

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE LETRAS**



TEMA

ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO AL VIDEO DE LA YOUTUBER KIKA NIETO, EN RELACIÓN A LA TEMÁTICA “VIRGEN HASTA EL MATRIMONIO VS SEXO ANTES DEL MATRIMONIO”

INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN “ANÁLISIS DEL DISCURSO” PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIADA EN LETRAS

PRESENTADO POR:

CARNET:

BR. XENIA ELIZABETH MOLINA AGUILAR

MA15032

BR. MILENA YAMILET RODRÍGUEZ LÓPEZ

RL15031

LICENCIADO: FREDIS ATILIO GONZÁLEZ GONZÁLEZ

DOCENTE ASESOR DE TRABAJO DE GRADO

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, (NOVIEMBRE, 2021)

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR/A
MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICERRECTOR/A ACADÉMICO/A
PhD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICERRECTOR/A ADMINISTRATIVO/A
ING. JUAN ROSA QUINTANILLA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO/A
MSC. OSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

VICEDECANO/A
LICENCIADA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

SECRETARIO/A DE LA FACULTAD
MAESTRO JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE LETRAS

JEFE DEL DEPARTAMENTO
DOCTOR JOSÉ LUIS ESCAMILLA RIVERA

COORDINADOR/A DE LOS PROCESOS DE GRADO
SIGFREDO ULLOA SAAVEDRA

DOCENTE ASESOR DEL PROCESO DE GRADO
LICENCIADO FREDIS ATILIO GONZÁLEZ GONZÁLEZ

Índice

| | |
|---|----|
| Resumen | v |
| Introducción | vi |
| Perfil de la investigación | 7 |
| Planteamiento del problema | 8 |
| Estado de la cuestión | 8 |
| Situación problemática | 9 |
| Enunciado del problema | 10 |
| Justificación | 10 |
| Objetivos | 11 |
| Objetivo general | 11 |
| Objetivos específicos | 11 |
| Marco histórico | 12 |
| Antecedentes del discurso | 12 |
| Estudios y enfoques de los estudios críticos del discurso | 13 |
| Historia de la creación de Youtube | 14 |
| Marco teórico | 16 |
| Aportes del ACD y propuesta ideológica de Van Dijk | 16 |
| Principios teóricos del análisis crítico del discurso de Norman Fairclough ... | 19 |
| Estrategias discursivas y su clasificación | 22 |
| Marco conceptual | 26 |
| Discurso | 26 |
| Poder | 27 |
| Creencia | 27 |
| Ideología | 27 |
| Plataformas Digitales | 27 |
| Estrategia | 28 |
| Estrategias discursivas | 28 |
| Análisis del discurso | 28 |

| | |
|---|----|
| Análisis crítico del discurso | 29 |
| Contexto | 29 |
| Lenguaje | 29 |
| Comunicación | 30 |
| Matrimonio | 30 |
| Virginidad | 30 |
| Sexualidad | 31 |
| Evento comunicativo | 31 |
| Persuasión | 32 |
| Metodología | 32 |
| Análisis de los datos | 33 |
| Conclusión | 51 |
| Estructura capitular tentativa | 52 |
| Cronograma de actividades | 54 |
| Referencias | 55 |

Resumen

La presente investigación está centrada en el análisis del discurso, que se presenta en un medio de comunicación muy conocido como es “youtube”, así mismo este medio es una nueva forma de transmitir y comunicar un enunciado o determinado tema. Por medio de esta plataforma digital la youtuber Kika Nieto y sus participantes expresan sus ideas, opiniones, perspectivas, creencias, posturas religiosas, puntos de vista profesionales, experiencias propias ante la temática y sus interrogantes. Es a partir de ello, que se realizó un estudio de manera profunda para identificar las estrategias discursivas presentes en el discurso, demostrando sus características y la finalidad interaccional con la que son expuestas. De igual forma, se especifican los recursos de persuasión utilizados en el discurso, los cuales se presentan de manera detallada para explicar si son elementos de motivación, para convencer, persuadir al lector u oyente, o si el discurso pretende contribuir a una discusión crítica sobre un tema de interés.

Introducción

El desarrollo de los medios digitales ha generado un cambio global, creando variaciones en el modo de comunicarnos, relacionarnos y percibir la realidad. Claro ejemplo de ello es la plataforma digital de Youtube, un medio masivo de alto impacto, transmisor de diversos contenidos que son consumidos desde niños hasta padres de familia. Los creadores de contenido son mejor conocidos como youtubers, los cuales causan gran influencia en los pensamientos del receptor.

Para el presente trabajo se toma en cuenta el tema: Análisis crítico del discurso al video de la youtuber Kika Nieto en relación a la temática “Virgen hasta el matrimonio vs sexo antes del matrimonio”.

Primeramente, se establecen los estudios y avances que se han tenido en esta línea de investigación, se hace la delimitación y los objetivos a cumplir.

Posteriormente, se presentan las bases teóricas, tanto históricas (antecedentes del discurso, enfoques de los estudios críticos de discurso, historia de la creación de Youtube) como teóricas. Para ello, se presentan los aportes de diversos teóricos en cuanto al análisis crítico del discurso, las estrategias discursivas y los recursos de persuasión presentes en el discurso. Por último, se presenta el análisis de los datos, donde se hace la confrontación de los hallazgos con la teoría y a su vez el cumplimiento de los objetivos planteados.

Perfil de la investigación

El presente trabajo analizará el discurso de Erika Nieto y sus participantes en el video de youtube que se titula: **“Virgen hasta el matrimonio vs Sexo antes del matrimonio”**. El video que analizaremos está constituido en dos partes. La primera fue publicada el 25 de febrero del 2021 y tiene una duración de 36 minutos con 20 segundos; la segunda fue publicada el 28 de febrero del 2021 con una duración de 37 minutos y 57 segundos; dentro de este hay invitados del medio digital de youtube y son los siguientes:

Thomas Ávila Corson. Es un joven de 25 años de nacionalidad colombiana, forma parte de una iglesia cristiana. Pertenece al ministerio de niños y jóvenes, ha impartido predicas en un canal de youtube que se titula *“El lugar de su presencia”* que tiene 2 M de suscriptores.

Mariapaula Romero. Es una joven de 28 años de nacionalidad colombiana. Es periodista, comunicadora social, tiene un canal de youtube junto a Mauro Martínez que se titula *“Paulis & Mauro”* y posee un total de 48,100 suscriptores.

Mauro Martínez. Se dedica a la música, tiene 37 años es de nacionalidad colombiana. Es pareja de MariaPaula Romero ambos tienen un canal de youtube que se titula *“Paulis & Mauro”* con un total de 48,100 suscriptores.

Itiel Arroyo. Es ingeniero informático, predicador, autor y mentor cristiano. Dedicado a la pastoral juvenil de nacionalidad española, posee un canal de youtube titulado *“Itiel Arroyo”* con un total de 596,000 suscriptores.

Alejandra Omaña. Periodista, escritora, actriz porno, con el pseudónimo de Amaranta Hank de nacionalidad colombiana.

Omar Vásquez. Actor, periodista, activista por los derechos LGBTIQ+, de nacionalidad colombiana. Posee un canal de youtube con el título de *“Soy omarvasquez”*, con un total de 55,900 suscriptores.

Kari Clewett. Psicóloga, sexóloga y terapeuta de parejas, tiene un canal de youtube titulado “*Kari Clewett*” y cuenta con un total de 467 suscriptores.

Aida Victoria. Posee conocimiento en derecho y psicología, Aida Victoria Merlano logró reconocimiento en redes sociales luego de que su mamá, la excongresista Aida Merlano, lograra fugarse de la cárcel para luego comparecer ante la justicia desde Venezuela, aunque aún se encuentra prófuga de las autoridades colombianas, Aida posee un canal de youtube con el nombre de “Aida Victoria Merlano” con un total de 3,470 suscriptores.

Kika Nieto. Erika Nieto Márquez, mejor conocida en internet como Kika Nieto, es una youtuber de nacionalidad colombiana, reconocida por ser una de las creadoras de contenido más populares de su país, con 7.94 millones de suscriptores. Tiene 28 años.

Planteamiento del problema

Estado de la cuestión

El discurso según Van Dijk, es un acontecimiento comunicativo, e incluye en él la interacción conversacional, el texto escrito y también los gestos asociados, la mímica, la disposición tipográfica, las imágenes y cualquier otra dimensión «semiótica» o multimedia del significado.

El discurso es un texto constituido por una oración o por una secuencia de oraciones relacionadas que forman un conjunto coherente entre ellas. Puede contar una historia, describir una escena, dar instrucciones, etcétera. El estudio del discurso posee diversas definiciones y perspectivas según diversos teóricos.

Los discursos desarrollados en las plataformas digitales como Youtube han creado nuevas formas de comunicación. Proporcionando de esta manera

nuevos formatos discursivos, sin embargo, en la actualidad los análisis críticos del discurso en este medio son escasos. En la bibliografía consultada se encontró un corpus de algunas categorías y aplicaciones en relación al análisis del discurso, dentro de los trabajos están los siguientes:

- ❖ Análisis del discurso del canal de youtube “La Pulla” (2017), realizado por Cristhian Camilo Montenegro Bernal y Andrés Camilo Muñoz Barboza. Bogotá, D.C. Colombia.
- ❖ Análisis del discurso del canal de youtube, #HOLASOYDANNY, entre enero y octubre de 2017 como medio para ilustrar los escándalos políticos de corrupción en Colombia a partir de la sátira. (2018), realizado por Julián David Cárdenas Salazar y Diego Fernando Rey Arango, proyecto de grado para optar al título de comunicador social y periodista.
- ❖ Análisis del discurso y del entorno digital de los youtubers políticos, Daniel Samper Ospino y La Pulla y su influencia en la construcción de opinión pública: Caso Iván Duque (2020), realizado por Juan Camilo Guzmán Calambás, proyecto de grado para optar al título de comunicador social, periodista.

Situación problemática

La plataforma digital de youtube fue creada en el año 2005 con el fin de transmitir todo tipo de contenido, desde informativos hasta de entretenimiento. Este medio de comunicación con el paso del tiempo ha permitido la creación de nuevos canales por personas de todo el mundo, creando así una variedad de percepciones por parte de los suscriptores. Así pues, se da un cambio masivo en la forma de transmitir un discurso, un evento comunicativo el cual viene a romper el esquema tradicional.

Como dice Pardo Abril (2007). La transformación relacional que proponen las nuevas tecnologías de la comunicación comienza con la puesta en entredicho de los rasgos definitorios de los seres humanos: el sexo, la raza, la condición social, entre otros, que son decantados en la conversación mediante la observación de la situación comunicativa e indicios de diferente índole.

Estas nuevas variaciones, innovaciones en la comunicación como la plataforma de youtube han generado que personas de todas las edades se interesen en este medio, por la forma en cómo se transmite la información y el modo de comunicar cualquier situación, contexto, aspecto, etcétera. El problema radica en que, pese a la masificación de estos nuevos medios de comunicación, no se le ha dado el interés, el énfasis en estudiarlos con mayor amplitud. De modo que, los análisis críticos del discurso son escasos y se debe suplir esa carencia.

Los análisis críticos del discurso en los medios digitales nos permiten interpretar el discurso que utilizan los youtubers, las estrategias discursivas que emplean, el tipo de ideología que presentan, el poder de su discurso ante su audiencia, la presencia de sus creencias, etcétera.

Enunciado del problema

¿Cuáles son las estrategias discursivas que se presentan en este evento comunicativo y qué recursos de persuasión utilizan para llegar a su audiencia?

Justificación

En la última década se ha vuelto vital analizar temas que generan interés, con la finalidad de conocer los cambios estéticos, formales y/o de fondo en las nuevas producciones de la era digital. En relación a ello, la plataforma digital

de Youtube es un medio esencial para comprender la transformación cultural de las sociedades globalizadas. Además, para contribuir en el campo de la comunicación y tener una perspectiva al momento de construir el análisis del discurso, ya que este tipo de canales generan efecto en la opinión de la audiencia.

Youtube ha generado una gran influencia en la población que va desde niños hasta adultos, quienes consumen diversos tipos de contenidos por un largo tiempo, creando impacto e interacción a través de una pantalla. Otro ámbito que se acopló a la modalidad virtual es la educación, y la forma de recolectar la información. Por tanto, es necesario identificar los recursos persuasivos y las estrategias que los influenciadores exponen detrás de la información presentada. Es por eso vital realizar un análisis que permita establecer lo que se está creando en canales con gran número de seguidores.

Este trabajo pretende analizar la temática ya antes mencionada para despertar el interés que se presenta en el contenido y cómo se puede dar una explicación con el acompañamiento de las teorías. Pues de esta forma se puede identificar la influencia o el poder que ejercen los youtubers ante su audiencia en general.

Objetivos

Objetivo general. Aplicar el análisis crítico del discurso al video de la youtuber Kika Nieto, en relación a la temática virgen hasta el matrimonio vs sexo antes del matrimonio

Objetivos específicos

- ❖ Identificar las estrategias discursivas que predominan en el discurso de la influenciadora Kika Nieto y sus participantes.
- ❖ Especificar cuáles son los recursos de persuasión que utilizan en el discurso.

Marco histórico

Antecedentes del discurso

Históricamente el análisis del discurso según Van Dijk surge independiente o integrado, de modo que explora el conjunto de expresiones verbales, los procesos de conocimiento, las estructuras sociales y la cultura.

En relación al discurso se destacan los siguientes: el discurso cognitivista se caracteriza por equilibrar el acto del lenguaje cuando se produce y básicamente comprende la acción que se está llevando a cabo, el discurso mentalista permite dar cuenta de las estructuras mentales y las estructuras lingüísticas desentrañando el proceso cognitivo, y por último se cuenta con el proceso inferencial, este ha sido un trabajo reciente, el cual identifica la capacidad del ser humano para analizar figuras retóricas entre los enunciados.

En términos generales, el discurso es una secuencia de acciones organizadas lógicamente, en la delimitación de su definición es importante aclarar algunas nociones relacionadas. Una de ellas es su carácter verbal o no verbal; en el primer caso, se entiende como producto de los actos verbales, los cuales incluyen niveles de uso oral o escrito y, en el segundo caso, atiende aquellas expresiones portadoras de significado que apropian códigos no verbales como la línea, el color, el movimiento o los sonidos. Otra noción es su carácter interactivo-comunicativo, en el que se impone, por una parte, la construcción e interpretación colectiva de significados y, por otra, el reconocimiento del interlocutor. Y la noción de contexto, que es propuesta como el conjunto de factores espacio temporales y sociocognitivos que determinan el significado de lo expresado discursivamente. (Van Dijk 2000, p. 41, 42)

De la definición anterior es importante identificar tres aspectos, en primer lugar, es necesario determinar qué sentido se le da al discurso, el segundo, como este es comprendido y el último cómo es identificado. Resulta interesante

cómo el carácter verbal y no verbal son indispensables en el discurso porque los podemos encontrar en todo tipo de expresiones formales y no formales, pueden ser cortos, o más o menos extensos, además pueden estar en un discurso político o simplemente en una fiesta.

Hay distintas opiniones sobre el discurso; este es el caso de suponer si el modelo de la conversación es de tipo pregunta-respuesta, cuyas principales características son: la relación sujeto-sujeto de la conversación, la comunidad de prejuicios sustentadores del contenido presentes en la anticipación de sentido, y en el hecho de ser algo dado. (Gadamer, 2000, 2001, p.26) como mencionó Gadamer anteriormente presume que la conversación es la mediadora entre la subjetividad y que está estructurada simbólicamente.

Otro dato importante es entender el estudio de la Escuela de Fráncfort, en la cual su principal postulado sobre el discurso es establecido como un conjunto de enunciados que dependen de un mismo sistema de formación, esto quiere decir que los postulados sí se consideran como discurso, y se clasifican como discursos clínicos, discursos económicos, entre otros.

Estudios y enfoques de los estudios críticos del discurso

Para ser más precisos, los ECD estudian las propiedades del discurso y la cognición desde dimensiones como el contexto; se trata de establecer cómo ciertos grupos sociales acceden de manera privilegiada a los recursos simbólicos y materiales; esto para circular en una comunidad sus discursos dependiendo del interés los mismos. Entonces, en el discurso se constituye así en un recurso simbólico que se produce y reproduce para orientar y controlar la acción social, en beneficio de minorías económica y culturalmente poderosas (Van Dijk, 2011).

El enfoque político tiene como objetivo interpretar cómo se implementan las estrategias y los mecanismos de poder en la sociedad; estos son ejecutados por élites políticas con el fin de mantener su *status quo*.

Historia de la creación de Youtube

Youtube se ha convertido en una herramienta común, útil e indispensable para la sociedad. Esta plataforma digital es muy reconocida y cada día millones de personas acceden a ella. La variedad y la oferta que ofrece Youtube es amplia y accesible para las personas. Este medio tiene alrededor de 15 años desde su creación, pero es importante saber ¿Quién lo creó? ¿Cómo surgió la idea del primer video?, entre otras.

¿Cuál fue el primer video que se subió a YouTube?

Con relación a esta interrogante Alcalá (2021), menciona que:

YouTube fue creado en 2005 por tres jóvenes que se conocieron mientras trabajaban en PayPal¹: Steve Chen, Chad Hurley y Jawed Karim. Solo un año más tarde, esta plataforma fue vendida a Google Inc. por 1.650 millones de dólares. En mayo de 2006, YouTube ya había alcanzado los 2.000 millones de visualizaciones por día y se había posicionado en el número 10 de los sitios web más visitados en Estados Unidos.

Según cuentan los fundadores, la idea de YouTube surgió en una cena mientras hablaban sobre cómo podían compartir los vídeos de una fiesta, pues eran demasiado pesados para compartirlos por correo. Así, surge la idea de crear un sitio web donde poder compartir y ver vídeos.

¹ PayPal Holdings, Inc. Es una empresa estadounidense de alcance mundial que opera un sistema de pagos en línea que soporta transferencias de dinero entre usuarios y sirve como una alternativa electrónica a los métodos de pago tradicionales como cheques y giros postales.

A continuación, se describen a los tres jóvenes que fueron los fundadores de la plataforma digital de Youtube.

- Steve Chen es cofundador y director técnico de YouTube. Antes del lanzamiento de Youtube, Chen trabajó desde muy joven para Facebook, y también para PayPal, donde conoció a los otros dos fundadores. En 2006 fue nombrado por Business 2.0 como una de “Las cincuenta personas que importan hoy” en negocios.
- Chad Hurley es cofundador y uno de los gerentes de YouTube. En 2010 presentó su dimisión como director ejecutivo de la plataforma.
- Jawed Karim es cofundador de YouTube y el autor y protagonista del primer vídeo publicado en esta página web: “Me at the zoo”. En el momento de la creación de la plataforma, Jawed Karin era el más joven de los tres creadores, tenía solo 26 años. Más tarde, optó por la participación a jornada completa y actuó como consejero en YouTube. (Alcalá, 2021),

Actualmente Youtube posee un éxito muy grande; es utilizado en diversas partes del mundo. Además, se puede destacar que en el año 2006 recibió el premio al “Invento del año” que otorga la revista Time. Desde su creación hasta el día de hoy esta plataforma ha incorporado mejoras y nuevas novedades que lo han ayudado a escalar en gran medida. Por este medio diversas personas, empresas, instituciones se han dado a conocer al punto de formar una fuente de trabajo.

Por otro lado, es importante mencionar que la plataforma de Youtube posee ciertos términos y condiciones para su servicio que se puso en vigor el 1 de junio de 2021, algunos de ellos son:

El Servicio te ofrece la posibilidad de descubrir, ver y compartir vídeos y otros contenidos. Es un lugar en el que los usuarios pueden conectar

con otros, informarse sobre los temas que les interesan e inspirar a personas de todo el planeta. Además, sirve como plataforma de distribución tanto para creadores de contenido original como para anunciantes grandes y pequeños. (Youtube, 2021)

El servicio de Youtube posee Normas y políticas generales, que incluyen la seguridad y los derechos del autor, así mismo tienen un contrato específico que dispone de ciertas cláusulas, para todos aquellos que se dedican a compartir videos en esta plataforma.

Se establece que la edad mínima para usar el servicio de Youtube debe ser para los mayores de 14 años, en caso que sean menores de edad solo pueden usar el servicio y Youtube Kids, donde sean observados por personas responsables. En el caso de ser mayores de 18 años, deben poseer el permiso de su familiar responsable y así poder usar el servicio (Youtube, 2021).

Marco teórico

Aportes del ACD y propuesta ideológica de Van Dijk

Con el transcurso del tiempo los aportes del ACD han tenido diversos estudios, perspectivas que nos llevan a conocer, interpretar y realizar un análisis crítico del discurso más a detalle. Para ello, en principio, es relevante mencionar el planteamiento de Van Dijk (2000a), el análisis del discurso surge de modo independiente o integrado cuando se explora el conjunto de expresiones verbales, los procesos de conocimiento y las maneras como las culturas o los grupos apropian, crean o reproducen discursos.

En este sentido, el estudio del discurso adopta diversas perspectivas, al igual que la formulación de distintos tipos de estudios discursivos, ya sea que se enfoquen en las estructuras, el uso de la lengua, los niveles del discurso, las expresiones, el abordaje epistemológico entre otras. Todo esto nos lleva a tres

áreas investigativas: investigación comunicativo-formalista, investigación sociocognitiva culturalista y la investigación sociocognitiva. Según Van Dijk (2000b) es similar a la tríada investigativa, es decir: discurso, cognición y sociedad.

Siguiendo la perspectiva de Van Dijk (1993), los ECD adoptan una posición frente a los datos que se analizan para enmarcarlos en perspectiva históricosocial, cognitiva y lingüística con miras a generar conciencia sobre un espacio sociocultural; esto implica que el ECD es creador de conciencia, reflexivo y se asume desde perspectivas intersubjetivas. En este sentido, el ECD busca descifrar las ideologías, así como las formas y los procesos sociales de circulación simbólica del poder en el mundo social, a partir del reconocimiento del carácter consensuado de los discursos, de las diferencias discursivas y de sus usos tapizados por los ejercicios de poder.

A partir de esto, se debe remarcar la tríada que establece Van Dijk: discurso, cognición y sociedad, ya que para los ECD es una guía fundamental porque a partir de ello se pueden evidenciar diversos aspectos como: la forma que un grupo específico ejerce el poder, las formas de dominación, entre otras.

Los ECD, al relacionar cognición, discurso y sociedad, estudian el discurso y la reproducción de la dominación y la desigualdad, examinando el papel de las representaciones en las mentes de quienes participan en la interacción comunicativa. Teóricamente, Van Dijk (1999) muestra que las formas de dominación desde el discurso determinan crucialmente qué es aquello que se constituye como conocimiento social.

Dentro de un discurso hay un elemento que se debe tomar en cuenta: el contexto, más que en su plano local o inmediato, se relaciona con la memoria

episódica y la reconstrucción sociocognitiva del acto comunicativo, así como con las estructuras globales de las construcciones culturales, sociales y políticas que se encuentran organizadas en las representaciones mentales y sociales de una comunidad (Van Dijk, 2003). Los contextos son importantes, así como la cognición social que brinda y aporta la explicación del sentido de un discurso, de igual forma permite identificar un conjunto de conocimientos, actitudes, normas, ideologías, valores sociales que representan a un grupo.

Por otra parte, la reproducción de las formas de dominación incluye diferentes modos de relaciones de poder, los cuales se dan en el discurso de manera más o menos directa mediante formas de representación, fenómenos socioculturales de ocultamiento y naturalización y, en general, fenómenos sociopolíticos de inclusión y exclusión, que pueden ser rastreados a través de estrategias de segmentación, integración, ambivalencia, elisión, reordenamiento, sustitución, persuasión, negociación y acusación-justificación, entre otras.

Van Dijk, establece un cuadro ideológico como clasificación de las estrategias discursivas que más adelante se detalla acerca de este tema en específico.

Ideológicas:

| | |
|---|---|
| (Cuadro ideológico de Van Dijk) Énfasis aspectos positivos NOSOTROS | Énfasis aspectos negativos ELLOS |
| | |
| Aspectos negativos atenuados NOSOTROS | Aspectos positivos atenuados ELLOS |
| | |

T. Van Dijk (2003) afirma que la estrategia básica de todo discurso ideológico consiste en: hablar de nuestros aspectos positivos; hablar de sus aspectos negativos.

Este tipo de estrategia de autopresentación positiva y presentación negativa del otro se consume con los significados contrarios de la siguiente manera: no hablar de nuestros aspectos negativos; no hablar de sus aspectos positivos.

A partir de esta estrategia general postula su cuadrado ideológico aplicable al análisis de todas las estructuras de un discurso: poner énfasis en nuestros aspectos positivos; poner énfasis en sus aspectos negativos; quitar énfasis de nuestros aspectos negativos; quitar énfasis de sus aspectos positivos.

Es decir, mediante la polarización nosotros/ellos, efectuada a través de las estrategias de presentación positiva de nosotros y de presentación negativa de los otros brinda diferentes categorías que permiten evidenciar el modo en que intervienen las ideologías en un discurso (Maldonado, 2009)

Principios teóricos del análisis crítico del discurso de Norman Fairclough

Desde otro punto de vista, Norman Fairclough (1989, 2001, 2003) construye uno de los antecedentes de los ECD con perspectiva transdisciplinar, en el que incluye elementos de la lingüística funcional sistémica (Halliday, 1973) y el análisis crítico del discurso es formulado como un puente entre los análisis lingüísticos y los análisis sociales. Los principales aportes, en esta perspectiva, tienen que ver con las nociones de interdiscursividad y la categoría de orden del discurso, en las que se sustenta la existencia de niveles de abstracción y concreción en el discurso. Estos niveles son, en primer lugar, las estructuras y eventos sociales mediados por las prácticas sociales y, en segundo lugar,

las estructuras semióticas y los textos mediados por el orden del discurso como momento semiótico de las prácticas sociales.

Continuando se establece que los ECD poseen ciertos ámbitos que incluyen espacios sociales y discursivos que el ser humano atribuye por ser parte de un grupo o cultura. Dentro de los ámbitos están los siguientes: ámbito laboral, ámbito de la vida pública y el ámbito de la vida privada.

- En el ámbito de lo laboral, los ECD convocados a dar cuenta del papel del lenguaje en la nueva división del trabajo y la reestructuración de las clases sociales. Se hace prioritario identificar las consecuencias de que los discursos sociales se conviertan en mercancía, en el marco de un mundo comunicado con tecnología informacional capaz de manipular grandes volúmenes de información y penetrar todas las prácticas comunicativas.
- En el ámbito de la vida pública, Fairclough parte de la globalización para señalar que los nuevos espacios sociodiscursivos implican una permanente negociación de la diferencia, en tanto que el sentido del espacio público en un mundo cada vez más universalizado abarca las luchas por el dominio desarrolladas por discursos múltiples y diversos. Así, los ECD están comprometidos con la comprensión de las formas de construcción del espacio público, las luchas por su apropiación y la participación en su constitución.
- En el ámbito de la vida privada, se reconoce que los seres humanos se enfrentan cada vez más con el hecho de que el trabajo y la vida pública invaden y colonizan todo aquello que esta privilegiadamente centrado en el yo-íntimo. En esta perspectiva, los ECD exploran la constitución de lo público y lo privado en la configuración de las nuevas formas de

ser de lo social para explicar la función de estas transformaciones en la vida de las personas y los grupos.

Entre los focos identificados por Fairclough para su proyecto de análisis crítico del discurso, se encuentra el estudio de las relaciones sociales, las representaciones sociales y las identidades. Desde su punto de vista, estos núcleos articulan los procesos sociales y discursivos en tanto que transcurren, se negocian, se construyen y se transforman en y tras el discurso y, en consecuencia, su análisis está centrado en los procesos que le son inherentes.

El conjunto interconectado de prácticas sociales, ubicado temporalmente, constituye lo que Fairclough (2003) denomina el orden del discurso, es decir, la articulación y amalgamamiento concreto de los géneros, los discursos y los estilos, anclados en la tradición discursiva de una sociedad que son actualizados en un texto específico. Esto implica, de una parte, dar cuenta del conjunto de rasgos lingüísticos y no lingüísticos inherentes al texto y, de otra, indagar la manera particular como el texto se hace productivo en la práctica social puntual en la que se actualiza. De esta forma, un hecho textual procede de la hibridación resignificada en el orden discursivo y en las prácticas sociales. A este procedimiento hace referencia el análisis interdiscursivo de texto.

El programa de los ECD propuesto por Fairclough, al rescatar el carácter eminentemente semiótico del discurso y, en particular, su carácter lingüístico, ubica los estudios del discurso más allá de un ejercicio disciplinar para desentrañar las luchas de poder, que se instauran en distintos ámbitos y horizontes de la sociedad.

Estrategias discursivas y su clasificación

En el discurso podemos identificar y clasificar las estrategias discursivas que utiliza el emisor con la finalidad de refutar o hacer creer a su audiencia lo que dice, para ser más específicos Salvio Martín Menéndez, investigador del Conicet y profesor de las Universidades Nacionales de Buenos Aires y Mar de Plata, nos ofrecerá una caracterización integral al expresar que: Una estrategia discursiva es un plan que un hablante lleva a cabo con un fin determinado en función de la situación interactiva en la que se encuentra. Su conformación depende de la combinación de recursos gramaticales y pragmáticos. El estudio de los recursos gramaticales depende del análisis textual. El de los pragmáticos, de cómo se inscribe el sujeto en una situación particular, es decir, del análisis discursivo. Describir esta combinación de recursos es dar cuenta de una planificación discursiva particular. (Menéndez, 2000: 923-946)

Las estrategias discursivas son las distintas herramientas lingüísticas que utiliza un emisor o hablante para lograr la atención de un público receptor en el contexto en que se transmite el mensaje. En otras palabras, estos recursos del lenguaje son estrategias que se emplean con la finalidad de causar reacción. (Ortiz, 2020)

Por otro lado, Helena Calsamiglia Blancafort y Amparo Tusón Valls, en el ya clásico *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso* (2002 (1999)), denominan a las estrategias argumentativas “procedimientos retóricos” o “recursos expresivos”, a los que caracterizan como:

Modos decir o expresar que tiene como finalidad resultar atractivos para los interlocutores. Bien sean expresados espontáneamente en la vida cotidiana, bien sean construidos conscientemente por escritores u oradores, los modos de decir son resultados de la creación y la imaginación aplicadas al uso lingüístico, de tal modo que ocupan el

espacio estético y lúdico de la actividad verbal. Los enunciados producidos con el ánimo de atraer la atención de la audiencia acentúan su fuerza ilocutiva y su efecto perlocutivo, ya que en ellos se manifiesta la intención de mover hacia la acción conmover o crear la adhesión de los destinatarios (...) La unidad básica de los recursos expresivos es la figura, entendida como esquema de combinación de elementos lingüísticos o de sentido que provoca un efecto estético y persuasivo en el receptor. (...) (Calsamiglia Blancafort y Tusón Valls, 2002 (1999): 337-352)

En relación a los recursos expresivos antes mencionados como la figura Robrieux (1993) distingue cuatro tipos de figuras:

- Figuras de palabras: se elaboran a partir de operaciones que se aplican al nivel fónico/gráfico, morfológico o léxico de palabras relacionadas entre sí. Uno de los procedimientos más básicos y eficaces es el de la repetición, factor expresivo que focaliza la atención y puede lograr efectos de intensificación de liturgia o de encantamiento (rima, aliteración paronomasia, juegos ortográficos, reduplicaciones, anáforas, etc.);
- Figuras de construcción: se basan en procedimientos que afectan a la sintaxis a) suprimiendo elementos o introduciendo interrupciones en el orden canónico de la frase o b) repitiendo el mismo esquema o estableciendo simetrías (elipsis, asíndeton, paralelismo, síntesis);
- Figuras de pensamiento bajo esa rúbrica se agrupan las figuras que juegan con los conceptos representados por palabras, pero también operaciones más complejas y macroestructurales basadas en relaciones entre ideas y en otras operaciones más complejas y macroestructurales, basadas en relaciones entre ideas y en otras operaciones cognitivas (paradoja, hipérbole, litotes, eufemismo, etc.);

- Figuras de sentido (tropos): están relacionadas estrechamente con los procesos de significación por analogía o por otros tipos de relación entre los rasgos de un objeto (comparación, metáfora, metonimia)

Las figuras retóricas son la forma como se compone el lenguaje en un texto ya sea escrito u oral, así mismo modifican el lenguaje, proporcionando belleza, estética, originalidad y fuerza, al transmitir un mensaje convincente. Las figuras retóricas cumplen con ciertas funciones en el discurso. Algunas de ellas según (Angarita, s.f.) son:

Transmitir una emoción a la audiencia con respecto a un tema o situación; generar un espacio para la reflexión; expresar algún término o tema de una forma poco común; llamar la atención de la audiencia o el lector; reforzar un mensaje en el que el autor quiere enfatizar

Las estrategias discursivas más comunes de acuerdo con Ortiz (2020) son las siguientes:

- Descriptivas. Este tipo de estrategia discursiva cumple con la finalidad de describir o explicar el elemento central que conforma el mensaje. Las descripciones vienen dadas por las características, propiedades o cualidades que tenga una persona, objeto o cosa que es motivo de discusión para el hablante.
- Expositivas. La estrategia discursiva expositiva consiste en transmitir una información sobre un tema determinado a un receptor que carece o tiene poco conocimiento del mismo. En otras palabras, el hablante es un especialista en una materia específica y por lo tanto tiene la capacidad de intercambiar mensajes con contenido sólido.
- Narrativas. Esta estrategia se trata de narrar o contar los acontecimientos en la forma en que ocurrieron o siguiendo un orden cronológico. El discurso narrativo es usado en textos literarios como

novelas y cuentos, pero también es frecuente en el desarrollo de informes, noticias, reportajes y en métodos de enseñanzas.

- Argumentativas. Este tipo de estrategias discursivas es empleado por el hablante para persuadir, convencer o generar un cambio de opinión y actitud en el receptor. Por otro lado, la estrategia argumentativa persigue la reestructuración o modificación de ideas y puede llegar a influir emocionalmente en el público.
- De definición. El discurso de definición guarda relación con la forma en que una palabra puede ser conceptualizada o precisada. En cierta medida, la estrategia discursiva de definición se emplea como recurso didáctico, porque procura enseñar sobre un tema específico y los componentes que lo integran.
- De motivación. La estrategia de motivación está enfocada en la acción del receptor con respecto a un tema determinado. El hablante busca persuadir o convencer sobre una idea, lo que quiere es que la audiencia actúe en función de lo que piensa o siente. El discurso motivacional es uno de los más utilizados en el ámbito del crecimiento personal.
- De introducción. En palabras simples, la estrategia discursiva de introducción es usada por el hablante para hacerle saber al receptor que el mensaje que va a transmitir es importante. Con esta herramienta lo que se quiere es despertar el interés del público, por lo tanto, los expertos consideran que entre 30 segundos y 3 minutos son tiempo suficiente para atraer a la audiencia.
- De entretenimiento. El discurso de entretenimiento tiene como principal objetivo distraer y producir relajación en el receptor. El hablante puede utilizar chistes, anécdotas personales, dinámicas o juegos para crear un ambiente de recreación y confianza. Esta estrategia discursiva es utilizada por maestros con la finalidad de integrar a los alumnos.

- De aceptación. Esta variedad de estrategia discursiva se ve con frecuencia en eventos de premiación y también en ruedas de prensa donde el individuo debe aceptar algún tipo de reconocimiento o por el contrario de culpa ante una situación determinada. Por lo general, en discurso de aceptación está acompañado de una carga emotiva.

Ante todo, lo mencionado anteriormente, hay un aspecto más que se debe considerar como es el caso de los actos persuasivos, los cuales nos permiten influir ante los demás, en sus opiniones, actitudes, creencias, y conductas

Reyzábal (1996) menciona que los actos persuasivos recurren a las emociones, a los intereses personales, a los deseos y a las motivaciones. En la argumentación para persuadir se utilizan como recursos estratégicos los sentimientos y emociones del interlocutor: orgullo, odio, miedo, simpatía, envidia, patriotismo, vanidad, prejuicios.

En síntesis, las estrategias argumentativas, las figuras retóricas, los recursos de persuasión son elementos discursivos que un emisor utiliza al emitir un mensaje, un evento comunicativo, todo ello con la finalidad de aumentar y hacer crecer su discurso, implementando de esta forma recursos para persuadir a su audiencia o destinatario en un momento y contexto determinado.

Marco conceptual.

Como soporte para esta investigación es importante clarificar algunos conceptos que se emplean en el desarrollo de la temática.

Discurso

El discurso es la unidad de análisis de la semántica. Permite captar no solamente los productos fijados o convencionales de la actividad semiótica (los signos por ejemplo) sino también, y sobre todo, los actos semióticos mismo.

Jacques F. (1996 p.71)

Poder

Es una noción central en casi todo el trabajo crítico sobre el discurso: sobre todo el poder social de grandes grupos e instituciones dominantes. Los grupos sociales tienen más o menos poder cuando son capaces de controlar los actos y las mentes de los miembros de otros grupos. En un sentido muy general, el poder es la capacidad para perseguir y lograr objetivos mediante el dominio de lo que nos rodea. Existen diferentes tipos de poder que pueden ser distinguidos en función de los recursos empleados para ejercerlo. Se puede basar en la fuerza, la riqueza, la persuasión, el conocimiento, la información o la autoridad. (Van Dijk 1999. P.12)

Creencia

La creencia propone que los supuestos son los pensamientos de un individuo catalogados como representaciones del mundo real (opiniones, creencias, deseos). (Sperber y Wilson 1994, p.125)

Ideología

Las ideologías también establecen vínculos entre el discurso y la sociedad. En un sentido, las ideologías son la contraparte cognitiva del poder. Como en el caso del conocimiento social, las ideologías supervisan cómo los usuarios del lenguaje emplean el discurso en tanto miembros de grupos u organizaciones (dominantes, dominados o competidores), y de ese modo también tratan de realizar los intereses sociales y resolver los conflictos sociales. Teun A. Van Dijk (1997 p.27)

Plataformas Digitales

Las plataformas digitales de trabajo son los servicios digitales (sitios web o aplicaciones informáticas) que facilitan la externalización de tareas. Estas plataformas brindan la infraestructura técnica para que los solicitantes del servicio den a conocer tareas por medio de anuncios entre un gran número de

trabajadores potenciales en distintos enclaves geográficos y circunstancias económicas (“el grupo de personas”), para obtener y evaluar los resultados de las tareas terminadas y para pagar a los trabajadores individuales por los servicios prestados. (M. Furrer, 2019, P. 4)

Estrategia

D. Maingueneau y P. Charaudeau en su Diccionario de análisis del discurso (2005) aportan las consiguientes notas conceptuales sobre la unidad terminológica ‘estrategia de discurso’:

El término estrategia procede del arte de conducir las operaciones de un ejército sobre un terreno de acción (caso en que se opone a táctica), hasta designar finalmente una parte de la ciencia militar e incluso llegar a ser objeto de una enseñanza [...]. Pero la noción terminó por adquirir un sentido más general y designar cualquier acción llevada en forma coordinada para alcanzar cierto fin. Se hablará de estrategia electoral, comercial, política.

Estrategias discursivas

Las estrategias de discurso son procedimientos locucionarios y paraverbales-espontáneos o calculados- mediante los cuales el enunciador organiza y modaliza la enunciación y los enunciados, con el objetivo de generar o potenciar la fuerza ilocucionaria, tendiendo a producir determinado efecto perlocucionario (Verdugo, 1996: 129-130)

En cuanto a las estrategias del discurso, Lewandowski (2000), afirma que las estrategias del discurso hacen referencia a la forma como un individuo decide dirigirse a un público.

Análisis del discurso

Van Dijk (2000a), el análisis del discurso surge de modo independiente o integrado cuando se explora el conjunto de expresiones verbales, los procesos

de conocimiento y las maneras como las culturas o los grupos apropian, crean o reproducen discursos.

Análisis crítico del discurso

Pardo (2007a) concibe el ACD como las circunstancias de poder y abuso del poder producido y reproducido mediante el habla y el texto.

Contexto

La idea de que la noción de contexto se refiere, en este sentido, a un concepto sociocultural, a la manera en que las personas que forman parte de un grupo o subgrupo determinado dotan de significado a los parámetros físicos (lugar y tiempo) de una situación y a lo que allí sucede en un momento dado. (Calsamiglia Blancafort Helena, 1999)

El contexto es un fenómeno socialmente constituido, interactivamente mantenido y limitado en el tiempo. (Goodwin y Duranti, 1992:6)

Lenguaje

Watson (1924) define el lenguaje como un hábito manipulador. Considero que esta definición carece de sentido práctico, ya que más allá de manipular el lenguaje brinda la oportunidad al emisor o receptor de otorgar los significados de un texto de acuerdo a sus propias experiencias y características lingüísticas. Este aspecto deja a un lado el elemento manipulador otorgado por Watson

Chomsky (1957) expone que el lenguaje es un conjunto finito o infinito de oraciones, cada una de ellas de longitud finita y construida a partir de un conjunto finito de elementos. Esta definición enfatiza las características estructurales del lenguaje sin adentrarse en sus funciones y la capacidad de generar acción que tiene para un emisor y el receptor. Dicho aspecto es medular dentro de los estudios relacionados al lenguaje.

Comunicación

La comunicación es el intercambio de información que se produce entre dos o más individuos con el objetivo de aportar información y recibirla. En este proceso intervienen un emisor y un receptor, además del mensaje que se pone de manifiesto. La comunicación es vital para que exista un buen entendimiento entre las personas. Es un proceso en el cual se intercambian opiniones, datos o información sobre un tema determinado. (Peiró, 2021)

Matrimonio

El matrimonio o unión conyugal es una institución social fundamental, que involucra a dos personas físicas y naturales. Es la forma de oficializar un vínculo de pareja y someterlo a las normativas legales, sociales, morales e incluso religiosas dictaminadas por la sociedad. El matrimonio es al mismo tiempo una figura legal, una ceremonia social y religiosa, y una entidad cultural tradicional. Es decir que por matrimonio podemos entender distintos tipos de conceptos sociales, culturales y legales, dependiendo de la tradición específica de una sociedad y su imaginario. (Concepto, 2013-2021)

Virginidad

Sustantivo femenino. Se entiende por virginidad a la cualidad, estado, propiedad, condición, índole, atributo, virtud, aspecto, particularidad, naturaleza, característica, calidad, esencia, virtud, constitución y particularidad de una persona o individuo que no ha tenido ningún acceso carnal y haya conservado su estado de castidad o pureza, es costumbre de los religiosos y según su precepto. (Definiciona, 2021)

La virginidad es el estado de una mujer que nunca ha tenido relaciones sexuales. En el lenguaje corriente, la expresión "perder la virginidad" se refiere a la primera relación sexual con penetración. En el lenguaje médico, "perder la virginidad" hace referencia a la rotura del himen, sea cual sea la causa. Esta

causa puede ser accidental o por haber tenido relaciones sexuales. (Marnet, 2019)

Sexualidad

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS) "la sexualidad es un aspecto central del ser humano, presente a lo largo de su vida. Abarca al sexo, las identidades y los papeles de género, el erotismo, el placer, la intimidad, la reproducción y la orientación sexual. Se vivencia y se expresa a través de pensamientos, fantasías, deseos, creencias, actitudes, valores, conductas, prácticas, papeles y relaciones interpersonales. La sexualidad puede incluir todas estas dimensiones, no obstante, no todas ellas se vivencian o se expresan siempre. La sexualidad está influida por la interacción de factores biológicos, psicológicos, sociales, económicos, políticos, culturales, éticos, legales, históricos, religiosos y espirituales" (OMS, 2006)

Evento comunicativo

El evento comunicativo (también, acontecimiento comunicativo) es una unidad de análisis de la comunicación lingüística establecida en el marco de la etnografía de la comunicación. En el reconocimiento de un evento, esta disciplina contempla el momento y el lugar particulares en los que aquél se realiza y que la comunidad juzga y define como apropiados. Aunque incluye muchos recursos de comunicación no verbal, para que se dé un evento comunicativo es imprescindible el uso de la palabra. Se trata siempre de un acontecimiento concreto -por tanto, de una realidad empírica- que se produce en el seno de una comunidad de habla particular -por tanto, de una realidad social-, y que permite la interacción comunicativa entre los miembros del grupo -por tanto, una realidad cultural-. La vida social de toda comunidad de habla se estructura y desarrolla en torno a una sucesión de eventos comunicativos. (AA.VV, 2008)

Persuasión

En la persuasión se recurre a las evidencias, a los datos objetivos, al razonamiento lógico, a pruebas y comprobaciones. De tal manera, tenemos que algunos recursos del convencimiento pueden ser las estadísticas, las demostraciones, las investigaciones, testimonios, ejemplos, hechos y datos duros. (Persuadir, s.f.)

Entendemos por persuasión como el proceso mediante el cual se emplean mensajes a los cuales se dota de argumentos que los apoyen, con el propósito de cambiar la actitud de una persona, provocando que haga, crea u opine cosas que originalmente no haría, crearía u opinaría. (Castillero Mimenza, s.f.)

Metodología

La metodología que se empleará en el desarrollo de esta investigación, conlleva una perspectiva en el enfoque cualitativo, ya que una investigación cualitativa es un conjunto de técnicas de investigación que se utilizan para obtener una visión general del comportamiento y la percepción de las personas sobre un tema en particular. Genera ideas y suposiciones que pueden ayudar a entender como es percibido un problema por la población objetivo y ayuda a definir o identificar opciones relacionadas con ese problema.

Esta investigación también es de índole descriptivo-explicativo, pues se detallarán y describirán los recursos de persuasión y particularidades de las estrategias discursivas en el debate virtual, partiendo de la intervención de cada participante. Así mismo las teorías seleccionadas servirán para dar explicaciones certeras de la naturaleza de este fenómeno lingüístico.

Análisis de los datos

Las teorías explicadas anteriormente han sido aplicadas al discurso que emplea Kika Nieto y sus participantes en su video de Youtube titulado “Virgen hasta el matrimonio vs Sexo antes del matrimonio”, constituido en dos partes.

La youtuber Kika Nieto se caracteriza por presentar diversos debates completamente abiertos acerca de temas como la virginidad; tema que se considera polémico y que tiene una gran importancia para su audiencia, que va desde los jóvenes hasta los padres de familia; estos temas generan inquietud, curiosidad, incertidumbre y diversos puntos de vista, perspectivas ideológicas, visiones de mundo diferentes, entre otras. Con estos videos la youtuber pretende educar, entretener, hacer que su audiencia deje sus comentarios contando lo que piensan y lo que creen.

Es importante aclarar que en las muestras se analizaron statement o afirmaciones donde cada participante tiene la posibilidad de decir si está de acuerdo o no. Las afirmaciones son las siguientes:

- 1- La importancia de la virginidad está pasada de moda
- 2- Para tener sexo debe existir amor
- 3- Es necesario conocer sexualmente a tu pareja antes del matrimonio
- 4- La educación sexual debe ser indispensable desde temprana edad
- 5- El concepto de la virginidad oprime a las mujeres
- 6- Desvincular el sexo de los sentimientos trae consecuencias negativas
- 7- La persona con la que perdí la virginidad fue alguien importante en mi vida

En las afirmaciones antes mencionadas, cada participante habla desde su experiencia, desde su conocimiento, sus creencias, sus ideologías, de igual forma en la interacción comunicativa se apoyan de las estrategias discursivas, las figuras retóricas y recursos de persuasión con un fin determinado.

Para entrar en contexto se menciona la postura que cada participante tiene acerca de la temática.

- **Thomás Ávila.** Yo creo en el sexo después del matrimonio, es decir, virgen hasta el matrimonio.
- **Mariapaula Romero.** Creo en el sexo antes del matrimonio.
- **Mauro Martínez.** Claramente creo en el sexo antes del matrimonio.
- **Itiel Arroyo.** Yo creo que Dios diseñó el sexo para ser practicado dentro del compromiso del matrimonio.
- **Amaranta Hank.** Claro que sí estoy a favor del sexo antes del matrimonio, si tú lo quieres
- **Omar Vásquez.** Creo que la sexualidad debe ser responsable, pero debe ser cuando uno quiera, cuando uno desee vivirla. Una sexualidad libre, no coercitiva y no inducida por prácticas del patriarcado.
- **Kari Clewett.** Yo, en este caso, creo en el sexo después del matrimonio como una opción de vivirla con más intensidad
- **Aida Victoria.** Yo sí creo en el sexo libre y creo que uno pues puede elegir tener sexo antes o después del matrimonio, pero siempre y cuando eso obedezca a como uno se sienta respecto a ello. Yo sí creo en el sexo antes del matrimonio
- **Kika Nieto.** Yo estoy casada hace dos años y llegué virgen al matrimonio y quiero, voy hablarles a raíz de esa experiencia en la que creo profundamente

Como se mencionó anteriormente, la construcción del discurso se apoya en estrategias discursivas y en la primera parte del video se evidencia en un orden jerárquico: estrategia argumentativa, estrategia de introducción, estrategia de motivación. Cada una de ellas se explica a detalle enseguida.

En el evento comunicativo, se evidencia el uso de las estrategias discursivas con la finalidad de que el emisor haga refutar o haga creer a su audiencia lo que dice, también para causar una reacción de su público y como afirma Menéndez (2000). Una estrategia discursiva es un plan que un hablante lleva a cabo con un fin determinado en función de la situación interactiva en la que se encuentra. Su conformación depende de la combinación de recursos gramaticales y pragmáticos.

En el caso de las estrategias argumentativas como estipula Ortiz (2020). Este tipo de estrategias discursivas es empleado por el hablante para persuadir, convencer o generar un cambio de opinión y actitud en el receptor. En relación a la afirmación “La importancia de la virginidad está pasada de moda”, el predicador Itiel Arroyo dice:

“Si bueno, yo estoy muy de acuerdo con esta afirmación porque en nuestra cultura occidental al menos una cultura que promueve muchísimo el sexo promiscuo y esta tremendamente pornificado la virginidad, y llegar virgen hasta el matrimonio ha pasado de moda, lo que pasa que desde mi cosmovisión cristiana considero que llegar virgen al matrimonio es una convicción atemporal”. Claramente se puede notar que la postura, la opinión que brinda está relacionada con su ideología cristiana y esto da la pauta para que la audiencia perciba, interprete, analice la opinión de él y así se pueden generar, reconstruir nuevas ideas, nuevas posturas, nuevas perspectivas basadas en la ideología a favor o en contra, de igual forma influye emocionalmente ante su público.

Otro ejemplo se da en la siguiente afirmación “Es necesario conocer sexualmente a tu pareja antes del matrimonio” Omar Vásquez expresa que:

“Para mí el matrimonio es una empresa, una institución como un acuerdo entre dos partes, pero que puede terminarse que no es para toda la vida,

que uno no está preso ahí, que el amor no siempre alcanza, está muy bien que uno luche que se esfuerce pero digamos que para poder llegar a esa institución si uno quiere tenerla pues valdría la pena saber realmente con quien se está asociando entonces cuando yo sé con quién me estoy asociando en todos los aspectos pues llego a un acuerdo que finalmente es la base de cualquier buena relación sana”.

La concepción de matrimonio puede generar discrepancias. Por un lado, los que profesan una religión consideran el matrimonio de manera sagrada, un pacto entre dos personas, en cambio, para los demás el matrimonio se debe dar si tú lo quieres, si así lo decides. De igual forma unos piensan que antes de llegar a un matrimonio se deben conocer sus gustos, sus preferencias, hablar de sexualidad. En sí, todo depende de la convicción que se tenga del matrimonio y la sexualidad.

El siguiente ejemplo en relación a la afirmación “La educación sexual debe ser indispensable desde temprana edad”, Aida Victoria enuncia:

“Creo que es super importante en muchas etapas de la vida uno tener la confianza de consultar con sus padres temas que son íntimos y cuando las crianzas son restrictivas lo que hacen es que tú tengas la necesidad de informarte por otras fuentes y muchas veces esas fuentes no son confiables entonces creo que educar desde temprana edad a los niños sobre sexualidad ayuda muchísimo a que tengan confianza de comunicar, de preguntar y creo que es mucho más fácil para los padres porque así están más informados”.

En este caso se logra convencer a los demás, todos comparten algunas ideas y acuerdos con esta opinión. Estiman que la educación sexual debe ser indispensable desde temprana edad, donde la principal fuente de información sea por parte de los padres, que sea una educación abierta, donde no existan

tabúes, donde pueden llamar las cosas por su nombre, sin temor a nada. Teniendo el conocimiento claro de la sexualidad, de su cuerpo, sus cambios evitando así los abusos sexuales.

Siguiendo con el análisis tenemos la estrategia de introducción, de acuerdo con Ortiz (2020). La estrategia discursiva de introducción es usada por el hablante para hacerle saber al receptor que el mensaje que va a transmitir es importante. Con esta herramienta lo que se quiere es despertar el interés del público. Por ejemplo:

“Hola, hola yo soy Kika Nieto, hoy estoy nerviosa, estoy feliz; estos videos me emocionan mucho, me sacan de mi zona de confort, pero estoy muy emocionada por presentarles el próximo debate: Virgen hasta el matrimonio vs sexo antes del matrimonio”.

En este primer ejemplo la youtuber anuncia a su audiencia la temática, su entonación se percibe con emoción, entusiasmo, causando así interés en su público.

“Como yo les había comentado la idea es sacar dos debates al mes, pero por el tema del incremento y la segunda ola con relación al virus decidimos postergarlo, pero con la intención de no aplazarlo indefinidamente nos inventamos este formato en el que lo vamos a resolver de una manera virtual, es super sencillo, como ustedes saben vamos a tener 7 statement o afirmaciones y cada uno de nosotros va a tener la opción de decir si está de acuerdo o no. La persona que esté de acuerdo tendrá que dejar cámara y micrófono encendido y quien no esté de acuerdo apaga cámara y micrófono, primero debaten las personas que están de acuerdo, y luego ingresan encendiendo cámara y micrófono los que la habían apagado porque no estaban de acuerdo”.

En el segundo ejemplo la youtuber hace un breve contexto de la situación que se está pasando en todo el mundo, aclarando el por qué el debate se desarrolla de manera virtual, creando así expectativas a su audiencia y a su vez formando nuevos proyectos, nuevas formas de comunicarse y dialogar sobre ciertas temáticas.

“Quisiera hacerles la aclaración porque este video contiene lenguaje explícito y referencias directas hacia actos sexuales, así que los menores de edad deben estar acompañados de un adulto, de continuar con este contenido te recomendamos discreción ahora si no siendo más por esta introducción empezamos con el debate”.

En el tercer ejemplo la youtuber Kika Nieto es muy específica al explicar a su audiencia el tipo de lenguaje que utilizarán, de igual forma toma en consideración las normas, las reglas generales de Youtube, donde se especifica que los menores de edad deben estar acompañados de sus padres para ver este tipo de contenidos.

Luego, tenemos la estrategia de motivación, tal como la define Ortiz (2020). La estrategia de motivación está enfocada en la acción del receptor con respecto a un tema determinado. El hablante busca persuadir o convencer sobre una idea, lo que quiere es que la audiencia actúe en función de lo que piensa o siente. Un claro ejemplo es el siguiente:

“Antes de empezar este video quiero que sepan que este debate es completamente abierto, así que en la parte de los comentarios abrimos debate, quiero que ustedes mismos nos cuenten que piensan con relación a las afirmaciones de las que vamos a estar hablando a continuación, afortunadamente en esta oportunidad vamos a contar con perfiles increíblemente opuestos desde cristianos, actrices porno, personas del común, parejas mejor dicho va estar buenísimo”. En este

ejemplo se crea motivación, incentivos para que el público comente y participe de acuerdo a lo que piensan o creen de las afirmaciones, ya sea a partir de sus creencias, sus ideologías, sus preferencias, su contexto, entre otras. Se espera una reacción, una respuesta de la audiencia.

“Te invitamos a participar de este debate en los comentarios. Nos vemos este domingo a las 4pm para continuar con la segunda parte de este debate”. En este segundo ejemplo vuelve a remarcar y resaltar que participen en los comentarios, de igual manera deja el incentivo para que no se pierdan la segunda parte del debate, esperando de su audiencia una respuesta favorable y tratando de convencerlos para que vean el próximo debate.

Por otro lado, dentro del discurso se da el empleo de figuras literarias que son un recurso estilístico que nos permiten comunicarnos de manera especial, expresando ideas con mayor expresividad, fuerza y belleza. Y como dice (Calsamiglia Blancafort y Tusón Valls, 2002 (1999)). La unidad básica de los recursos expresivos es la figura, entendida como esquema de combinación de elementos lingüísticos o de sentido que provoca un efecto estético y persuasivo en el receptor.

En relación a los recursos expresivos el autor Robrieux (1993) hace una clasificación. Entre ellas las figuras de palabras: se elaboran a partir de operaciones que se aplican al nivel fónico/gráfico, morfológico o léxico de palabras relacionadas entre sí. Uno de los procedimientos más básicos y eficaces es el de la repetición, factor expresivo que focaliza la atención y puede lograr efectos de intensificación de liturgia o de encantamiento (rima, aliteración, paronomasia, juegos ortográficos, reduplicaciones, anáforas, etc. En el discurso encontramos anáfora y reduplicaciones.

Anáfora. Es una figura retórica que consiste en la repetición de una o varias palabras al principio de un verso o enunciado. En el discurso encontramos la

aplicación de este recurso lingüístico que brinda mayor fuerza, mayor expresividad a lo dicho. Generando más énfasis, más interés a la temática. Los ejemplos son de las afirmaciones siguientes: “Es necesario conocer sexualmente a tu pareja antes del matrimonio”, “Para tener sexo debe existir amor”, “La educación sexual debe ser indispensable desde temprana edad”

- ***Donde me gusta que me toquen, donde no me gusta, donde no me siento cómoda.***
- ***Pueden salir miedos, pueden salir temores, pueden salir complejos.***
- ***Se llama vagina, se llama pene, se llama clítoris, se llama orgasmo, se llama himen, se llama semen.***
- ***Lo que nosotros hacemos en la pornografía lo hacemos con un contrato previo, lo hacemos bajo la ficción lo hacemos con una conversación previa.***

Reduplicación. Es un recurso literario que consiste en la repetición de una palabra o grupo de palabras consecutivamente. En el discurso se encuentran los siguientes ejemplos enfocados en relación a la afirmación. “Es necesario conocer sexualmente a tu pareja antes del matrimonio” y en la introducción o presentación del video.

- ***Hola, hola yo soy Kika Nieto***
- ***Que hay una forma que hace con su cuerpo que no nos funciona, que algo, algo un punto que simplemente no nos permite estar a gusto en la sexualidad con esa persona***
- ***Se da el concepto que uno llega de cristiano virgen hasta el matrimonio y ya ya tengamos sexo***

Siguiendo la clasificación de Robrieux (1993) están las figuras de sentido (tropos): relacionadas estrechamente con los procesos de significación por

analogía o por otros tipos de relación entre los rasgos de un objeto (comparación, metáfora, metonimia).

Símil o comparación. Es una figura retórica que consiste en comparar dos términos que comparten una cualidad. En el siguiente ejemplo tomado de la afirmación “Es necesario conocer sexualmente a tu pareja antes del matrimonio”, la participante Aida Victoria hace la comparación del matrimonio como una cárcel, debido a todos los cambios o modificaciones que puede causar una unión matrimonial.

“De repente casarte con una persona y tener en tu cabeza el hecho de que vas a tener o que cambiarlo y amoldarlos a tu gusto o que esa persona te va amoldar a ciertos gustos es un poco limitante, castrante y creo que es como sentir que estas en una cárcel”.

Las figuras retóricas son la forma como se compone el lenguaje en un texto ya sea escrito u oral, así mismo modifican el lenguaje, proporcionando belleza, estética, originalidad y fuerza, al transmitir un mensaje convincente. (Angarita, s.f.). Otras figuras presentes en el discurso son:

Interrogación retórica. Es una figura retórica que consiste en realizar una pregunta, pero sin esperar una respuesta y es utilizada para hacer mayor énfasis a una idea. Ejemplos:

- ***¿Para ti cómo se pierde la virginidad?***
- ***¿Dónde se pierde la virginidad?***
- ***Básicamente que como hay represión sexual la gente dice pues voy a tener un encuentro sexual ¿Cómo hago? Pues voy y me documento con la pornografía***
- ***Por los maestros y por los padres que irresponsablemente han querido a diestras conversaciones sobre sexualidad es que***

terminan echándonos toda el agua sucia a nosotros los que trabajamos en la pornografía ¿NO?

Onomatopeya. Es la representación de un sonido natural o no discursivos mediante palabras. En otro sentido, es la imitación de sonidos no verbales, como los sonidos de animales, de objetos, aparatos, fenómenos naturales. Claro ejemplo de ello es:

- ***Clic***
- ***Pum***

Por otro parte, el discurso echa mano de los recursos de persuasión, Según Reyzábal (1996) los actos persuasivos recurren a las emociones, a los intereses personales, a los deseos y a las motivaciones. En la argumentación para persuadir se utilizan como recursos estratégicos los sentimientos y emociones del interlocutor: orgullo, odio, miedo, simpatía, envidia, patriotismo, vanidad, prejuicios. Dentro del discurso predominan los prejuicios y la emoción de felicidad.

La youtuber Kika Nieto resalta el recurso de felicidad al presentar el debate, la temática que trataran, exalta la emoción de compartir con cada participante, compartir sus opiniones, experiencias, historias, ideas diferentes, variación de creencias e ideologías. Y lo expresa de la siguiente manera:

- ***Hola, hola yo soy Kika Nieto, hoy estoy nerviosa, estoy feliz estos videos me emocionan mucho, me sacan de mi zona de confort...***
- ***Me hace muy feliz poder contar con el perfil de cada uno de ustedes del conocimiento que va aportar...***

Otro recurso de persuasión son los prejuicios que se tienen hacia cierta idea, opinión, persona, objeto tal es el caso de Amaranta Hank que dice:

- ***A ti te parece tierno que yo haga pornografía, pero a mí me parece tierno que tú creas en un Dios que viene escrito en una Biblia, porque no me cabe en la cabeza que eso suceda.*** Acá la actriz tiene una opinión, un juicio muy claro en relación a la religión, al no creer en un Dios, para ella eso no existe. Cada uno posee su filosofía de vida, sus creencias muy marcadas.

Otro ejemplo de prejuicio se observa con lo que dice Paulis:

- ***En la antigüedad siempre era como la niña tiene que estar guardada para el hombre y nunca me miraba como el deseo de la mujer, el pensamiento de la mujer, la decisión de la mujer no es que yo me tenga que guardar a un hombre o sea como si yo fuera un objeto para darse al hombre sino yo también cuento, mi decisión también cuenta, mi deseo, mi cuerpo.*** Paulis destaca la idea que a la mujer se le ha puesto presión y obligación al estipular que debe cuidarse solo para el hombre, dejando de lado sus decisiones y seguir solo un patrón. En la actualidad la mujer puede decir, puede actuar y ser independiente de las reglas o pensamientos que impone la sociedad.

Ahora veamos otro recurso de persuasión como es el orgullo, este se manifiesta en lo que expresa Amaranta Hank:

- ***“A mí la pornografía me empodero y me dio una fuerza que no me había dado nunca nada ni siquiera el periodismo, porque siendo periodista yo fui abusada por otro periodista, pero desde mi profesión de la pornografía me he dado fuerza, me he dado valor y se lo he dado a otras mujeres”.*** Se observa que para ella la idea tradicional de pornografía ya se superó; hoy lo considera algo valioso, ya que al ayudar a otras mujeres experimenta una satisfacción propia,

un orgullo muy grande. Con este recurso se busca persuadir a la audiencia y hacer consciencia que dicha actividad no tiene por qué ser juzgada, ni criticada y que cada individuo pasa por diversas etapas que lo llevan a tomar decisiones para salir adelante física y emocionalmente.

Por último, tenemos el análisis del cuadro ideológico que plantea Van Dijk. Donde se establecen los aspectos positivos de nosotros y los aspectos negativos de ellos. Es decir, mediante la polarización nosotros/ellos, efectuada a través de las estrategias de presentación positiva de nosotros y de presentación negativa de los otros brinda diferentes categorías que permiten evidenciar el modo en que intervienen las ideologías en un discurso (Maldonado, 2009)

Cuadro ideológico. Parte 1

| Énfasis aspectos positivos NOSOTROS | Énfasis aspectos negativos ELLOS |
|--|--|
| <p>Kika. A diferencia de Omar yo no considero el matrimonio simplemente como una empresa, para mí el matrimonio es un pacto que tú obviamente no haces con cualquier persona, hay un filtro una previa que pasa y una de esas previas importante para mí es que se pueda hablar libre y abiertamente del sexo antes del matrimonio poder sentarte con toda tu tranquilidad de expresarte, que piensas, que miedo tienes etcétera</p> | <p>Omar. Yo siendo gay puedo decir que justamente cuando a uno le prohíben su sexualidad se la castran o le dicen que está mal, llega un momento donde el ser humano encuentra que es todo lo contrario no una sexualidad solamente por placer sino una búsqueda de todo eso que se le prohibió por eso es que a la comunidad LGTBI nos tachan muchas veces de promiscuos, nos ocultaron tanto, nos tuvieron tan en el closet tan allá, con donde eso es pecado, donde eso no está bien que por eso muchos creen que esa libertad sexual de muchos</p> |

| | |
|---|---|
| <p>Thomas. Estoy 100% de acuerdo el matrimonio no es una empresa, el matrimonio es un pacto y un pacto simplemente no cerro</p> | <p>de nosotros las personas LGBTI obedece es como que nacimos promiscuos y queremos tirarnos en cada esquina a alguien distinto pero realmente es un tema de represión.</p> <p>Amaranta. Yo creo que cuando el concepto de virginidad en el inconsciente colectivo está asociada sobre todo a la mujer que es lo que ha sucedido siempre es represivo y solo por eso es un término que tiene que guardarse que esta pasado de moda, quizás replantearlo, reestructurarlo, pero si sigue asociado a que la mujer es la que tiene que llegar pura y casta sin ser tocada antes de, es algo que tiene que eliminarse</p> |
| <p>Aspectos negativos atenuados NOSOTROS</p> | <p>Aspectos positivos atenuados ELLOS</p> |
| <p>Amaranta. Por los maestros y por los padres que irresponsablemente han querido a diestras conversaciones sobre sexualidad es que terminan echándonos toda el agua sucia a nosotros los que trabajamos en la pornografía ¿NO? Entonces dicen esas cosas malas que aprenden, las aprenden por la</p> | <p>Itiel. Quiero aportar una perspectiva teológica que es mi especialidad, cuando la Biblia habla por primera vez acerca del sexo entre Adán y Eva, más que algo físico que lo es, es algo profundamente espiritual, la unión que se produce en el sexo en la relación sexual provoca literalmente la unión de dos almas</p> |

| | |
|--|--|
| <p>pornografía y al aprendiz no sé qué y si finalmente los niños terminan viéndonos a nosotros en nuestro trabajo e intentando replicar lo que nosotros hacemos.</p> | <p>Kika. Por culpa de la desinformación es que llega esa bendita palabra que todos hemos mencionado que se llama opresión por desinformación y así llega directamente a una persona como yo, o sea se los digo porque yo también la viví, yo también la decisión de abstenerme y tener relaciones solamente hasta después de casarme la tome en un principio sin saber sin informarme y en ese momento para mí fue opresión porque me estaban diciendo uno más uno es dos y punto no te explico.</p> |
|--|--|

En los ejemplos presentados en el cuadro se puede observar la postura que tienen algunos participantes acerca del matrimonio, la firmeza con la que dicen las cosas, luego tenemos la otra parte que son aquellas ideas o creencias que se tienen y que hace que la sociedad considere malas o que crean que van contra la ley social e ideológica. En el siguiente tenemos la postura de la desinformación y cómo eso causa conflictos y problemas, a su vez se presenta la idea de que se cometen errores ya sea por la juventud o porque no se informan de la manera adecuada, los temas sexuales aún no se hablan claros y quedan esos vacíos, y por último tenemos el ejemplo donde se presentan aquellas posturas que la sociedad y la ideología imponen o establecen, creando así en las personas una presión, en la cual hacen algunas acciones o creen algunas cosas presionados por una sociedad, donde se menciona aquello que está bien o que está mal.

En este punto se hace el análisis de la segunda parte del video; pero antes es importante remarcar que la mayoría de los analistas críticos del discurso aceptarían la afirmación de Habermas, que sostiene que «el lenguaje es también un medio de dominación y una fuerza social. Sirve para legitimar las relaciones del poder organizado. En la medida en que las legitimaciones de las relaciones de poder, [...]no estén articuladas, [...] el lenguaje es también ideológico» (Habermas, 1977, pág. 259). Las estrategias que más predominan en el discurso son las persuasivas y argumentativas por la organización del contenido del mensaje que el destinatario le brinda, la Periodista María Paula Romero menciona: ***“La mujer ha sido cuestionada por tener relaciones sexuales, mientras el hombre es "recompensado" por ello. "Lo digo por experiencia, mi mamá y mi abuelita me decían no te toques porque está mal, no te conozcas”***. Se denota una carga social ya que este tipo de afirmaciones, *en cuanto a la virginidad es un mandato que se presenta en todas las culturas del mundo, vulnerando los derechos sexuales, ocasionando graves consecuencias para la salud de las mujeres*

En la muestra del video de Kika Nieto, en la segunda parte, se muestra el primero de ellos; ***“El concepto de virginidad oprime a las mujeres”***. En el primer caso analizado se discutía el hecho de que solo se reprime a la mujer y no al hombre por tal concepto.

Otro de los ejemplos, lo enuncia el Pastor Itiel Arroyo: ***“El sexo mal usado es el provocador de grandes dolores, y la Iglesia está haciendo una labor para sanar y crear un sexo saludable”***. En este punto recalca una estrategia de persuasión que conlleva a promover la labor de la iglesia, haciendo ver que con la guía de Dios se puede llegar a la construcción de la sexualidad y recibir la ayuda para aquellas relaciones que no son sanas.

Más adelante Kika Nieto menciona que su deseo no era llegar virgen al matrimonio. **" Mi deseo carnal no era llegar virgen al matrimonio, yo quería sexo, porque soy humana, el hecho de ser cristiana no me quita el deseo o la hormona, es un tema de autorregúlate, y saber los beneficios que tendrás si esperas hasta el matrimonio"**. También la exigencia de la virginidad hasta el matrimonio sigue siendo habitual en mujeres de creencias religiosas, pero por decisión y no siendo impuesta, cabe mencionar que este caso no es el mismo para todas, porque en países como en Marruecos existen certificados de virginidad en que **"La mujer es obligada a ir al médico con miembros de su familia y de la de su futuro marido para comprobar esa supuesta virginidad"**.

Otro de los discursos que maneja el actor Omar Vázquez es el caso de violación pues es una de las problemáticas latentes no solo en Latinoamérica si no que en todo el mundo. **"Mi primera vez no fue relevante, es más la quisiera olvidar". En sociedades tan machistas, opresoras, dañinas, ni siquiera existe esa oportunidad de llegar virgen al matrimonio sobre todo para las mujeres, una de cada tres mujeres, una cifra horrorosa sólo en Colombia cincuenta y cinco niñas son abusadas sexualmente, entonces coartan esa posibilidad de decidir, cada hora una niña, (*cincuenta y cinco niñas una cosa abismal*).**

En relación a lo anterior, cabe recalcar la definición de violencia sexual que brinda la OMS². "Todo acto sexual, la tentativa de consumar un acto sexual, los comentarios o insinuaciones sexuales no deseados, o las acciones para comercializar o utilizar de cualquier otro modo la sexualidad de una persona mediante coacción por otra persona, independientemente de la relación de

² Organización Mundial de la Salud.

esta con la víctima, en cualquier ámbito, incluidos el hogar y el lugar de trabajo”
OMS (2013)

En cuanto a las argumentativas, son aquellos procedimientos discursivos que, de modo intencional y consciente, utiliza el hablante para incrementar la eficacia de su discurso al convencer o persuadir al destinatario en una situación comunicativa, tal es el caso del Pastor Thomas Ávila que define cómo cree que se debe vivir antes de perder la virginidad **“ La abstención de la sexualidad genera impacto en nuestro entorno social y te ayuda el concepto de virgen es como si fuera una mesa de reservado, como cuando uno reserva una mesa en un restaurante, y todo mundo ve el cartelito de reservado, entonces la gente no se sienta porque está reservado para el momento en el que llegue el momento de esa cena especial”**. Utiliza este claro ejemplo insistiendo en que es la mejor decisión y utiliza modelos de la vida cotidiana para expresar lo importante que es llegar virgen hasta el matrimonio.

Kika Nieto también utiliza este tipo de estrategias para reafirmar su decisión de llegar virgen hasta el matrimonio; además evoca a la historia de cómo era tratada la mujer. **“La virginidad es como un trofeo y el hombre que le quitará la Virginidad a una mujer la logran, incluso exhibían los hombres con la sabana la mancha de sangre de la mujer; La virginidad no es algo que tú le pases a una persona como que si fuera un portaminas es algo importante. decir que desligas el sentimiento y el apego del sexo es simplemente tapar el sol con un dedo, y es apoyar a un discurso liberal de ten sexo con cualquiera y no pasa nada”**. El cuerpo de la mujer sigue instrumentalizándose. Incluso hoy en día algunos reality shows han subastado el cuerpo de las mujeres, ofreciendo su himen al mejor postor. Hay un mercado que compra la virginidad de mujeres y niñas.

Los recursos de persuasión que para esta investigación son de total importancia, son los prejuicios y el miedo es necesario mencionar que son los más recurrentes en las muestras que se presentan más adelante. Los participantes manifiestan sus sentimientos más ocultos, así de esta forma producen convencimiento mediante sus experiencias de vida ante las relaciones sexuales

El prejuicio fue de los más recurrentes, esto por contar con personas con creencias y estilos de vida totalmente diferente. Entre ellos el de la actriz porno Amaranta Hank ***“Yo conozco casos de mujeres que han sido abusadas sexualmente y tuvieron vidas súper represivas y a través de la religión de pronto del cristianismo o catolicismos han logrado sanar, pero eso es una población muy reducida, porque el cristianismo no abarca todo el mundo y lo que ustedes hacen también lo abarca la psicología no se pueden llevar todos los créditos de lo que sucede, porque básicamente no quieren hacer lo que ustedes hacen”***. Quien recuerda y recalca que su punto de vista es totalmente diferente y la psicología puede ser más reconocida e incluso mejor aceptada que el cristianismo.

El miedo es otro de los recurrentes en este caso para terminar cediendo sobre las decisiones, siempre la actriz porno Amaranta Hank testimonia cual fue su experiencia al perder su virginidad ***“Yo mismo recuerdo que mi primer encuentro sexual fue bajo presión, porque mi novio me decía si no lo hago contigo voy a buscar a otra chica y lo haré con otra, y pues terminé cediendo y lo hice”***.

Conclusión

A través de este trabajo, como equipo concluimos que, el curso de especialización “Análisis del discurso” ha enriquecido en el aprendizaje para la construcción de un proyecto investigativo. Ha aportado el incentivo, la formación de la actividad investigativa, el desarrollo intelectual, personal y ético como estudiantes egresadas de la Licenciatura en Letras.

En el proceso de este trabajo aprendimos a realizar una búsqueda exhaustiva y sistemática de información durante un contexto difícil, a causa de la pandemia. Pero a pesar de ello concluimos que, el ACD en las plataformas digitales como youtube debe ser más estudiados, para así lograr interpretar el mensaje de los contenidos y los discursos que se expresan por este medio, y percatarnos que tanta influencia tienen los youtuber antes sus receptores.

En la investigación encontramos que el discurso se apoya y hace uso de las estrategias discursivas con la finalidad de que el receptor crea o rechace lo que el emisor emite, de igual forma el uso de estrategias discursivas logra una reacción ante la audiencia, dentro del discurso se hace uso de las figuras literarias como una forma de expresarse y crear más expresividad a lo dicho.

Por otra parte, encontramos recursos de persuasión, donde los emisores utilizan los recursos emocionales para lograr persuadir a su audiencia y así generar más impacto en el discurso. Por último, pudimos evidenciar la postura que cada participante tiene acerca de la temática, resaltando sus ideas, sus creencias ideológicas haciendo ver que el discurso reproduce estrategias de poder centradas en las ideologías, en las posturas que la sociedad establece o aquellas guiadas por una profesión, así mismo se plantean aquellas posturas de manera abierta, y libres de acuerdo a la decisión de cada individuo. Con esta investigación logramos cumplir los objetivos planteados

Estructura capitular tentativa

1. Planteamiento del problema.
 - 1.1. Estado de la cuestión
 - 1.2. Situación problemática
 - 1.3. Enunciado del problema
 - 1.4. Justificación
 - 1.5. Objetivos
 - 1.5.1. Objetivo general
 - 1.5.2. Objetivos específicos
2. Base teórica
 - 2.1. Marco histórico
 - 2.1.1 Antecedentes del discurso
 - 2.1.2 Estudios y enfoques de los estudios críticos del discurso
 - 2.1.3 Historia de la creación de youtube.
 - 2.2. Marco teórico
 - 2.2.1 Aportes del análisis del discurso y creencias ideológicas propuestas por Teun van Dijk
 - 2.2.2. Principios teóricos del análisis crítico del discurso de Norman Fairclough
 - 2.2.3. Estrategias discursivas y su clasificación
 - 2.3 Marco conceptual
 - 2.3.1 Definición de discurso
 - 2.3.2 Poder, ideología
 - 2.3.3 Creencias
 - 2.3.4 Youtube, influenciadora, digital, plataforma
 - 2.3.5 Estrategia, estrategias discursivas
 - 2.3.6 Análisis, análisis del discurso, análisis crítico del discurso
 - 2.3.7 Contexto
 - 2.3.8 Lenguaje

- 2.3.9 Comunicación
- 3. Marco metodológico
 - 3.1. Método y procedimiento
- 4. Aplicación del análisis
 - 4.1. Aplicación de la teoría al discurso de la youtuber y sus invitados
 - 4.1.1. Estrategias discursivas
 - 4.1.2. Argumentativa
 - 4.1.3. De motivación
 - 4.1.4. De introducción
 - 4.1.5. Persuasivas
 - 4.1.6. Recursos de persuasión
 - 4.1.7. Orgullo
 - 4.1.8. Felicidad
 - 4.1.9. Miedo
 - 4.1.10. Prejuicio

Conclusiones

Referencias

Anexos

Cronograma de actividades

| ACTIVIDADES. | TIEMPO. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---------|---|---|---|-------|---|---|---|--------|---|---|---|--------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|------------|---|---|---|
| | MAYO. | | | | JUNIO | | | | JULIO. | | | | AGOSTO | | | | SEPTIEMBRE | | | | OCTUBRE. | | | | NOVIEMBRE. | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1- Presentación del tema de investigación. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2- Corrección de la primera parte de la investigación. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3- Presentación del perfil del proyecto. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4- Asesorías sobre el marco teórico y análisis de datos. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5- Presentación del marco teórico. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6- Presentación de los análisis de datos. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7- Corrección de análisis de datos y marco teórico. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8- Reunión sobre detalle de la defensa | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9- Entrega final. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10- Defensa final del trabajo. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Referencias

- AA.VV. (2008). *Diccionario de términos clave de ELE*. Obtenido de Instituto Cervantes. Centro Virtual Cervantes: https://cvc.cervantes.es/ENSEÑANZA/biblioteca_ele/diccio_ele/default.htm
- Alcalá, N. (25 de Julio de 2021). *Cómo fue el primer video que se subió a Youtube*. Obtenido de Gráfica : <https://grafica.info/quien-creo-youtube/>
- Angarita, C. P. (s.f.). *Figuras Retóricas*. Obtenido de Lectura, Escritura y Oralidad en Español: <https://leo.uniandes.edu.co/images/Guias/Figuras-retricas.pdf>
- Calambás, J. C. (2020). "Análisis del discurso y del entorno digital de los youtubers políticos, Daniel Samper Ospina y la Pulla y su influencia en la construcción de opinión pública: Caso Iván Duque" <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/12503/T09341.pdf;jsessionid=8ED7C1AC466875BAD7718C1EEC049EAB?sequence=5>
- Calsamiglia Blancafort Helena, T. V. (1999). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Cardozo González, L. A. (2017). *Análisis crítico de las estrategias discursivas y su incidencia en los interlocutores, a partir de las construcciones de género en la prensa escrita de la revista semana, entre enero y diciembre del 2015*. Obtenido de Universidad del Tolima, Facultad de Ciencias de la Educación, Maestría en Educación, Ibagué- Tolima: <http://repository.ut.edu.co/bitstream/001/2034/1/TESIS%20LUIS%20ALBERTO%20CARDOZO.pdf>
- Castillero Mimenza, O. (s.f.). *Persuasión: definición y elementos del arte de convencer*. Obtenido de Psicología y mente: <https://psicologiaymente.com/social/persuasion-definicion-elementos-convencer>
- Concepto, E. (2013-2021). *Matrimonio*. Obtenido de Enciclopedia Concepto: <https://concepto.de/matrimonio/>
- Content, R. R. (25 de Mayo de 2019). *¿Qué significa persuadir y por qué esta aptitud es importante para cualquier profesional?* Obtenido de Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-persuadir/>

- Cristhian Camilo Montenegro Bernal, A. C. (2017). "Análisis del discurso del canal de youtube La Pulla". https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/7194/1/2017_analisis_discurso_canal.pdf
- Dijk, T. A. (1999). "Análisis crítico del discurso". <http://www.discursos.org/oldarticles/EI%20an%20alisis%20cr%20tico%20del%20discurso.pdf>
- Julián David Cárdenas Salazar, D. F. (2018). "Análisis del discurso del canal de youtube, #HOLASOYDANNY, entre enero y octubre de 2017 como medio para ilustrar los escándalos políticos de corrupción en Colombia a partir de la sátira". https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/1341/AN%C3%81LISIS_DISCURSO_CANAL_YOUTUBE_HOLASOYDANNY_ENTRE_ENERO_OCTUBRE_2017_COMO_MEDIO_PARA_ILUSTRAR_ESC%C3%81NDALOS_POL%C3%8DTICOS_CORRUPCI%C3%93N_COLOMBIA_PARTIR_S%C3%81TIRA.pdf?seq
- Kika, N. (28 de Febrero de 2021). "Virgen hasta el matrimonio vs sexo antes del matrimonio". <https://www.youtube.com/watch?v=7LJ-I7UZ7Ei>
- Maldonado, J. C. (2009). *Estrategias discursivas: un abordaje terminológico*. Obtenido de Biblioteca Virtual Universal: <https://webs.ucm.es/info/especulo/numero43/abotermini.html>
- Nieto, K. (25 de Febrero de 2021). "Virgen hasta el matrimonio vs sexo antes del matrimonio". <https://www.youtube.com/watch?v=VEtShI8dVTE>
- Ortiz, J. (14 de Febrero de 2020). *Estrategias discursivas: concepto, tipos y ejemplos*. Obtenido de Liferder: <https://www.liferder.com/estrategias-discursivas/>
- Pardo Abril, N. G. (2007). *Poder, discurso y sociedad II, "Cómo hacer análisis crítico del discurso"*. Colombia, Bogotá: OPR-DIGITAL.
- Peiró, R. (08 de Abril de 2021). *Economipedia*. Obtenido de Comunicación: <https://economipedia.com/definiciones/comunicacion.html>

Persuadir. (s.f.). Obtenido de Portal académico CCH UNAM:
<https://portalacademico.cch.unam.mx/alumno/tlrid3/unidad2/argumentarPersuadir/persuadir#:~:text=En%20la%20argumentaci%C3%B3n%20para%20persuadir%20se%20utilizan%20como,objetivos%2C%20al%20razonamiento%20l%C3%B3gico%20a%20pruebas%20y%20comprobaciones.>

Ríos Hernández, I. (s.f.). *EL LENGUAJE: HERRAMIENTA DE RECONSTRUCCIÓN DEL.* Obtenido de Razón y Palabra:
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/27_Rios_72.pdf

Youtube. (Junio de 2021). *Términos y Condiciones del Servicio.* Obtenido de Youtube:
<https://www.youtube.com/static?template=terms&hl=es&gl=ES>