHOS SEGUIDORES	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	53	1155	19				12	
MARCADISCURSOS	245	483	559				19	
MARCAESPACIOS		35					1	
MARCATIEMPOS	7	73						
DEÍCTICOS		315						
PICTOGRAFÍAS	1	39					2	
ECOICOS	25							
KINETOGRAFÍAS		95	1				3	
KINEFONOGRFÍAS	47	47		1				
IDEOGRAFÍAS	12	1319					31	
MARCASUCESOS	33	345	1		1		13	
IDENTIFICADORES	31	125					1	
EXTERIORIZADORES	246	415	7	6	5	6	2	
AUTOADAPTADORES	2	222					1	
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		120						
OBJETOADAPTADORES		124	2					

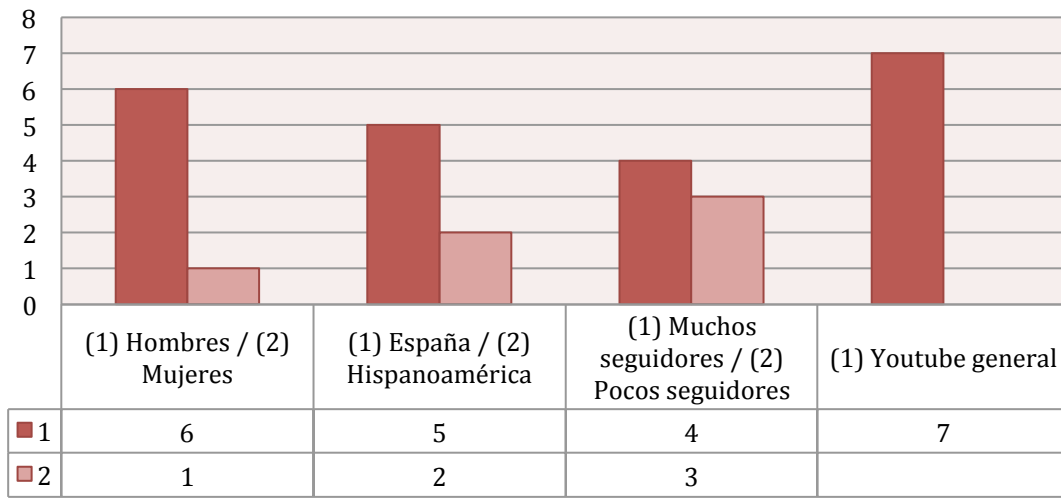
ANÁLISIS NO VERBAL DE LA INTERACCIÓN EN GENERAL								
POCOS SEGUIDORES	PARALENGUAJE	KINÉSICA	PROXÉMICA	QUÍMICA	DÉRMICA	TÉRMICA	OBJETUAL	NO INTERACCIÓN
EMBLEMAS	11	905	9				2	
MARCADISCURSOS	89	334	125					
MARCAESPACIOS		21						
MARCATIEMPOS		44						
DEÍCTICOS	1	229						
PICTOGRAFÍAS		26						
ECOICOS	18							
KINETOGRAFÍAS		22						
KINEFONOGRFÍAS	14	14						
IDEOGRAFÍAS		1208					7	
MARCASUCESOS	3	242	1					
IDENTIFICADORES	3	22						
EXTERIORIZADORES	85	272	3			1	1	
AUTOADAPTADORES		309	1					
ALTERADAPTADORES								
SOMATOADAPTADORES		60						
OBJETOADAPTADORES		57						

La comunicación no verbal en los youtubers

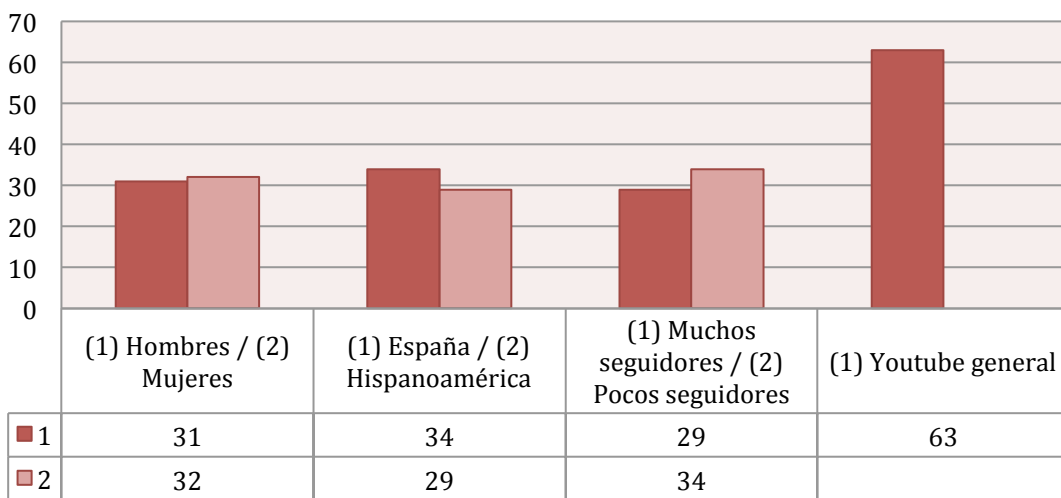
ANEXO III.

GRÁFICOS

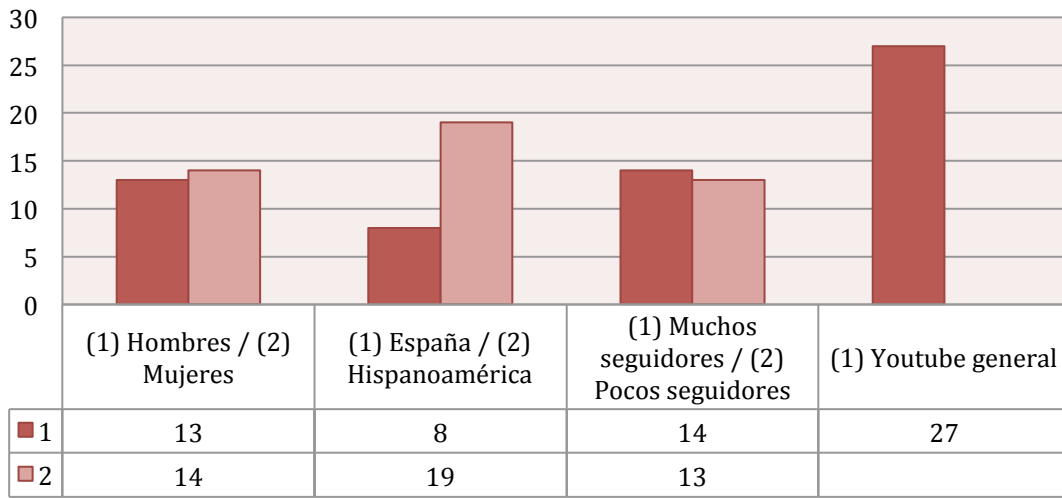
Posición proxémica inicial: Distancia íntima privada



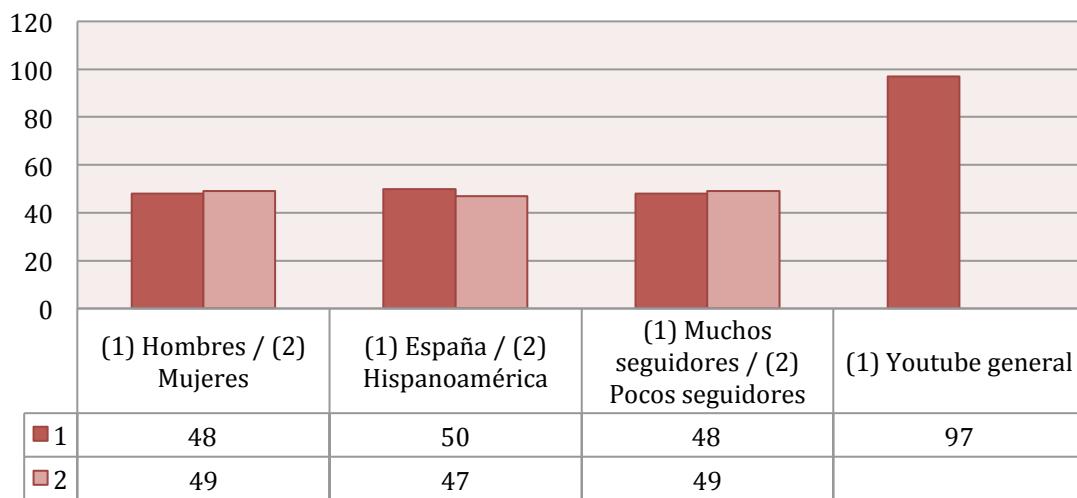
Posición proxémica inicial: Distancia íntima



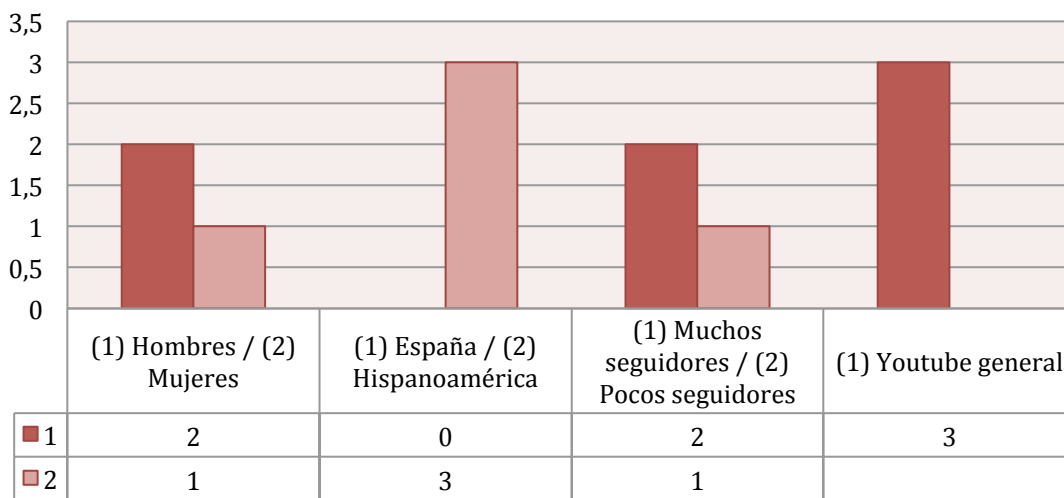
Posición proxémica inicial: Distancia personal



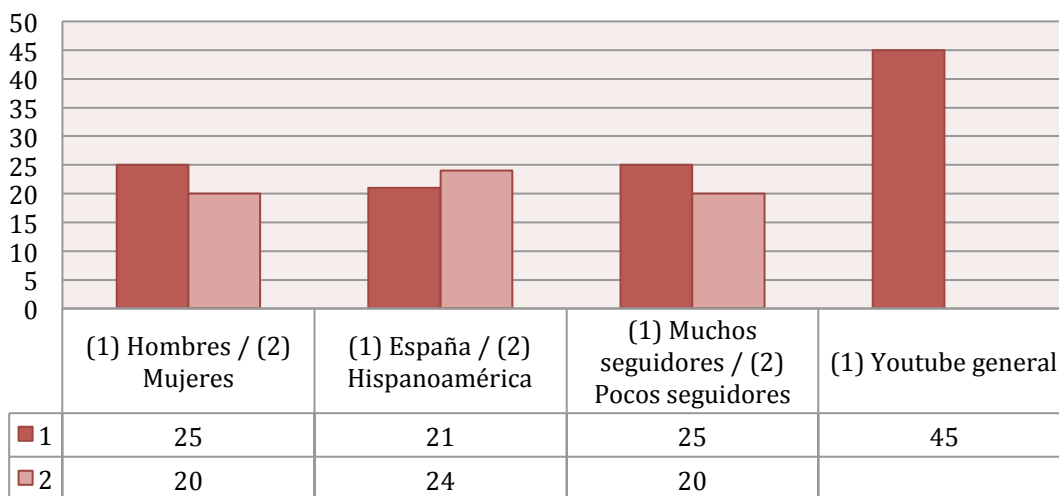
Lugar de la emisión: Interior



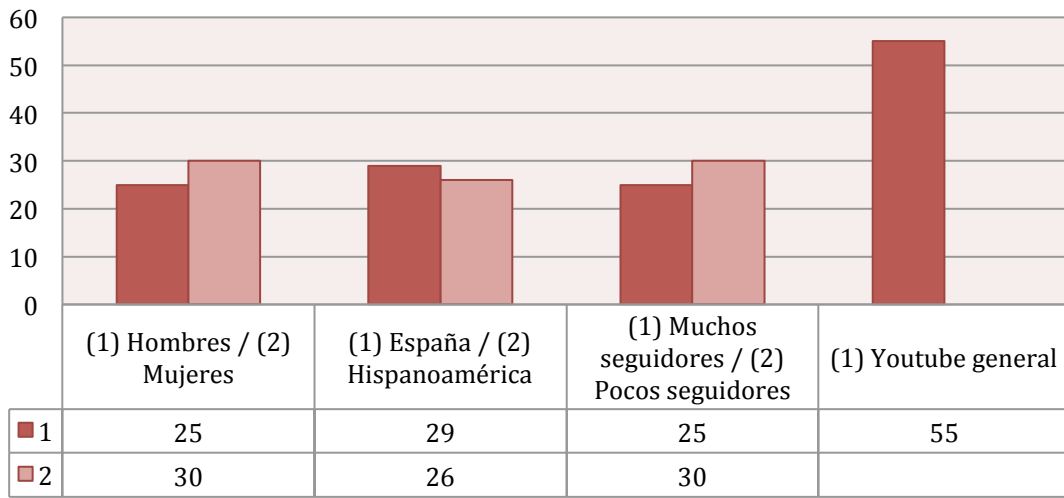
Lugar de la emisión: Exterior



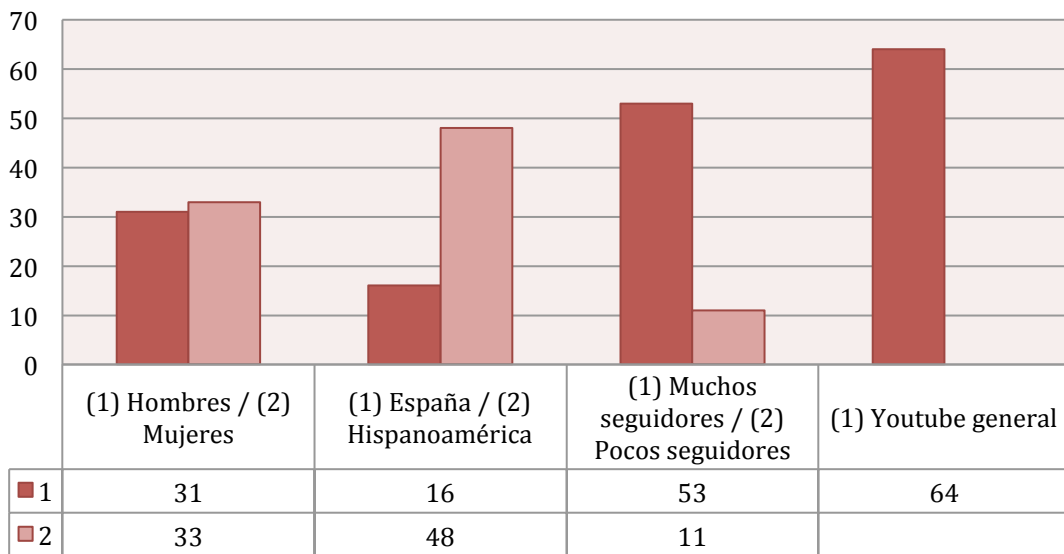
Posición corporal: De pie



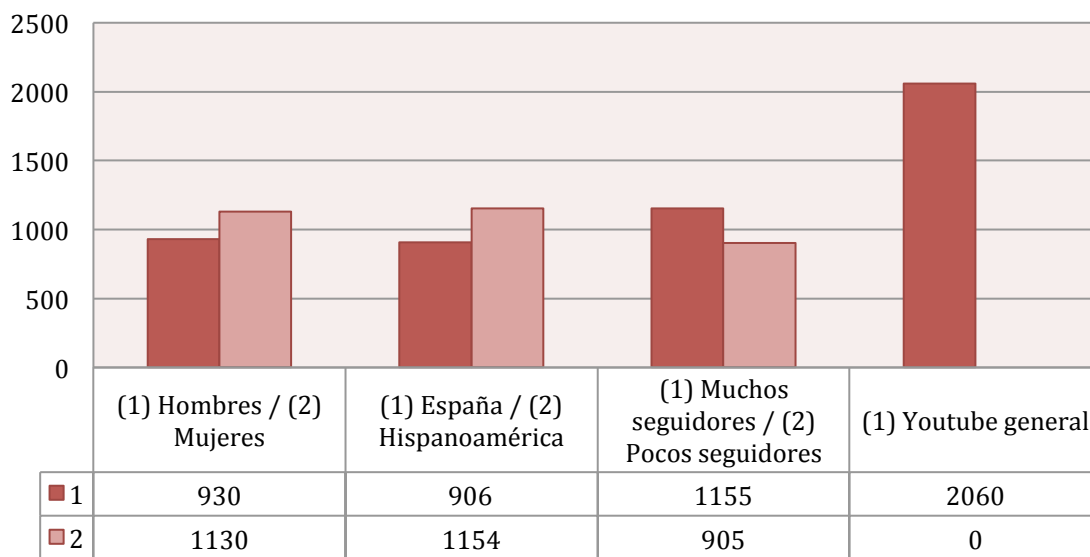
Posición corporal: Sentado



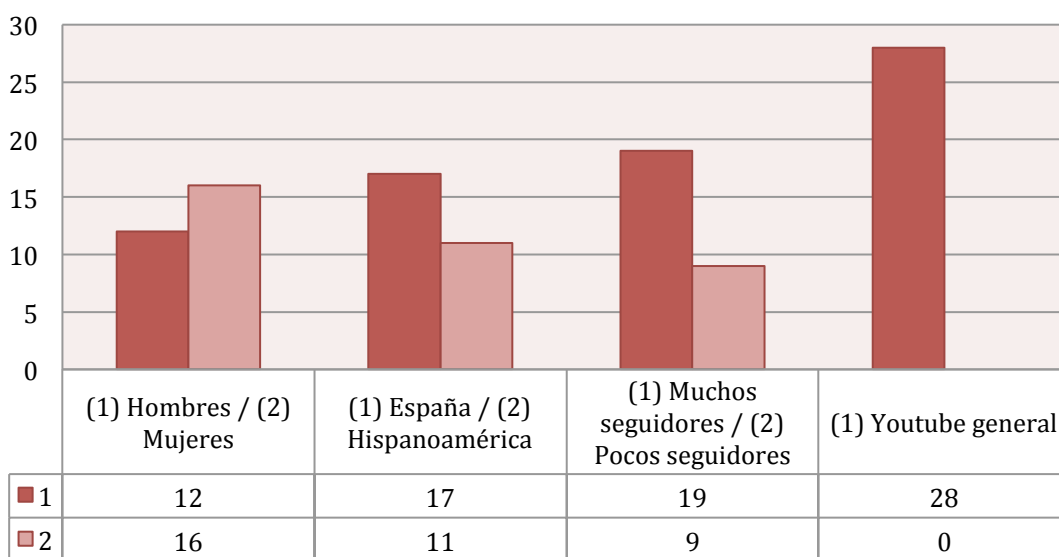
Emblemas Paralenguaje



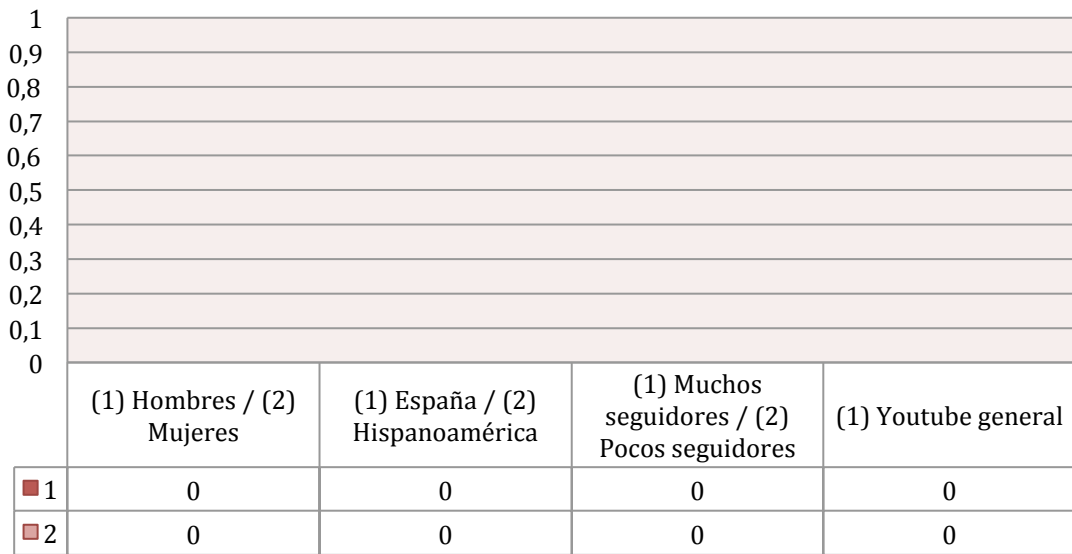
Emblemas Kinésica



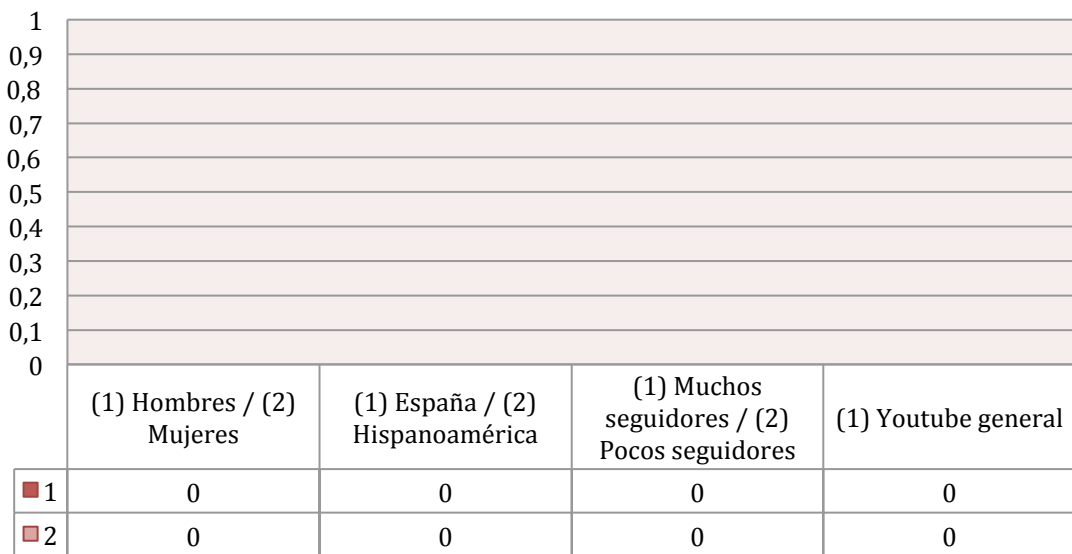
Emblemas Proxémica



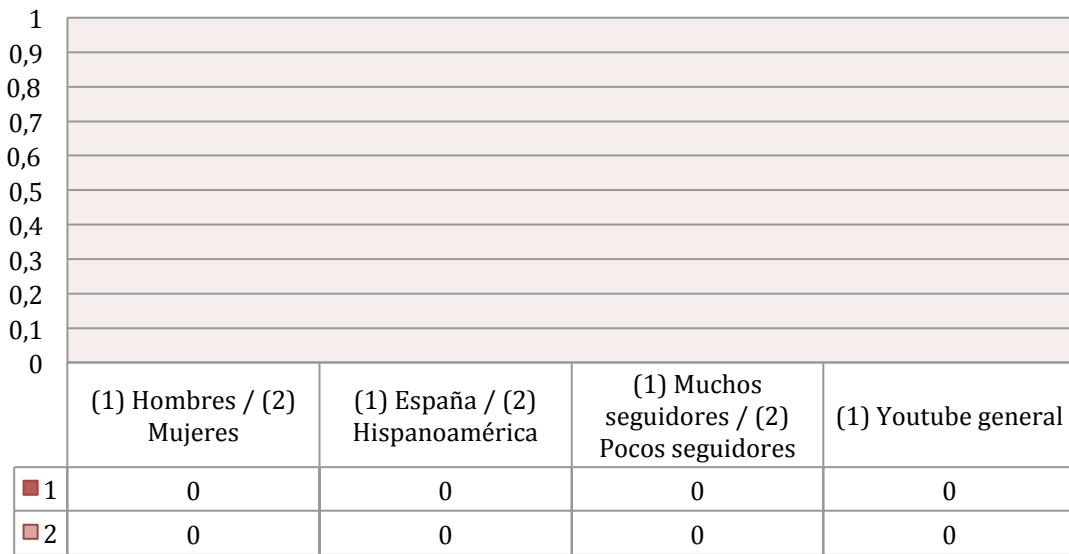
Emblemas Química



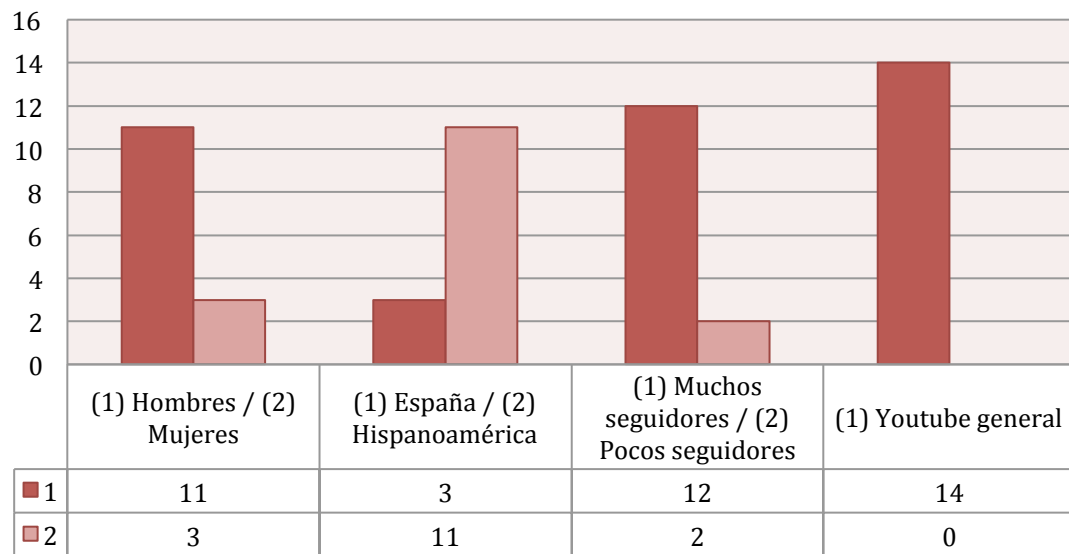
Emblemas Dérmica



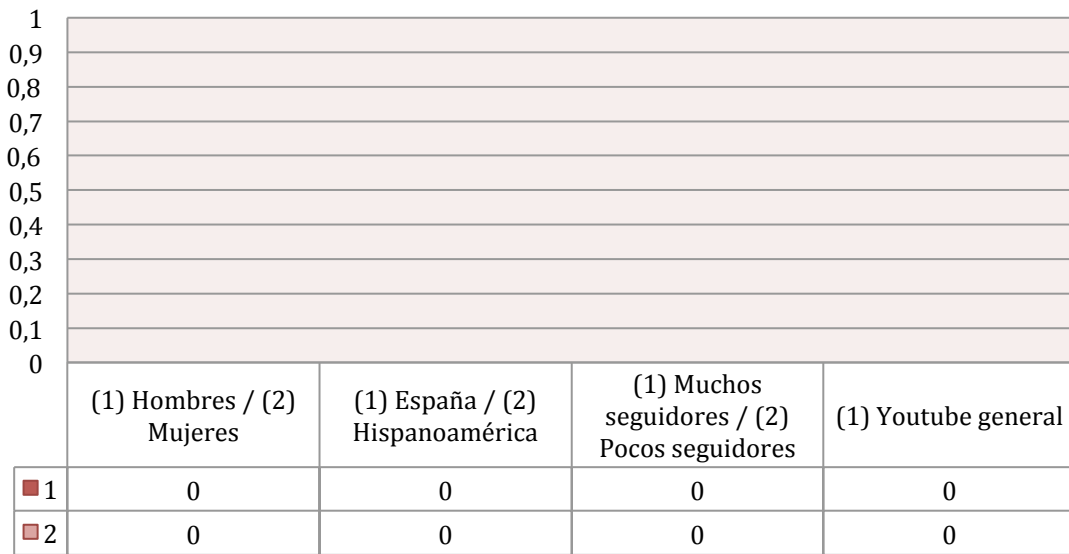
Emblemas Térmica



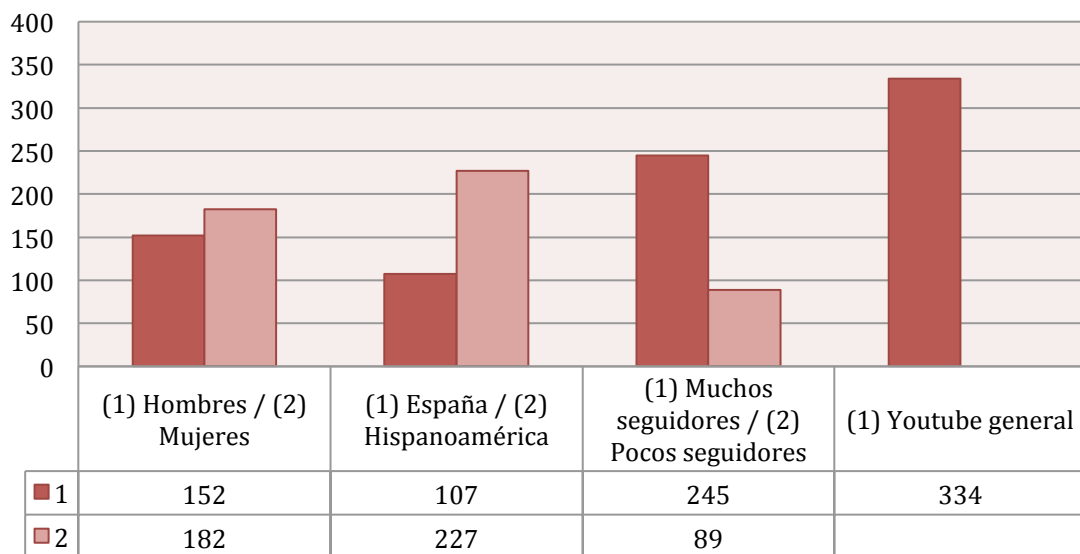
Emblemas Objetual



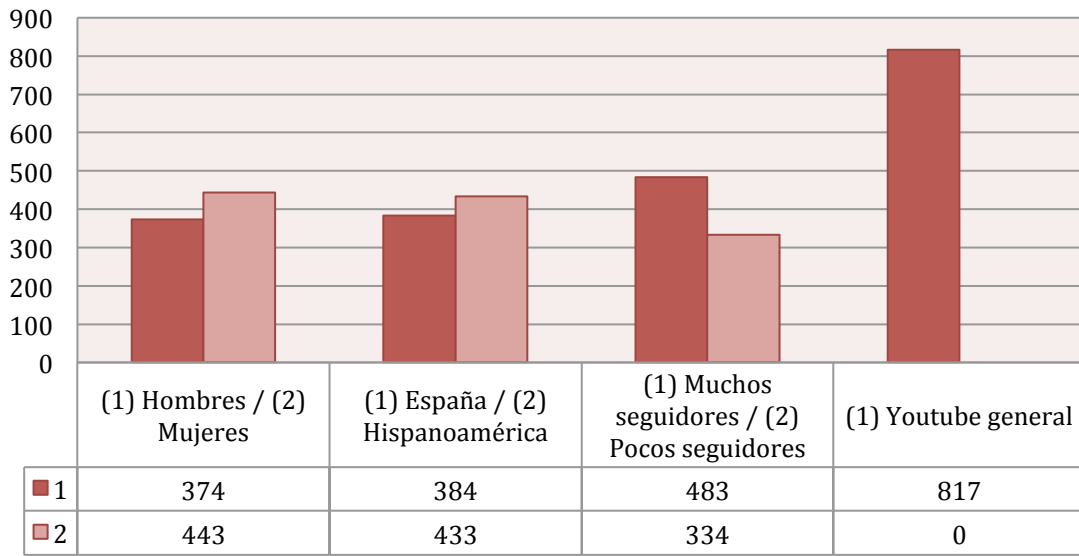
Emblemas no interacción



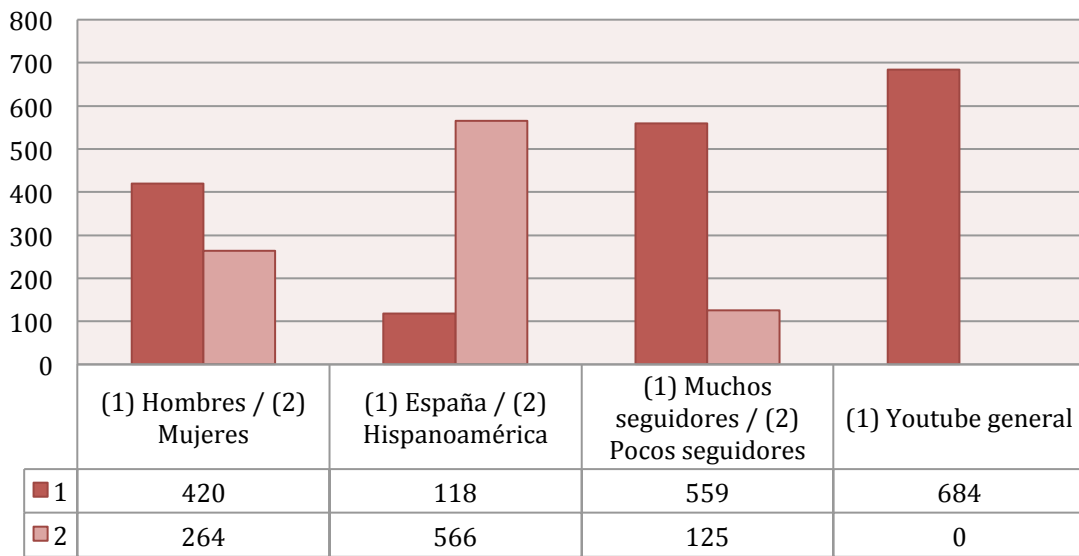
Marcadiscursos Paralenguaje



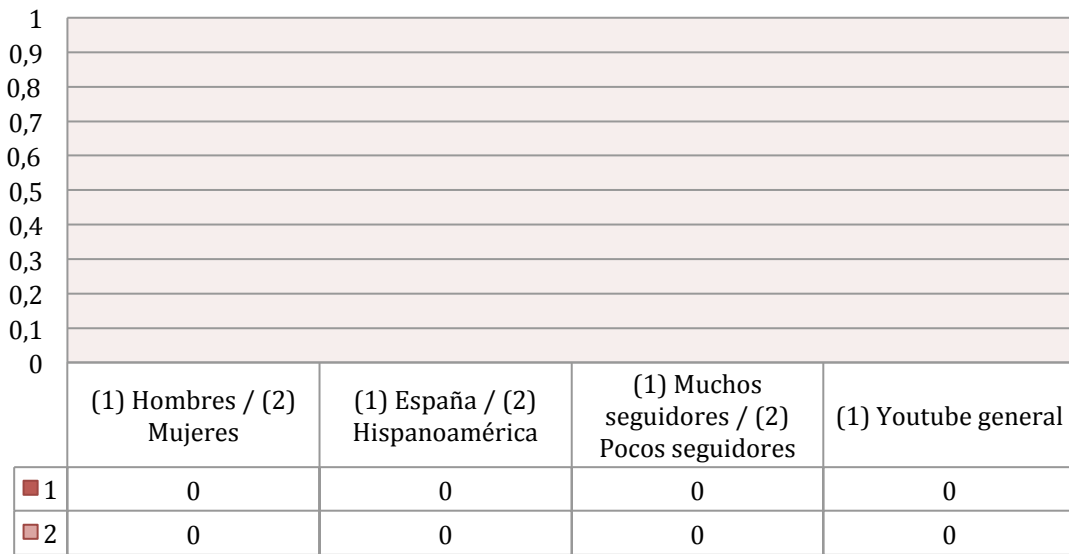
Marcadiscursos Kinésica



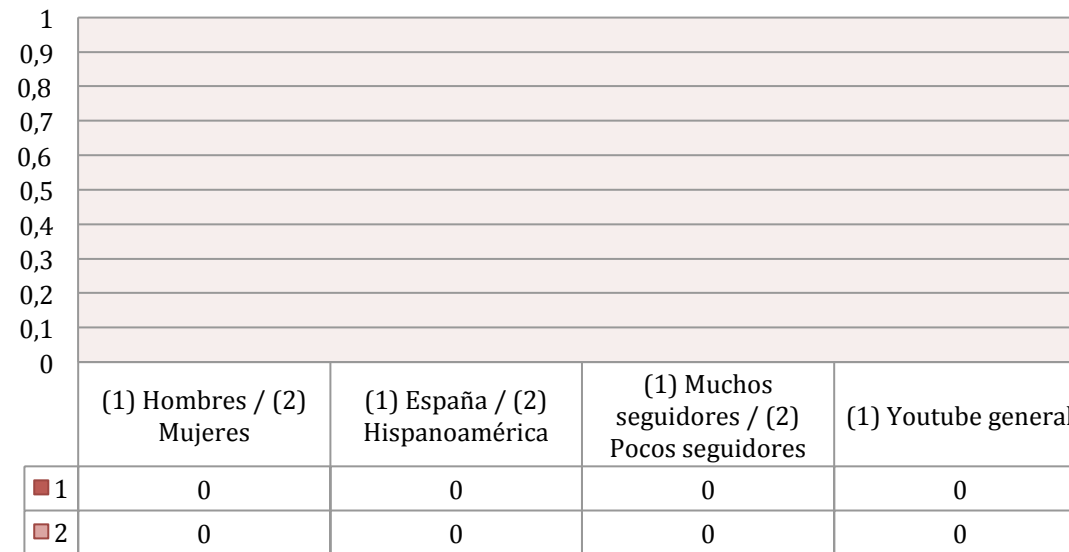
Marcadiscursos Proxémica



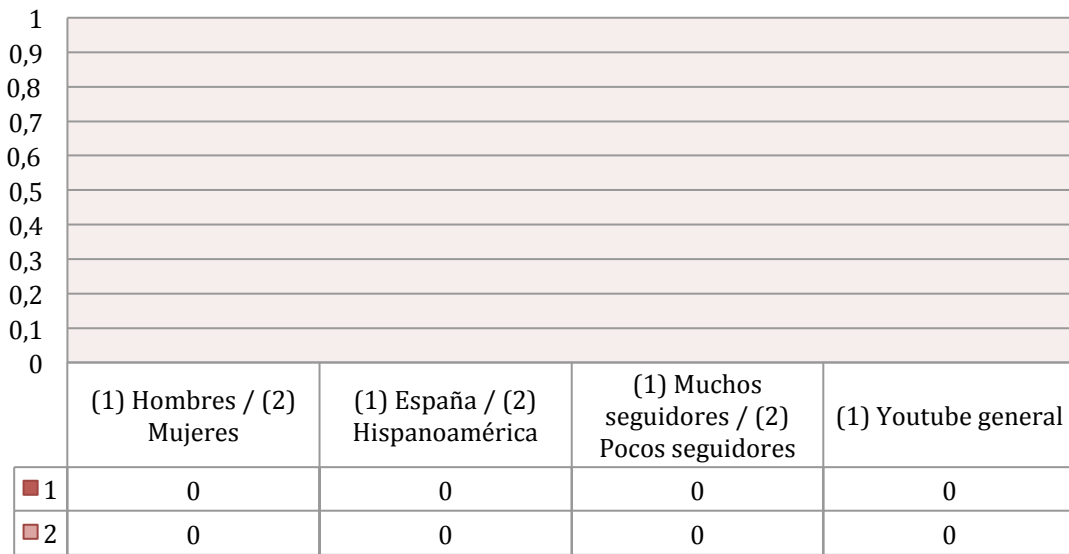
Marcadiscursos Química



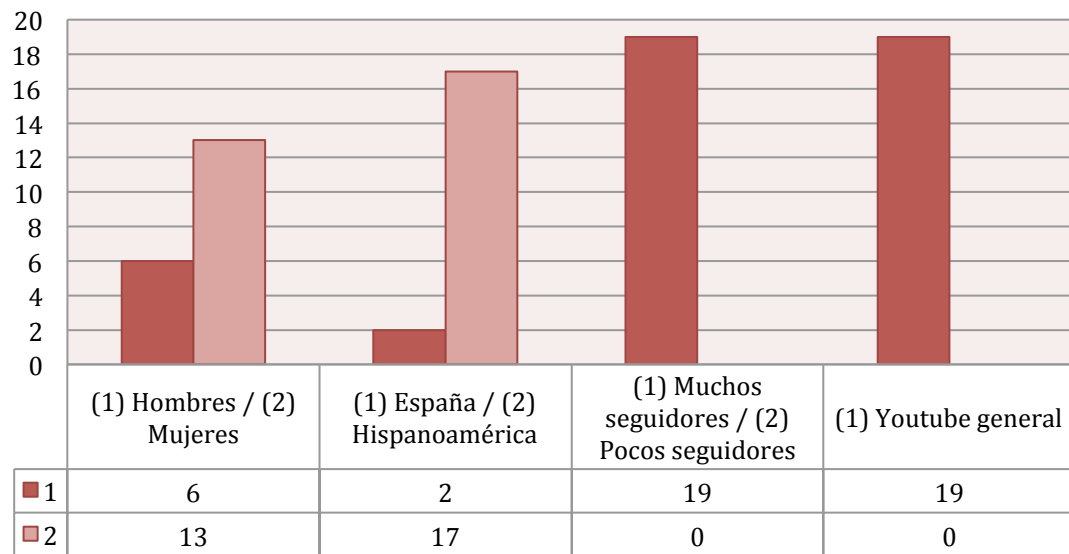
Marcadiscursos Dérmica



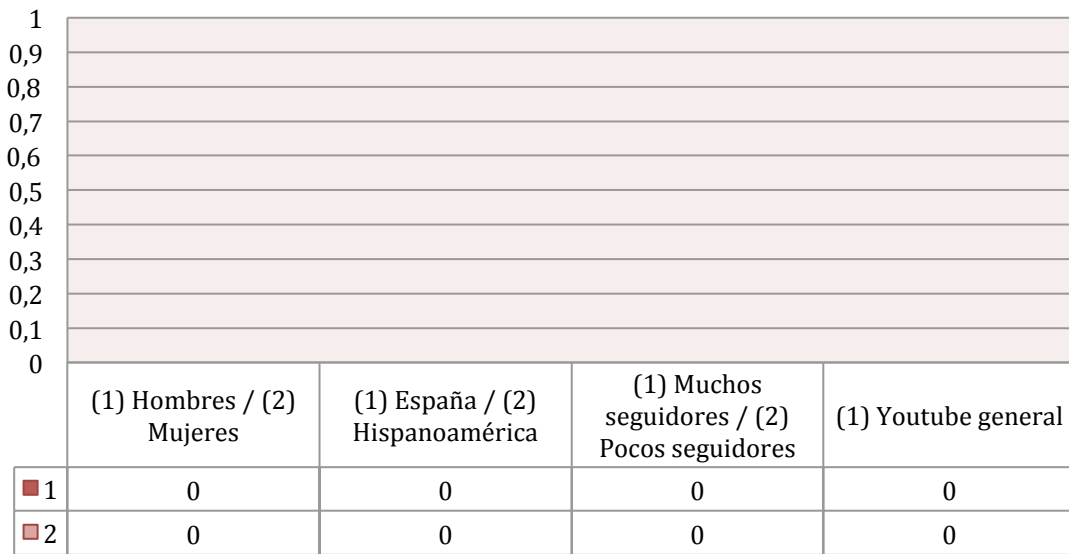
Marcadiscursos Térmica



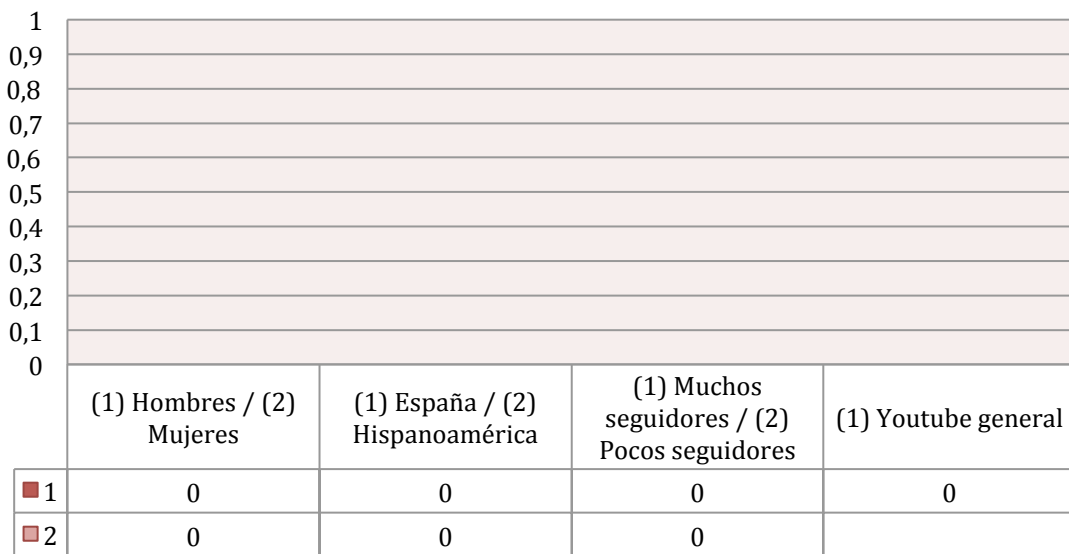
Marcadiscursos Objetual



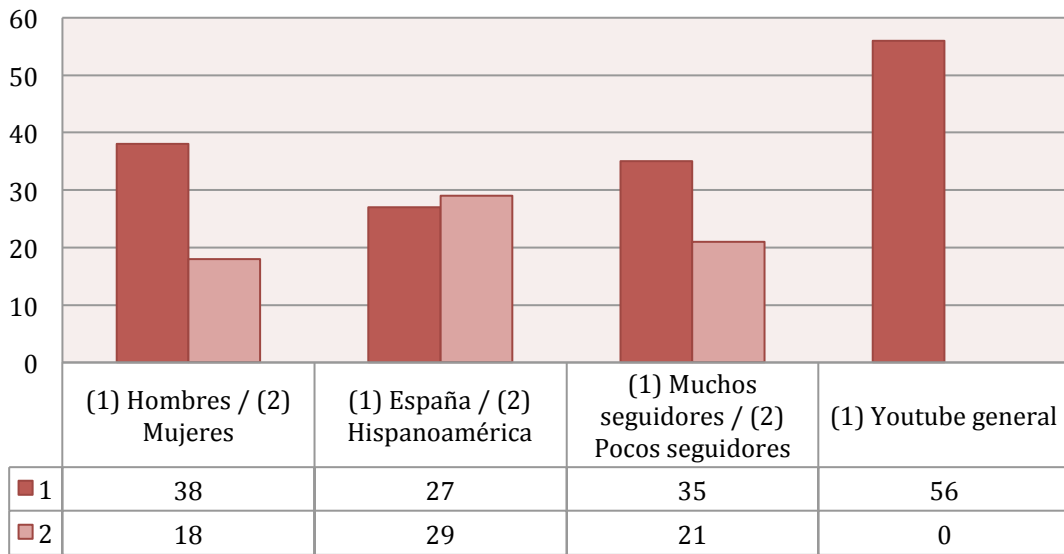
Marcadiscursos no interacción



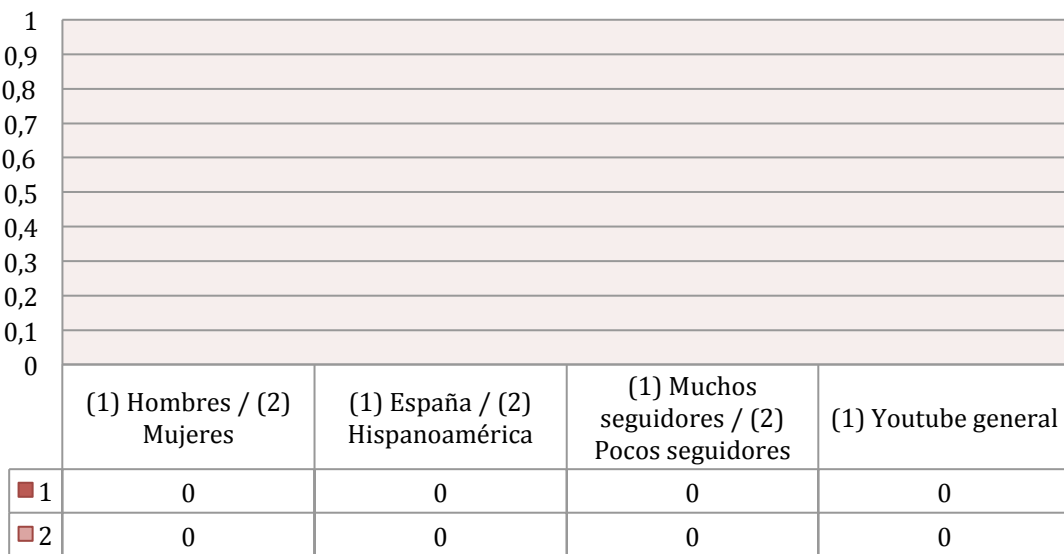
Marcaespacios Paralenguaje



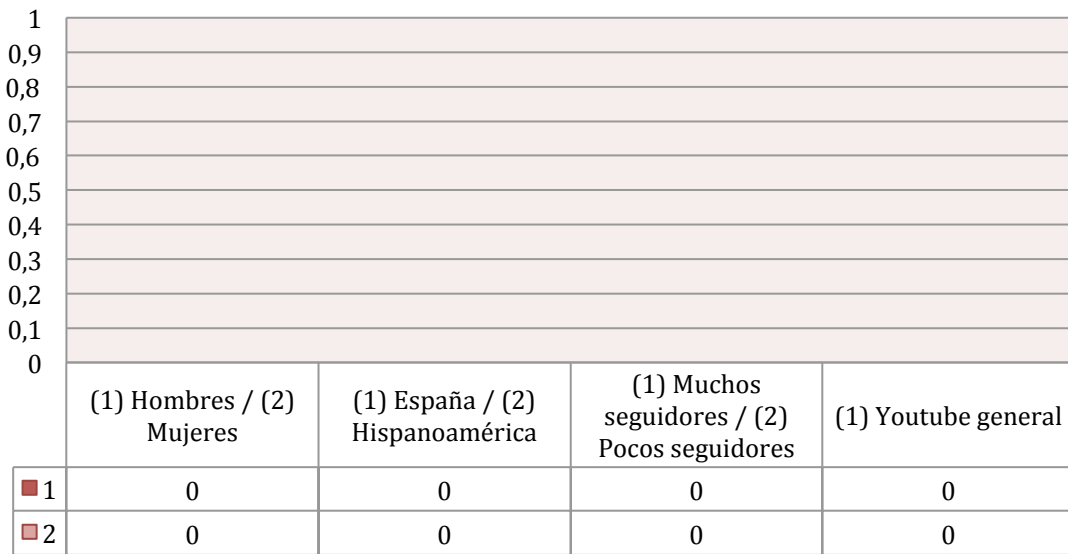
Marcaespacios Kinésica



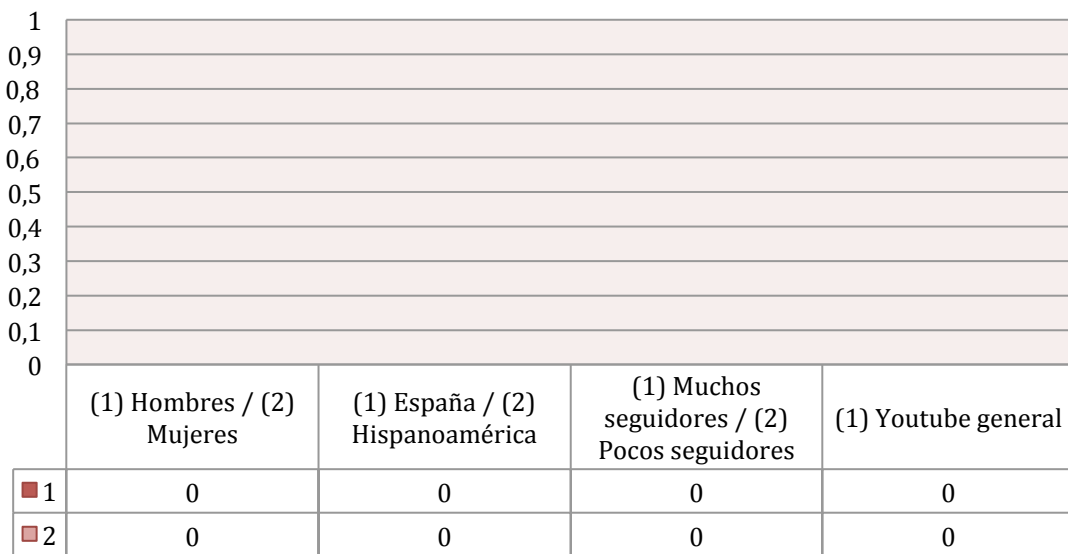
Marcaespacios Proxémica



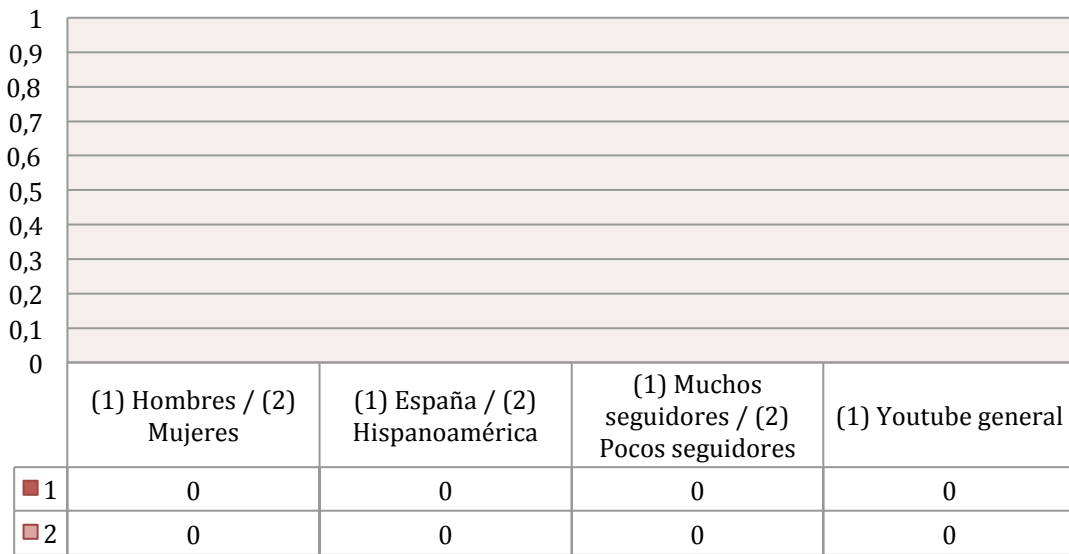
Marcaespacios Química



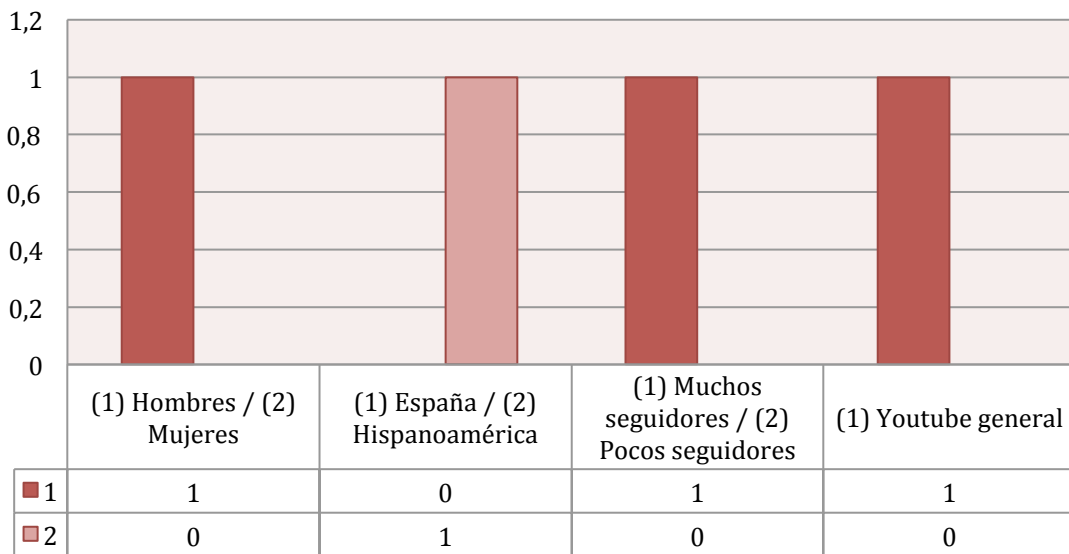
Marcaespacios Dérmica



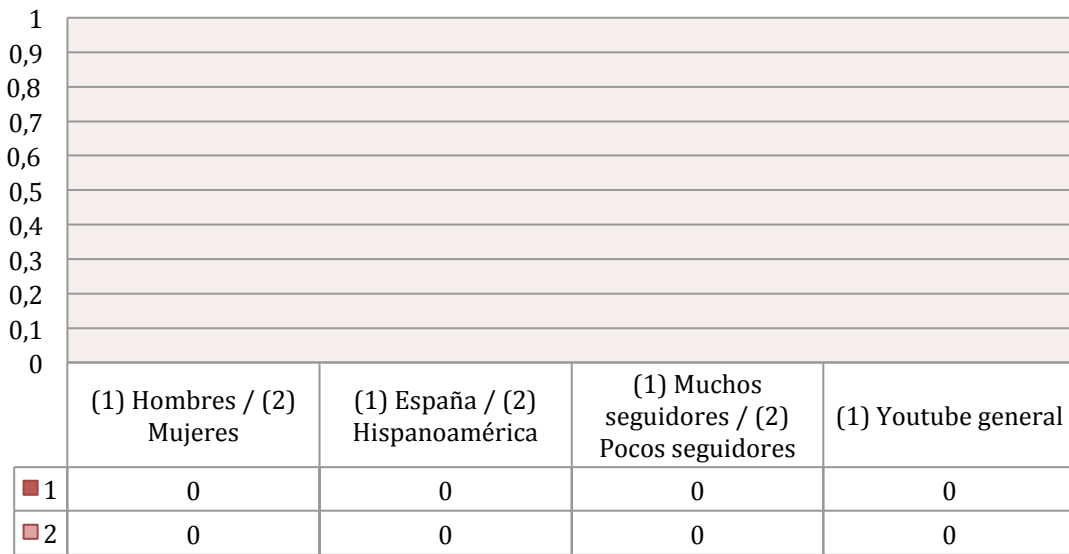
Marcaespacios Térmica



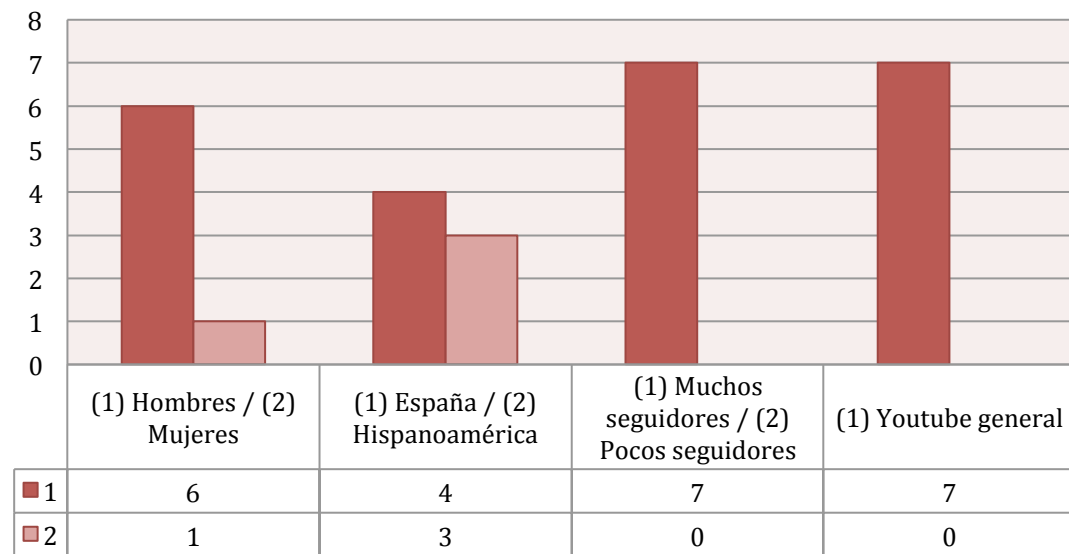
Marcaespacios Objetual



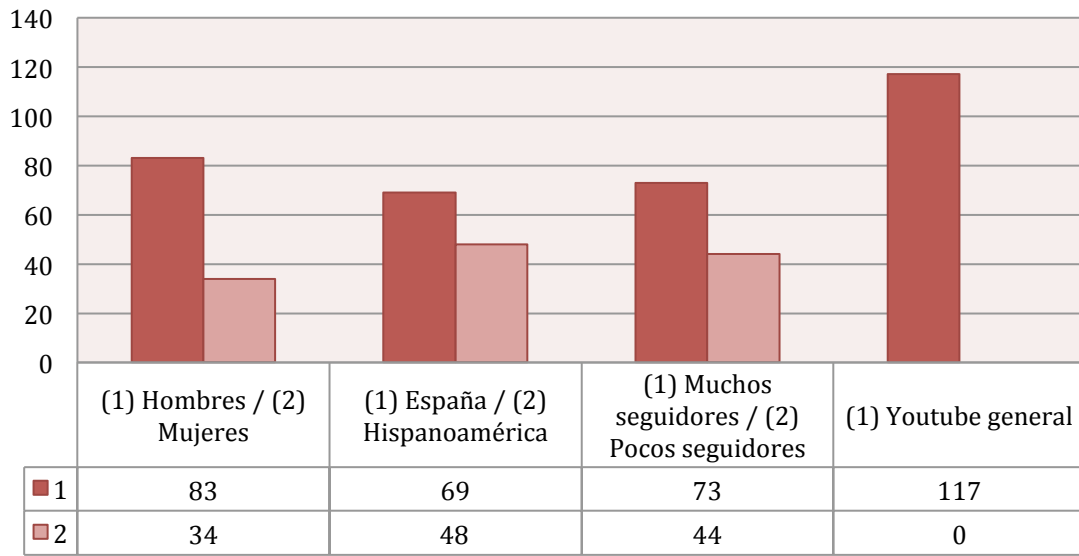
Marcaespacios no interacción



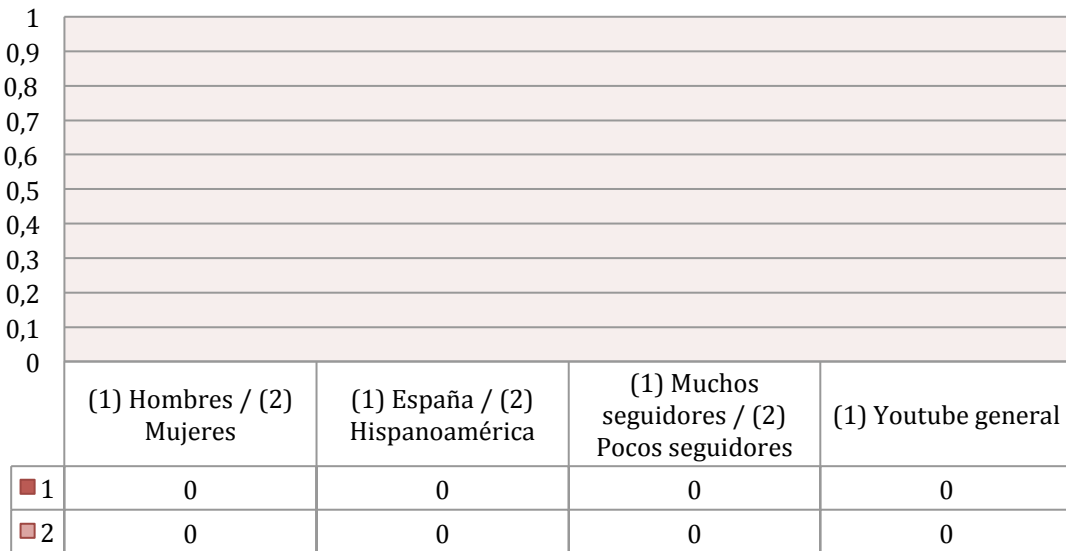
Marcatiempos Paralenguaje



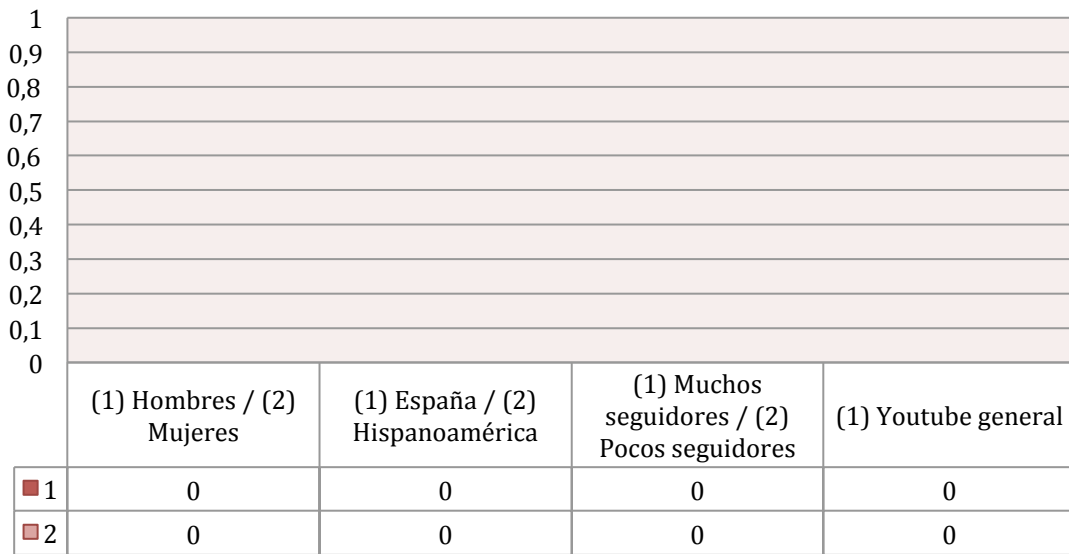
Marcatiempos Kinésica



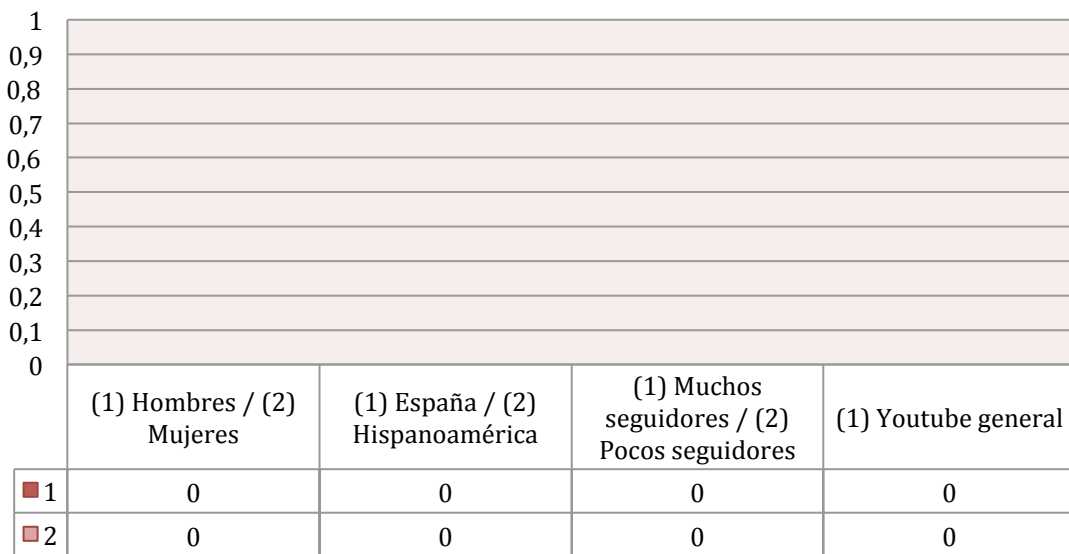
Marcatiempos Proxémica



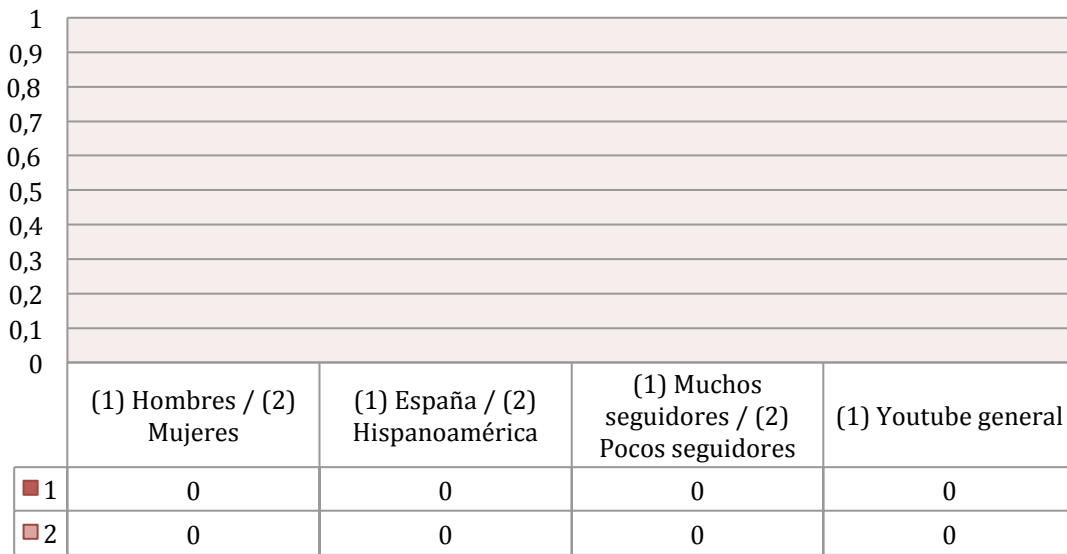
Marcatiempos Química



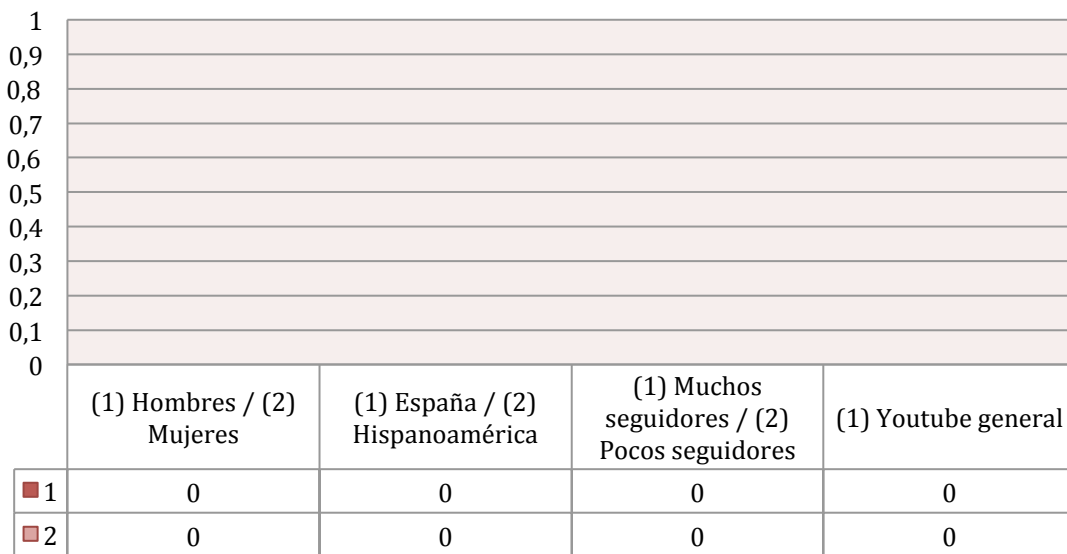
Marcatiempos Dérmica



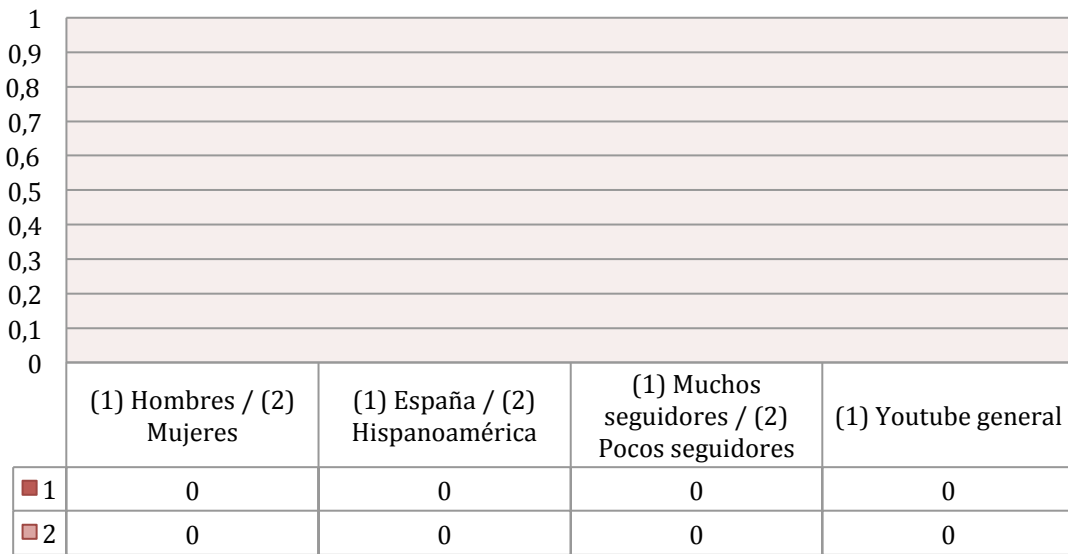
Marcatiempos Térmica



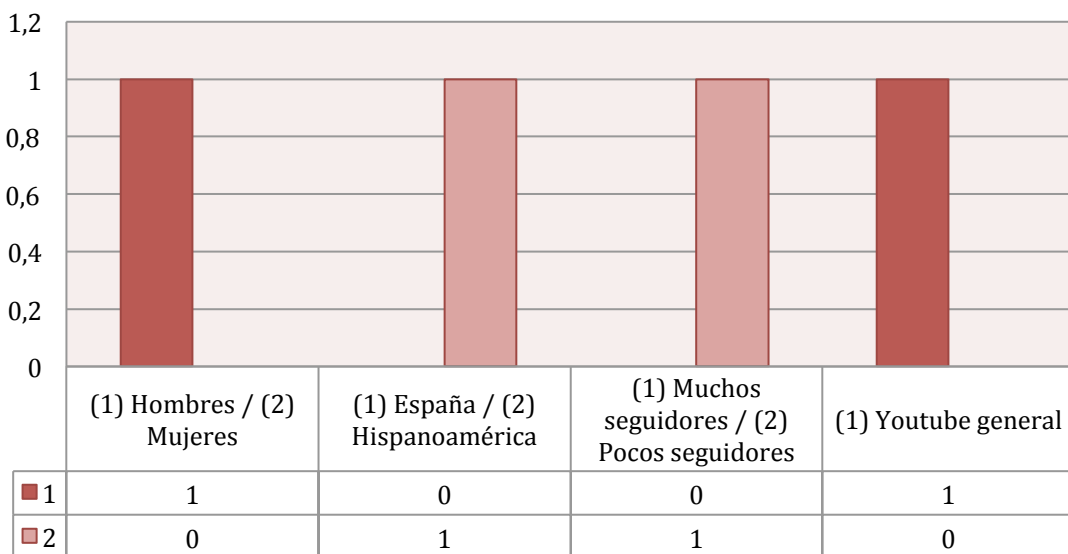
Marcatiempos Objetual



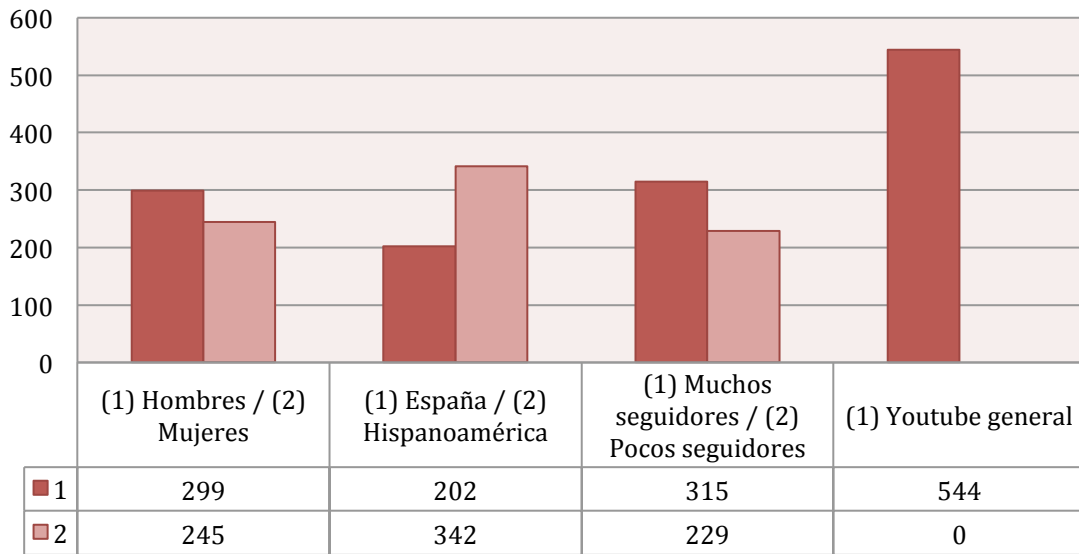
Marcatiempos no interacción



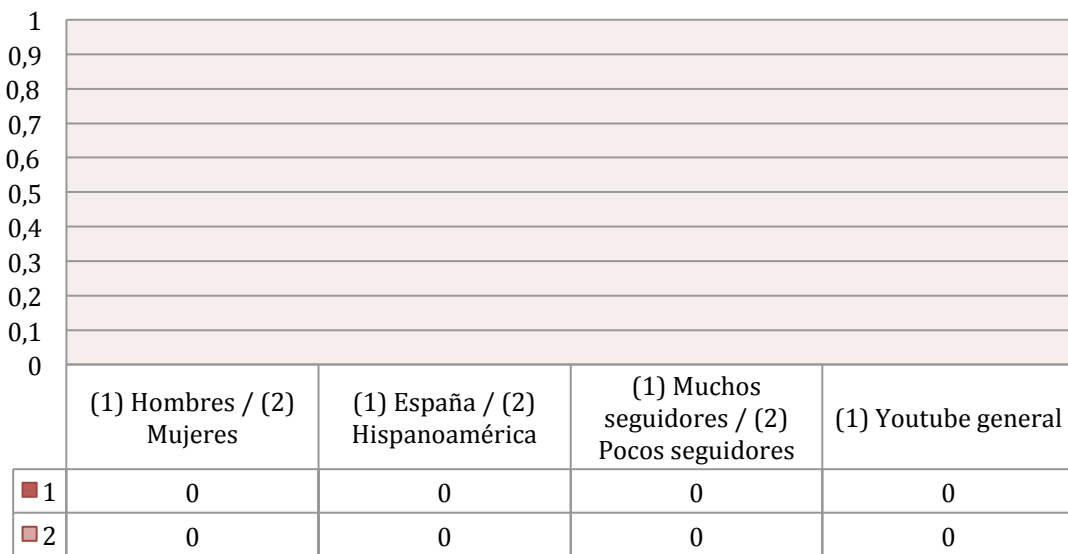
Deícticos Paralenguaje



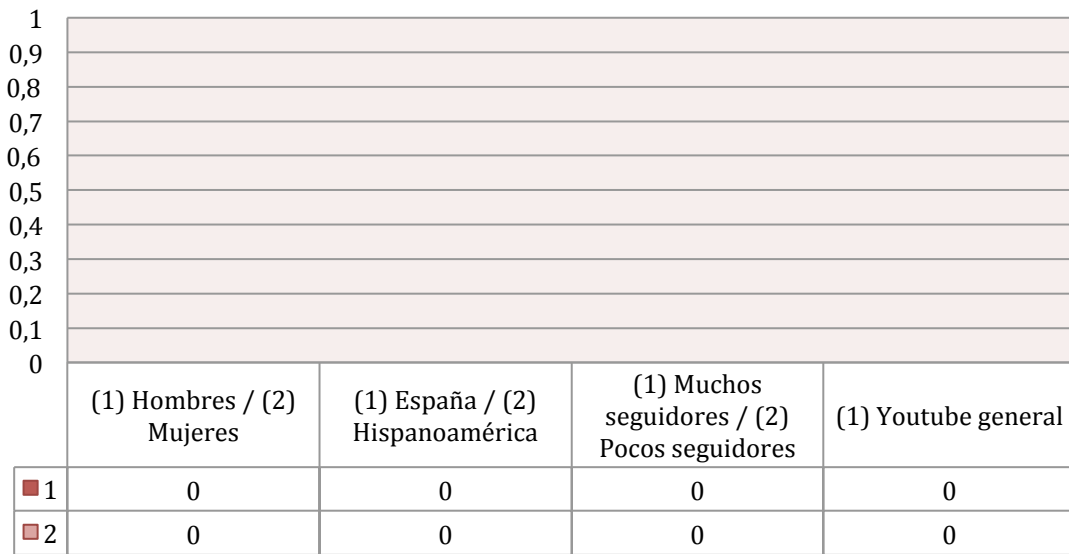
Deícticos Kinésica



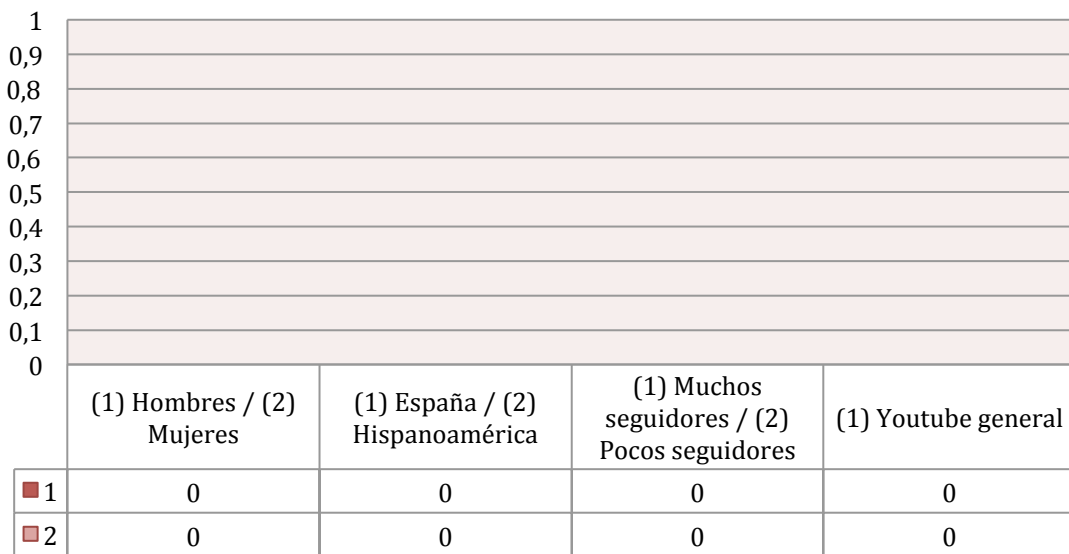
Deícticos Proxémica



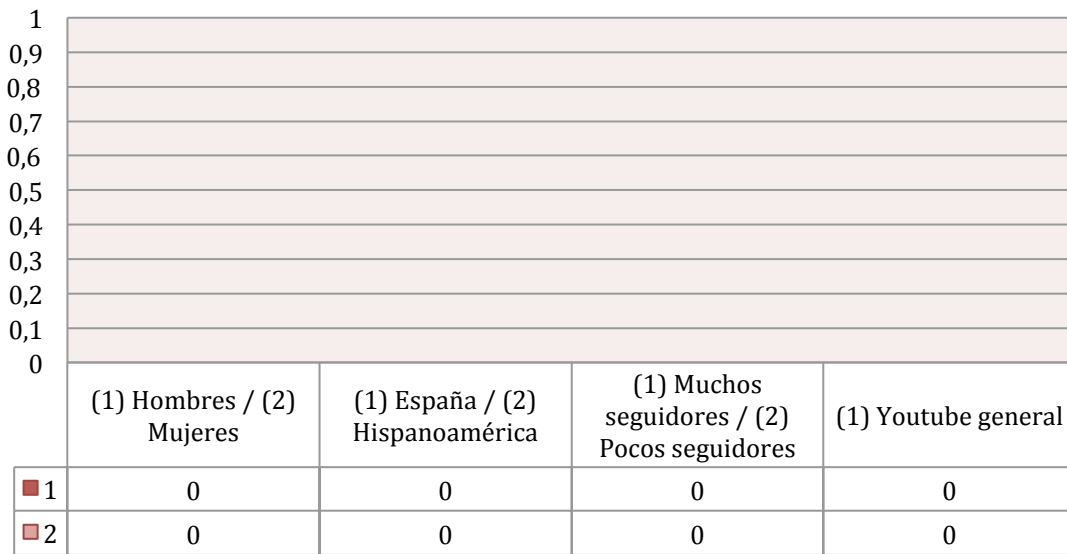
Deícticos Química



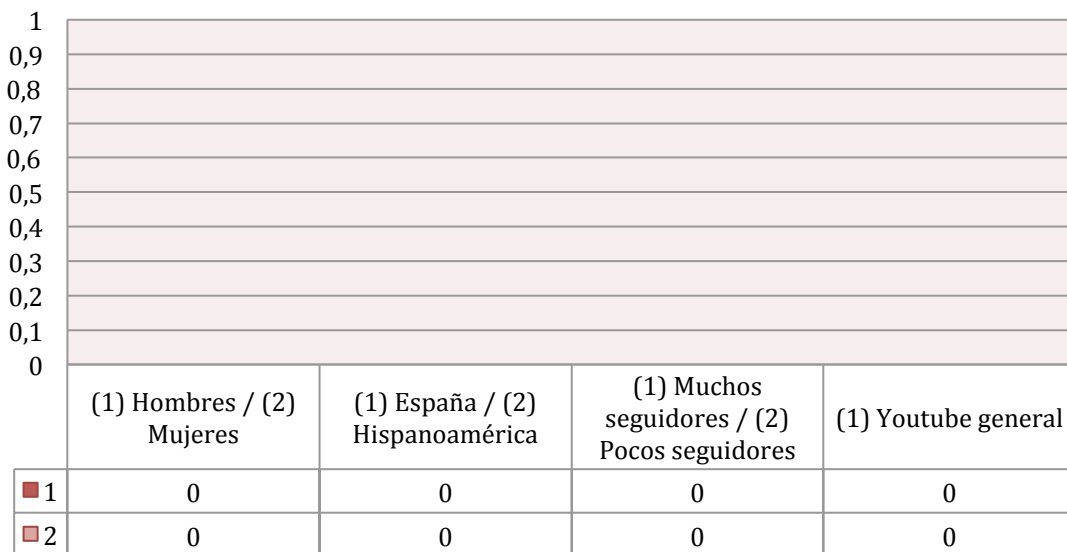
Deícticos Dermica



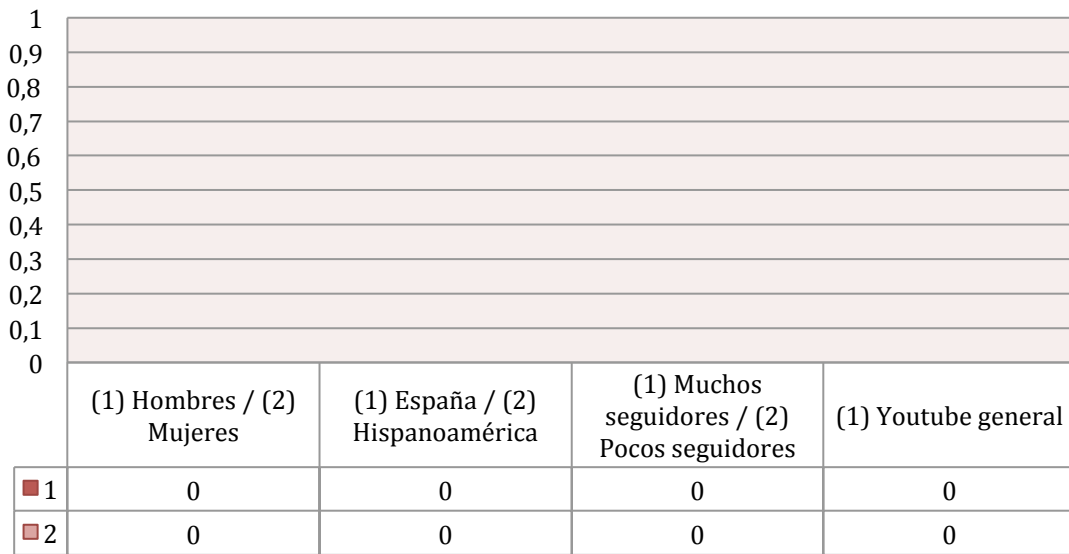
Deícticos Térmica



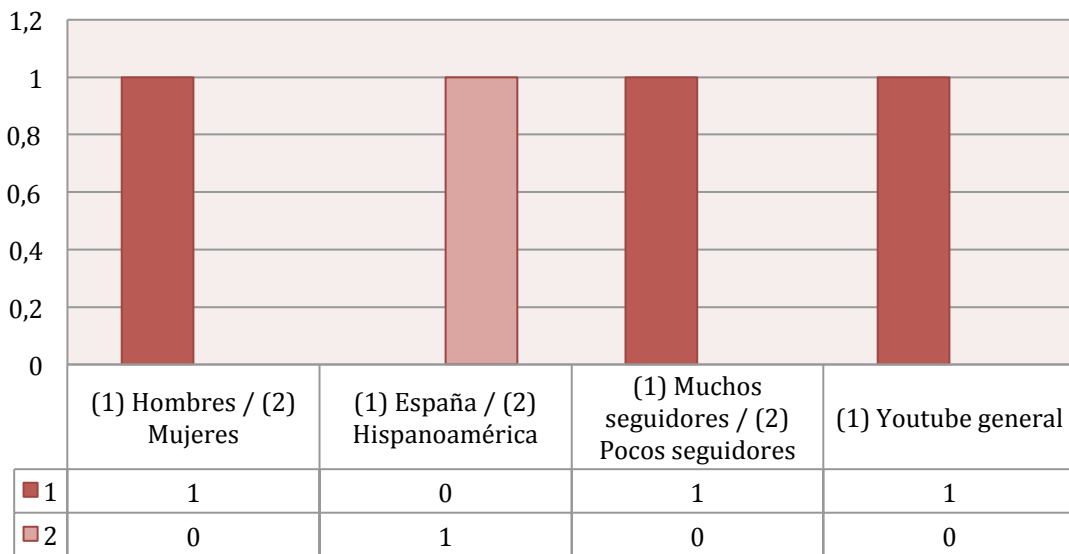
Deícticos Objetual



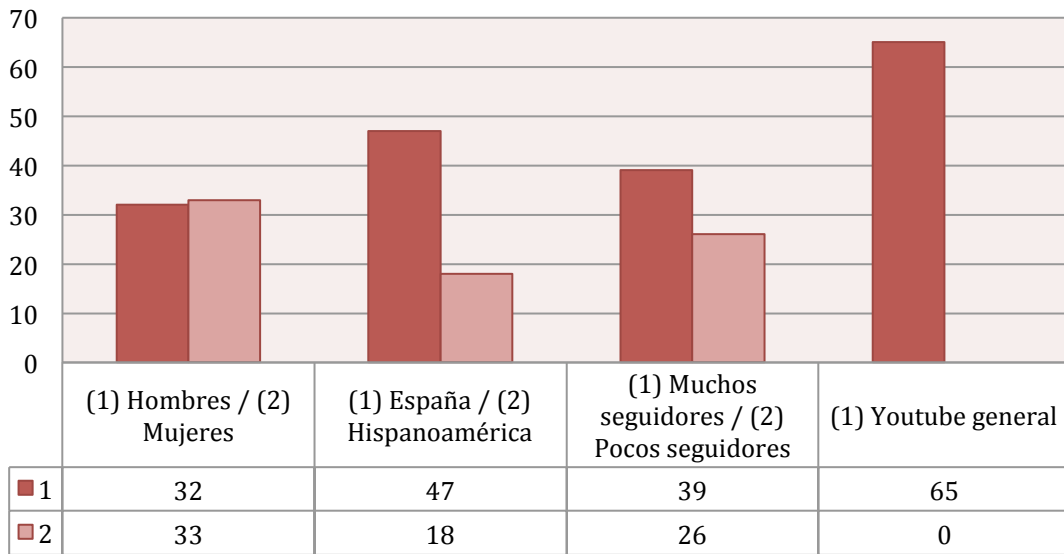
Deícticos no interacción



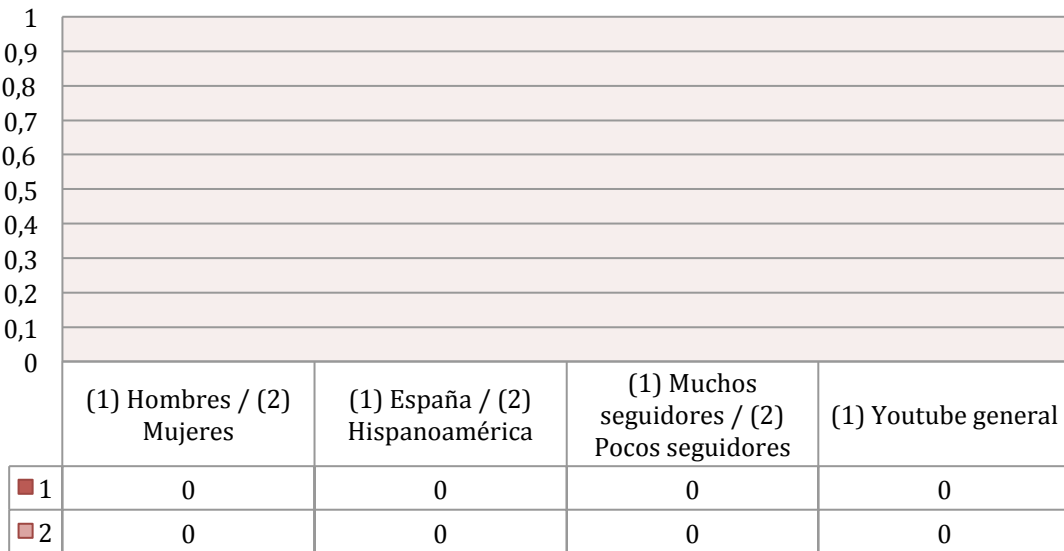
Pictografías Paralenguaje



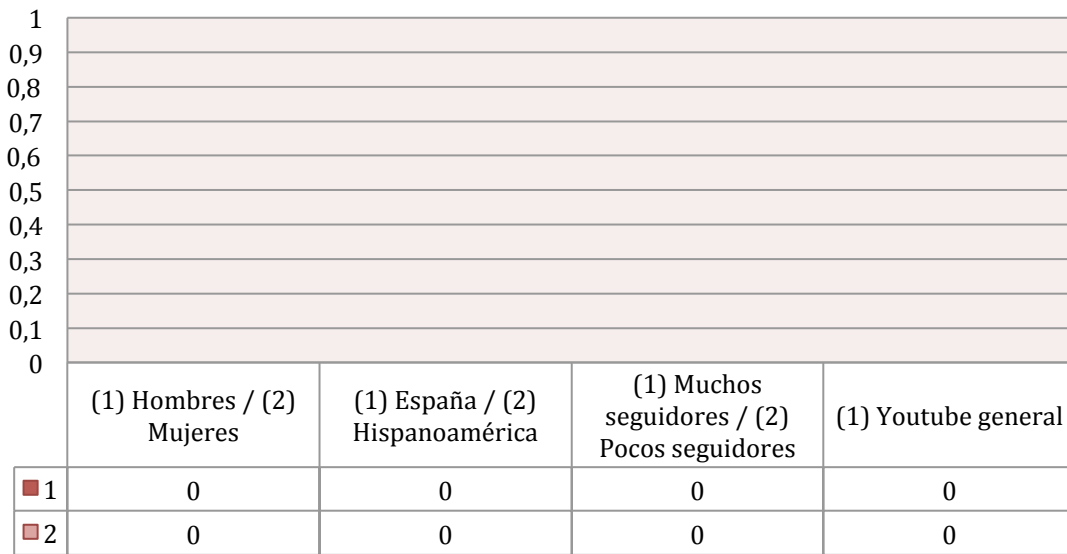
Pictografías Kinésica



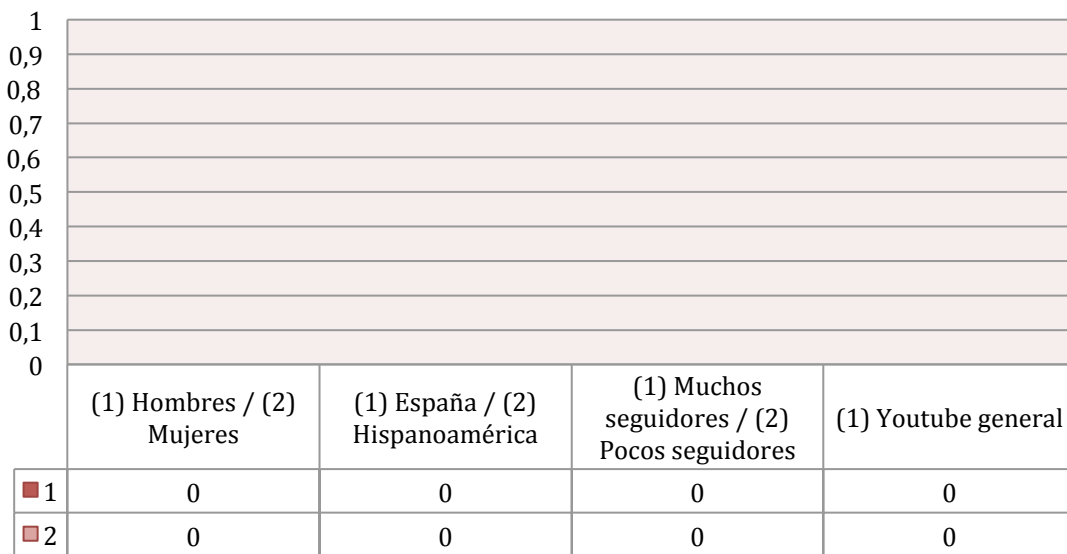
Pictografías Proxémica



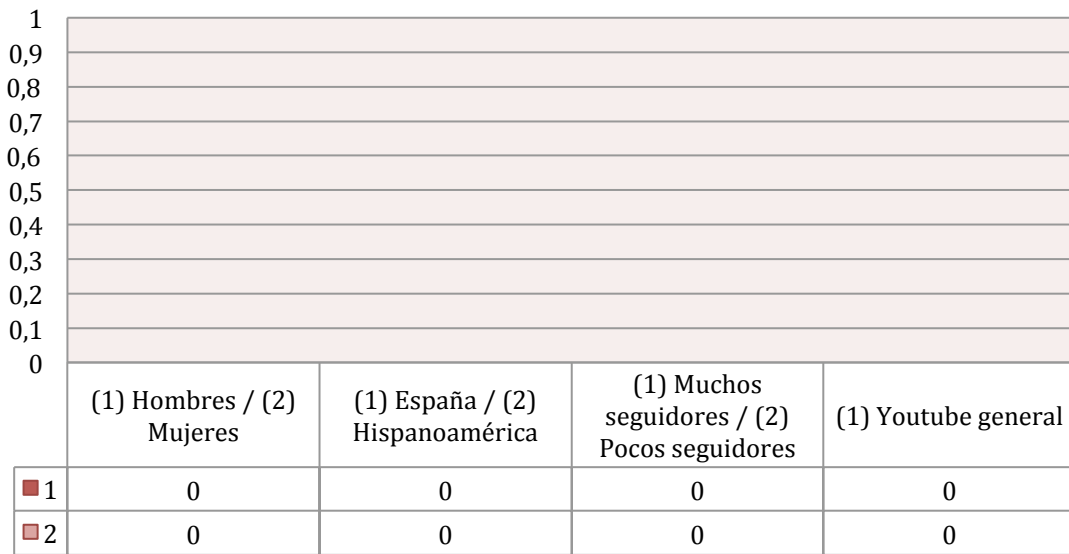
Pictografías Química



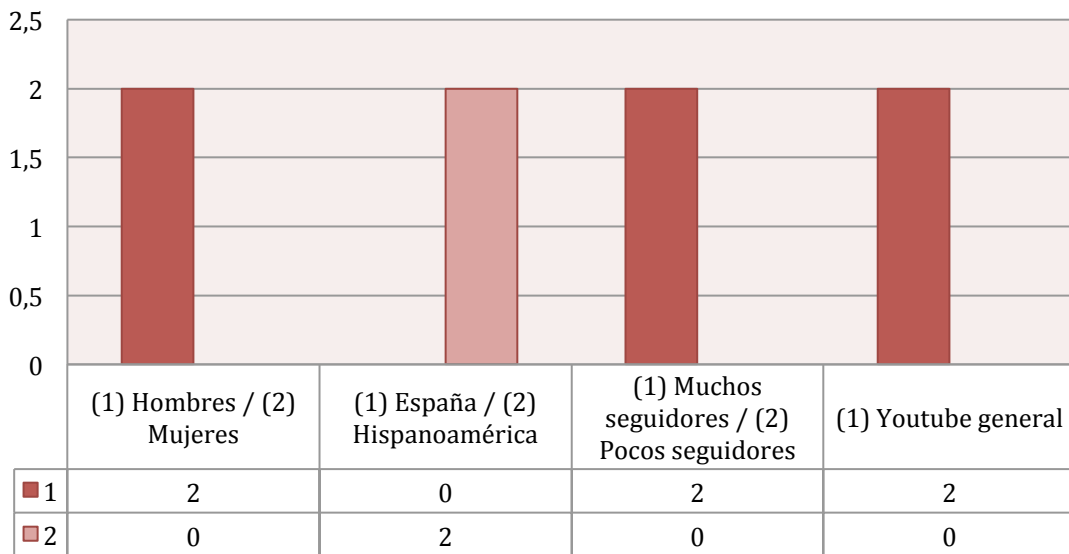
Pictografías Dérmica



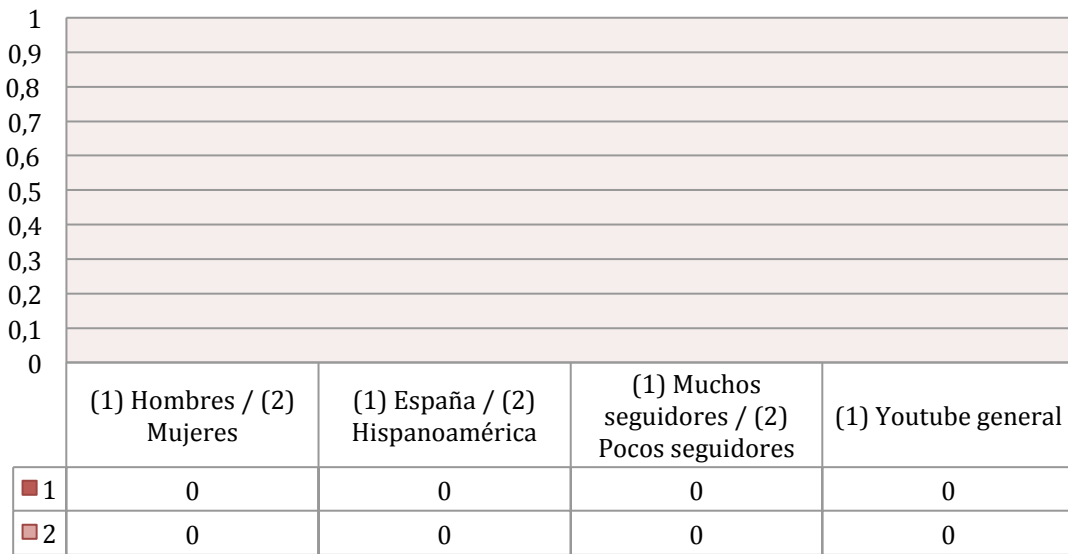
Pictografías Térmica



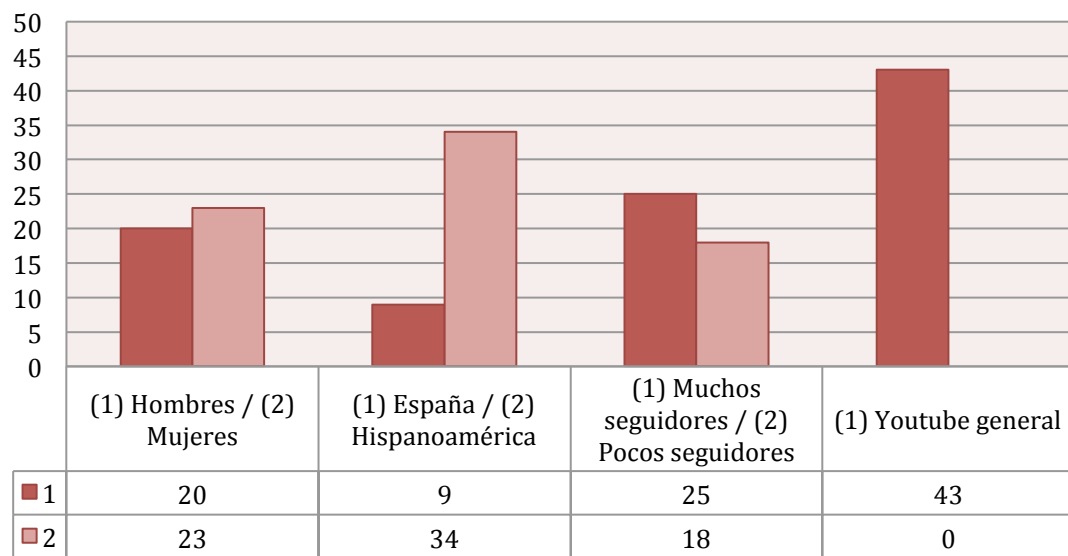
Pictografías Objetual



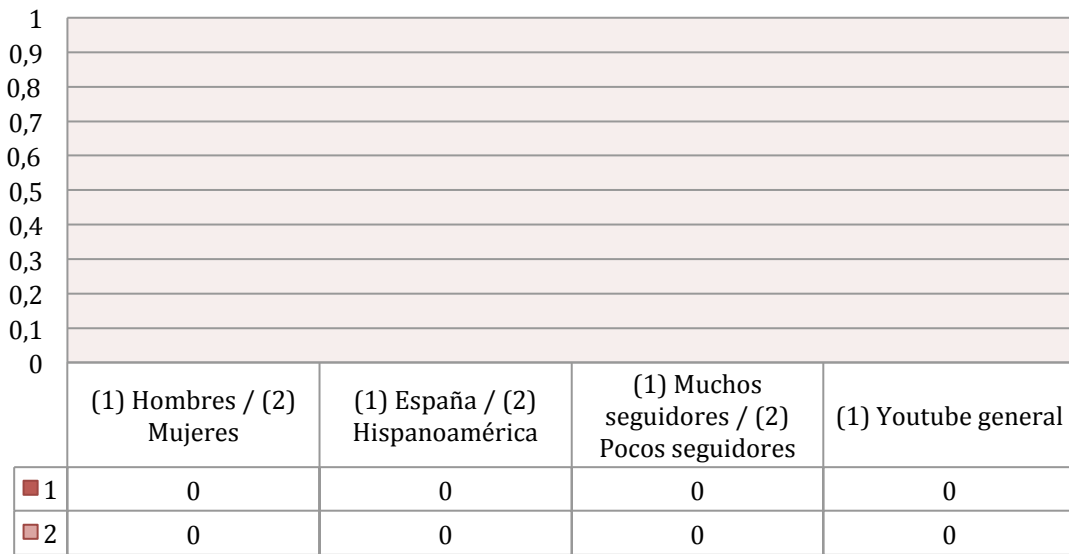
Pictografías no interacción



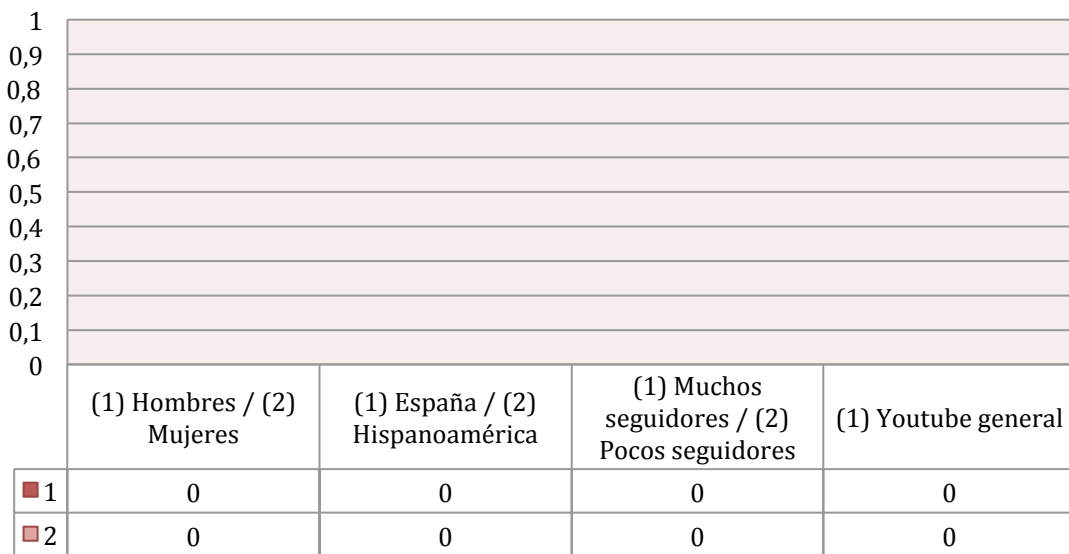
Ecoicos Paralenguaje



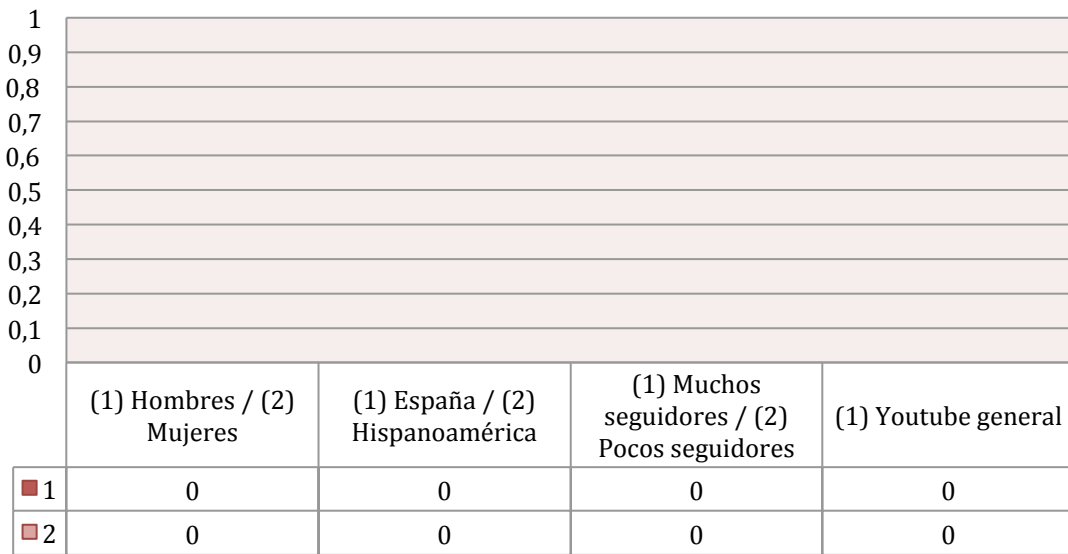
Ecoicos Kinésica



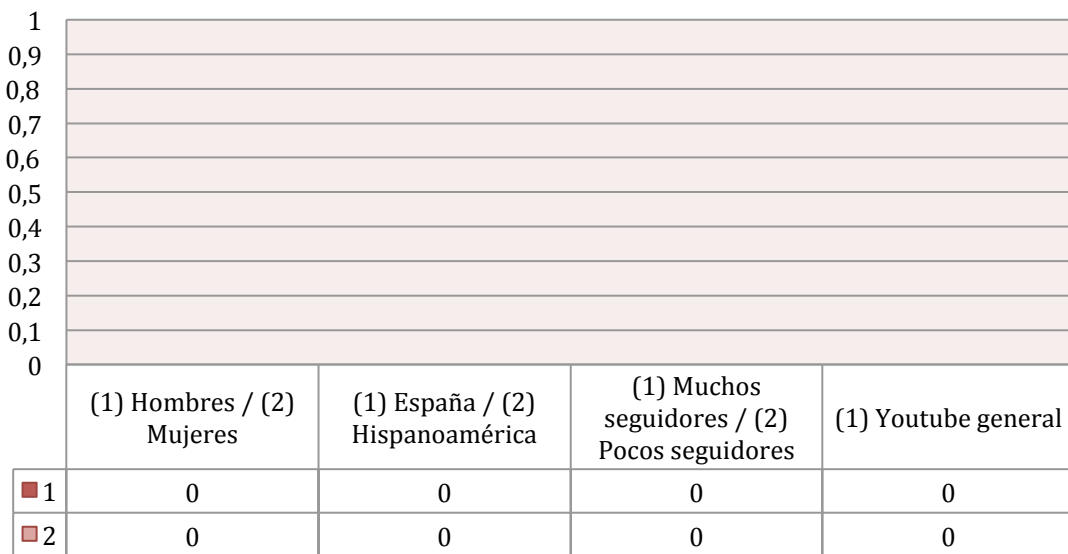
Ecoicos Proxémica



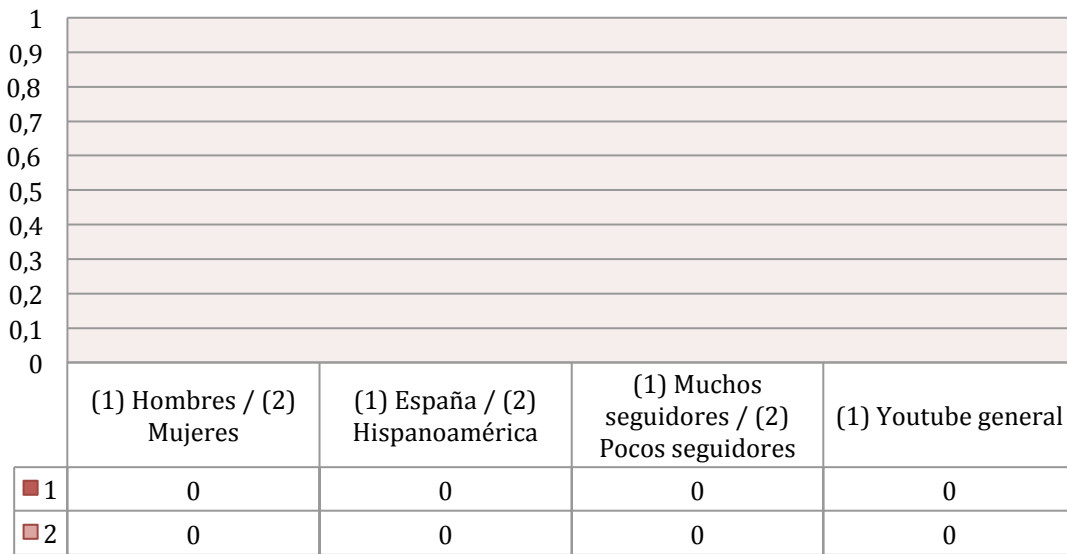
Ecoicos Química



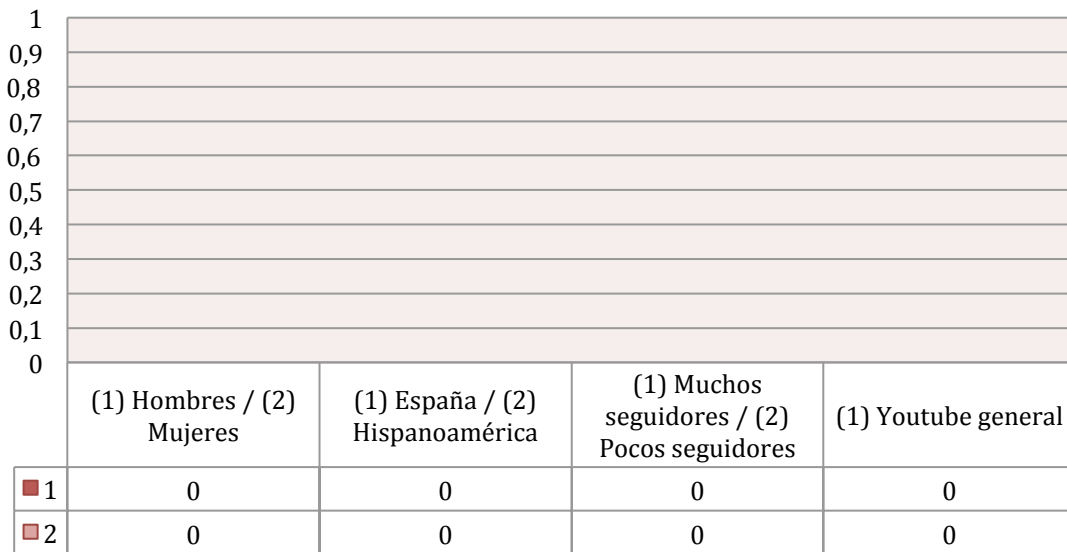
Ecoicos Dérmica



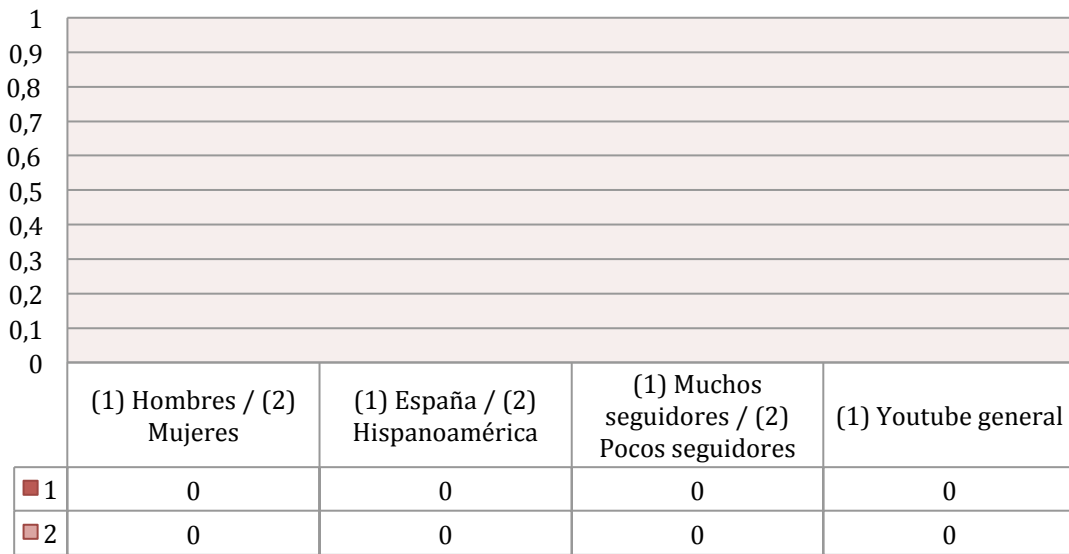
Ecoicos Térmica



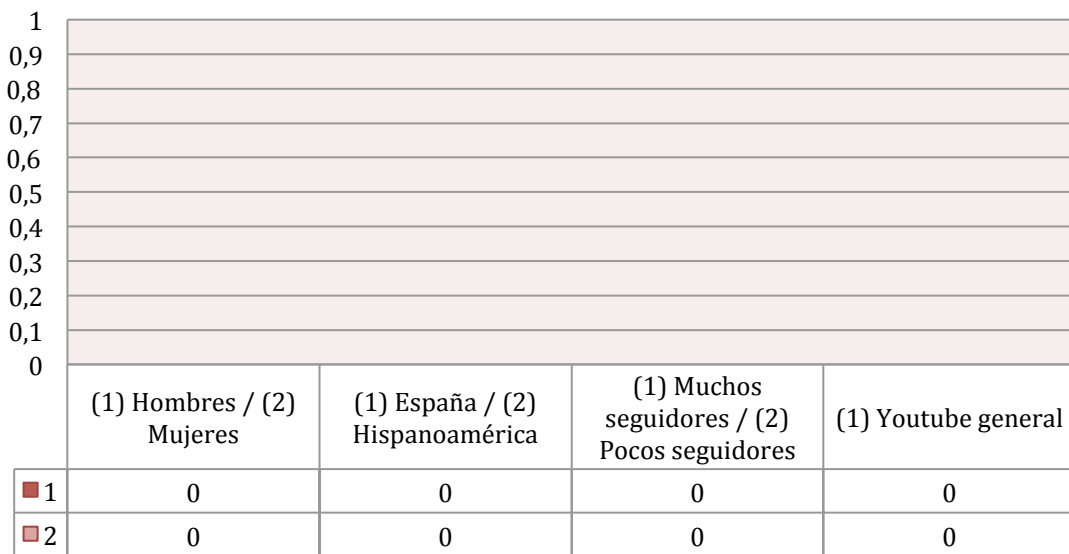
Ecoicos Objetual



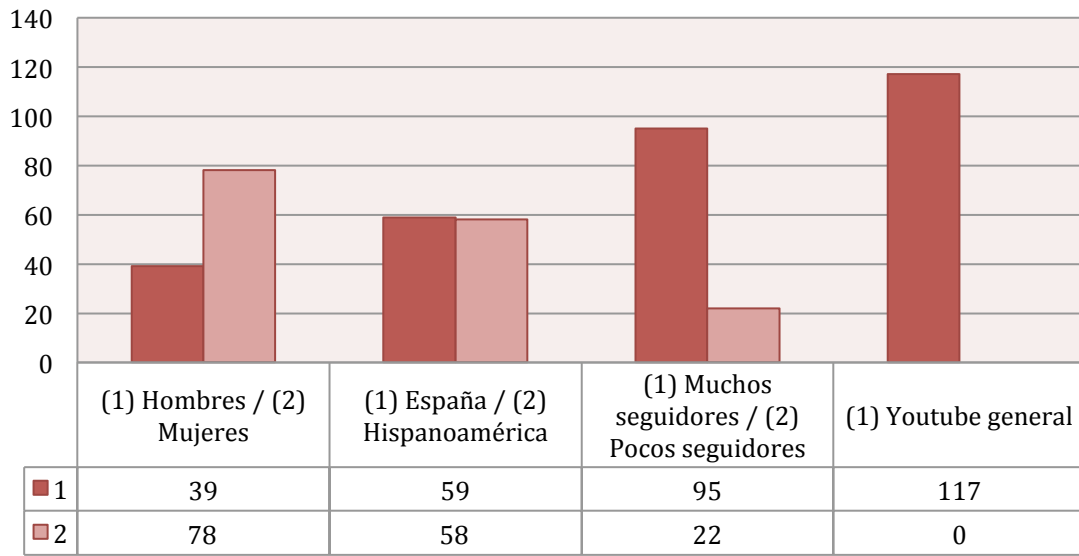
Ecoicos no interacción



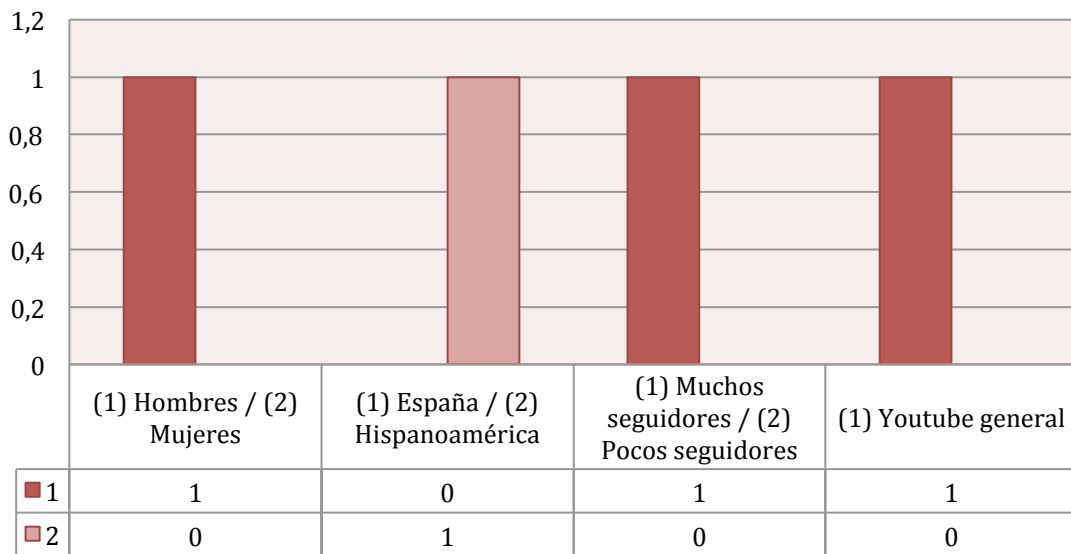
Kinetografías Paralenguaje



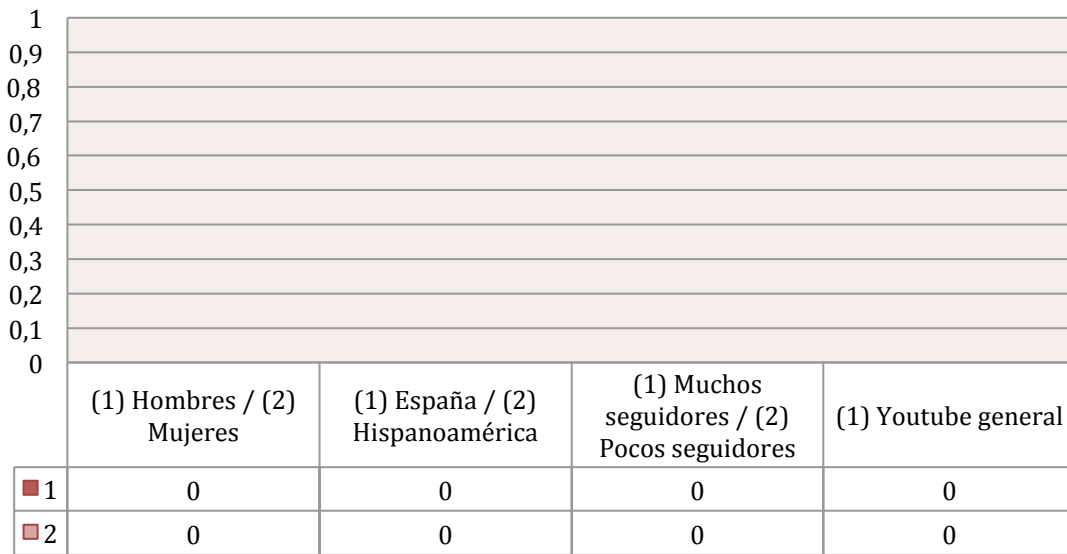
Kinetografías Kinésica



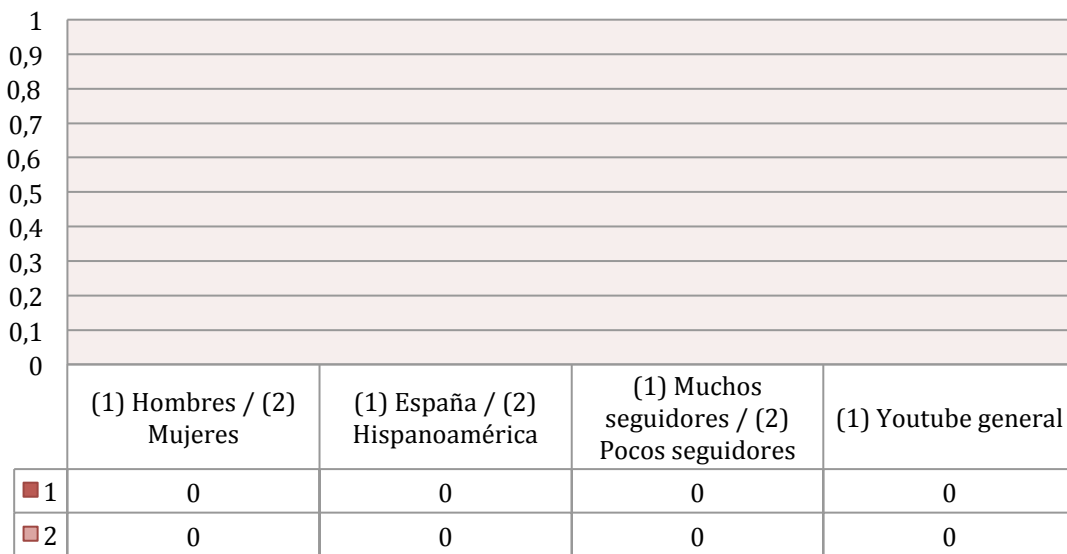
Kinetografías Proxémica



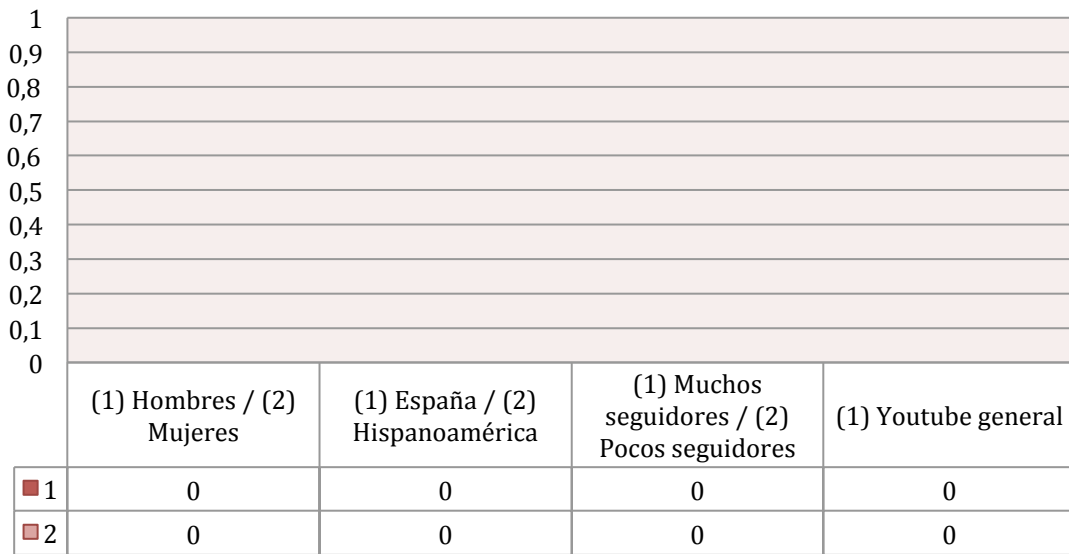
Kinetografías Química



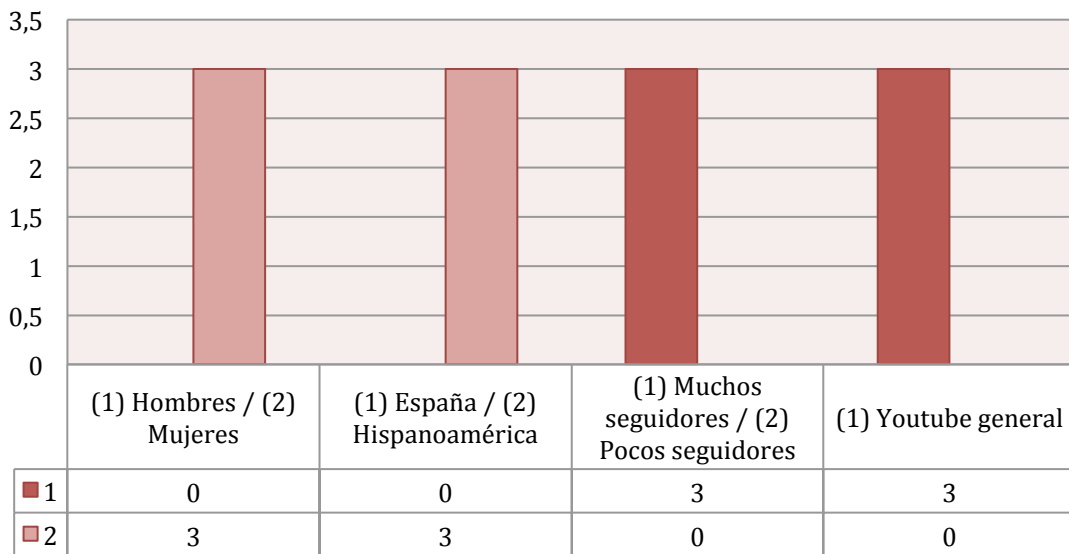
Kinetografías Dérmica



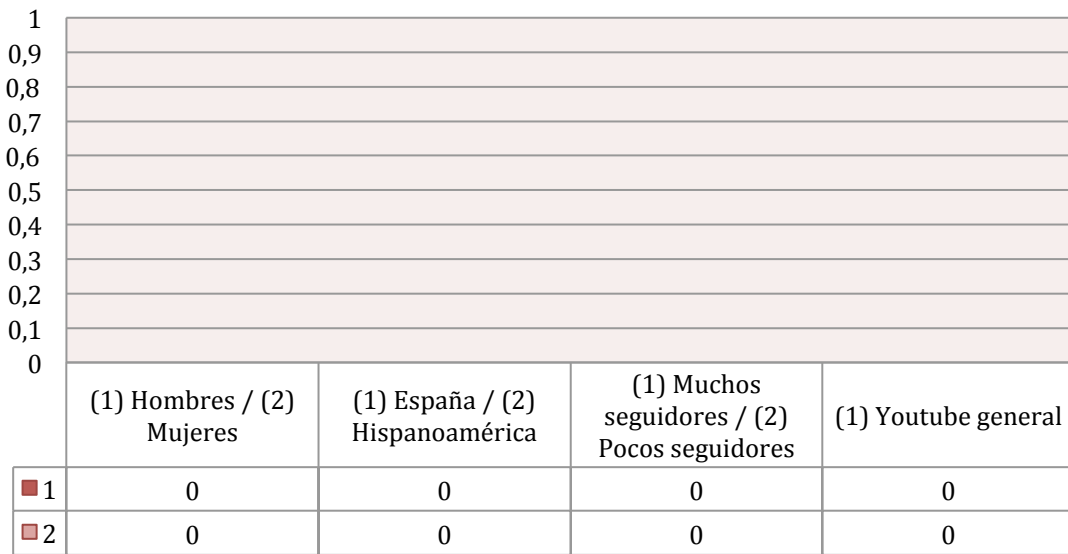
Kinetografías Térmica



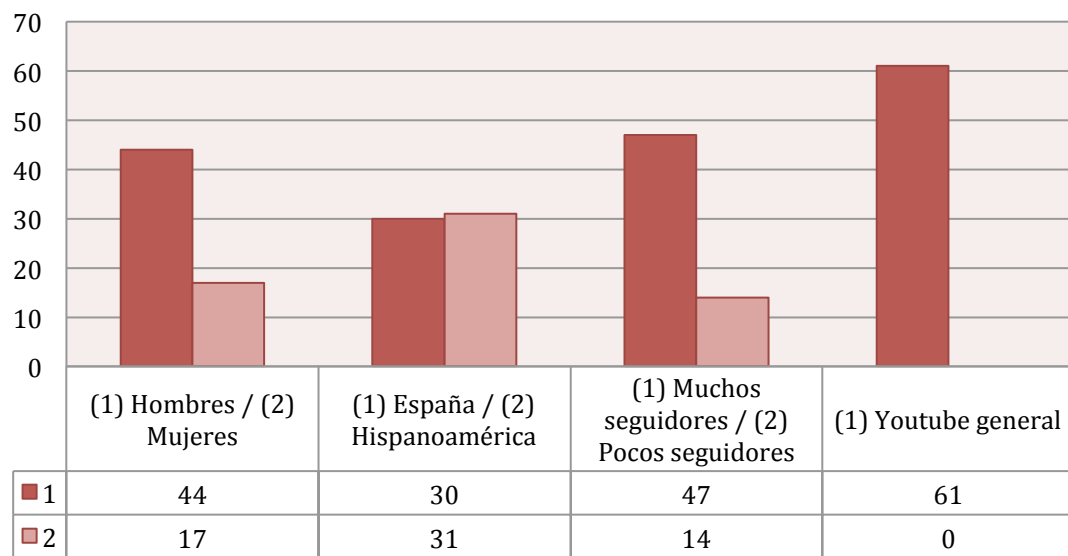
Kinetografías Objetual



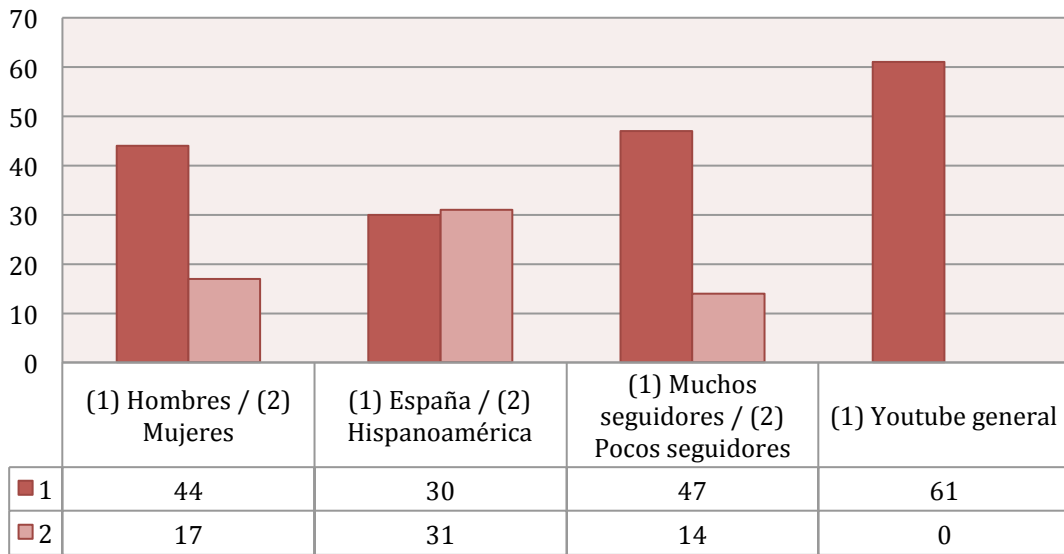
Kinetografías no interacción



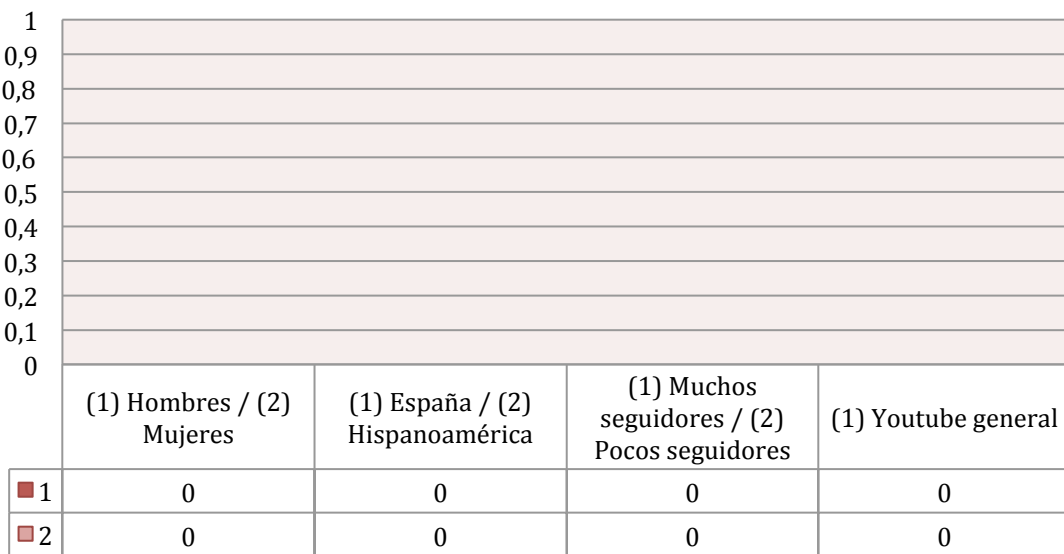
Kinefonografías Paralenguaje



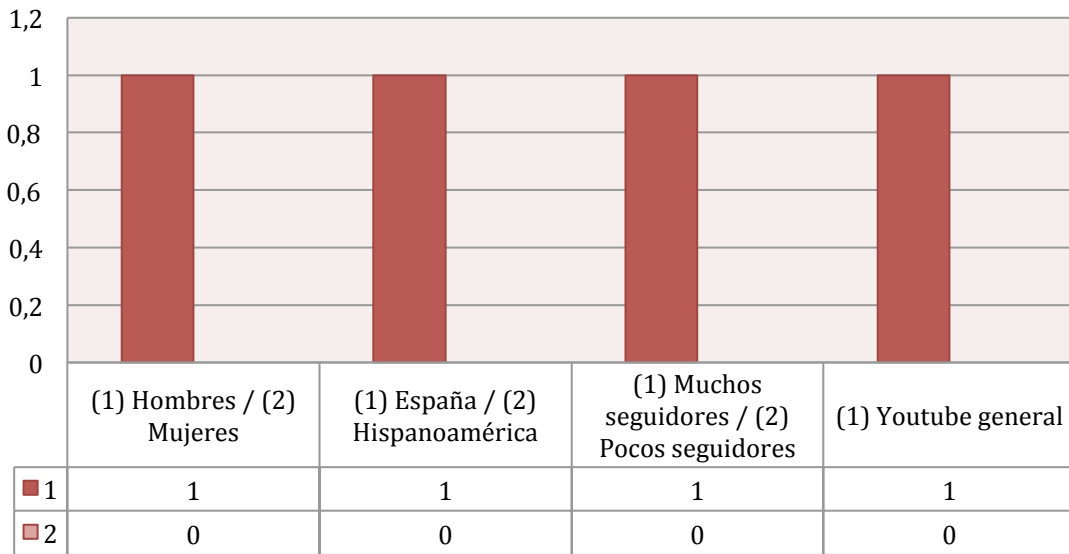
Kinefonografías Kinésica



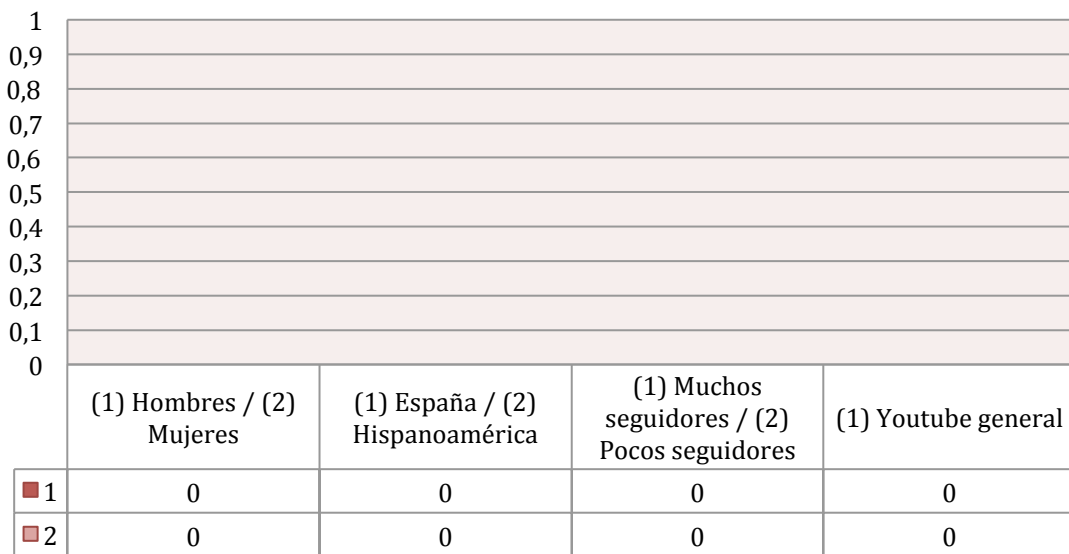
Kinefonografías Proxémica



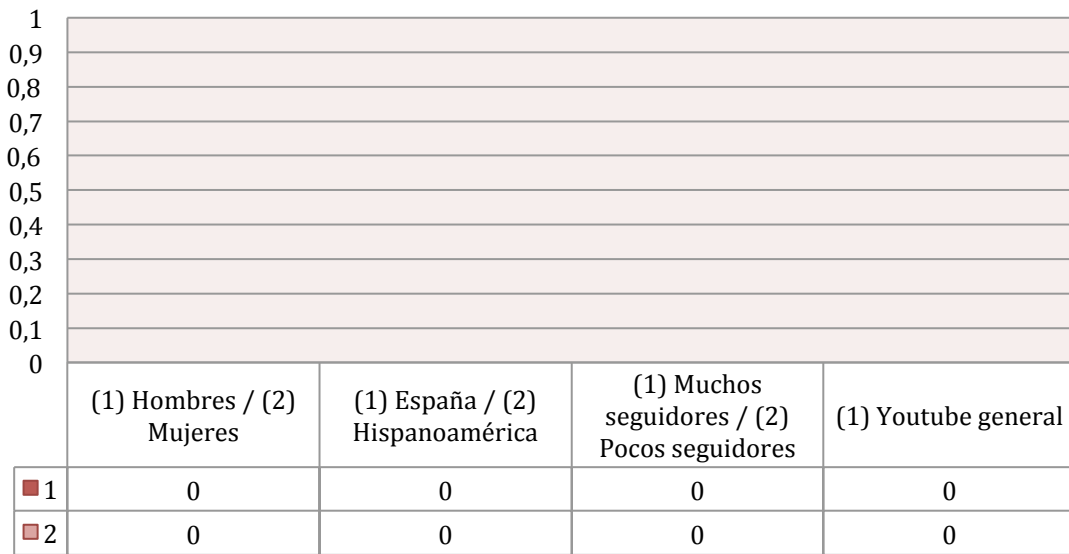
Kinefonografías Química



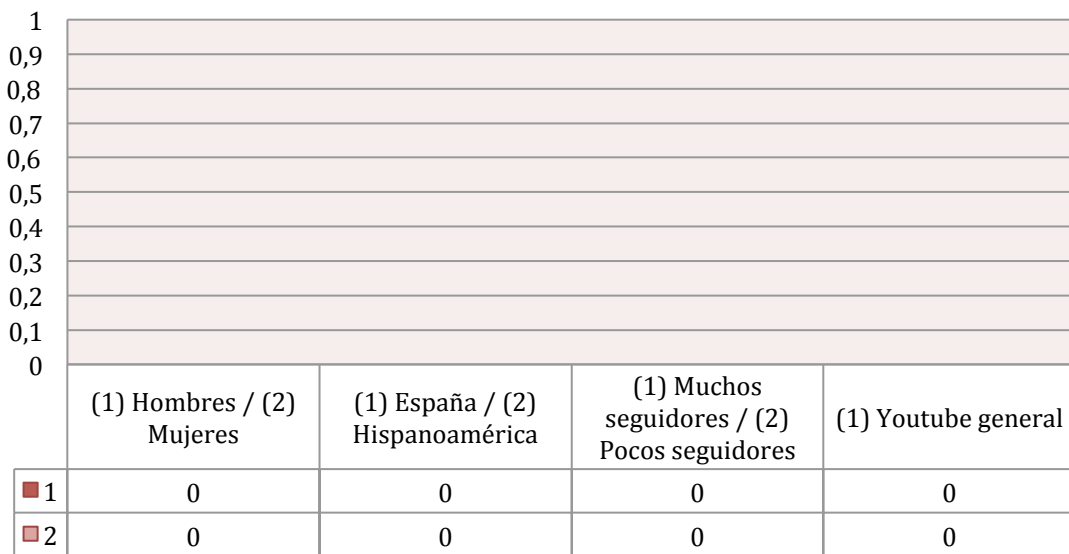
Kinefonografías Dérmica



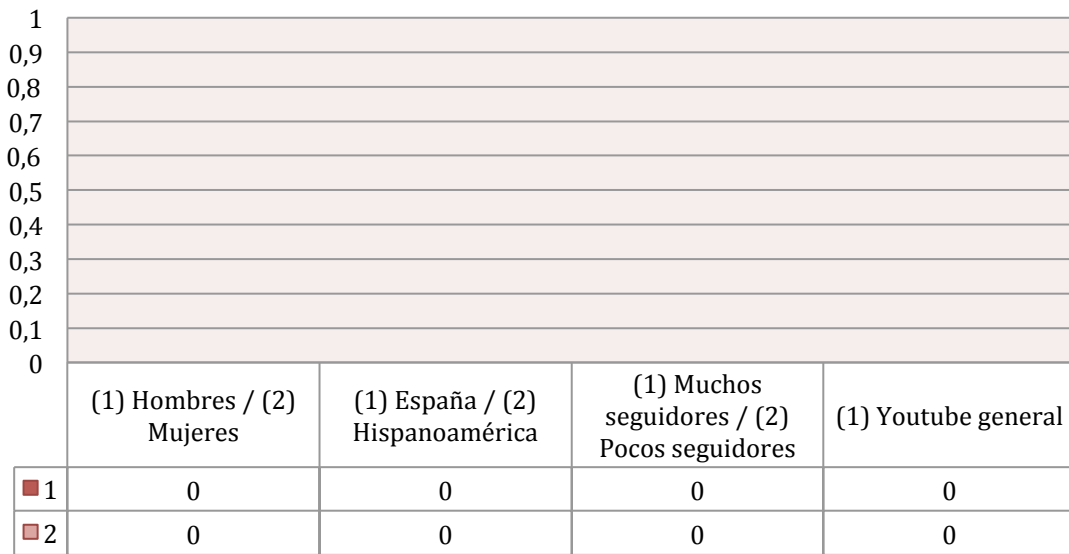
Kinefonografías Térmica



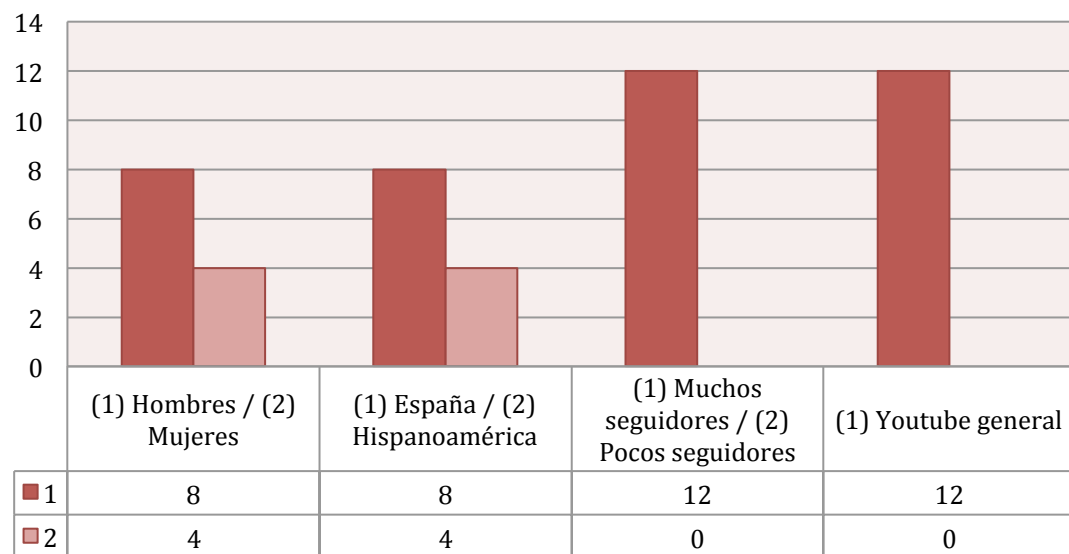
Kinefonografías Objetual



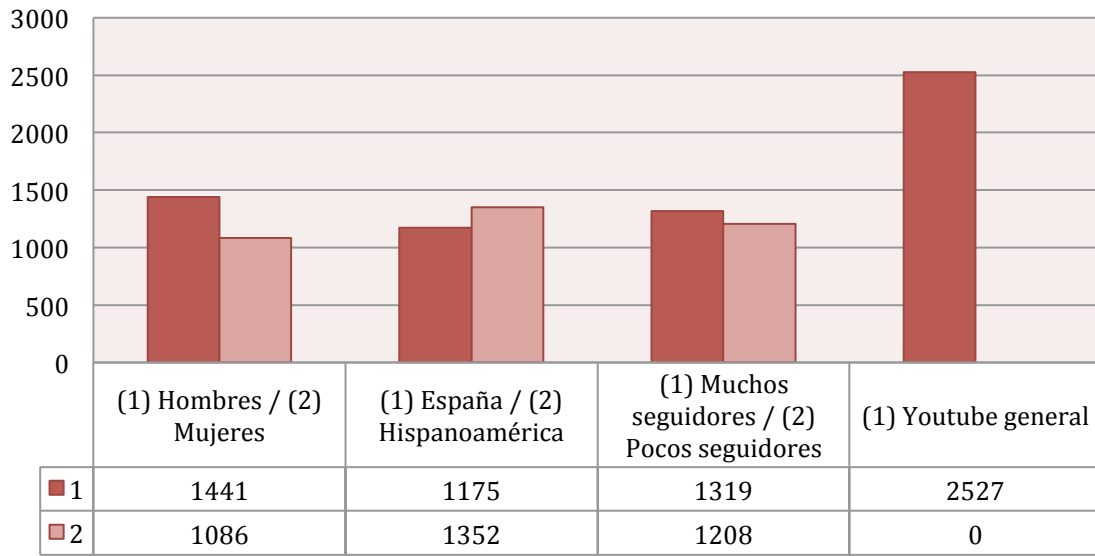
Kinefonografías no interacción



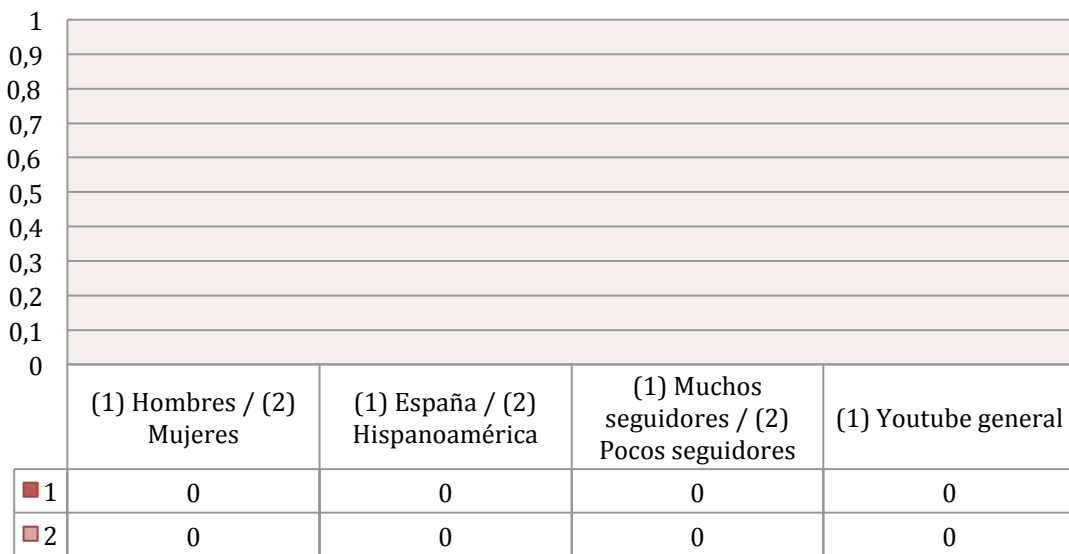
Ideografías Paralenguaje



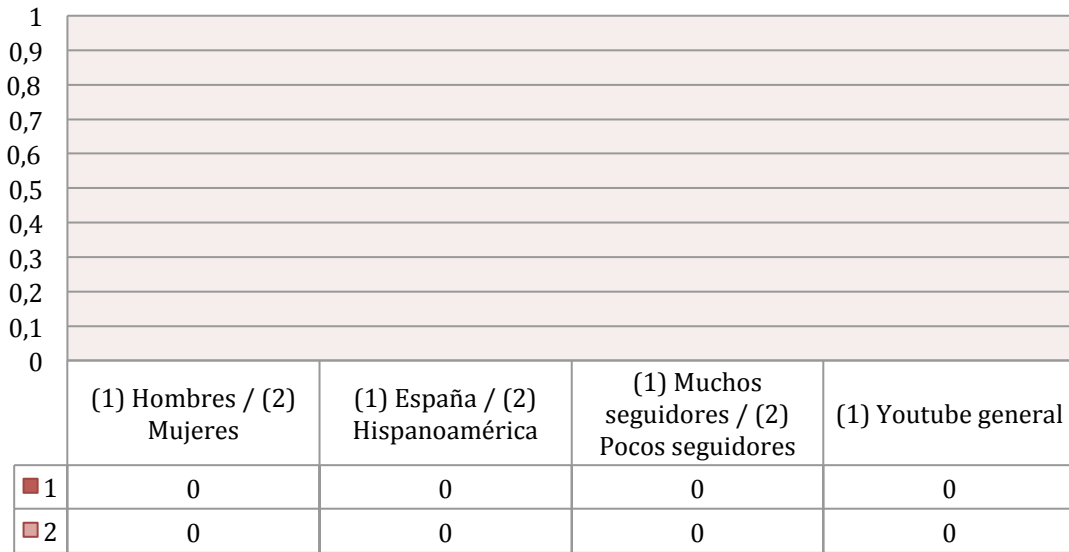
Ideografías Kinésica



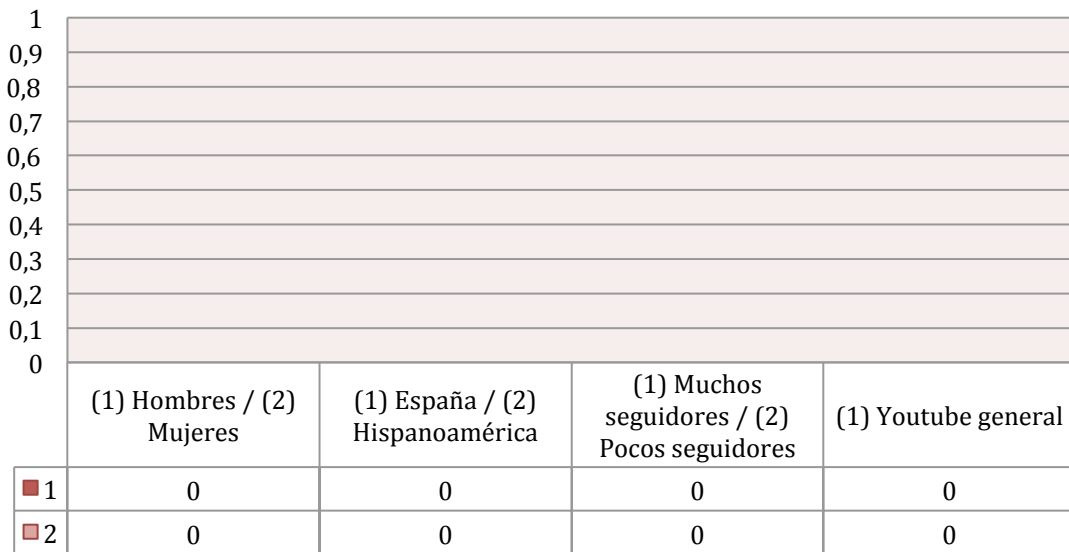
Ideografías Proxémica



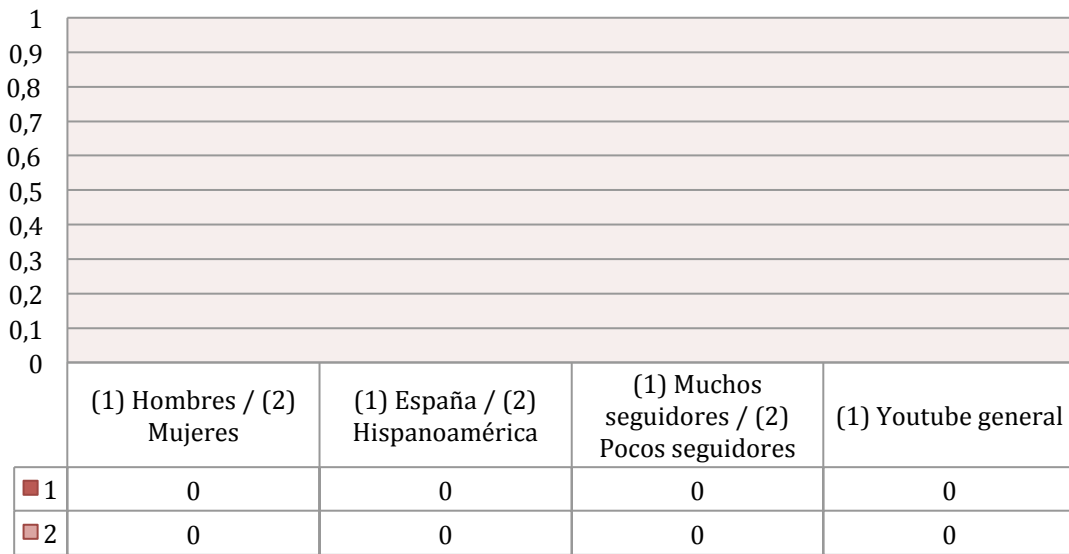
Ideografías Química



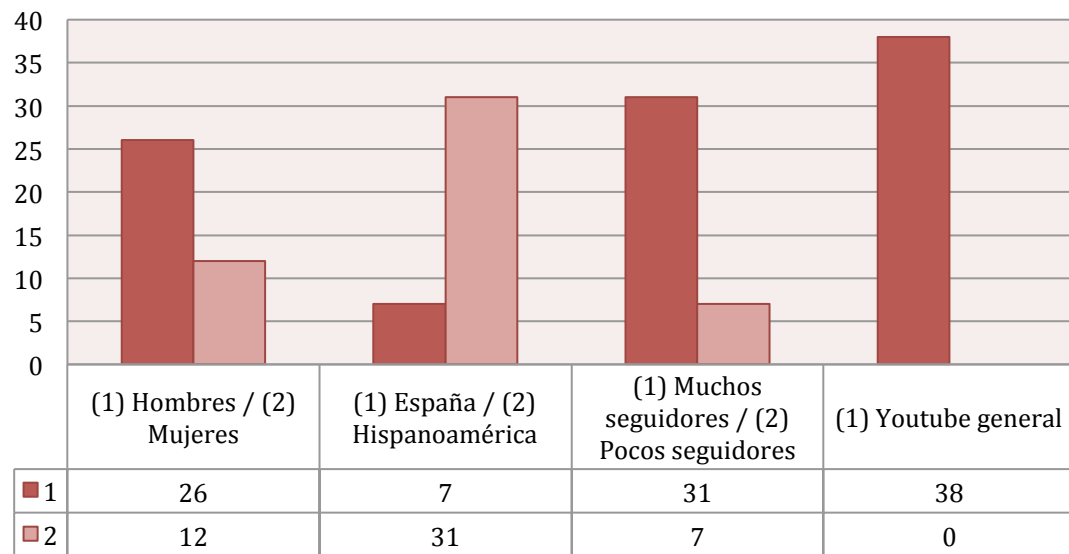
Ideografías Dérmica



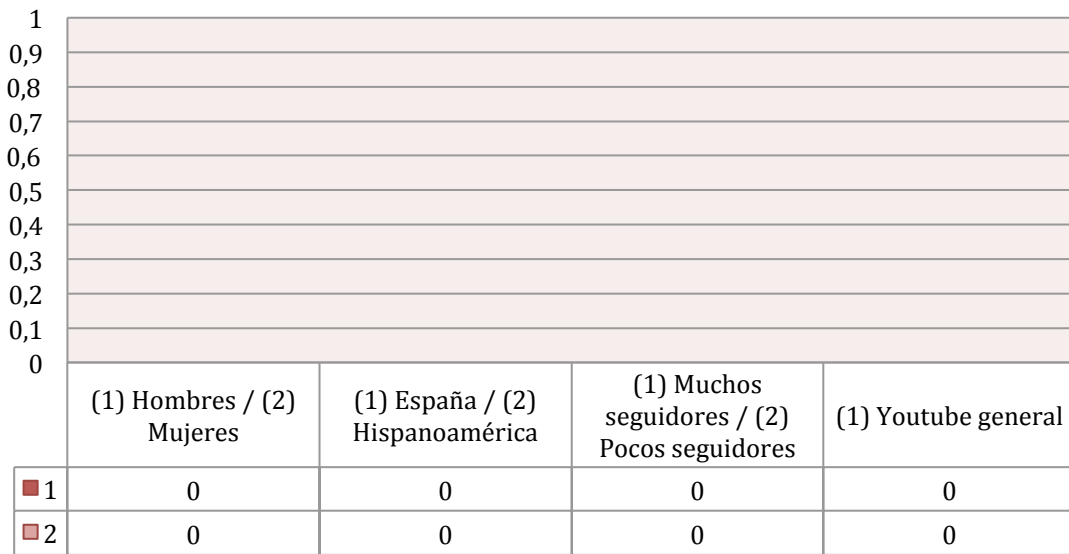
Ideografías Térmica



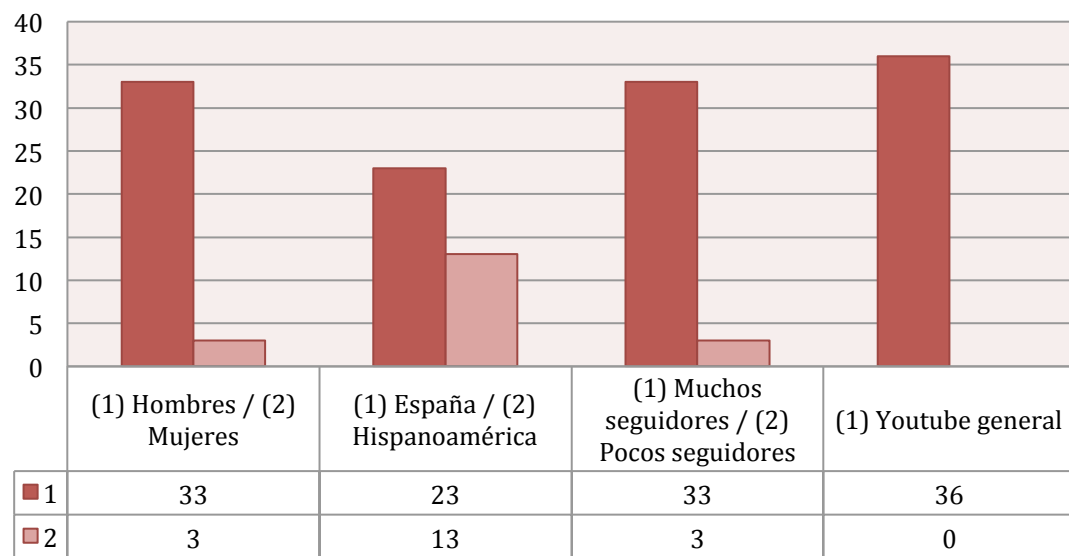
Ideografías Objetual



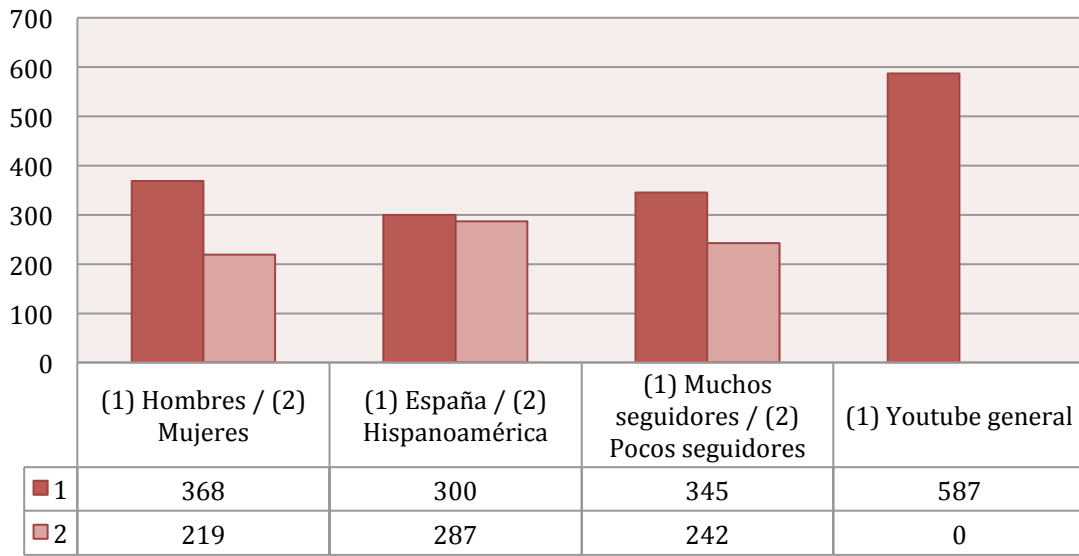
Ideografías no interacción



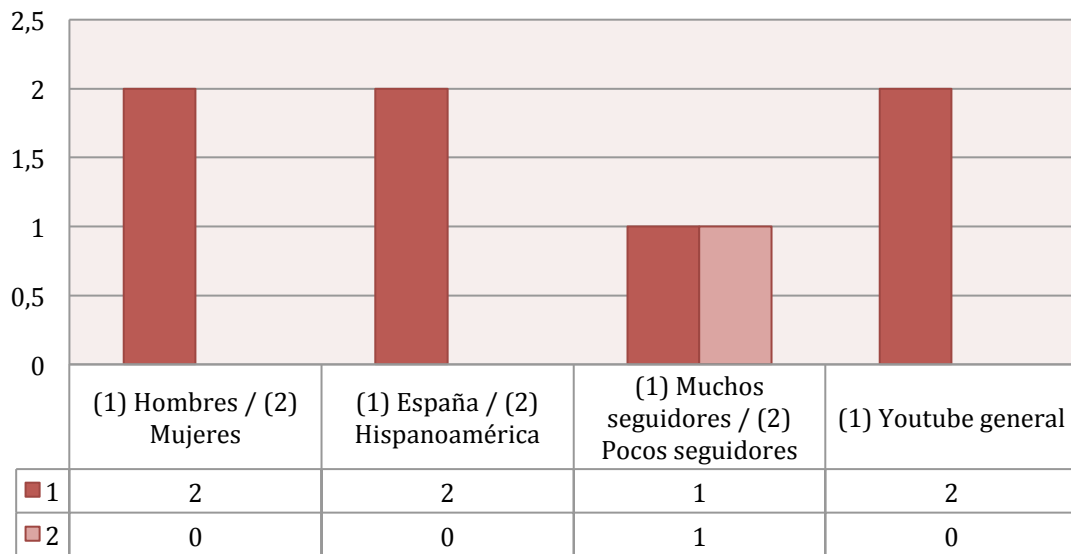
Marcasucesos Paralenguaje



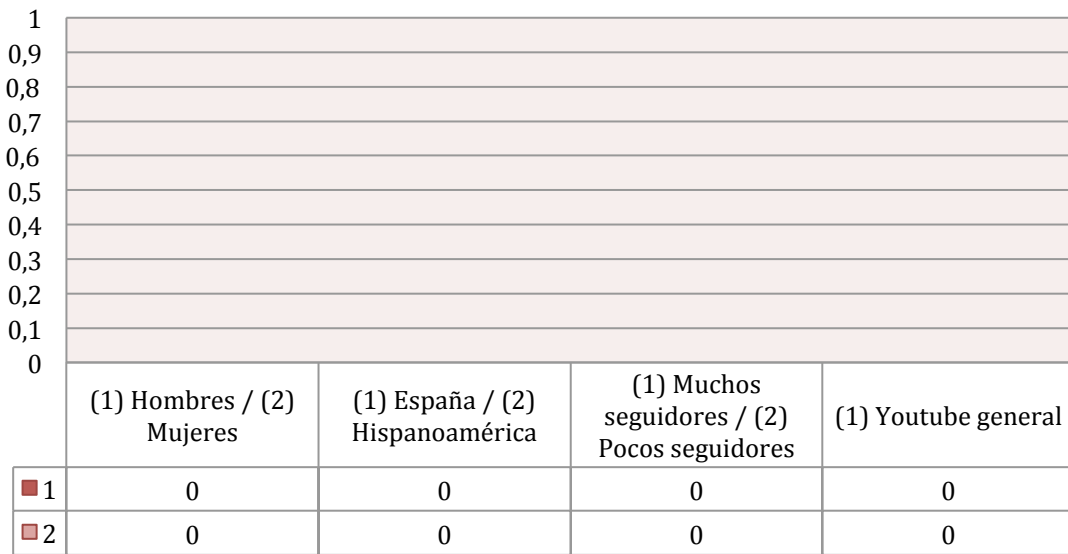
Marcasucesos Kinésica



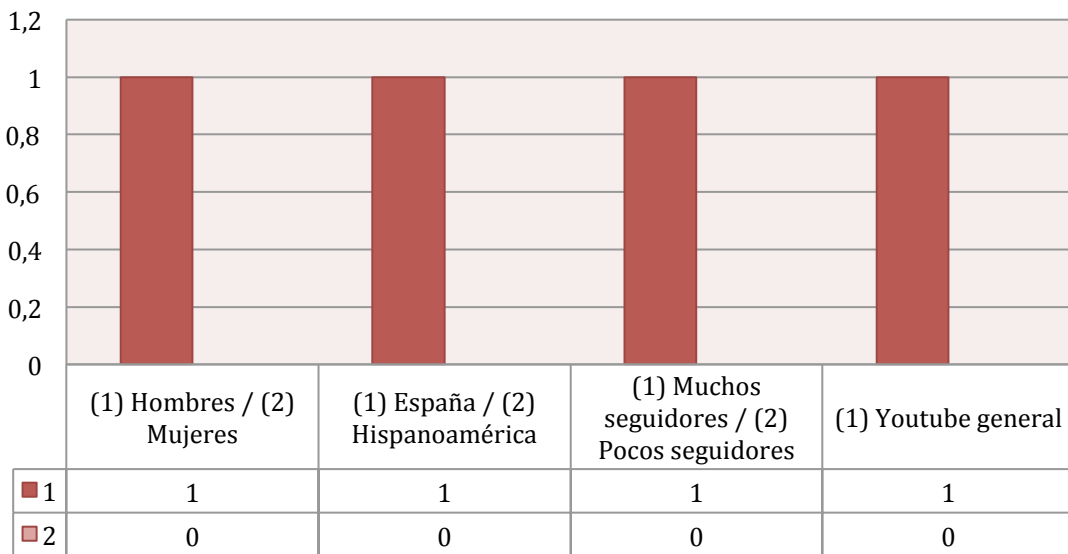
Marcasucesos Proxémica



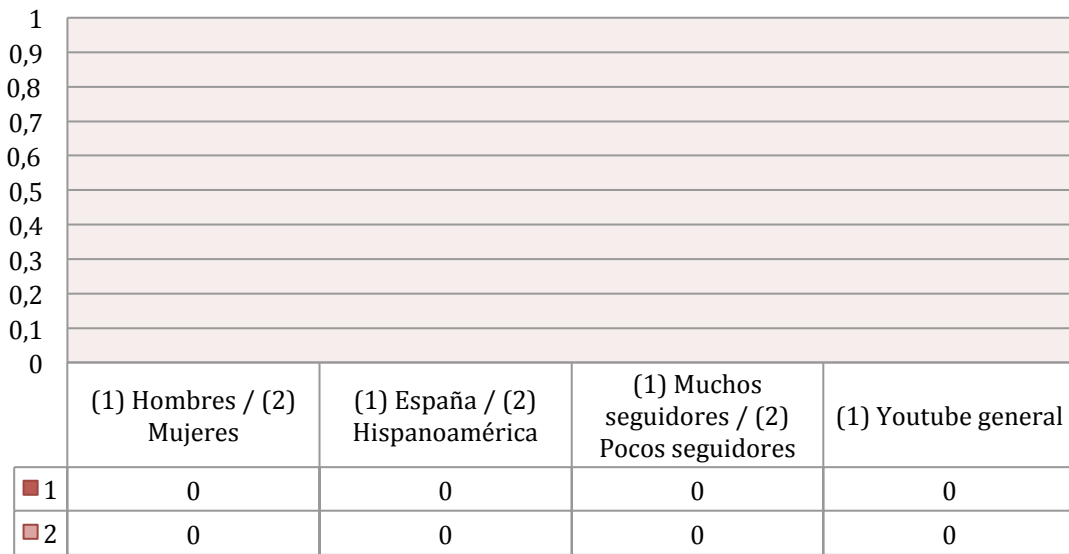
Marcasucesos Química



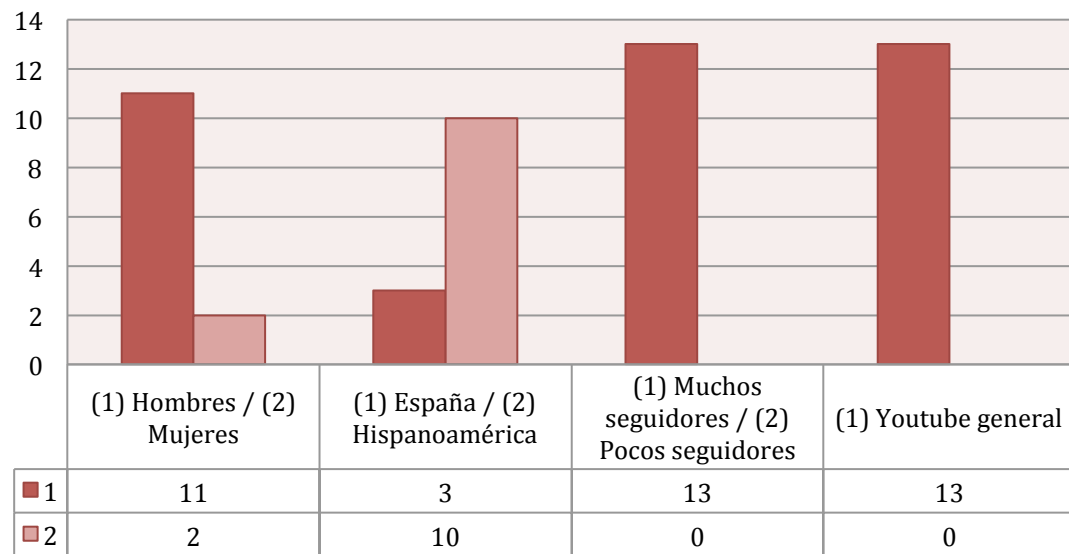
Marcasucesos Dérmica



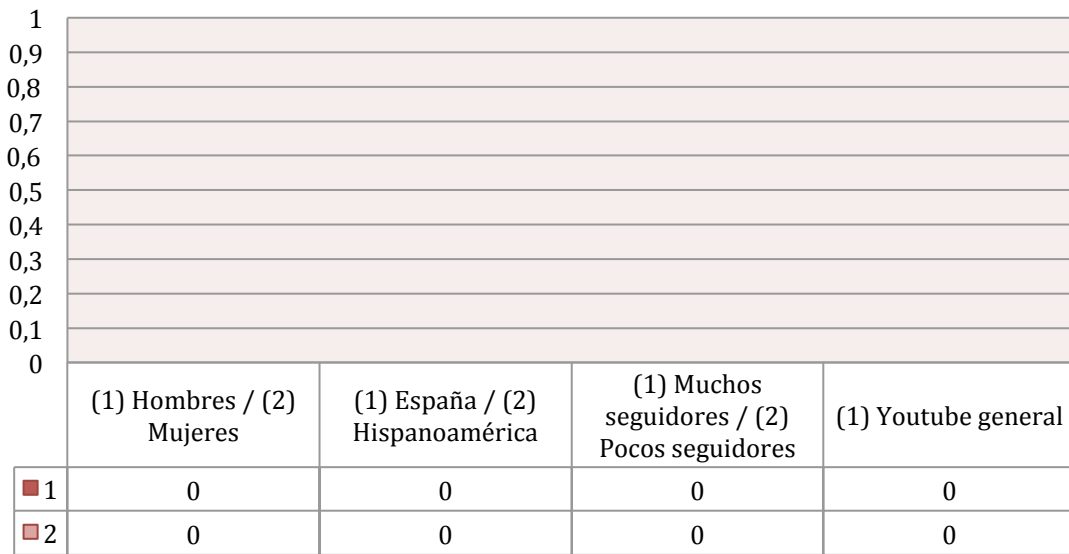
Marcasucesos Térmica



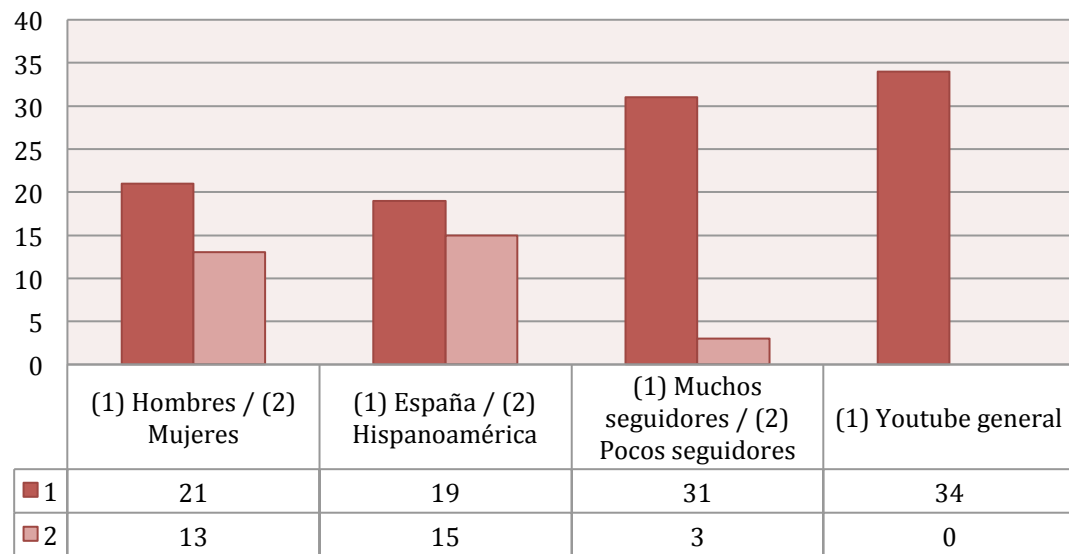
Marcasucesos Objetual



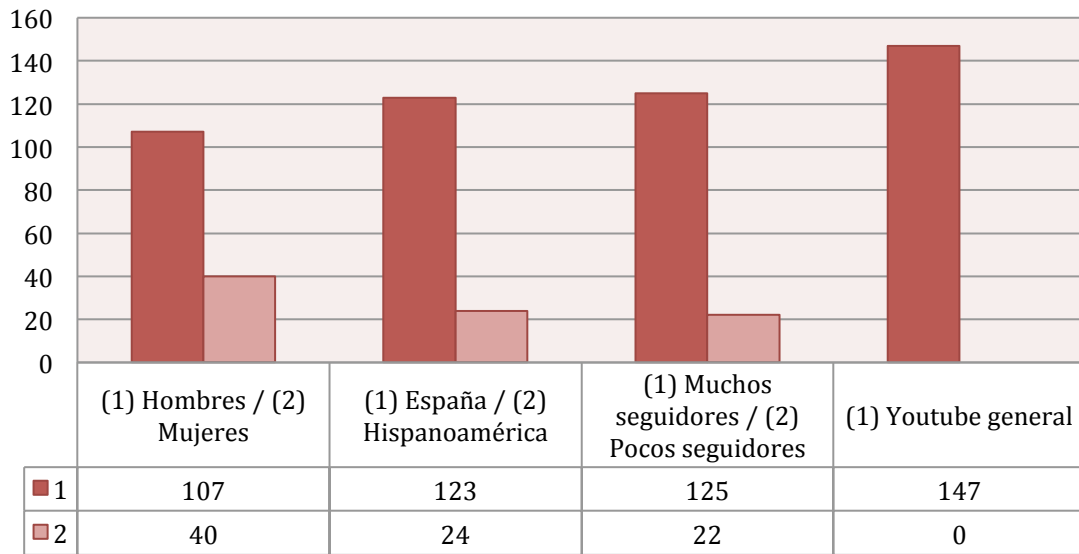
Marcasucesos no interacción



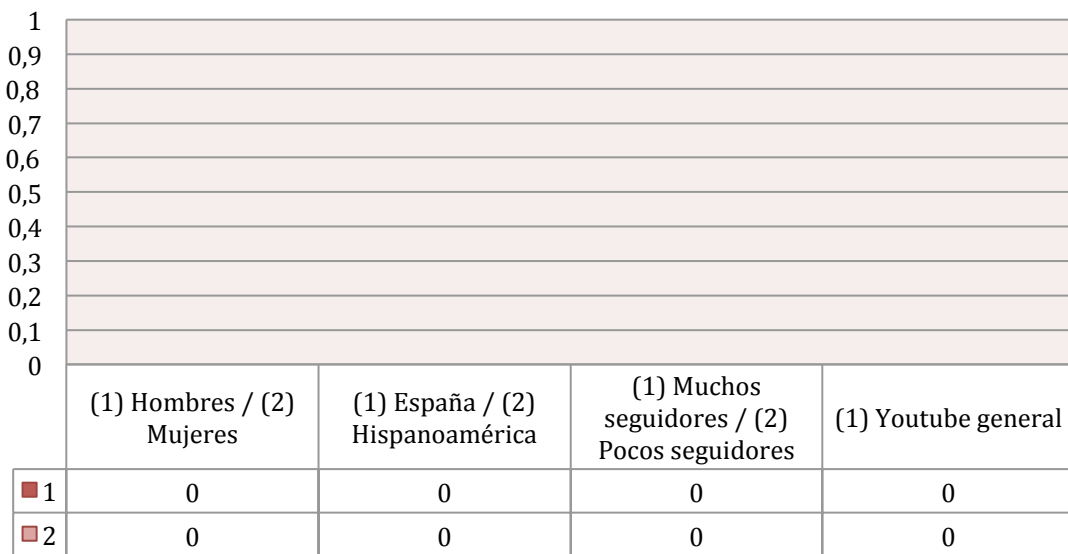
Identificadores Paralenguaje



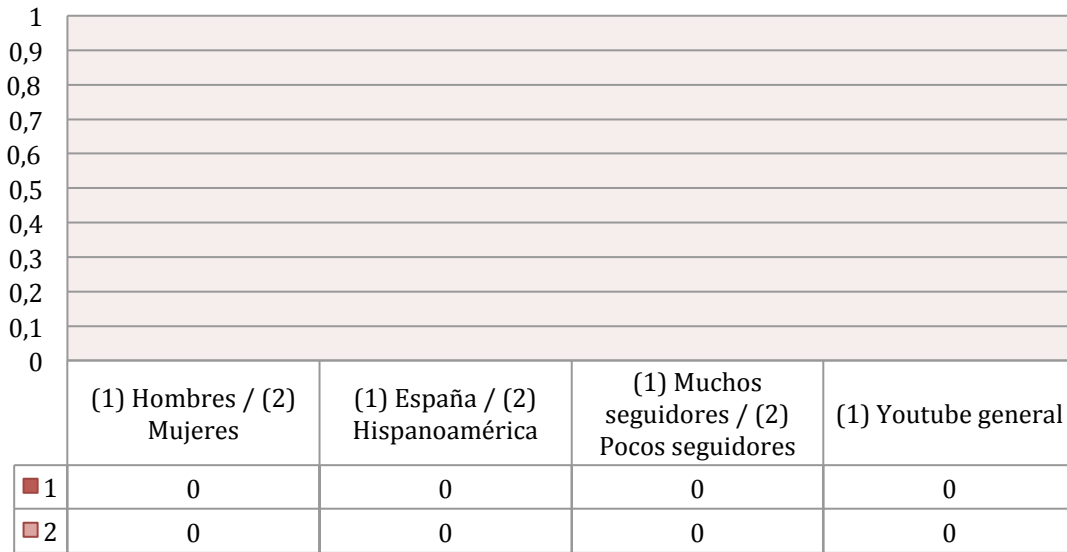
Identificadores Kinésica



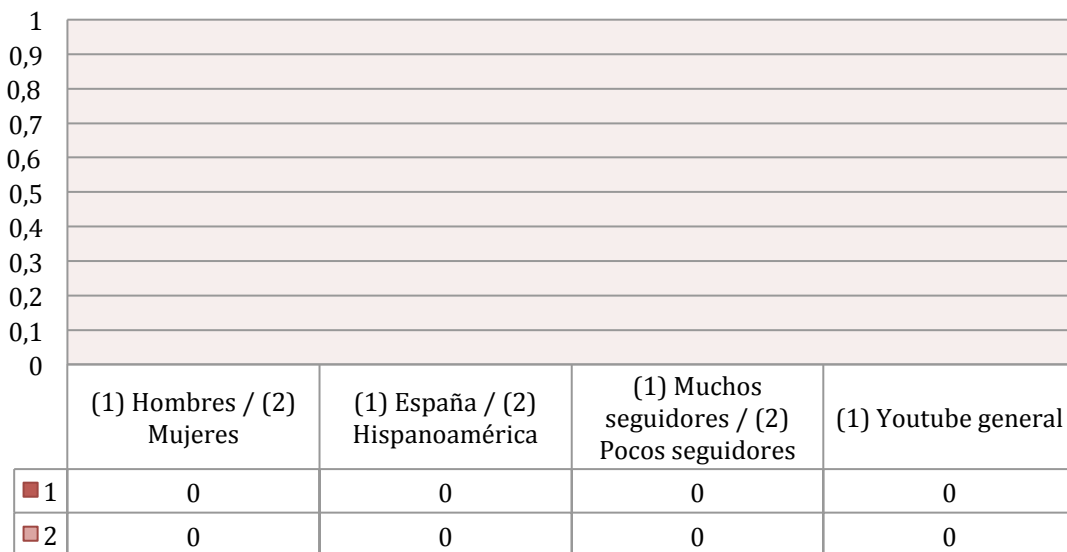
Identificadores Proxémica



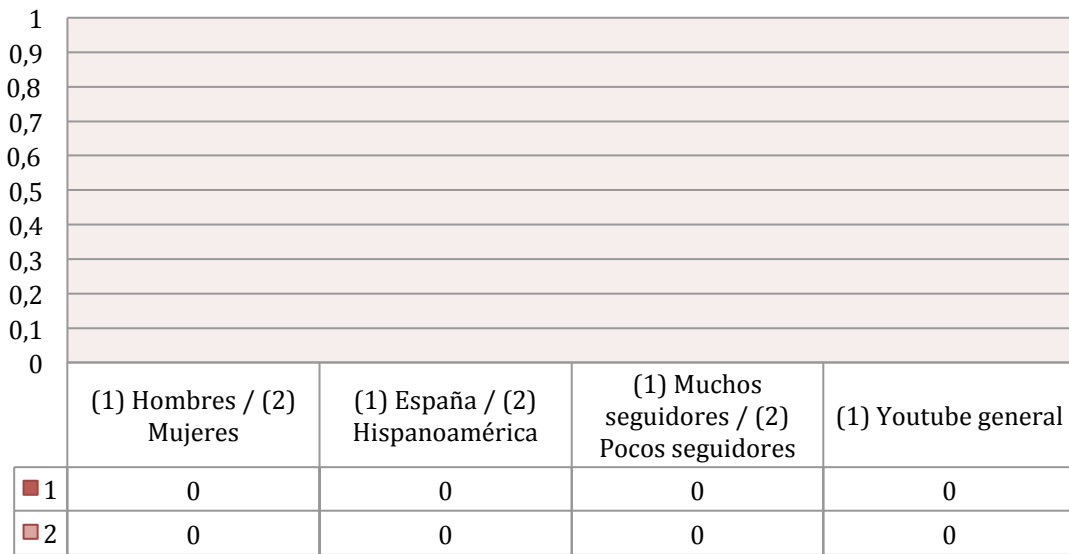
Identificadores Química



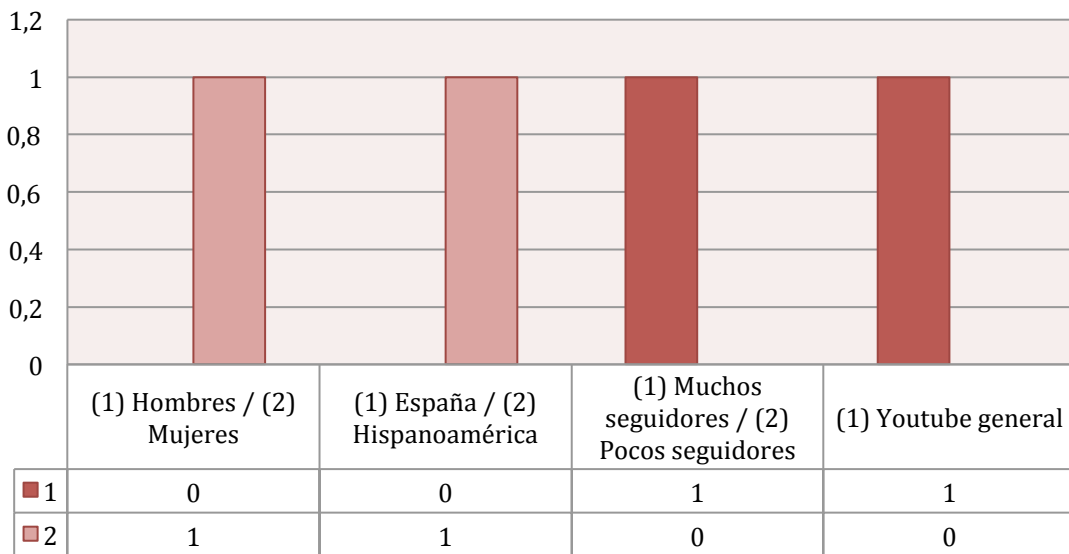
Identificadores Dérmica



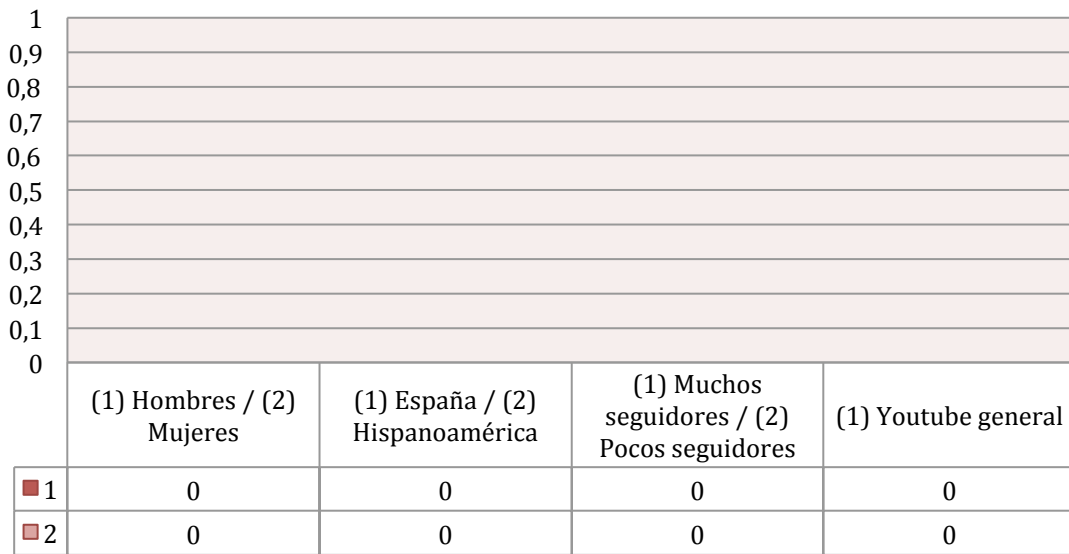
Identificadores Térmica



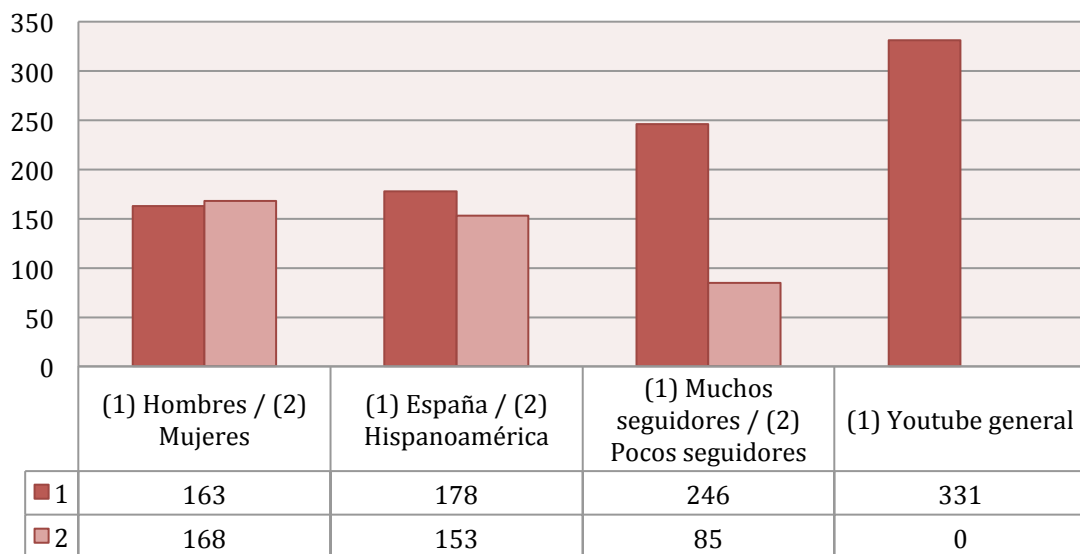
Identificadores Objetual



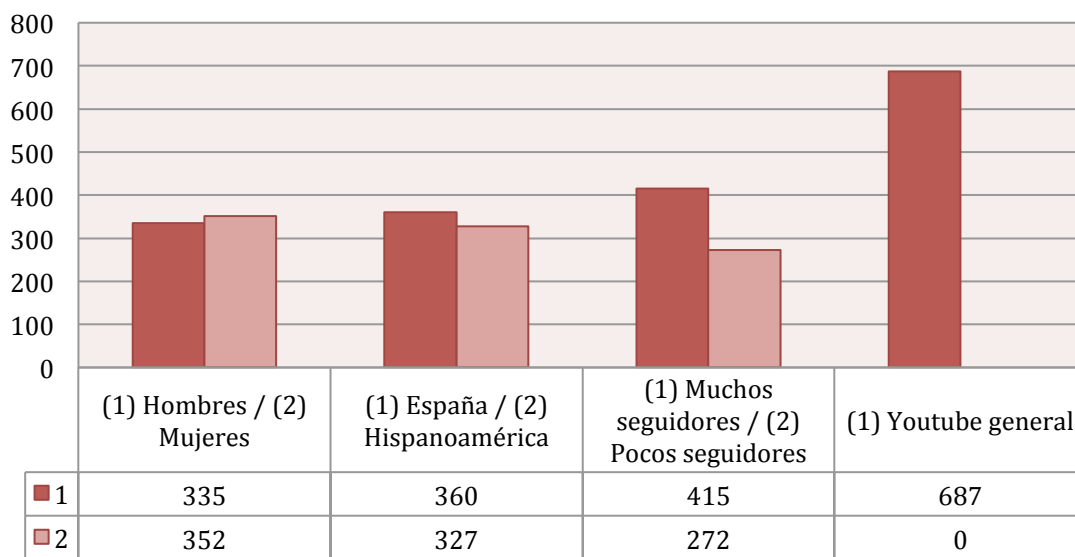
Identificadores no interacción



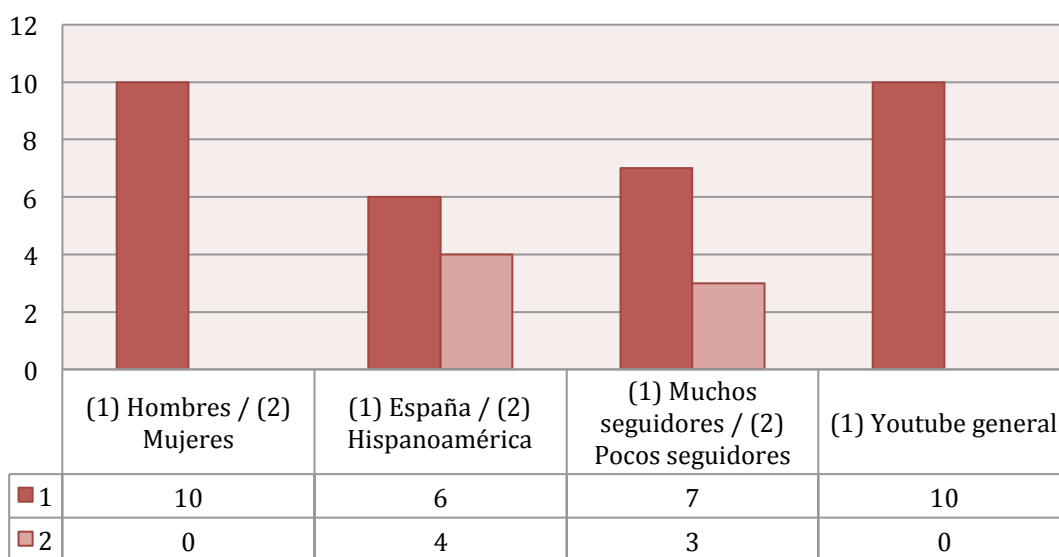
Exteriorizadores Paralenguaje



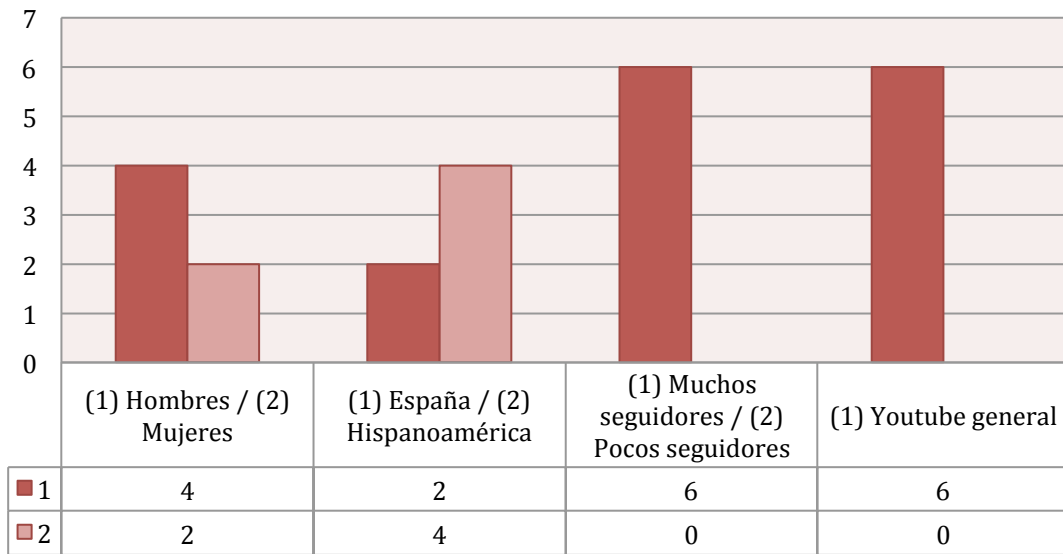
Exteriorizadores Kinésica



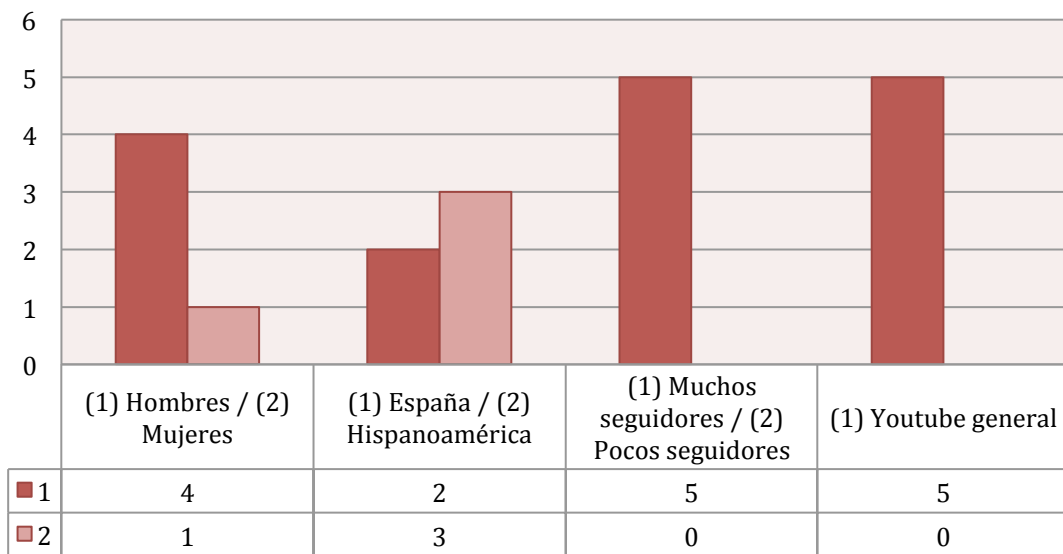
Exteriorizadores Proxémica



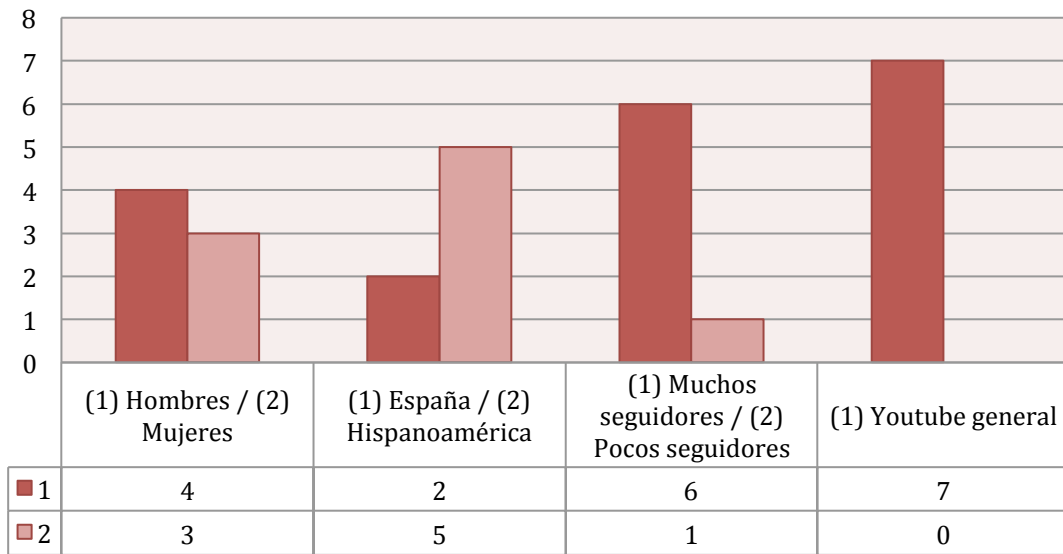
Exteriorizadores Química



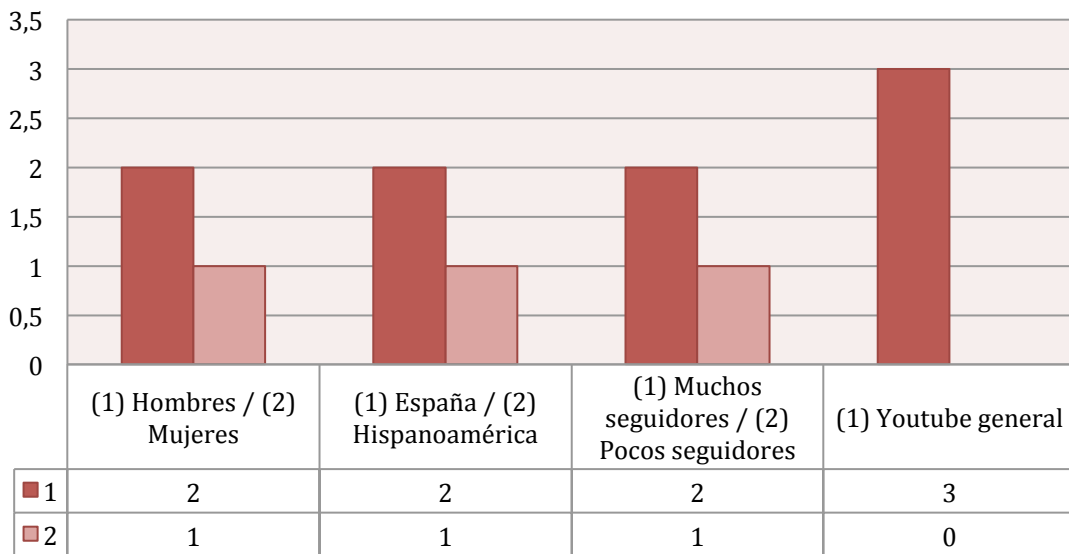
Exteriorizadores Dérmica



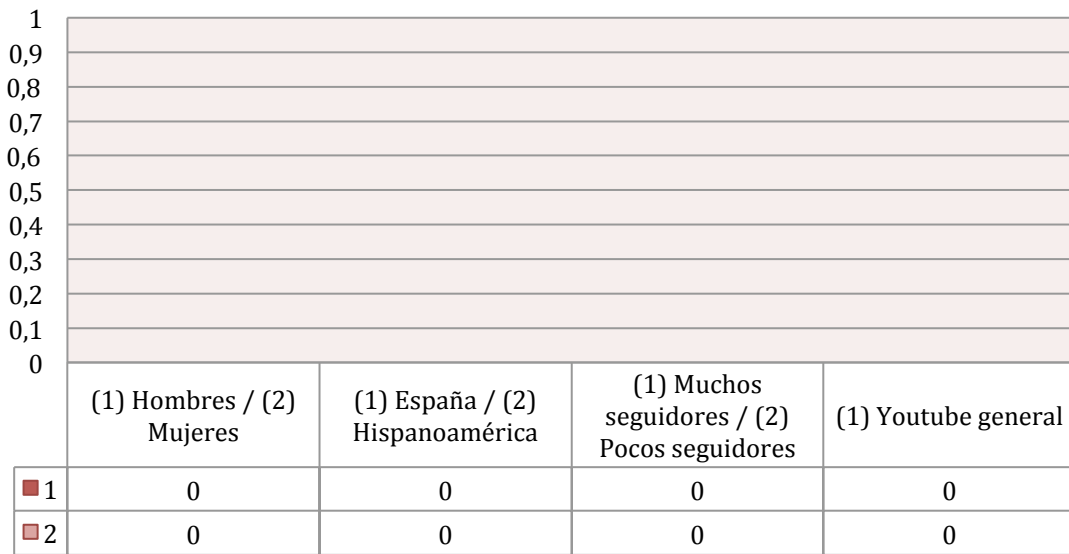
Exteriorizadores Térmica



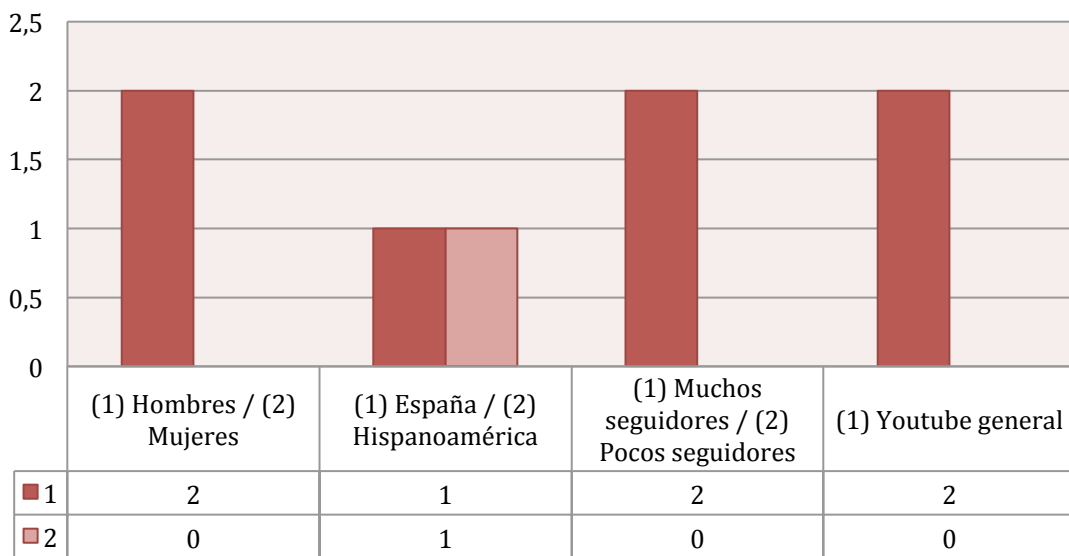
Exteriorizadores Objetual



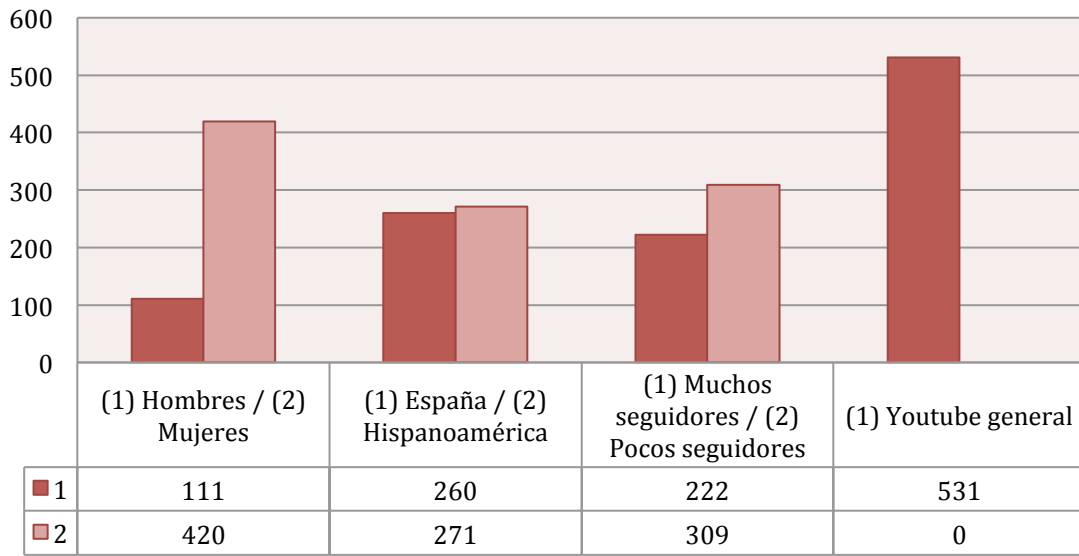
Exteriorizadores no interacción



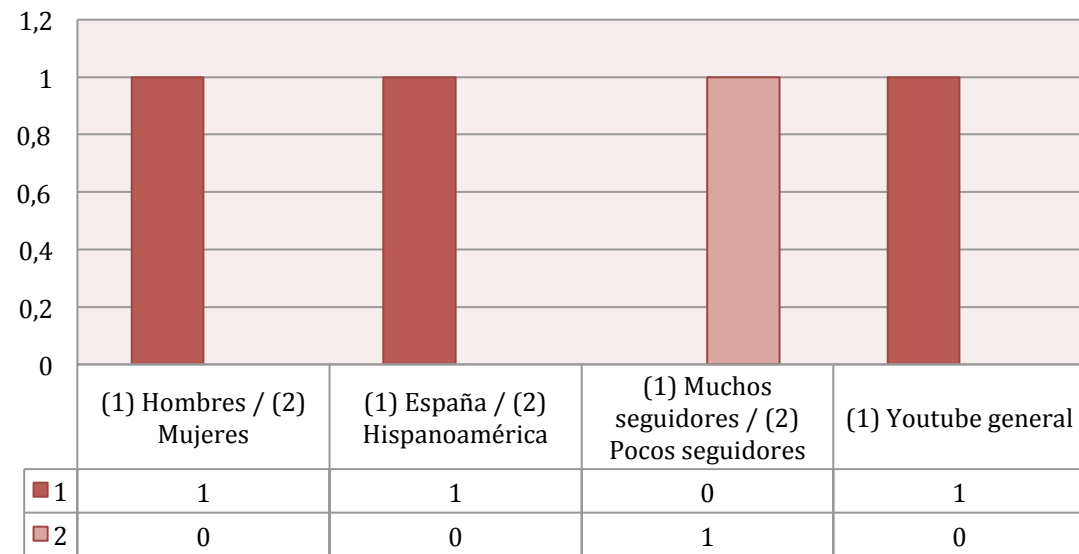
Autoadaptadores Paralenguaje



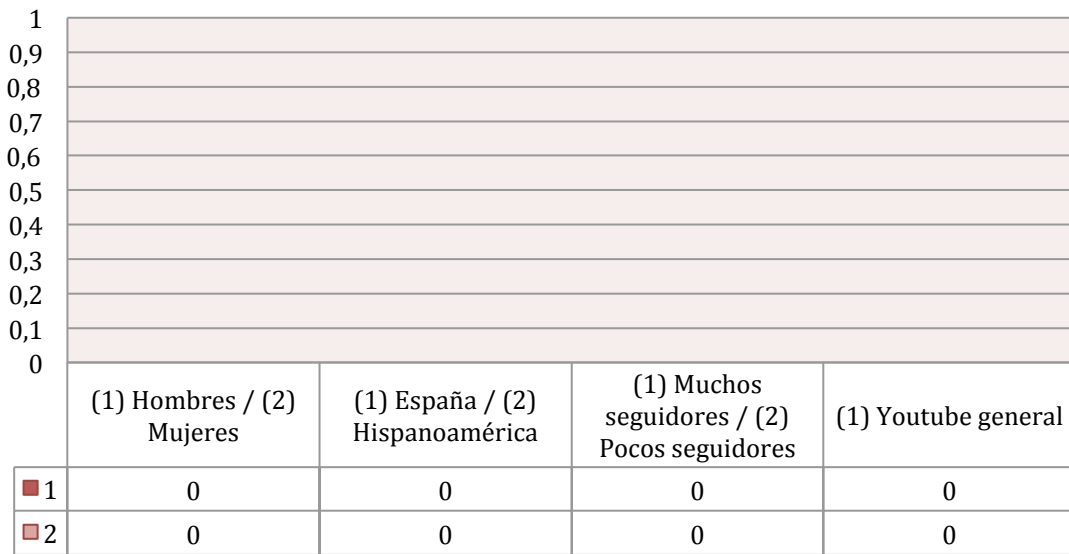
Autoadaptadores Kinésica



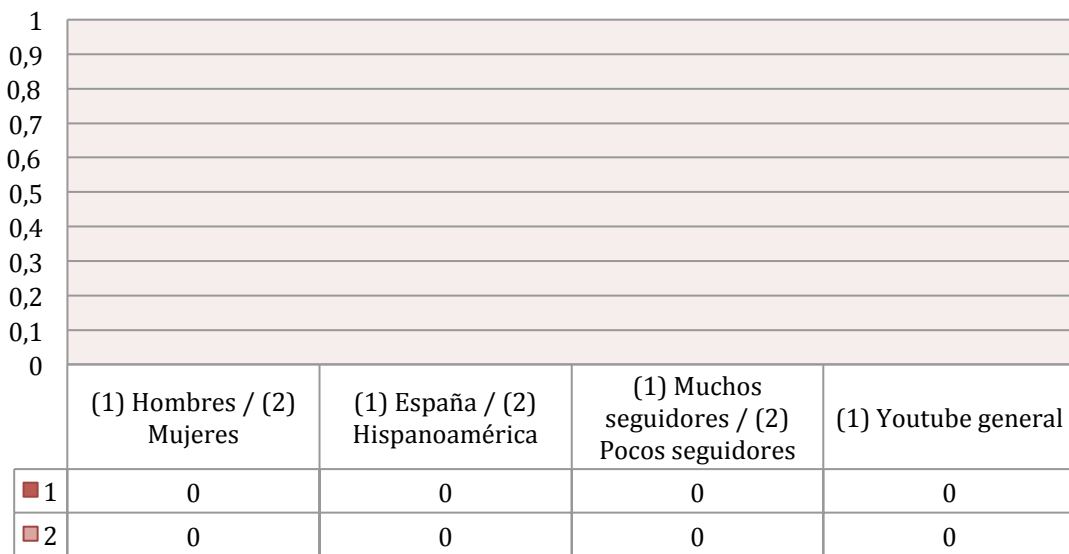
Autoadaptadores Proxémica



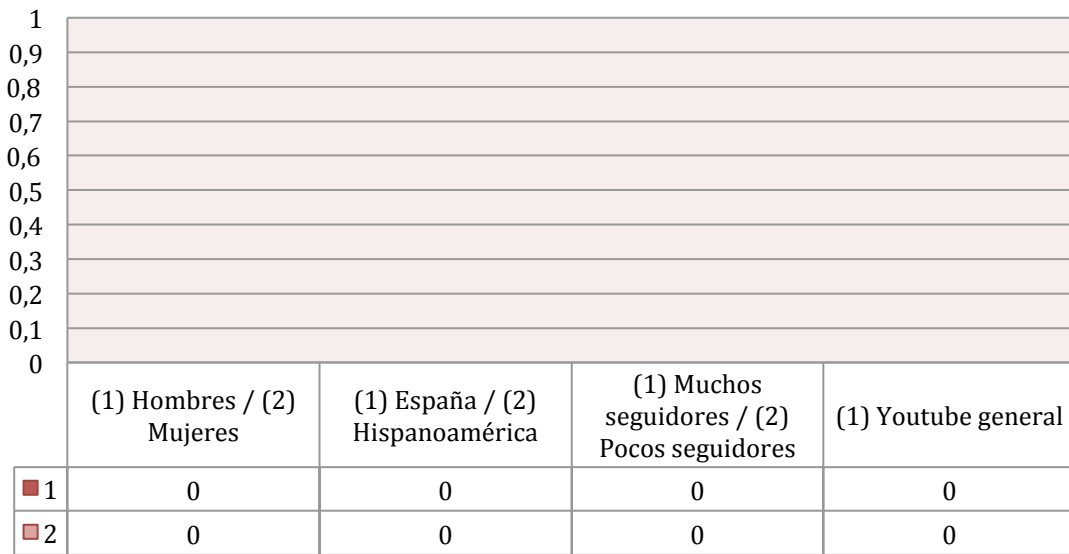
Autoadaptadores Química



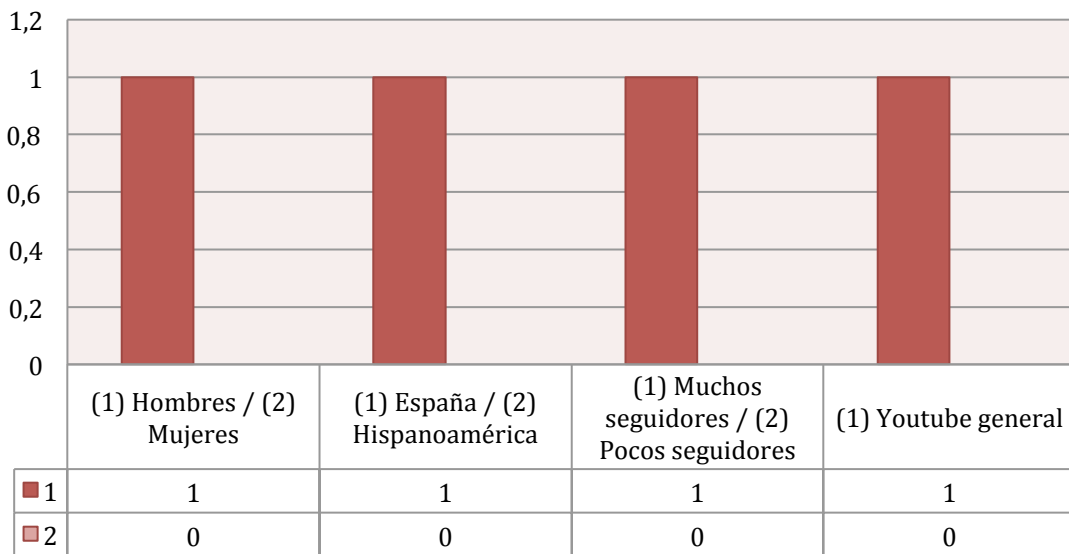
Autoadaptadores Dérmica



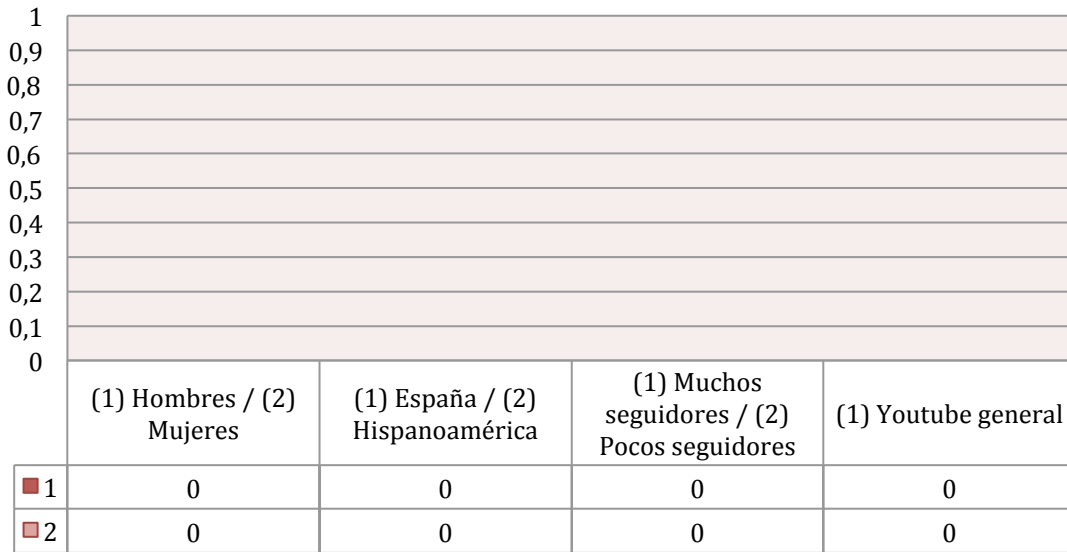
Autoadaptadores Térmica



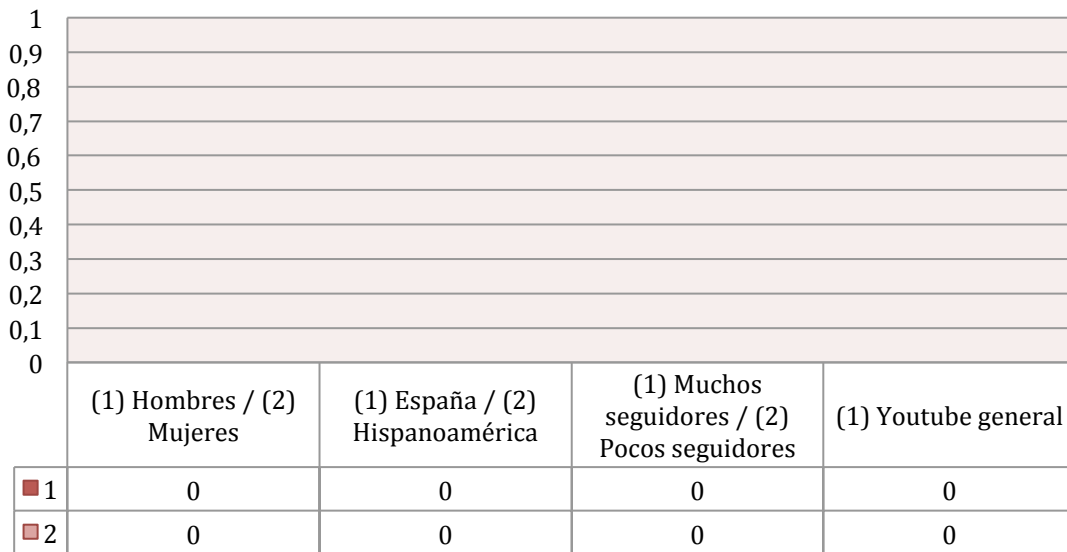
Autoadaptadores Objetual



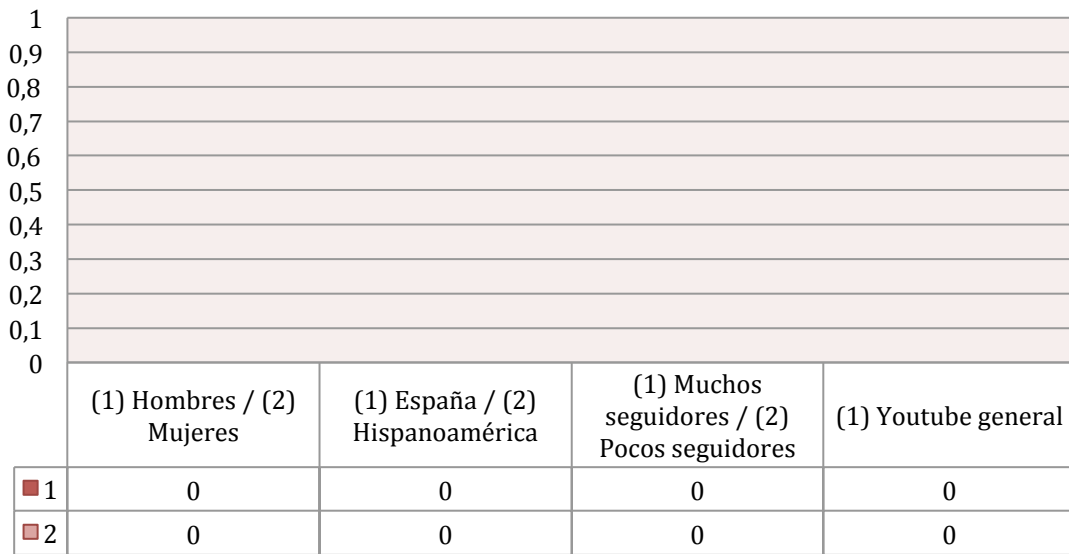
Autoadaptadores no interacción



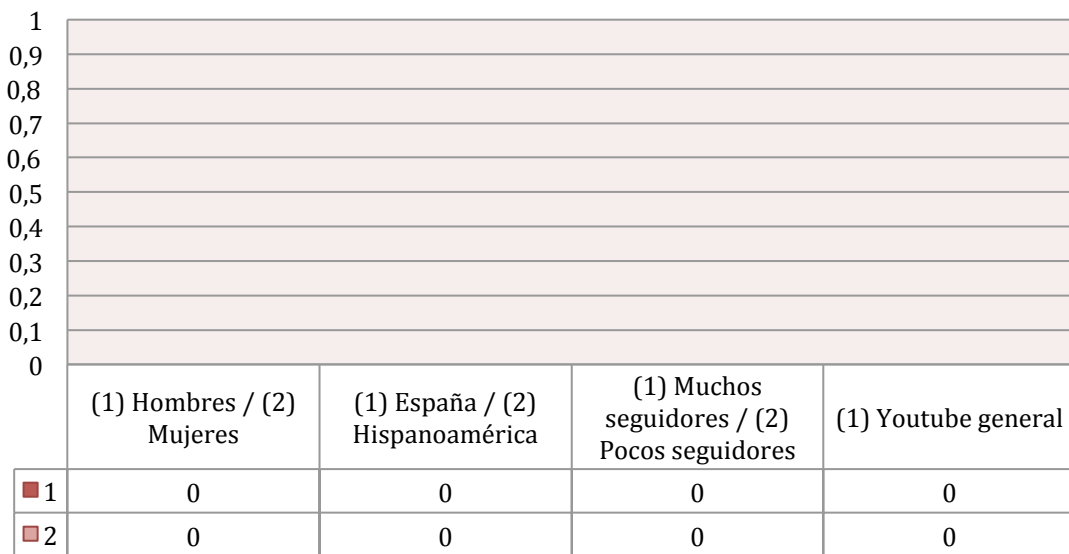
Alteradaptadores Paralenguaje



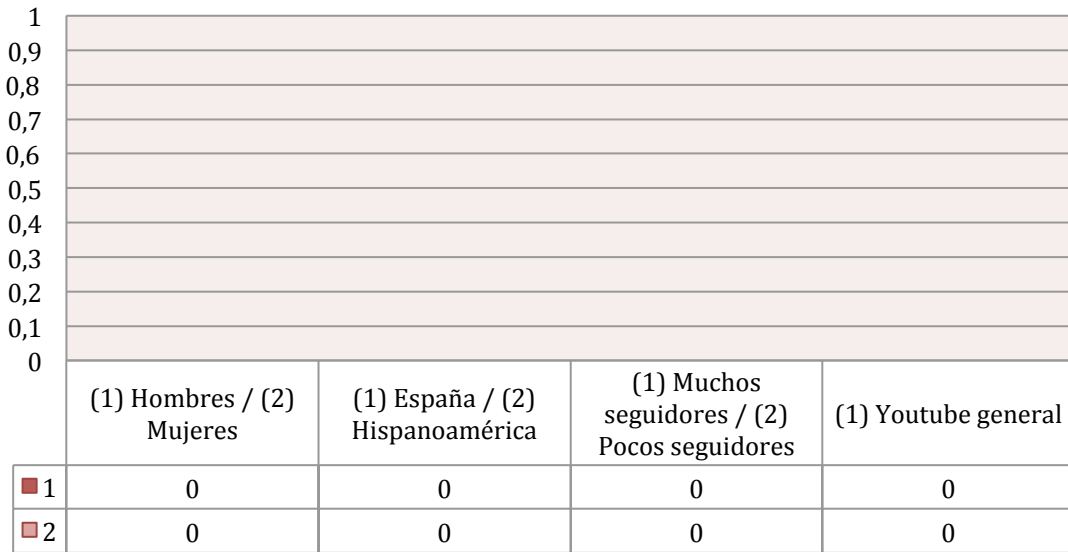
Alteradaptadores Kinésica



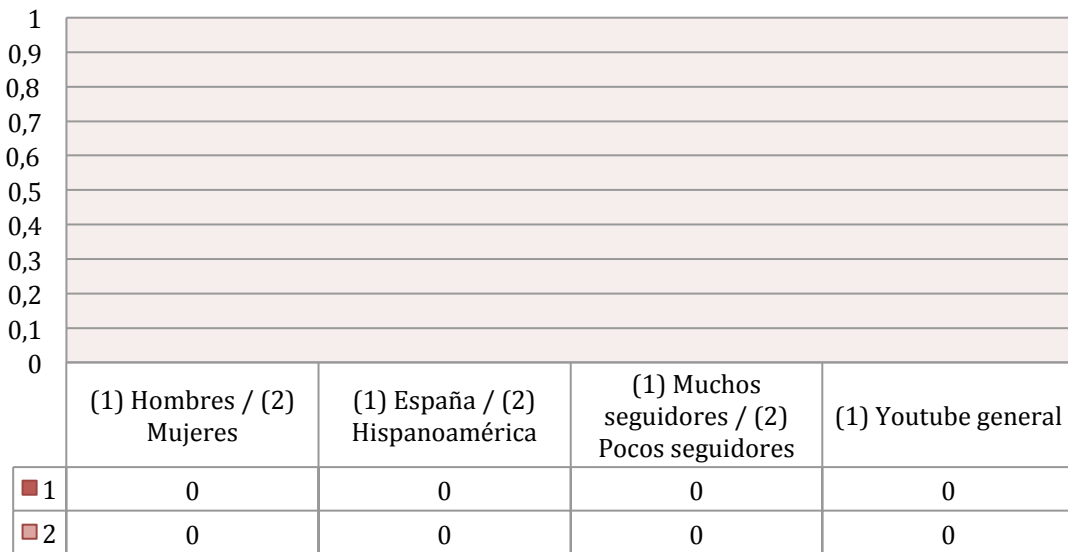
Alteradaptadores Proxémica



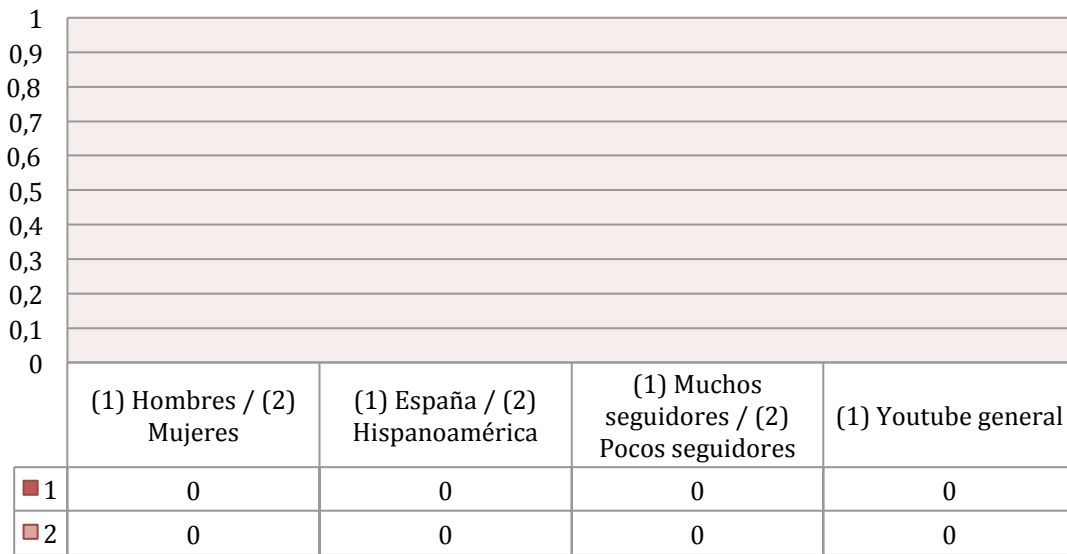
Alteradaptadores Química



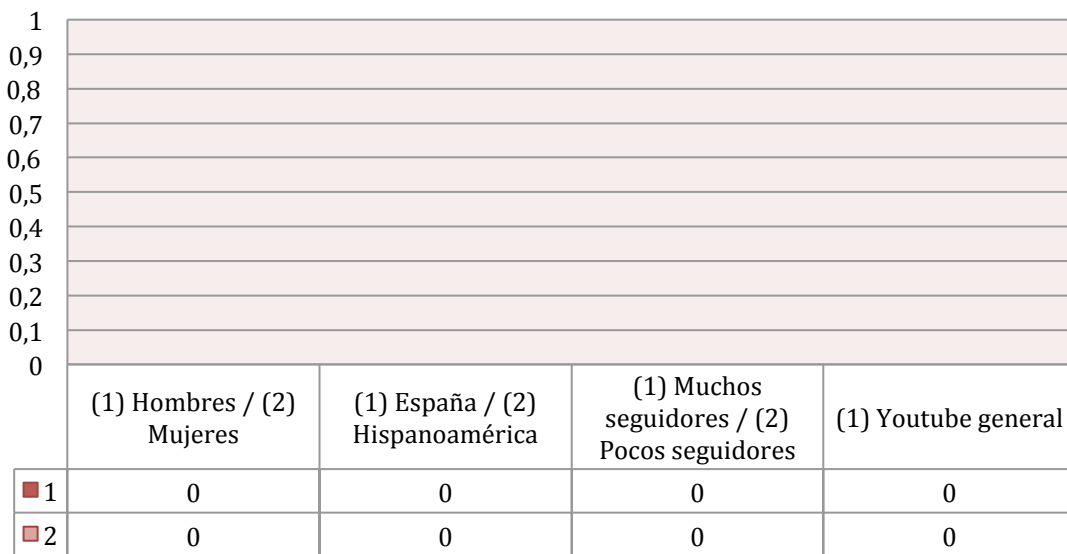
Alteradaptadores Dérmica



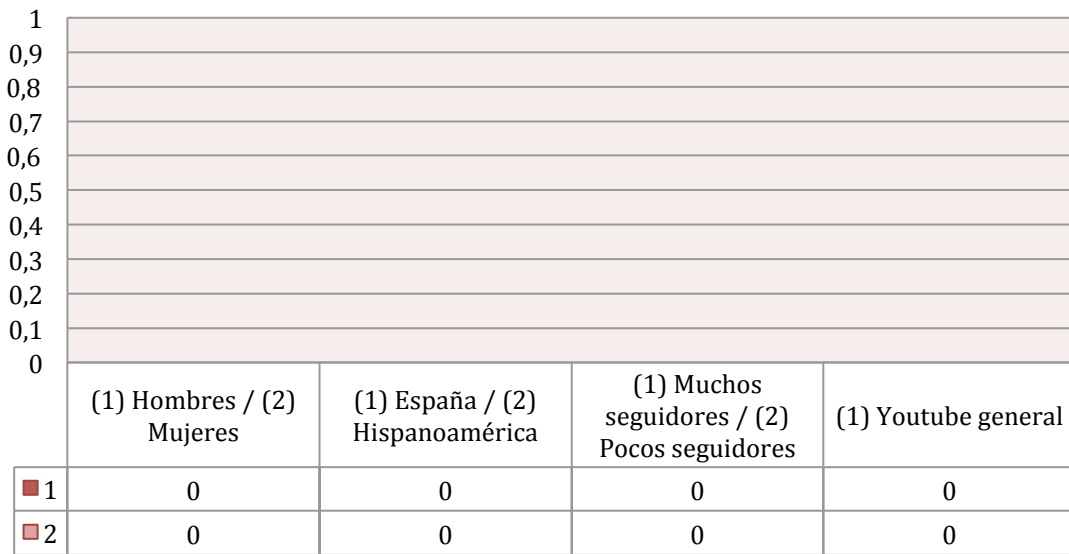
Alteradaptadores Térmica



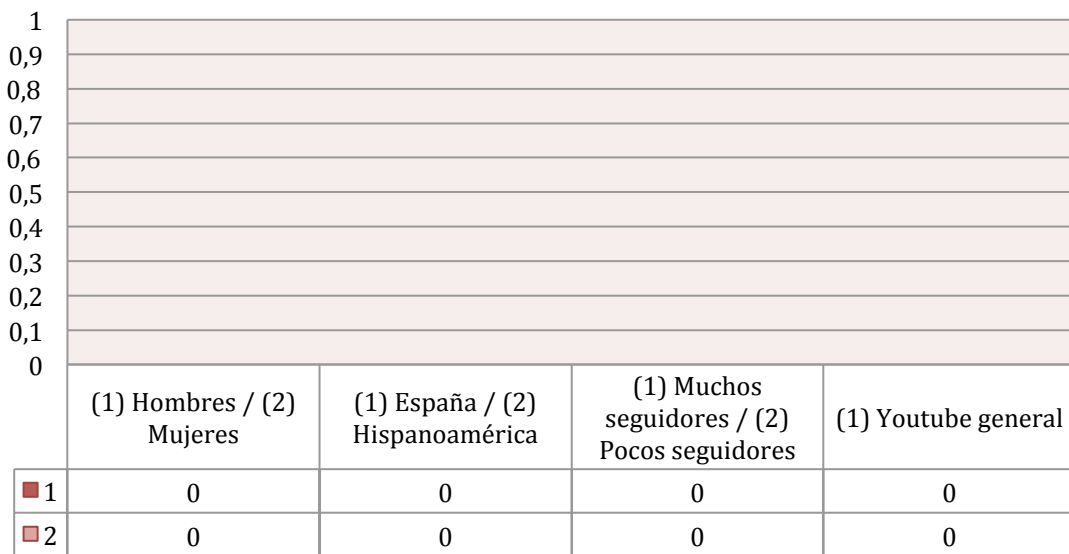
Alteradaptadores Objetual



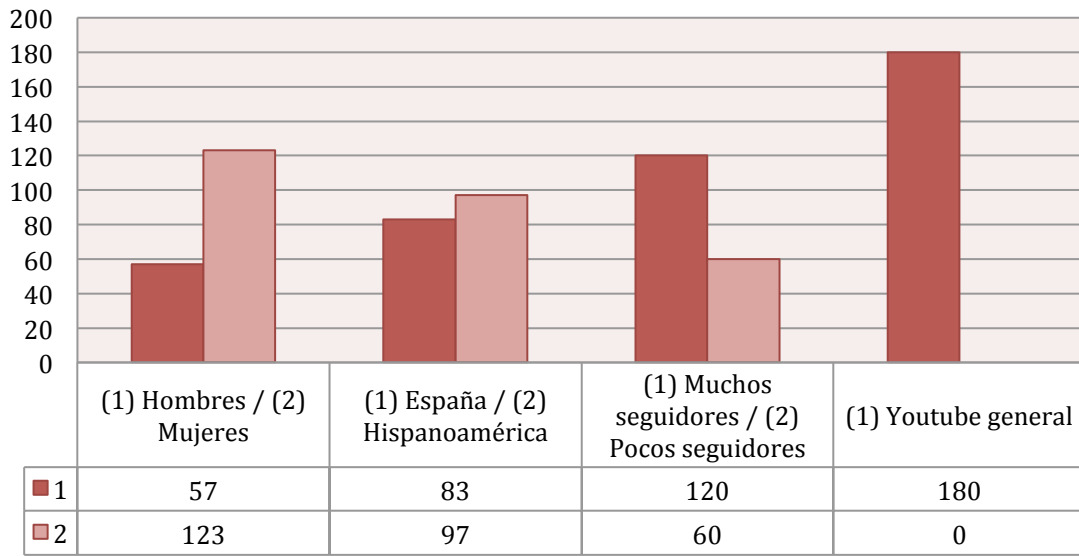
Alteradaptadores No interacción



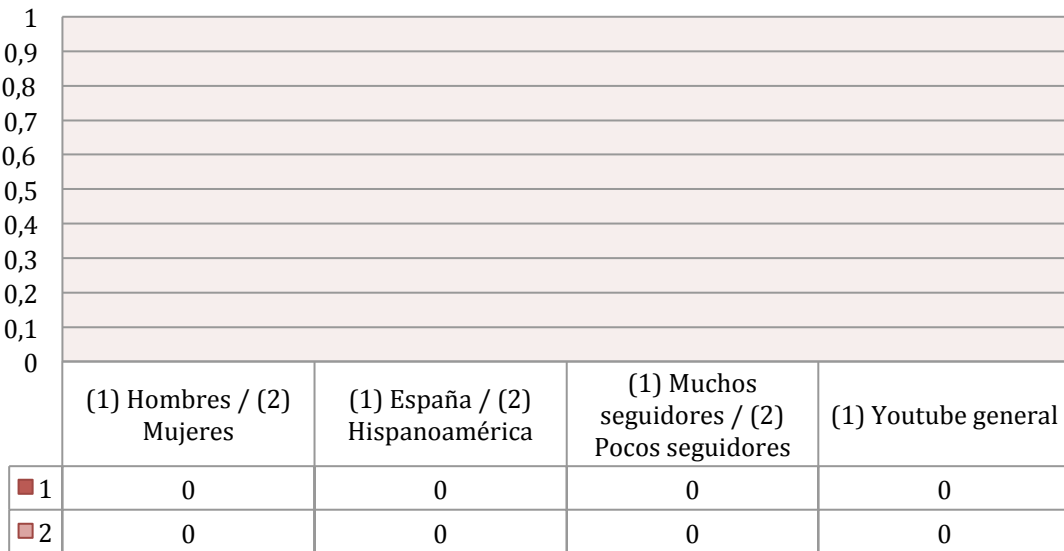
Somatoadaptadores Paralenguaje



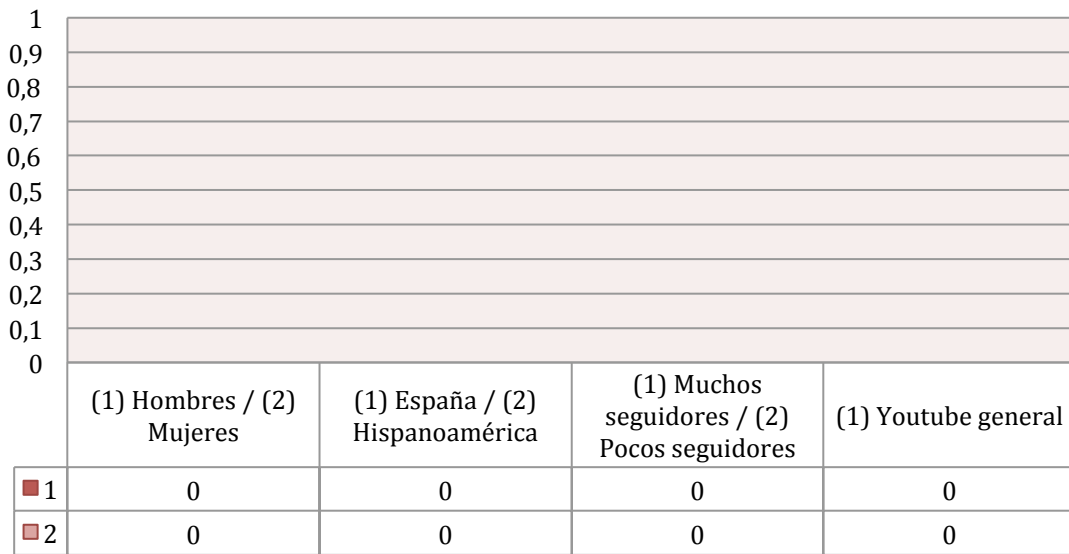
Somatoadaptadores Kinésica



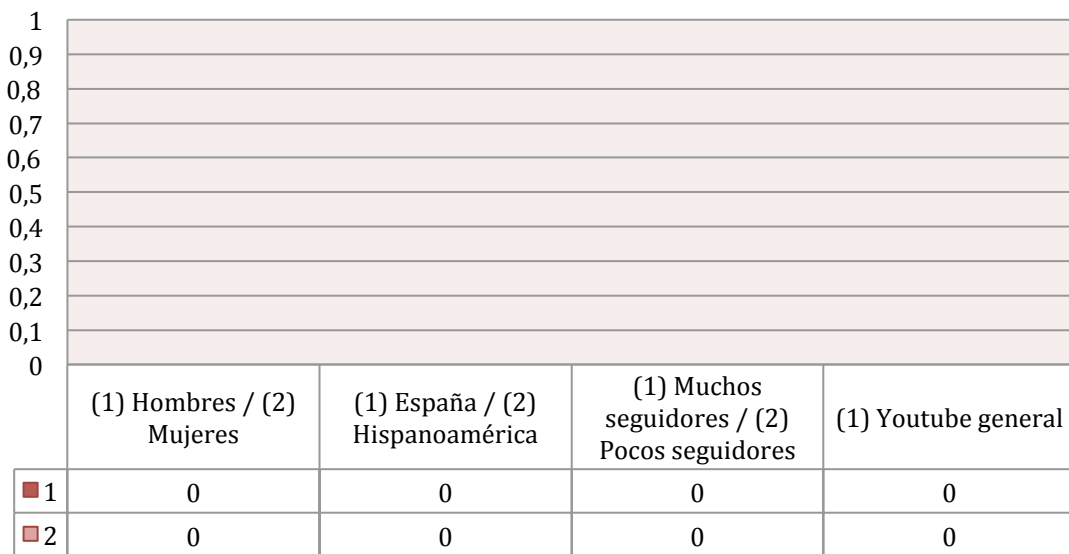
Somatoadaptadores Proxémica



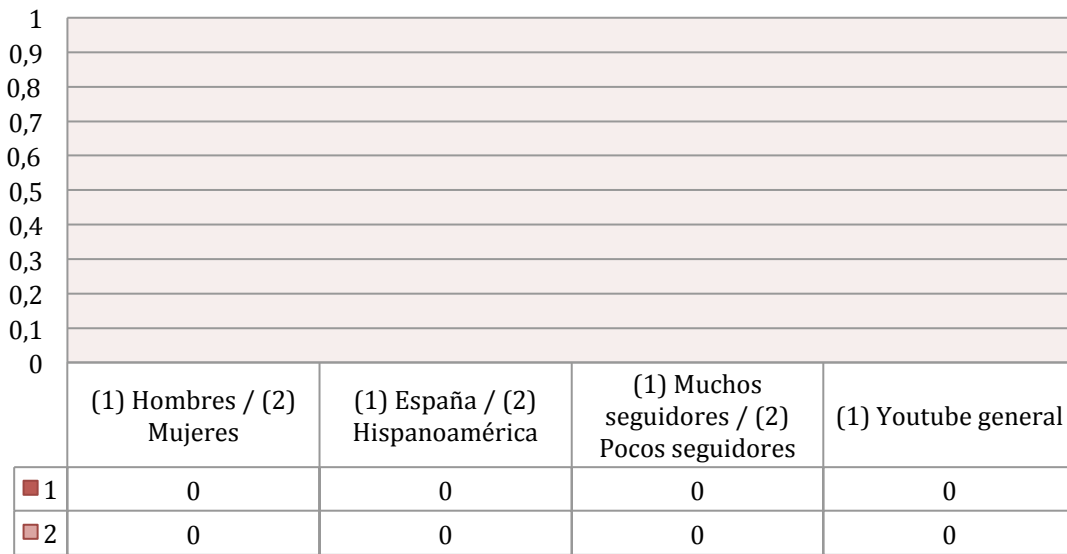
Somatoadaptadores Química



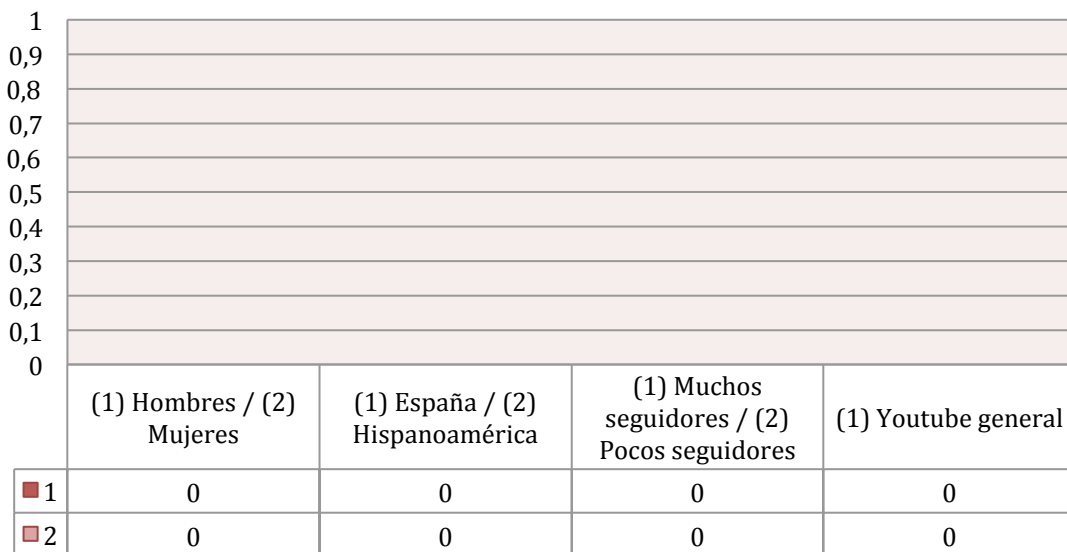
Somatoadaptadores Dérmica



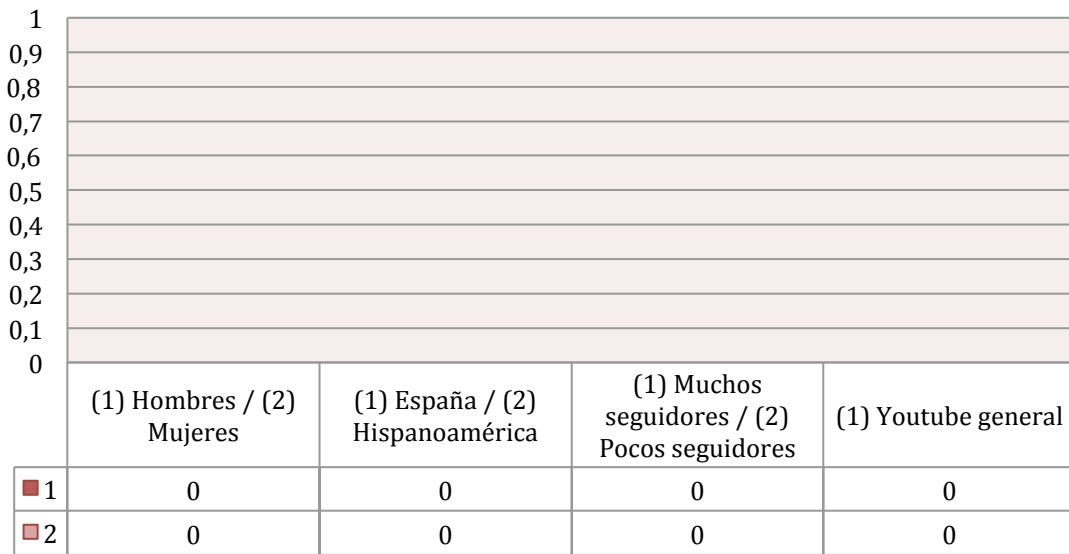
Somatoadaptadores Térmica



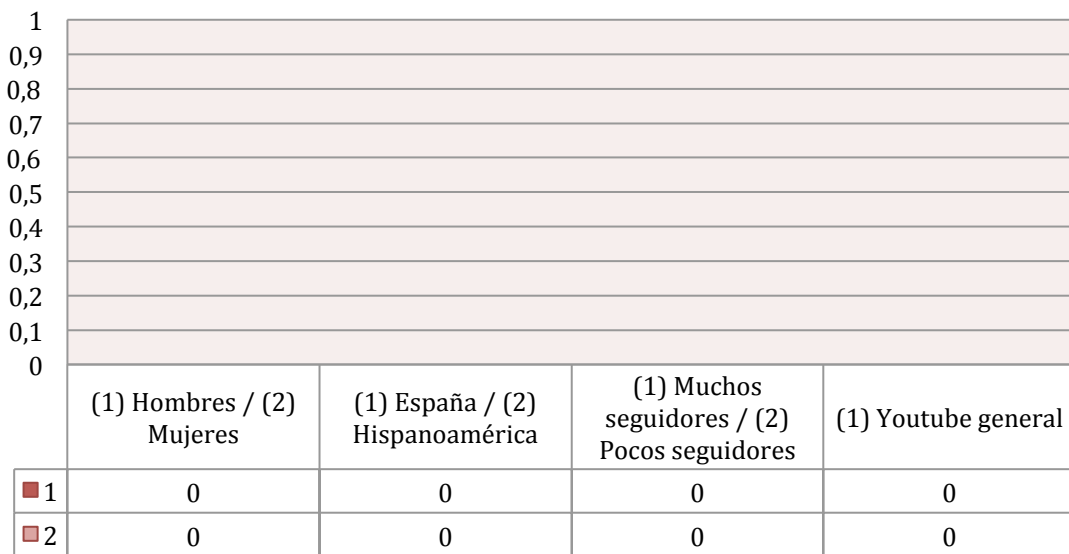
Somatoadaptadores Objetual



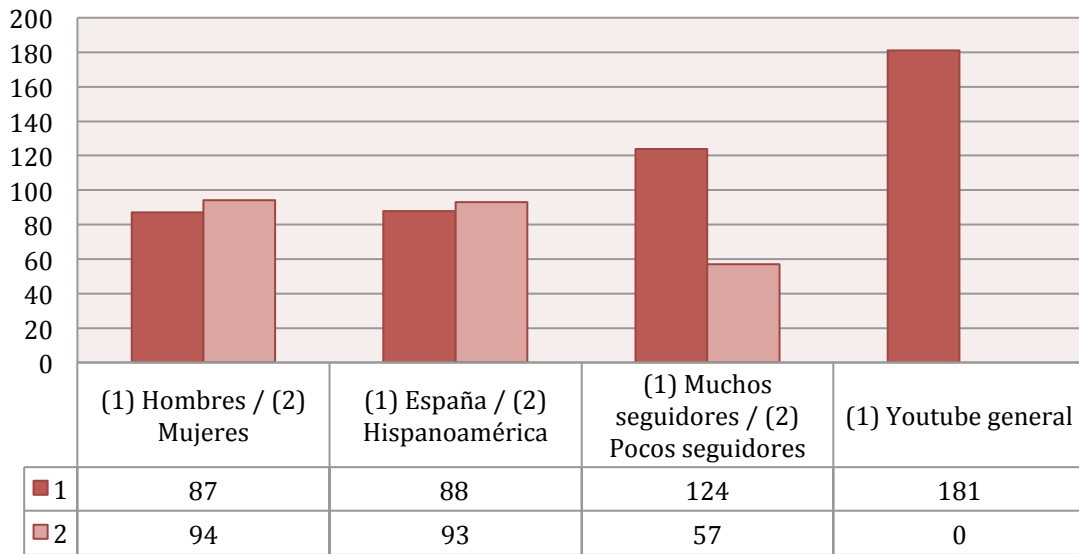
Somatoadaptadores no interacción



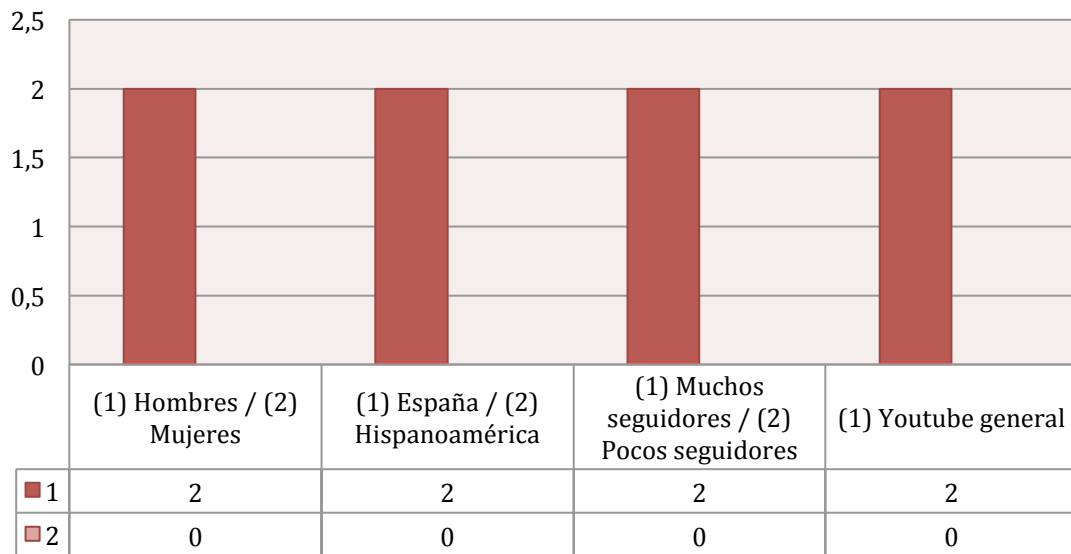
Objetoadaptadores Paralenguaje



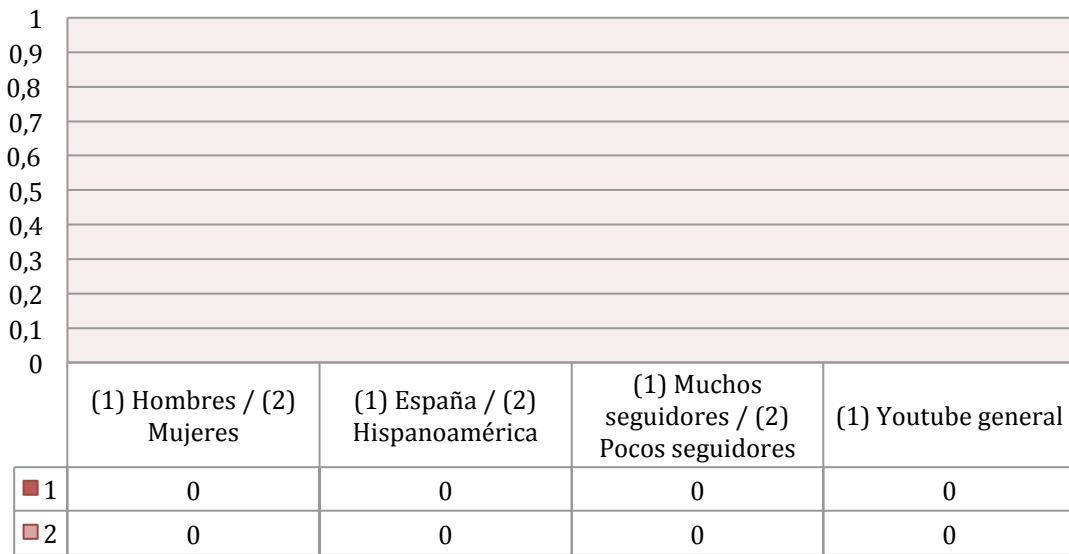
Objetoadaptadores Kinésica



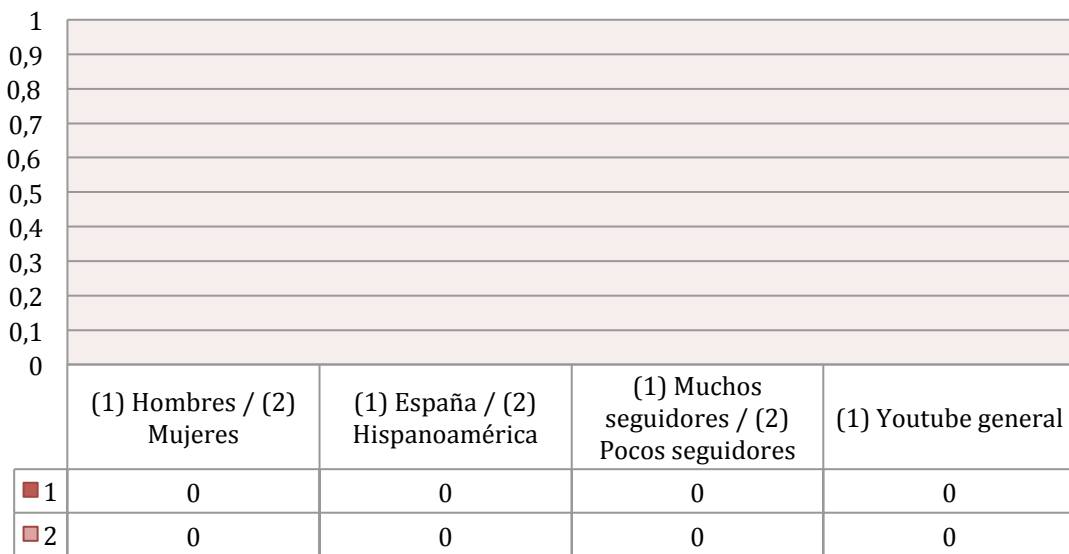
Objetoadaptadores Proxémica



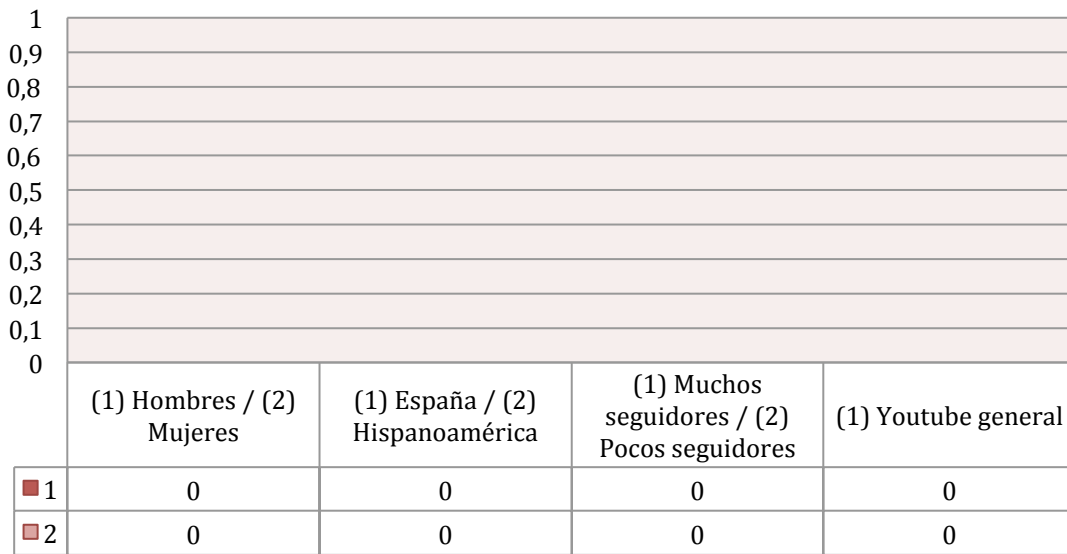
Objetoadaptadores Química



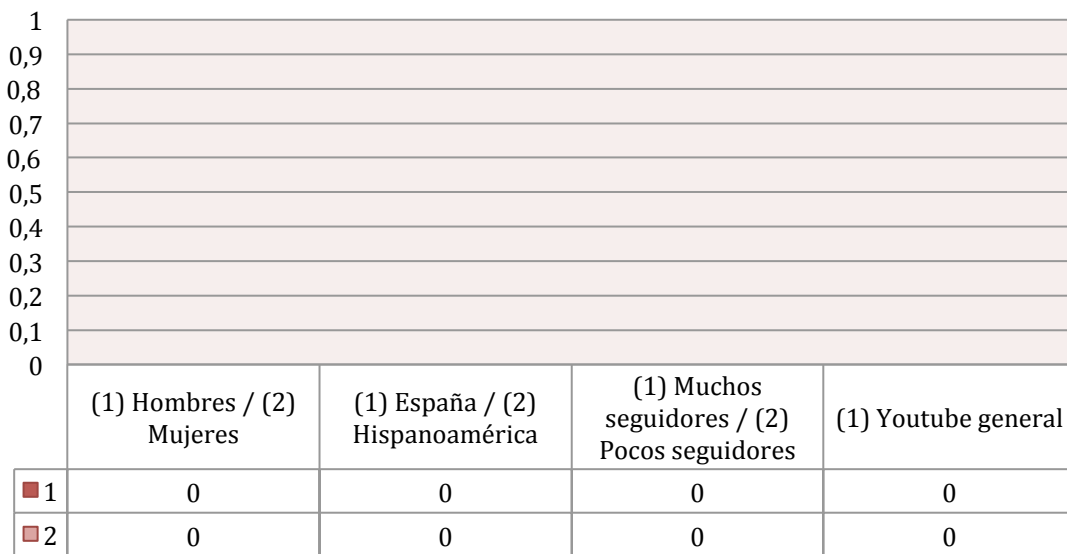
Objetoadaptadores Dérmica



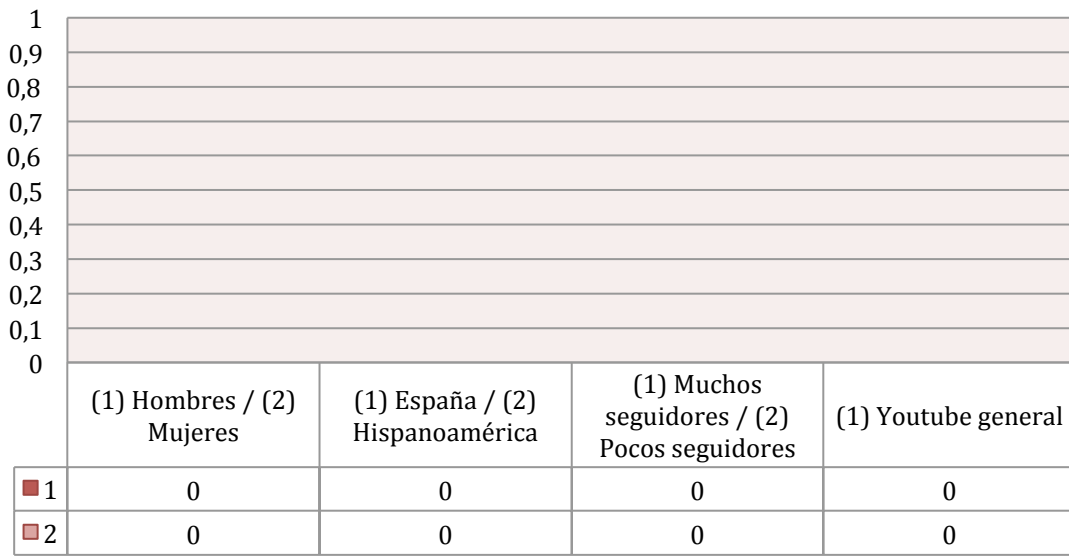
Objeto adaptadores Térmica



Objeto adaptadores Objetual



Objeto adaptadores no interacción



Total

