

Intersubjetividad en los videoblogs: un enfoque fenomenológico / *Intersubjectivity in the videoblogs: a phenomenological approach*

Giuliano Dante Seni Medina

(pág 105 - pág 113)

Este texto es parte de los resultados de una investigación que pretende comprender las diversas formas de intersubjetividad en los videoblogs o *tubes*, particularmente, desde el enfoque fenomenológico de la empatía. El corpus lo integraron los tres videoblogs con más suscriptores de América Latina, se analizaron formas de interacción como puesta en escena, comentarios y vistas. Los resultados arrojan que la empatía se presenta, entre otras formas de interacción, en el mirar a cámara para involucrar al *otro*, en la autorreferenciación -yo soy éste- en la identidad que surge del uso de expresiones regionales, de vivencias comunes e incluso de subcódigos de la lengua.

Palabras clave: discurso, fenomenología, empatía, lenguaje, audiovisual.

This article is part of a research on different forms of intersubjectivity in videoblogs or *tubes*, from the phenomenological category of empathy. Sampling consisted of the three videobloggers with the most subscribers in Latin American. Forms of interaction such as staging, comments, and views were analyzed. Results indicate that viewer empathy, among other forms of interaction, rises through looking at the camera in a way that involves the other in self-reference- *I am this one*- identity construction that arises from the identification with the other's regional expressions, common experiences and language sub-codes.

Keywords: speech, phenomenology, empathy, language, audiovisual.

Giuliano Dante Seni Medina, Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla- Colombia. Docente e investigador en Producción de TV y Semiología del Programa de Dirección y Producción de Radio y Televisión. Entre otros artículos publicados están: *Medios y bullying: caracterización de los hábitos y preferencias y usos que los jóvenes universitarios hacen de las TIC y su potencial en la convivencia universitaria.* giuliano.seni@gmail.com

Fecha de presentación: diciembre de 2018. Fecha de aceptación: junio de 2019.
Fecha de publicación: diciembre de 2019

1. VIDEOBLOGS: CONTEXTO Y ASPECTOS

En un contexto Web 2.0 caracterizado por un Internet maduro, abierto, con mayor implicación y protagonismo de sus usuarios, donde es posible crear páginas Web que se alimenten de contenidos multimedia que se pueden publicar, etiquetar, marcar, compartir y comentar (Polo, 2009), los videoblogs se instalan como una de las principales formas de construcción de discursos e intersubjetividad en este éter digital.

1.1 TUBES Y YOUTUBERS

También llamados *tubes*, los videoblogs se caracterizan por su estética amateur, por la credibilidad y afectividad entre productores o videobloggers y suscriptores, aspectos que priman sobre la calidad broadcast del contenido a diferencia de los medios tradicionales. Conceptos como prosumidor, transmedialidad (Sedeño Valdellós, 2011) y blogosfera se imponen para connotar un espacio de interacción entre personas de distintos lugares del mundo, formando redes a partir de intereses comunes, particularmente en producción de contenidos audiovisuales, (Mier y Porto-Renó, 2013) y posteriormente, de su reproducción, reconstrucción y difusión.

En este punto, el portal YouTube, el más representativo de Internet, ha cambiado los ritos de producción e intercambio de contenidos elaborados por aficionados; han surgido nuevas formas de consumo de contenidos, posibilidades de integrar diversos dispositivos tecnológicos, públicos segmentados que interactúan y distribuyen contenidos sin derechos de autor; cambiando las lógicas del mercado y comercialización de estos productos audiovisuales (Ruano, 2009).

1.2 TUBES LATINOAMERICANOS

En América latina, los diez *youtubers más populares sumaban casi cien millones de suscriptores* de los cuales cincuenta y tres millones correspondían a seguidores de los tres primeros de la lista: “holasoygerman”, “yuya” y “werevertumorro” (Seni y Mendoza, 2016).

En el caso de “holasoygerman”, predomina el monólogo de Germán, su protagonista, en su propia habitación, desde donde aborda temas muy diversos de los jóvenes latinoamericanos con su particular humor simple y directo basado en situaciones cotidianas, facilitando la identificación con el público. Las relaciones adolescentes, de pareja, la familia, la escuela, las fobias o adicciones son temas recurrentes en este videoblog. German Garmendia graba situaciones reales que le parecen graciosas en su teléfono celular y luego realiza un capítulo a partir de ese material y tema (González, 2013):

“El humor que hago en YouTube es bastante inocente. Siempre me ha gustado hacer reír a la gente burlándome de mí mismo, nunca de los demás. [...] La gracia de mis videos está en que hablo de cosas que le han pasado a todo el mundo. Soy un tipo normal y la gente se identifica con lo que cuento y se acuerdan de alguna cosa similar que les pasó a ellos”.

Lo que sí le permite tener una relevancia son sus vídeos en YouTube, al punto de que hoy día es el *youtuber* más visto de habla hispana y uno de los más populares del mundo. Con sus canales “HolaSoyGerman” y “JuegaGerman”, este carismático joven ha logrado tener 18 millones de suscriptores en la famosa red social de vídeos (Contacto, 2016).

En segundo lugar, Mariand Castrejón es una *tuber* o *videoblogger* mexicana, que creó y presenta el *tube* “yuya/lady16makeup”. En 2013 este canal de video, logró tres millones de suscriptores, y se convirtió en la mujer con más seguidores y en uno de los videoblogs más populares de América Latina, caracterizado por subir videotutoriales de ideas, manualidades y maquillaje, con un estilo propio, una voz rechinante y un toque de humor (Findingcrazy, 2013). Yuya presenta tutoriales de belleza, moda y decoración, igualmente en forma de monólogo. El carisma y espontaneidad de Mariand le han permitido ganar muchos seguidores.

En tercer lugar, Javier Talán es un mexicano que inició su carrera con la firma Rancho Studios en 2005. En 2010 conformó, junto a un grupo de blogueros, más de 25 canales de Youtube, pero el que más alcanzó popularidad fue “werevertumorro”, canal de videos creado por el bloguero Gabriel Montiel considerado en la actualidad el canal de videos número 20 en el mundo. “El formato de “Werevertumorro” es simple, frente a una cámara fija Montiel cuenta con un particular sentido del humor situaciones de su cotidianidad con ayuda de algunos colaboradores, entre ellos su hermano Carlos y sus amigos.” (El País, 2014). “Werevertumorro” presenta situaciones humorísticas, usualmente aquellas que suceden en la vida diaria como noviazgos, mejores amigos, aficiones, etc.

Analizando estos tres *youtubers* se encontró que la interacción entre el productor del contenido como enunciador del discurso y el suscriptor o enunciatario (Benveniste, 1999), presenta particularidades entre las que se resaltan por una parte, las expresiones codificadas que utilizan, el tono irreverente muchas veces transgresor y provocador, aspectos que le dan al lenguaje un carácter identitario propio de los jóvenes latinoamericanos; por otra parte, las temáticas de la cotidianidad de la juventud globalizada que abordan con humor tales como la cultura pop, la banalidad y la ridiculización del mundo adulto (Rincón, 2014); también son muy particulares sus narrativas y tratamiento de contenidos audiovisuales. Finalmente, llamó la atención sus prácticas, las *lógicas de acceso* y la interacción entre las mencionadas partes, particularmente los comentarios que los suscriptores hacen a los respectivos contenidos que los *youtubers* publican (Seni y Mendoza, 2016).

La interacción entre *youtubers* y suscriptores puede comprenderse como un proceso de enunciación de doble vía donde cualquier usuario de la red puede convertirse en emisor potencial (González y García, 2012). En esencia, los *videobloggers* o *youtubers* narran historias que exponen sus puntos de vista y utilizan particulares formas de lenguaje audiovisual estableciendo así una relación donde quien produce expone su subjetividad en cada capítulo que realiza y quienes le siguen en el canal responden a sus mensajes, compartiendo sus propias subjetividades (Pereira, 2005; Arango, 2009).

1.3 TUBES, INTERSUBJETIVIDAD Y FENOMENOLOGÍA

La subjetividad es la presencia del sujeto en el lenguaje, cualquiera que sea mientras da evidencia de su percepción del mundo. Y la intersubjetividad, el intercambio de subjetividades en el lenguaje. La intersubjetividad se puede concebir como forma de empatía desde el enfoque fenomenológico de Husserl, Ricoeur y Levinás. Así las cosas, ¿Cómo comprender las formas de intersubjetividad que surgen en la interacción enunciativa-enunciatarios que se producen en los *tubes* desde una mirada fenomenológica?

Para la fenomenología, toda conciencia, percepción, juicio y deseo recaen siempre en el objeto presenciado. Son fenómenos (Husserl, 1996). Se estudia la experiencia del yo en el mundo, los fenómenos parten de la percepción del sujeto, experiencia en la que interviene la conciencia y los sentidos, donde se interpreta la esencia del objeto o sujeto que se da ante la conciencia, siempre en una irrepetible condición, aislándolo de prejuicios — *epoche*— para hallar la certeza (un conocimiento o saber), no la verdad (el objeto mismo). En este sentido, la intersubjetividad es un problema fenomenológico, que se concibe como una relación que se presenta en el lenguaje, y sus expresiones —*índices, señales, gestualidades*— (Crespo, 2011).

1.4 EMPATÍA

En la intersubjetividad se considera al otro un análogo a mí mismo, un alter ego, otro yo que tiene mis cualidades, es humano, como lo son muchos más. Dicha relación debe sustentarse en la empatía, contemplación mediada que consiste en ponerse en el lugar del otro, no fingiendo ser otro, sino fingirse yo en el otro. Yo y mi comportamiento en las circunstancias del otro, comprendiendo incluso la dimensión corpórea del otro. (Rossi y Muñiz, 2012).

Empatía es un concepto traído de Husserl (Ricoeur, 2000) que representa la constitución del otro descifrando sus pensamientos, sentimientos y acciones como si fuera mi análogo y describirlos empíricamente. Es ponerse en su lugar. La empatía es una actitud natural que se da en el *lebenswelt*, el mundo cotidiano. Este mundo se refleja en el lenguaje, donde se comprende al sujeto y sus emotividades mientras participamos de objetos culturales sociales.

Mientras, para Levinás (1967), la empatía es un fenómeno ético pues se asume una responsabilidad con el otro, una actitud moral donde se llega a sentir compasión y expiación y la ternura hacia el prójimo mediante la relación en el lenguaje: una transferencia de sentimientos. Y aparece el tuteo, una huella epifánica que desde el lenguaje remite al pasado como una manifestación de la verdad, como espacio de aproximación y contacto.

2. HACIA UNA RUTA METODOLÓGICA

En el centro del análisis fenomenológico realizado y que describiremos a continuación están los conceptos de empatía y lenguaje. Para hallar las expresiones del lenguaje

audiovisual y lingüístico, básicamente los dos que hacen presencia en los *tubes*, develar sus sentidos empáticos e interpretarlos como percepciones de los sujetos que interactúan en estas plataformas tecnológicas, era necesario iniciar con la técnica de análisis de contenido. Pero también había que tener en cuenta que en los *tubes* la interacción es de doble vía pues el *youtuber*- enunciador- también tiene la posibilidad de convertirse en enunciatario cuando los suscriptores – enunciatarios- con sus comentarios y otras alternativas de la Web 2.0 pasan a ser enunciadores.

De otro lado, a partir de la revisión del estado del arte y de la fundamentación teórica formada del eje Husserl- Ricoeur- Levinás, se identificaron, además de las categorías lenguaje y empatía, subcategorías de la empatía como el otro como mi análogo, mundo cotidiano, ética y moral, tuteo y expresiones de expiación/compasión/ternura. Como elementos de análisis de la empatía se consideró la puesta en escena – el personaje, sus expresiones y sus gestualidades en el contexto- y las expresiones lingüísticas en el título del *tube*, el tema y contenido del capítulo, la descripción y cinco comentarios. También se consideraron los *me gusta*, los *no me gusta* y la cantidad de vistas del capítulo como elementos de interacción.

De los *tubes* o videoblogs más populares en América latina se extrajo un corpus conformado por un capítulo emitido en el portal YouTube de cada uno de los tres *tubes* con mayor número de suscriptores a 16 de mayo de 2016:

TUBE	SUSCRIPTORES
HOLASOYGERMAN	27,641,522
YUYA	14,516,578
WEREVERTUMORRO	11,497,167

Tabla 1. Tres *tubes* más populares de América latina, 2016: nombres y suscriptores. Fuente: Consulta directa de las páginas de los videoblogs citados.

Los capítulos analizados son:

- HolasoyGerman. La primera vez.
https://www.youtube.com/watch?v=oz0hdMkQ_9w
- Yuya. Qué tengo en mi celular?
<https://www.youtube.com/watch?v=aGriXCuV7lk>
- Werevertumorro. Súper Picachú Dragón Anime.
<https://www.youtube.com/watch?v=1X2IXGS-xRs>

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Teniendo en cuenta que la empatía es una actitud fenomenológica, esto es, trascender al otro desde mi experiencia frente a él para hallar su esencia y comprender su sentido en el mundo cotidiano (Husserl, 1996), que es también una actitud moral donde se asume una responsabilidad con el otro (Levinás, 1967) y que tanto la empatía como sus subjetividades afloran en el lenguaje (Ricoeur, 2000), podemos evidenciar la presencia de formas empáticas e interpretar sus sentidos en diversos aspectos formales de los videoblogs analizados.

La presencia del *otro* como mi análogo: se evidencia en la puesta en escena, desde la presencia corpórea de Germán, Yuya y Gabriel como analogía del cuerpo, como especie y como persona frente a sus rasgos de humanidad; en el uso de la primera persona al hablar para reconocerse como un *yo*; también en la identidad que refleja en su caracterización -un parecerse a sus suscriptores-.

Por su parte, la analogía entre sujetos que surge del tuteo, cuando el protagonista al decir *ustedes* sugiere al suscriptor un *nosotros*. El tuteo es otra forma de empatía, de acercamiento, que evoca la confianza que el sujeto da al otro y se evidenció en comentarios como “dame un like”, “tienes razón”, “no mames”.

Nuevamente el *yo* se instala en la autorreferenciación desde el nombre de videoblog: “holasoygerman” y “yuya”. El nombre propio reafirma su esencia como ser único, como sujeto análogo de mí- pues también tengo un nombre propio.

Otra forma de instalar el *yo* frente al otro se hace evidente en la descripción: Germán publica en su videoblog: “Mi otro canal: Juegagerman”, se interpreta como una invitación a vivir otro tipo de experiencia- juegos- otra forma de reconocer más cualidades esenciales de este ser análogo a mí.

La analogía también se presenta en la identidad que entre el *yo* y el *otro* surge desde el idioma y sus regionalismos, donde ambos tienen la certeza cultural desde el lenguaje: somos sujetos con un origen común. En este mismo sentido, “werevertumorro” utiliza un código deformado de la lengua inglesa (wherever tomorrow) y lo empático radica en el humor, en la posibilidad de burlarnos desde la identidad castellana, del patrimonio cultural de otros diferentes a nuestro origen común, no considerándolos análogos. Cabe señalar que la traducción “mañana donde sea” se interpreta como la posibilidad de tocar temas amplios, de desconocer límites y ejes temáticos.

Particularmente, en los comentarios también se evidencia la empatía con expresiones como “recuerdo la primera vez” o “si lo vi”, pues mientras reafirman la presencia de un *yo*, identifican al *youtuber* con el suscriptor trayendo al presente recuerdos comunes, hechos que están presentes en la memoria del *yo* y de los *otros*, la memoria colectiva.

La empatía en los “me gusta” y “no me gusta”: la votación de la gran mayoría es una forma de aceptación y por tanto la identidad del sujeto que percibe -*yo*- con el capítulo

presentado, es decir, con su contenido y sus representaciones. Puede interpretarse como la empatía de los suscriptores hacia el personaje de Germán, yuya o Gabriel, y las situaciones que plantean en los videos. Es decir, desde las experiencias y las vivencias del *yo* vividas por el *otro* que se representa viviendo la situación.

El mundo cotidiano *-lebenswelt-* se presenta en los temas que abordan los capítulos analizados: la primera vez, en referencia al tabú de la sexualidad en adolescentes; “¿qué hay en mi celular?” en referencia a este dispositivo tecnológico de gran interés entre la juventud; y “Picachú *Súper dragón anime*”, que se refiere a un popular programa de la televisión infantil que ha sobrevivido a una generación en América latina.

También la cotidianidad se evidencia en el rito de acceder con frecuencia a la web y a los videoblogs, lo que se ha convertido en una práctica social, cultural e identitaria principalmente entre los jóvenes. El número de vistas representa esta práctica cotidiana de los visitantes de reproducir el video publicado y la posibilidad de repetirlo, de suscribirse, de hacer un comentario y de formar parte de un grupo de otros análogos a mí, cuya identidad está en exponerse al mismo fenómeno y experimentar distintas vivencias.

Con respecto a la empatía como actitud ética y moral, juicios encontrados en las descripciones de los *tubes* como “dame un like”, “ayúdenme a pasar de nivel”, “si te gustó el video no olvides dejar tu like”, son invitaciones a asumir posturas morales y compromisos del *otro* hacia el *yo*.

De igual forma, comentarios como “tienes razón”, “nope” (no), “no mames” (no fastidies), “no te doy un like” o “bitch” (perra) también representan juicios que corresponden a una actitud moral del *yo* con la que se aproxima o se distancia de la del *otro*.

En cuanto a la evidencia de empatía en las expresiones de expiación, compasión o ternura se encontró que son de las más abundantes: en el nombre del *tube*, particularmente “holas-oygerman” reafirma además de un tiempo presente y un ahora (soy), la expresión “Hola” como un saludo, un presentarse para ser reconocido frente a mí como sujeto que percibo a ese *otro* (Germán) que se muestra inofensivo y cordial, muestra su esencia sociable y por tanto humana.

La empatía también se evidencia en la gestualidad representada principalmente en la sonrisa permanente de Germán, Yuya y Gabriel, gesto de no resistencia, como apertura y acercamiento a la relación y a la identidad y en este sentido la pantalla no se constituye en ventana sino en espejo que refleja al sujeto. Así mismo, el guiño del ojo que se observa en el cabezote animado de inicio del capítulo de Yuya, también se comprende como rasgo humanizante y social. Inclusive, el uso de signos lingüísticos- icónicos, como la combinación XD que representa un rostro que ríe con los ojos cerrados. Es en esencia el rostro del *yo* que sonríe al *otro* basado en la certeza de que en ese subcódigo su análogo interpretará el sentimiento en sentido unívoco.

También estos sentimientos empáticos se presentan en expresiones lingüísticas muy recurrentes en Yuya tales como “guapuras chiquitas y lindas/ espero que nos podamos conocer un poquito más cada día, ustedes cuéntenme y recomiéndenme cositas/ P.D.

Ayúdenme a pasar de nivel jaja”, las cuales constituyen un reconocer, desde una postura humilde de Yuya que percibe a sus análogas en su esencia corpórea y su belleza integral, mientras invita a fortalecer la relación, a compartir vivencias y además pide ayuda con cierta que siente cierto grado de compasión y vergüenza por hacer esa petición (onomatopeya de risa). La frase final “los quiero con mi alma” representa la ternura de Yuya como ser con posibilidad de amar a los otros.

En el caso de werevertumorro, la descripción “Gracias por entrar y si te gustó el video no olvides dejar tu Like y Suscribirte. Eso ayudaría mucho al canal. Checa este video: <https://www.youtube.com/watch?v=aiXTQ...>”, se interpreta como una actitud empática, donde el agradecimiento al *otro* expresa ternura, la invitación a dar un *like* y suscribiéndose puede comprenderse como forma de compasión, mientras explica el sentido de esa acción ayudaría mucho al canal.

4. CONCLUSIONES

Las diversas formas de interacción que le ofrece YouTube a la relación *youtuber*-suscriptores, definen distintas formas de empatía o la relación del *otro* análogo a *mí*. El lenguaje guarda su presencia, tanto en lo icónico, la puesta en escena, como en el código de la lengua. La autorreferenciación del *otro* como análogo a mí, la identidad que brinda la lengua común, la emotividad presente en la descripción, en los comentarios y en los “me gusta” o la sonrisa como gesto permanente de los *youtubers*, evidencian las afectividades que se tejen entre las partes, sea aproximándoles o distanciándoles. Por otra parte, tanto las temáticas abordadas en los *tubes* como algunos comentarios de suscriptores se refieren a vivencias y percepciones que del mundo cotidiano comparten suscriptores y *youtubers* como sujetos análogos.

El hecho mismo de suscribirse y seguir los contenidos de un *youtuber* representa la empatía entre las partes, a pesar de las críticas o halagos que hacen los suscriptores desde los comentarios o aún aquellas expresiones del lenguaje que evidencian diferencias en las subjetividades de quienes se suscriben a estos *tubes*.

La empatía que se produce en la interacción entre *youtuber* y suscriptores parece entonces moverse en un eje *lenguaje- identidad- afectividad* en dos sentidos, pero también se advierte la relación *suscriptor- suscriptor* y esta interacción se ve limitada por el lenguaje escrito desde los comentarios. Finalmente, cabe señalar el potencial que ofrecen los videoblogs o *tubes* como medio de fortalecimiento de relaciones afectivas entre los jóvenes y repensar su uso como espacio de intercambio de vivencias y percepciones entre sujetos intergeneracionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARANGO L., C. (2009). “Ideas para ir de la semiótica del signo a la semiótica del discurso en el texto audiovisual: Un mínimo itinerario nocional”. *Revista Luciérnaga Audiovisual* 2 (2), 51- 62.
- BENVENISTE, E. (1999). *Problemas de lingüística general II*. México: Editorial Siglo XXI.

- CRESPO S., M. (2011). "Edmund Husserl". en Fernández Labastida, F., Mercado, J. (ed), *Philosophica: Enciclopedia filosófica on line*. [Consultado el día 30 de mayo de 2016] en: <http://www.philosophica.info/archivo/2011/voces/husserl/Husserl.html>
- GONZÁLEZ E., J.; GARCÍA A., J. (2012). "Convergencia multiplataforma en medios audiovisual: el caso de Telecinco". En Alcudia Borreguero, M.; Legorburu Hortelano, J. y Barceló Ugarte, T. (ed.). *Convergencia de Medios. Nuevos desafíos para una comunicación global*. 125-126. Madrid: Fundación Univ. San Pablo.
- HUSSERL, E. (1996) *Meditaciones cartesianas*. México. Fondo de cultura económica.
- LEVINÁS, E. (1967) *Descubriendo la existencia en Husserl y Heidegger*. Madrid. Editorial Síntesis.
- MIER, C.; PORTO-RENÓ, D. (2009). "Blogosfera y YouTube como espacios para la exhibición de productos audiovisuales interactivos". *Revista Palabra Clave* 12 (2). Bogotá. Unisabana.
- PEREIRA V., A. (2005). "De la teoría general de la enunciación a la enunciación televisiva." *Conexão – Comunicação e Cultura* 4 (8), 101-116.
- POLO SERRANO, D. (2009). "La filosofía 2.0 y la explosión audiovisual en Internet". *Razón y Palabra* 14 (70), 1-17. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. México [Consultado el día 7 de marzo de 2016] En: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520478046>
- RICOEUR, P. (2000) *Del Texto a la Acción*. México. Fondo De Cultura Económica.
- RINCÓN, O. (2014). "La anti-TV: YouTube / El otro lado." *El Tiempo*. Bogotá, Colombia. 7 de diciembre de 2014. [Consultado el 7 de diciembre de 2014] de: <http://www.eltiempo.com/entretenimiento/cine-y-tv/la-anti-tv-youtube-el-otro-lado-mar-rincon/14943862>
- RUANO, S. (2009) "Internet y la telefonía móvil nuevos soportes para distribuir contenidos audiovisuales." *Razón y Palabra* 14 (68). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. México. [Consultado el día 8 de abril de 2016] En: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520297025>
- SEDEÑO VALDELLÓS, A. (2011). "Cine y medios audiovisuales ante la globalización." *Revista Encuentros* 10 (1). 11-20.
- SENI, G.; MENDOZA, M. (2016). "Elementos de la enunciación en los videoblogs o *tubes*." Universidad del Zulia.
- ROSSI, M.; MUNIZ, M. (2012). "Hermenéuticas de la intersubjetividad en Hegel y Husserl". *Revista Eletrônica Estudos Hegelianos*. 9 (16), 67-93. Consultado el día 28 de mayo de 2016] en: http://www.hegelbrasil.org/Reh_16_05.pdf

FUENTES DE INTERNET:

- CONTACTO (2016). *HolaSoyGerman...*, el YouTuber *Más Popular de Habla Hispana*. En: <http://www.contactomagazine.com/articulos/holasoygerman-0614.htm#.Vp2XuZp97IU>
- EL PAÍS (2014). El rey del videoblog mexicano lucha por su existencia. En: https://elpais.com/elpais/2014/04/04/gente/1396578768_888871.html
- Findingcrazy (2013). *Ladymakeup-yuya*. En: <https://findingcrazy.wordpress.com/2013/11/18/ladymakeup-16-yuya/>
- GONZÁLEZ, J. (2013). "Germán Garmendia: el chileno que arrasa en internet con su humor de lo cotidiano." *BBC Mundo*. En: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/08/130815_cultura_youtube_german_garmendia_exito_monologos_jg.shtml
- HolasoyGerman. Capítulo: La primera vez. En: https://www.youtube.com/watch?v=oz0hdMkQ_9w
- Informe21. (2015). *Entrevista a German Garmendia*. En: <http://informe21.com/arte-y-espectaculos/hola-soy-german-el-chileno-que-arrasa-en-internet>
- Yuya. Capítulo: Qué tengo en mi celular? En: <https://www.youtube.com/watch?v=aGriXCuV7lk>
- Werevertumorro. Capítulo: Súper Picachú Dragón Anime. En: <https://www.youtube.com/watch?v=1X2IXGS-xRs>

