

TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

El enfoque semiótico como método de análisis de la comunicación en contenidos de ASMR en YouTube

Autor/es:

Martucci, Magalí – LU: 1133124

Carrera:

Ciclo de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Tutor:

Lic. Stecconi, Natalio

Año: 2022

Resumen y palabras clave

La presente investigación aborda, desde un contexto de pandemia, incertidumbre, estrés constante e insomnio, el surgimiento de una demanda de contenido ASMR (Autonomous Sensory Meridian Response o Respuesta Sensorial Meridiana Autónoma) en YouTube. El objetivo principal de este informe es explicar, desde un punto de vista semiótico, cómo estructuran mensajes los generadores de contenido seleccionados de esta plataforma para impactar sensorialmente a los usuarios.

Se analizaron un total de treinta videos de tres creadoras de contenido: Gentle Whispering ASMR, WhispersRed ASMR y TingTing ASMR. El análisis nos trajo cinco elementos claves: Susurros, sonrisas, caricias con la mano, luces bajas y pulcritud, que se analizaron con apoyo en las teorías Semiosis de Peirce, Retórica de la imagen de Barthes y Asociacionismo en Psicología.

La conclusión de esta investigación nos responde que efectivamente la comunicación de las creadoras de contenido ASMR en la categoría role play puede analizarse desde un punto de vista semiótico y que esta comunicación puede tomarse como punto de partida para lograr explicar el efecto que provoca el ASMR en la psicología.

Palabras clave: ASMR, Semiótica, comunicación, YouTube.

Índice

1 - Introducción	3
2 - Objetivos	4
2.1. Objetivo general	5
2.2. Objetivos específicos	5
2.3. Justificación	6
3- Hipótesis	7
4- Marco teórico	7
5- Marco metodológico	10
6- Análisis	12
7- Conclusión	24
8- Bibliografía	25
9- Anexos	28

1 - Introducción

Durante el período de pandemia por la COVID-19, en Argentina, la sociedad se vio afectada por diferentes cambios, en la salud, en la cultura, la educación, economía, trabajo, tecnología, entre muchos otros aspectos, lo que generó en los individuos una sensación constante de incertidumbre. Muchos medios, autores y creadores de contenido investigaron las consecuencias psicológicas que tuvieron los cambios provocados por la pandemia mundial, entre ellas el estrés, insomnio y hasta en algunos casos, depresión por el conjunto de estos.

La participación de internet jugó un rol fundamental: el encierro, las restricciones para socializar, el cambio de rutina, entre otros, generó una tendencia que se denomina “la revolución del bienestar”. Si bien la Industria del bienestar forma parte de nuestra sociedad hace ya un tiempo, con la pandemia “se ha producido un cambio rápido y amplio pasando del concepto de *wellness*, centrado en el individuo, al de *wellbeing*, una visión más holística que engloba a diferentes personas y sectores de nuestras sociedades” (Ideas LLYC, 2020). Esto provocó un cambio de comportamiento en las personas, dedicando más tiempo y recursos en su inteligencia emocional y empatía hacia otros. Algunas personas recurrieron a un fenómeno conocido como ASMR o Respuesta Sensorial Meridiana Autónoma, que por lo general, se manifiesta como una sensación de hormigueo en la cabeza que va bajando por el cuerpo y ocurre cuando el individuo percibe sensorialmente algún activador visual, táctil y/o auditivo.

El incremento de esta conversación en diferentes espacios como redes sociales y foros, provocó el surgimiento de nuevos influencers, denominados “ASMRtists” que generan contenido para saciar la necesidad de estos individuos, entre los que destaco para este análisis: Gentle Whispering ASMR, WhispersRed y Tingting ASMR.

Algunos de los ASMRtist tienen su espacio ambientado, tranquilo, suelen encontrarse frente a cámara con un micrófono visible, hablando con susurros o no, realizando pequeños sonidos con las manos o elementos a su alrededor denominados “triggers” (detonantes en español), pero todos con el mismo objetivo: relajar al espectador.

Este movimiento, lógicamente, despertó un gran interés para la Psicología y tras realizar varias investigaciones y acercarse más a entender este fenómeno, la respuesta se traduce a un comportamiento fisiológico causado por una hormona que probablemente se activa por experiencia previa, pero deja de lado el análisis del detonante por el cuál se genera la estimulación u aparición de esta hormona: la comunicación. Tal como vemos, hoy por hoy, lo que se sabe de esta respuesta sensorial, es muy incierto y nos deja mucha vacancia para poder

seguir investigando.

2 - Objetivos

Los estudios relevados nos explican cómo ocurre esta sensación en nuestro cuerpo, pero no nos explica el por qué ocurre, qué hace que un usuario sienta la conexión entre el sonido y lo que llega efectivamente al cuerpo.

2.1. Objetivo general

Y, como todo es comunicación, el presente estudio tiene como objetivo general explicar, desde la Semiótica, los recursos que utilizan los creadores de contenido en la plataforma de YouTube para generar ASMR en los usuarios.

2.2. Objetivos específicos

1) Describir la comunicación audiovisual de los creadores de contenido ASMR en YouTube. 2) Relacionar los contenidos con conceptos propios de la Semiótica, desde la mirada de Peirce con su teoría de la semiosis. 3) Relacionar los contenidos con conceptos propios de la Semiótica, desde la mirada de Barthes en su obra Retórica de la imagen 4) Comprobar mi hipótesis, de que solo se puede explicar el proceso de ASMR uniendo la Comunicación con la Psicología.

Como mencioné anteriormente, en estudios previos de Psicología se abordó la temática del ASMR, el primer estudio fué escrito por Emma L.Barrat, Nick J. Davis (2015), en él, definen al ASMR, describen la sensación que provoca en los humanos, identifican principales desencadenantes y proporcionan datos sobre las mejoras en afecciones psicológicas. A través de encuestas y demostraciones de diferentes sonidos, los autores nos dan como conclusión un mapa que demuestra que los orígenes del hormigueo provocado por el ASMR se extienden por todo el cuerpo, siendo el área más recurrente la cabeza y que el estado de ánimo del 50% de los participantes tuvo mejoras. También abordan el vínculo entre éste fenómeno y la sinestesia, definido por Wikipedia como personas que experimentan de forma automática e involuntaria la activación de una vía sensorial o cognitiva adicional en respuesta a estímulos concretos.

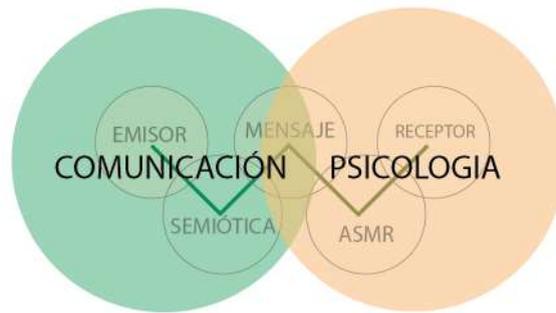
Por el lado de la comunicación, pude encontrar dos investigaciones muy interesantes como precedente. La primera es un estudio de Andrea Rovira (2021) que analiza el efecto del

ASMR en estrategias de marketing sensorial para provocar mayor engagement en la audiencia, atrayendolos mediante publicidades con sonidos de objetos, susurros y atención personalizada, lo que brinda una experiencia mucho más enriquecedora que las publicidades tradicionales. Ella nos muestra los diferentes tipos de ASMR que son compatibles con publicidades y algunas marcas que hicieron uso del mismo. Además, en el video explicativo nos cuenta sobre el storytelling como recurso comunicacional para causar mayor probabilidad de enganche al consumidor y atraerlo hacia una mirada positiva de la empresa. En conclusión, el mix entre storytelling y marketing sensorial ASMR resulta efectivo para provocar lo que toda empresa quiere y necesita: engagement (nivel de compromiso de un cliente con la marca).

El segundo estudio que abordar el ASMR desde comerciales, con el objetivo de responder si los videos ASMR para comerciales provocan el mismo efecto en el consumidor que los videos ASMR tradicionales, el Dr. Richard (2017) cuenta la entrevista que tuvo con la autora de este estudio, Veronica Pastore, quién llevó a cabo encuestas a distintos usuarios a los que les mostró el video de un comercial de Dove y al que fue realizando algunos cambios en el sonido para llegar a la conclusión que, efectivamente, las personas responden positivamente a los comerciales con activación de ASMR.

2.3. Justificación

Por los estudios relevados, puedo observar que hay una relación entre la experiencia de sentirse cuidado y la sensación provocada por ASMR. Además, en el ámbito de comunicación se ha estudiado cómo varias empresas importantes han utilizado el recurso ASMR en sus campañas publicitarias. Por eso, voy a utilizar como marco metodológico a la Semiótica para desarmar la comunicación utilizada en estos videos, explicar los recursos semióticos que encuentro en cada pieza y tratar de comprobar mi principal hipótesis de que el ASMR nace como una construcción de comunicación que no puede ser explicada desde la Psicología únicamente porque sólo se estaría estudiando el efecto del receptor, dejando de lado el emisor y el mensaje.



En el gráfico podemos ver que el proceso de ASMR comienza desde la emisión de un mensaje hasta que es recibido como ASMR en su receptor.

Personalmente este estudio me interesa realizarlo debido a que soy sensible al ASMR, noté una tendencia muy importante y aumento de conversaciones en ámbitos sociales sobre el tema, pero hay una gran brecha entre los amantes del ASMR y los misofónicos, quienes experimentan respuestas negativas a ciertos sonidos. El recorte más apropiado para mi investigación será el de ASMR del tipo role plays, dado que según la ASMR University es uno de los tipos de ASMR más utilizados.

Considero que, con esta investigación, se generará un aporte científico al estudio del ASMR, develando cómo construir mensajes que permitan que más usuarios conozcan esta sensación y ayudar a la industria del bienestar en este contexto donde todos necesitamos un descanso del estrés.

Con esta investigación lograré responder a ¿Qué recursos semióticos utilizan los influencers de ASMR seleccionados para crear sus contenidos?

3- Hipótesis

- Los mensajes de creadores de contenido ASMR en YouTube se pueden describir desde un punto de vista semiótico.
- La construcción del mensaje para generar ASMR justifica el efecto que provoca.
- Solo se puede entender el proceso ASMR generando un vínculo entre la comunicación y la Psicología.

4- Marco teórico

Para enmarcar la investigación del objeto de estudio anteriormente mencionado, tomaré teorías del campo de la Semiótica con puntos de vista de diferentes autores emblemáticos y de la psicología contemporánea.

Mi elección se debe a la lectura de una investigación previa dónde se analiza la relación entre la comunicación y la Semiótica y la utilización de la misma como artificio metodológico para explicar la comunicación y darle sentido. Carlos E. Vidales Gonzáles (2009) indica que “La Semiótica describe procesos de comunicación no en términos de intercambio de mensajes, sino en términos de producción de sentido, de acción de los signos, de semiosis, de procesos de producción de significado, de sistemas de significación, de procesos culturales o de intercambios simbólicos”. Lo que este extracto nos indica, es que la Semiótica nos brinda una mirada más analítica sobre el trasfondo de la producción de contenidos comunicacionales, es por eso que es una herramienta ideal para explicar la comunicación utilizada en ASMR en relación con la Psicología.

Entonces, luego de hacer una búsqueda sobre qué teorías estaban más validadas para el campo de la comunicación y cuáles resultaban útiles para el tipo de contenido que voy a analizar, definí utilizar la Teoría de Semiosis de Charles Sanders Peirce, considerado padre de la Semiótica moderna por su obra imperfecta, dónde analiza la construcción de la realidad a través de un proceso de Semiosis. Este autor me brindará las herramientas para conceptualizar y traducir ciertos elementos de la comunicación de los contenidos seleccionados, dentro de la Semiótica, tales como: signo, representamen, objeto e interpretante, darles sentido a sus definiciones según los conceptos de semiosis previa, social o paralela y darles una clasificación según los momentos receptivos. Ya que la investigación será una relación entre varias teorías semióticas y psicológicas, no me extenderé en un análisis exhaustivo como puede ser el de la clasificación y tipos de signos.

Conceptos relevantes:

Signo: Algo que está en lugar de otra cosa

Objeto: Parte real del signo. Puede ser un objeto tangible o una idea. Representa al signo.

Representamen: Es la parte más sensible del signo (que captan los sentidos)

Interpretante: Parte conceptual del signo (acá tiene un papel importante la comprensión del signo).

La **Semiosis** puede definirse según Alejandra Vitale (2002) como “el instrumento de conocimiento de la realidad, es siempre para Peirce un proceso triádico de inferencia mediante el cual a un signo (llamado representamen) se le atribuye un objeto a partir de otro signo (llamado interpretante) que remite al mismo objeto”.

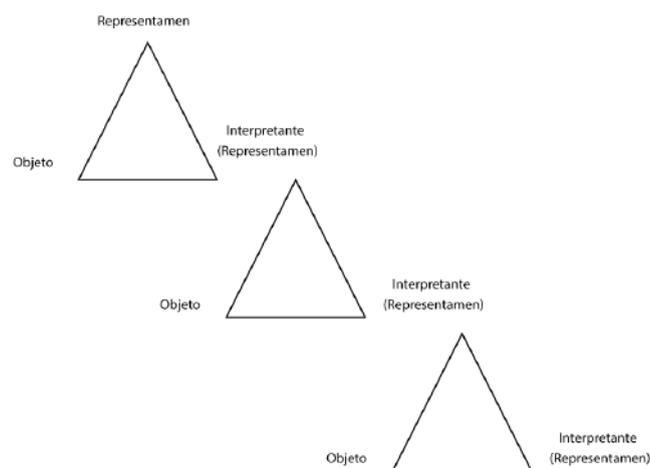
Momentos receptivos en el proceso de semiosis: Etapas al momento de recibir estímulos.

Primeridad: Se considera el signo tal cual es sin tener de referencia otra cosa. Refiere al representamen. Es el estímulo que recibimos.

Segundidad: Referido al objeto. Se lo considera tal cual es pero en relación a otra cosa. Es detectar todo lo que no es ese signo.

Terceridad: Refiere al interpretante. Hace posible la ley y regularidad, la relación entre el objeto y su representamen. Se define qué es efectivamente el estímulo recibido.

Es importante aclarar, que, para Peirce, el vínculo entre el representamen, interpretante y objeto es infinito e ilimitado, dado que cada uno de ellos son signos individualmente que conllevan un análisis semiótico particular y a su vez ese análisis nos trae más signos, haciendo el proceso infinito.



En segundo lugar, utilizaré para responder el tercer objetivo específico, la teoría de Retórica de la imagen de Barthes. La retórica de la imagen es caracterizada por lo visual, es decir, limitada al sentido de la vista y la composición de una imagen. Del análisis que realiza Barthes sobre una imagen resulta interesante destacar dos conceptos que me permitirán abordar los contenidos seleccionados de los creadores de contenido de YouTube: **Denotación:** Elemento presente en una imagen, perceptible. **Connotación:** Concepto que nos remite la imagen, es una construcción mental. En el caso de las funciones de anclaje y relevo, no las considero relevantes para el estudio que llevo a cabo.

Roland Barthes afirma que la comunicación no pasa únicamente a través de signos lingüísticos, sino también desde elementos de la cultura como los gestos, vestimenta, imágenes, formas y colores, idea que coincide con la hipótesis planteada: La construcción del mensaje para generar ASMR justifica el efecto que provoca..

Ahora, si bien entendemos a la comunicación como inicio de todo este proceso de análisis, debo comprobar que efectivamente los elementos seleccionados en el contenido audiovisual serán los cuales provoquen el efecto ASMR. Para definir esto hay que pensar en el proceso cerebral que ocurre cuando recibimos estímulos y es por eso que, desde el lado de la psicología, utilizaré la teoría del Asociacionismo.

El Asociacionismo es una de las teorías básicas para explicar la vida mental y es definido como la presencia de dos o más estímulos que, al estar en conjunto frecuentemente y luego hacerse presente sólo uno de ellos, genera por asociación el recuerdo del otro.

Pero esta formulación de conocimiento no es tan simple como el modelo estímulo-respuesta, sino que dentro de este esquema existe la experiencia que, a su vez, está vinculada a sensaciones producidas por estímulos que tiene otras tantas experiencias y conexiones, haciendo el pensamiento más complejo.

Los conceptos claves que utilizaré para el análisis de los contenidos seleccionados serán:

Asociacionismo por semejanza: Existen uniones mentales de representaciones e ideas que permiten relacionar y vincular estímulos.

Asociacionismo por contigüidad: Elementos distintos que ocurren de manera próxima en un momento y lugar determinados generan conexiones mentales creando nuevas ideas.

Relación causa y efecto: Se asocian elementos e ideas a través de la causa y el efecto que genera su relación.

5- Marco metodológico

El tipo de metodología utilizada para esta investigación es cualitativa y cuantitativa de tipo descriptiva, ya que nos proporciona un acercamiento más profundo hacia los signos que analicé y la técnica utilizada será análisis de contenido. La composición de estos contenidos es audiovisual: imagen y audio.

Los contenidos analizados son treinta videos provenientes de YouTube y de tres generadores de contenido ASMR dentro de mi segmentación seleccionada que será la de los role plays. A su vez, los role plays seleccionados para este análisis serán de tipo atención personalizada, que según la fuente ASMR University “es más probable que experimente ASMR cuando una persona amable y servicial le brinde una atención tranquila y enfocada”. Dentro de esta categoría podremos identificar las más comunes: Spa, peluquería, maquillaje, atención médica, entre otros.

Las creadoras de contenido Gentle Whispering ASMR, WhispersRed ASMR y Tingting ASMR fueron seleccionadas por ser parte del TOP 15 de artistas ASMR por Mónica Millan Valera (2022), además, por cumplir con crear contenidos role plays de atención personal en sus canales y por ser de género femenino. Según una conjetura del Dr. Richard en la ASMR University, existen ciertos desencadenantes identificados en ASMR que representan sonidos hechos por seres queridos cercanos, recordándonos la sensación de confort y la liberación de hormonas placenteras que ocurre cuando somos niños al recibir atención de nuestros padres. Es por esto, que, a fines de segmentar aún más mi selección de contenido, elegiré creadoras de contenido de género femenino, quienes representan social y psicológicamente la calidez del seno materno.

“Ya sea que se haga intencional o no intencionalmente, las personas que desencadenan ASMR en otras personas demuestran la mayoría de los rasgos conductuales del comportamiento de vinculación que utilizan los padres para calmar, consolar y relajar a los bebés.” Dr Richard en ASMR University

Con la información recolectada tanto en el Estado del Arte como en la Bibliografía, determiné que la mejor forma para detallar los elementos encontrados y segmentarlos será mediante un [cuadro](#) con las siguientes categorías:

Tipo de role play: Estos serán Skincare, Peluquería, Maquillaje, Médico o Spa. Es decir, de atención personalizada.

Elemento: Esta variable es muy dinámica y dependerá de lo observado en los contenidos. Se definirán por su forma perceptible sin entrar en detalles que no serán relevantes para los objetivos de este estudio.

Categoría del estímulo: Gestual, visual o auditivo, respondiendo a los sentidos que puede llegar a estimular un contenido audiovisual y dejando de lado gusto y tacto, ya que son imperceptibles en lo multimedia. Esta categoría puede ser única o doble, es decir, tener doble estimulación, es por eso que se utilizará una segunda columna “Categoría” optativa.

URL: En esta columna completaré la dirección única hacia el video que estoy analizando.

Creadora de contenido: Gentle Whispering, WhispersRed ASMR o Tingting ASMR. Siendo estas tres las seleccionadas para el análisis.

Detectaré así, cuáles son los signos más frecuentes en contenidos ASMR y los describiré, en principio con teorías de Peirce y Barthes, para luego darles una conexión lógica dentro del estudio de la psicología con el Asociacionismo. Todo ese análisis será esquematizado en un [cuadro](#) descriptivo para facilitar la comprensión:

SEMIÓTICA					
Peirce				Barthes	
	Primeridad	Segundidad	Terceridad	Denotación	Connotación
Elemento	Representamen	Objeto	Interpretante		

Este cuadro esquematiza el inicio del proceso del ASMR (la comunicación)

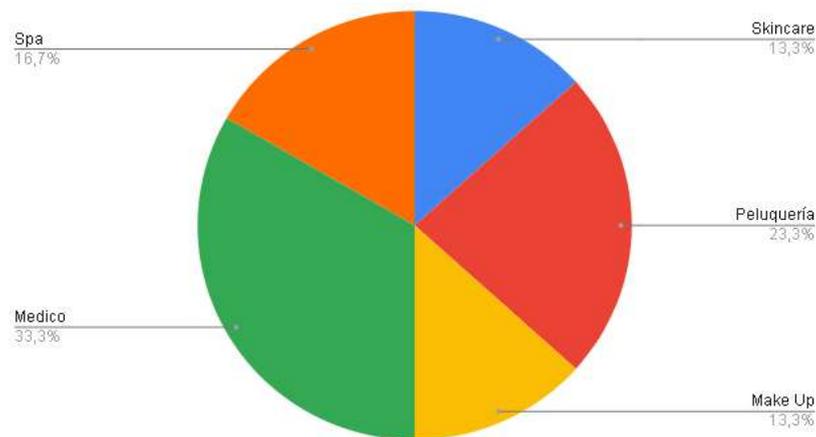
6- Análisis

ASMR en datos

De los treinta videos analizados obtuve un total de 142 elementos únicos, los cuales fueron apareciendo en los distintos contenidos más de una vez, haciendo un total de 652 elementos analizados. Los videos fueron un total de diez por cada creador de contenido.

En el caso de Gentle Whispering las subcategorías de role plays analizadas fueron las siguientes: Skincare (4 videos), médico (3 videos), peluquería (2 videos) y make up (1 video). Para la creadora de contenidos WhispersRed se analizaron: spa (4 videos), médico (4 videos) y make up (2 videos). Por último, para Tingting ASMR, los contenidos fueron: peluquería (5 videos), médico (3 videos), spa (1 video) y make up (1 video).

Con esta información podemos ver preferencias de cada creadora para ciertos tipos de role play, esto puede deberse a intereses de su audiencia o gusto personal. Pero lo más importante a destacar de estos primeros datos es que las subcategorías de role play en atención personal más utilizadas fueron: médico (33,3%), peluquería (23,3%), spa (16,7%), skincare (13,3%) y make up (13,3%). Esta muestra resultará representativa para el segmento seleccionado para el análisis.

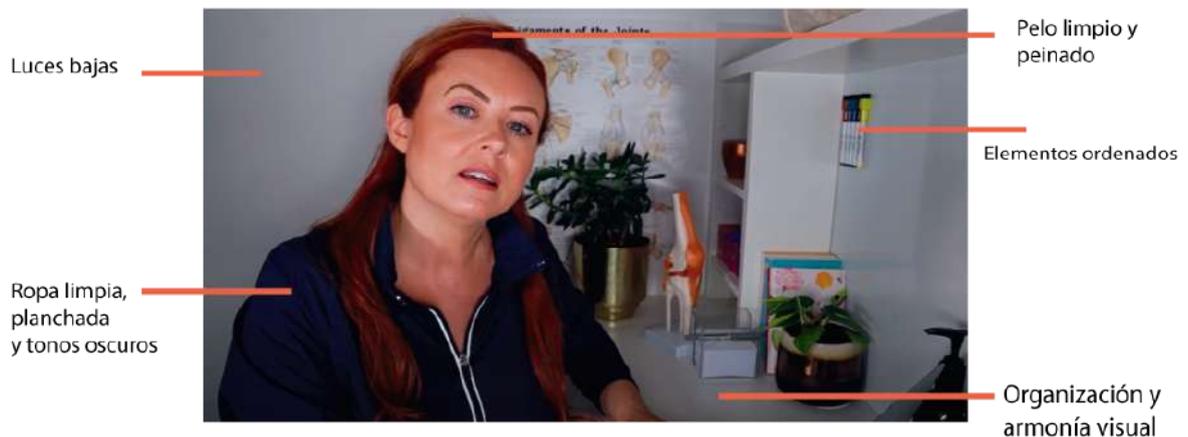


Con respecto a los elementos que obtuve de los contenidos, podemos ver que para Gentle Whispering los más utilizados son pulcritud, susurros, tocar la cámara y luces bajas. Para WhispersRed son susurros, caricias con la mano, preguntas, tocar la cámara, y tela. Para TingTing ASMR son luces bajas, susurros, sonrisas, preguntas y pulcritud. En total, con los treinta videos analizados, los elementos que más apariciones tienen son: Susurros (30), luces bajas (29), pulcritud (30), caricias con la mano (28) y sonrisas (28). Estos elementos son los que analizaré como signos desde el punto de vista semiótico para darles sentido y unirlos con la psicología asociacionista.

Ahora bien, entrando en el análisis y detalle de cada uno de estos elementos, podemos definir que los **susurros** son recurrentes en contenidos ASMR, Emma L. Barratt, Nick J. Davis (2015) y el Dr. Richard en sus artículos llegaron a concluir que era el principal detonante para producir la Respuesta Meridiana Sensorial Autónoma. Conocemos al susurro como hablar en voz baja, de forma pausada y con cierta delicadeza, además de ser socialmente identificado como el sonido que uno utiliza cuando quiere guardar cierto silencio y mantener un ambiente calmo, tal como indican Emma L. Barratt, Nick J. Davis (2015) el 52% de las personas prefieren “condiciones tranquilas y relajadas para lograr ASMR”.

El segundo elemento destacado son las **luces bajas** y me animo a decir, como consumidora

de ASMR desde hace años, que es un factor clave, porque le da el ambiente tranquilo y tenue característico de cualquier escenario que propicia la relajación: consultorios médicos o spa. Las creadoras saben recrear muy bien un ambiente para que el usuario se concentre en la repetición de sus tareas y otros detonantes. Este elemento da la bienvenida al espectador, genera un “silencio visual” y da lugar a que se concentre en la atención que va a recibir.



En la imagen podemos ver a WhispersRed en un video de role play subcategoría médico. Y destaco algunos elementos observados que aportan calma y tranquilidad.

En tercer lugar, la **pulcritud**: este elemento me pareció importante identificarlo porque parece una obviedad que en la actualidad los videos que consumimos muestran una porción perfeccionista de un momento, pero es un factor clave para generar sinergia entre los demás elementos presentes en estos contenidos y generar la sensación de relajación. Considerando nuevamente el estudio de Barrat y Davis, donde el 50% de la muestra indicó que la ASMR mejoró su estado de ánimo, ¿qué pensaría una persona que está preocupada por la limpieza, el orden y llega a estos contenidos con el fin de relajarse y ve imperfecciones, personajes o escenarios desprolijos? Seguramente se sentiría muy frustrado y no le permitiría llegar a la sensación buscada.

Los elementos **caricias con la mano** y **sonrisas**, son individualmente o en conjunto una representación de amabilidad y cercanía. Centrándose en generar un vínculo de confianza con

el espectador y permitiendo que se sienta seguro en este espacio. Las caricias con la mano, entran en la categoría de sensaciones físicas según el Dr. Richard (), generando “hormigueo ligero y placentero, destellos, borrosidad u ondas de relajación en la cabeza, el cuello, la columna vertebral y en todo el resto del cuerpo” y las sonrisas o miradas fijas que también podemos observar en muchos de estos videos de atención personal, representan las sensaciones psicológicas que la ASMR University define como “sensaciones profundas y de relajación, calma, comodidad, paz, tranquilidad o sueño”.

Contabilice, también, los estímulos que despiertan estos elementos, explicados anteriormente como: gestuales, visuales y auditivos. El 63% de los elementos despiertan estímulos visuales, esto se debe a que los escenarios, en su mayoría, están compuestos por elementos tanto ambientales (que propician la ASMR), como detonantes (que generan ASMR). Por otro lado, 20,3% de los estímulos fueron auditivos, o sea sonidos que generaba la creadora de contenido desde su persona o con objetos físicos. Y por último, el 16,7% son gestuales, visuales per se, pero la creadora de contenido utilizaba este lenguaje físico como herramienta para expresarse.



En este fragmento vemos como la creadora Gentle Whispering simula en su role play médico estar tocando la cara del espectador.

Para categorizar los elementos que generaban doble estimulación, es decir que si bien la primera información recibida era una y luego recibíamos otra, utilicé la columna “categoría secundaria”. No me sorprende ver que el 96,3% de la categoría secundaria del estímulo era auditiva, el 3,4% visual y el 0,4% gestual. Esto está ligado a que las creadoras utilizan esta doble estimulación para generar más realismo en sus role plays. Como en el caso del elemento tocar la cámara, por lo general la creadora quiere acompañar esta acción con un leve sonido que simula que realmente nos está tocando la cara: está utilizando un lenguaje

gestual y auditivo para comunicarnos una sensación.

Semiosis y ASMR

Ahora bien, ya con estos elementos previamente descritos, voy a situarlos en un plano de Semiótica, más precisamente en la semiosis propuesta por Charles Sanders Peirce.

Este autor nos propone una estructura para dar una explicación o sentido a cualquier experiencia humana, en ella tenemos: un representamen, objeto e interpretante, que corresponden a tres momentos receptivos: primeridad, segundidad y terceridad. Esta interpretación puede ser en muchos casos relativa a contexto social, experiencias previas o contexto cercano, que fue tenido en cuenta en el análisis para acercarnos más a la descripción semiótica de los elementos recolectados.

Pulcritud: En una primeridad recibimos al signo, es decir una persona y/o espacios limpios y ordenados, colores claros. En la segundidad vemos que no hay suciedad, desprolijidad, empezamos a detectar un concepto de pulcritud que según Peirce se está relacionando al objeto con otra cosa. En una etapa de terceridad, aparece el interpretante que hace posible que se determine el concepto de Pulcritud, esto puede deberse a procesos de semiosis previos que haya experimentado, que relacionamos este objeto a algo que ya vivimos, características físicas o estímulos recibidos. También puede deberse a una semiosis social donde el entorno nos definió este concepto y nos predispone, también, a suponer que la sensación que este estímulo visual o signo nos genera es de paz y tranquilidad visual.

Susurros: En los contenidos recibimos un primer estímulo auditivo, que lo percibimos por lo que es, un sonido. En la segundidad le damos un sentido a este signo mediante un objeto, es decir el concepto de “susurro” que está determinado por ser una voz baja, calmada y un lenguaje hablado. En la terceridad el interpretante recibe este objeto y lo relaciona con su representamen, se define que es un susurro, además, como una herramienta de relajación y calma, sea por semiosis previas experimentadas en nuestra niñez o por contigüidad dónde relacionamos otros procesos de semiosis de signos adyacentes como cama, luces bajas, sonrisas u otros sonidos encontrados en estos escenarios.

Luces bajas: Visualmente recibimos este signo presente en la mayoría de estos contenidos, detectamos que se trata de un tipo de iluminación. Al llegar a la fase de segundidad, dónde empezamos a detectar el objeto que le da sentido al signo, entendemos que son luces tenues y no brillantes o fuertes. Podemos considerar que el interpretante, por semiosis paralela compara lo que es un escenario con una iluminación normal y define que se trata, efectivamente, de una luz más baja en el fondo de la escena del contenido. Por semiosis previa y contigüidad de signos entendemos que se trata de un espacio de relajación, un ambiente propicio para descansar tal como el que preparamos cada día para ir a dormir.

Caricias con la mano: En la etapa de primeridad le asignamos al signo el representamen de un movimiento con la mano, es decir, algo que percibimos visualmente como tal. Al pasar a la etapa de segundidad, según Peirce, empezamos a relacionar un objeto a este signo donde definimos qué es y qué no es. Para poder definir qué es, entendemos que no se trata de un movimiento brusco o mal intencionado, sino de algo lento y de buena intención, determinamos entonces que se trata de una caricia con la mano. En la etapa de terceridad, el interpretante, quien recibe este objeto va a vincularlo con su representamen. En este caso podemos saber que el emisor del mensaje está representando una caricia a nuestra cara debido a que ya entendimos en otro proceso de semiosis paralela que la cámara a la que el creador de contenido mira fijamente y atiende, se trata de nosotros. Por experiencias previas, además, podemos interpretar situaciones similares en dónde otra persona nos acarició la cara y volver a situarnos en ese contexto.

Sonrisas: Y, como último elemento para analizar según Peirce, tenemos el signo Sonrisas, que se le asigna un representamen como un movimiento bucal de mostrar los dientes. En la segundidad consideramos que se trata de un gesto, de una sonrisa. En la terceridad asociamos por semiosis social una interpretación condicionada a nuestro entorno donde la sonrisa, acompañada de otros signos que denotan amabilidad, es bien intencionada. Generando confianza y simpatía.

Si bien Peirce consideraba que el proceso de semiosis es infinito, lo simplifiqué en una sola línea de semiosis y con el nivel de análisis más relevante para este proyecto y sus objetivos.

Cabe destacar, además, que estos elementos recibidos mediante estímulos, en muchos casos

han sido acompañados de otros estímulos secundarios, que si bien representa a una semiosis paralela, al interpretante le llegan ambos estímulos de forma inmediata, colaborando en la interpretación de ambas semiosis en conjunto.

Como sabemos, la comunicación es una construcción que se va dando en constante flujo de intercambio de mensajes o signos entre un emisor y un receptor y la profundidad o interpretación que se tenga de estos mensajes es relativa al contexto y otros factores tanto internos como externos. La semiosis nos permitió desmembrar esta comunicación y darle un sentido a la realidad.

Barthes y el ASMR

Otra teoría que utilizaré para continuar el proceso de vinculación entre la comunicación, la ASMR y la psicología, es el estudio de la Retórica de la imagen de Barthes. Es decir, describiré los elementos previamente analizados como signos, en este caso a nivel puramente visual (denotación), para obtener un concepto, a través de la construcción mental (connotación). La lectura que se le puede hacer a una imagen corresponde a diferentes tipos de saberes, lo que Barthes llama connotadores, que en conjunto, dan origen a la retórica.

A fines de representar esta muestra, elegí al azar una imagen que representa cada elemento seleccionado.

Pulcritud:



La pulcritud, no es sino un resultado de la construcción de un mensaje. Es por eso, que la imagen denotada, o sea lo literal que vemos en ella, no nos trae este elemento per se, sino hasta que le demos el significado correspondiente ante la connotación.

La imagen es entonces, lo que vemos: signos o elementos en un mueble de color blanco, una planta de fondo, objetos de cosmética, una mujer de cabello cobrizo, caucásica, vestida con una remera de mangas largas color marrón. Estos signos por separado no representan lo mismo, en conjunto forman de alguna manera un encadenamiento que permite una secuencia de elementos visuales que nos hace concluir, en conjunto con saberes culturales y sociales, que se trata de un espacio de estética y que la persona que aparece en la imagen, con el gesto y postura corporal que tiene, nos está enseñando o presentando el lugar (connotación).

Ahora bien, analizando cada signo por separado podemos encontrar que denotan colores claros, superficies limpias, organizadas y que eso nos lleva a generar un pensamiento, en conjunto con el contexto previamente analizado, que se trata de un ambiente y de una persona pulcra, limpia, ordenada, que no vemos objetos desorganizado, ni sucio. La creadora de contenido se ve limpia, con las uñas pintadas, combinando el color de su pelo con el de su ropa y sus uñas, transmitiendonos nuevamente este mensaje de pulcritud.

Susurros:



En este caso, al utilizar solo una imagen es muy difícil identificar el signo susurro.

No es sino cuando analizamos una secuencia de signos e imágenes donde se ven movimientos o gestos tranquilos dando alusión a que la persona que habla está susurrando (sin acompañamiento de sonido). Es por eso, que a fines de poder analizar este ejemplo representativo para este elemento, utilizaremos el fragmento de [este video](#) desde el minuto 14:24 al 14:29.

La denotación de este fragmento de imágenes es de una mujer rubia, caucásica, de ojos marrones, vestida con camisa, aros y labios de color rosa. El fondo de este video no es relevante para este análisis. Lo que connota esta imagen, es por conocimientos previos

sociales principalmente, que la gesticulación que hace al acercarse a cámara, el movimiento lento de los labios hablando, acompañado de movimientos corporales lentos, es que esta persona está comunicándose por lenguaje hablado y susurrando, además de connotar cierta complicidad y amabilidad en el video.

Luces bajas



Lo que analizaré en esta imagen corresponde al fondo y ambientación, ya que ahí se encuentra el elemento propuesto. La imagen denota un fondo de colores cálidos, cortinas, estanterías, elementos de decoración como plantas y cerámicas. Esto se puede ver claramente pero también a simple vista vemos que la iluminación no es brillante y resplandeciente, sino que se trata de una iluminación baja y cálida. En cuanto a la connotación que nos puede dar esta imagen, a este signo le podemos dar el significado de relajación individualmente y en conjunto de signos, acompañados con el conocimiento cultural y propio de que las luces bajas remiten directamente a lugares relajados o a un espacio de sueño.

Caricias con la mano:



Esta imagen tendrá en cuenta a la creadora de contenido como objeto a analizar. En ella denota una mujer, sonriente, probablemente asiática, pelo castaño, bata blanca, guantes azules, cerca de la cámara y tocando la cámara. Por el conjunto de signos, principalmente la bata, la cercanía a la cámara y los guantes podemos entender, gracias a un saber cultural, que se trata de un médico que está atendiendo. Siguiendo con el análisis vemos que al sonreír, mirar fijamente y en un contexto de saber cultural de que una persona toque la cámara se refiere a que está “interactuando” con el espectador, podemos interpretar que esta persona está tocándonos. Por el gesto sonriente y la mano cerca de la cámara, nos remite a que se trata de una caricia en nuestra cara.

Sonrisas:

Para éste último elemento utilizaré la imagen anterior, siendo la denotación la misma y la connotación la amabilidad que quiere generarnos esta creadora de contenidos, la sensación de cercanía y confianza que por lo general nos quieren transmitir los médicos al momento de atendernos para tranquilizarnos y darnos la atención necesaria.

Todos estos signos forman parte de una secuencia que nos permite generar el razonamiento necesario a través de nuestros saberes para entender, interpretar y sentir diferentes estímulos a través de la construcción del mensaje que está realizando la persona creadora del contenido. Es decir, estos contenidos tienen un factor comunicativo fuerte, dónde la persona que emite los mensajes está familiarizada con las sensaciones que sus mensajes provocan y cómo combinar eficazmente los signos seleccionados para transmitirnos ASMR, tanto en cuestiones ambientales y abstractas, como en detonantes físicos observables y escuchados.

Asociacionismo y ASMR

Para terminar, debemos entender qué pasa cuando todos estos estímulos son procesados por nuestro cerebro para llegar a causarnos esta sensación física tan particular que ocurre en la ASMR.

Según el Dr. Richard “ Los estudios han demostrado que las endorfinas tienen una participación crítica en el vínculo entre padres e hijos. Cuando un bebé y un padre se acercan, el cerebro del bebé libera inmediatamente neurotransmisores de endorfinas.” Afirma también que “Las endorfinas son probablemente la causa principal del hormigueo y la ligera euforia de ASMR. El cerebro está recibiendo estímulos que percibe como seguros y confiables, como la voz suave de un médico o los toques de aseo de un peluquero, y eso provoca la liberación de endorfinas.”. Básicamente, la hormona que fue identificada como generadora de ASMR es la misma que participa en procesos de vínculos con nuestros afectos en la niñez.

Resulta así que el Asociacionismo es una teoría excelente para darnos una explicación desde el punto de vista psicológico, ya que entramos en un plano más físico y anatómico y salimos de lo abstracto de la comunicación. Es decir, la segunda parte del [cuadro](#) propuesto como el proceso de ASMR.

Lo que propone esta teoría es, básicamente, es explicar la vida mental y el conocimiento a través de la relación de dos o más estímulos concatenados que, al haber ausencia de uno de ellos, podría generar por asociación de la experiencia, el recuerdo del otro.

“Entonces, ¿de dónde vienen las ideas complejas, que no son directamente sentidas?”, la respuesta a esta pregunta nos proporciona el primer principio de la asociación: “las ideas complejas provienen de la asociación de otras más simples” Juan Miguel Ilizaliturri (2012)

Como indiqué en el marco teórico, existen tres conceptos claves para este análisis: asociacionismo por semejanza, por contigüidad y la relación causa y efecto.

En los elementos que destacué de los videos segmentados de YouTube y tras la explicación de sus procesos de semiosis y de, principalmente, sus connotaciones, encontramos similitudes: los signos son elementos que son asociados a un representamen, a un objeto y estos son asociados por un interpretante. A su vez, según Barthes, se asocian conceptos a signos a través de conocimientos previos y saberes (connotación). Todo este proceso, es igual al que proponen filósofos y psicólogos en el asociacionismo.

Para ser más precisa, cuando hablamos de pulcritud, estamos asociando un signo con una

carga conceptual a otro signo que puede ser un mueble blanco y limpio, es decir, posiblemente el color blanco es el elemento clave que nos esté haciendo asociar por semejanza la idea de pulcritud. Esto puede ser porque socialmente está asociado con el vestido blanco de una novia, con la pureza, la paz o salud. Es decir, estas ideas de que el color blanco son pureza, paz o limpio, se asocia a que cuando recibimos el estímulo visual de algo blanco, nuestro cerebro une estas representaciones y las asocia.

En el caso de asociacionismo por contigüidad, si observamos en un mismo ambiente los cinco elementos analizados: sonrisas, pulcritud, susurros, luces bajas y caricias con la mano. Es probable que, al tener todos el factor común de desencadenar sensaciones de relajación o tranquilidad, nuestra mente genere la idea de paz y descanso automáticamente. Y ¿qué pasaría si a este proceso se le agregan otros signos, como los que aparecen en los videos? Como lo son camas, camillas, velas, mantas o almohadas. Más que probablemente con la contigüidad visual de estos elementos terminan provocandonos la idea a la que están relacionados individualmente: el descanso.

Para explicar que también ocurre esta relación causa-efecto entre los signos mencionados, podemos pensar que al ver estos contenidos con estos signos/elementos relacionándose entre sí y generando asociaciones que provocan ideas y sensaciones a quienes experimentan ASMR, es una relación clara causa-efecto. Siendo la causa la relación de ideas provocadas por el asociacionismo por contigüidad y el efecto la ASMR que se genera en nuestro cuerpo al recibir estos estímulos.

Recordemos que, en la definición que indiqué en un principio, aclaramos que la formulación de conocimiento no surge sólo del modelo estímulo-respuesta, sino que este mismo esquema tiene otros estímulos adyacentes provocados por otras tantas experiencias, que a su vez tienen otras tantas conexiones, complejizando el pensamiento y relacionando esta complejidad también a la propuesta por el modelo de semiosis de Peirce.

Ahora bien, pude establecer la relación entre el asociacionismo y los elementos previamente analizados y la relación que tienen entre los elementos. Pero también hay que destacar que el asociacionismo ocurre en este proceso mental que nos trae la conducta pasada: el vínculo paternal/maternal.

En muchos casos veo una fuerte representación de estos elementos analizados en relaciones afectivas paternas y maternas. En la entrevista con el Dr. Richard de ASMR University nos

comenta las relaciones entre comportamientos de padres y de creadores de contenido de ASMR, dónde puedo destacar:

- Uso de palabras habladas o susurradas que se vocalizan de manera suave, lenta y cariñosa
- Uso de toques ligeros y caricias suaves
- Uso de movimientos de manos lentos y metódicos
- Implicación del cuidado y la atención focalizados en un individuo
- Importancia de la confianza entre los individuos
- Uso del contacto visual con expresiones de compasión
- Similitudes de género y edad

Estos comportamientos mencionados nos demuestra la posible relación que hacemos entre experiencias pasadas en nuestra niñez (procesos de semiosis previos) que nos hacían generar en nuestro cuerpo ciertas hormonas de felicidad, provocando hoy, por asociación de semejanza, en algunas personas, una sensación parecida (ASMR) cuando consumimos contenido que nos comunica mediante signos similares, esa misma experiencia.

7- Conclusión

Ahora, en conclusión y para responder a mi pregunta inicial: ¿Qué recursos semióticos utilizan los influencers de ASMR seleccionados para crear sus contenidos? Puedo definir que las influencers seleccionadas utilizan recursos semióticos como signos, semiosis previa, paralela y social para relacionar elementos a sensaciones físicas, también le dan sentido a sus contenidos connotando diferentes significados que se relacionan a procesos más complejos de asociación.

Con respecto a mi objetivo general de explicar la comunicación utilizada por estas creadoras de contenido desde un punto de vista semiótico, considero que lo he logrado, así mismo mi primer hipótesis, pero que aún podría profundizar más y lograr simplificar el análisis en esquemas menos abiertos a la interpretación personal, aunque estamos hablando de comunicación y todo puede resultar abstracto.

Mi segunda hipótesis “La construcción del mensaje para generar ASMR justifica el efecto que provoca” está validada por los fundamentos teóricos y prácticos que se han comentado a lo largo del análisis, dónde claramente podemos ver que la construcción del mensaje incide directamente en la mente del individuo, el cuál recibe ASMR. Los contenidos fueron creados deliberadamente de cierta forma para que al recibir el mensaje, provoque un estímulo que genere este efecto llamado ASMR.

Y por último, mi tercera hipótesis “Solo se puede entender el proceso ASMR generando un vínculo entre la comunicación y la Psicología”. Considero que en esta investigación marqué un punto de partida muy detallada en términos de comunicación, que efectivamente se ha logrado relacionar los conceptos de comunicación, semiótica y psicología. Pero que aún queda mucho camino por delante para seguir investigando los efectos provocados por ASMR en el plano psicológico. Incluso se puede considerar un estudio integral que incluya a la comunicación como principio teórico para que termine abordándolo la psicología conductista.

En conclusión, se ha detallado una comunicación intencional y unilateral por parte de las ASMRtist seleccionadas, se encontró posible la descripción de los cinco elementos destacados de los contenidos: pulcritud, susurros, sonrisas, caricias con la mano y luces bajas. Los elementos concluyen en una interpretación comunicacional a través de un proceso de semiosis y asociacionismo de experiencias pasadas, probablemente desde el seno materno, hacia conceptos de tranquilidad y calma.

8- Bibliografía

- Allen, Jennifer (25 de febrero de 2010). ASMR Facebook Group founded by Jennifer Allen. [Facebook]. Recuperado 8 de marzo, 2019 de: <https://www.facebook.com/groups/ASMRGroup/>
- ASMR University (). History of ASMR. Recuperado de <https://asmruniversity.com/history-of-asmr/>
- ASMR University (). Origin Theory of ASMR. Recueperado de

<https://asmruniversity.com/origin-theory-of-asmr/>

- ASMR University (). What is ASMR?. Recuperado de <https://asmruniversity.com/about-asmr/what-is-asmr/>
- Barthes, R. (1992). Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos y voces. Barcelona: Ediciones Paidós. Recuperado de <https://jpgenrgb.files.wordpress.com/2017/01/barthes-lo-obvio-y-lo-obtuso-1986.pdf>
- Barthes, Roland (). Retórica de la imagen. Recuperado de http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb_dl=71
- Cash DK, Heisick LL, Papesh MH (2018). Expectancy effects in the Autonomous Sensory Meridian Response. PeerJ 6:e5229 <https://doi.org/10.7717/peerj.5229>
- Castellero Mimensa, Oscar (2017). Teoría Asociacionista: sus autores y aportes psicológicos. *Psicología y Mente*. Recuperado de <https://psicologiaymente.com/psicologia/teoria-asociacionista>
- Dr. Richard (2017). Graduate student completes Master's Thesis research on ASMR-inspired commercials. *ASMR University*. Recuperado de <https://asmruniversity.com/2017/09/26/thesis-research-data-dove-chocolate-commercial/>
- Dr. Richard (2018). Published research study examines how expectations can affect ASMR. *ASMR University*. Recuperado de <https://asmruniversity.com/2018/08/27/asmr-research-expectations/>
- Figueroa, Dayan (2019). La semiótica de Peirce. Recuperado de <https://filadd.com/doc/semiotica-de-peirce-pdf-semiotica>

- Ilizaliturri, J.M (2012) Asociacionismo. Recuperado de <https://sites.google.com/site/psicologiaudomazatlan/segundo-trimestre/sistemas-y-teorias-psicologicos-contemporaneos/asociacionismo>
- Natal, David G., Labri, Khy (2020). La revolución del bienestar: del wellness al wellbeing. *Llorente y cuenca*. Recuperado de https://ideas.llorenteycuenca.com/wp-content/uploads/sites/5/2020/09/200928_IDEA_S_WELLNESS-2.pdf
- Nicole Everaert-Desmedt (2004). La Semiótica de Peirce. Recuperado de https://nicole-everaert-semio.be/PDF/esp/semiotica_peirce.pdf
- Ollalla., N. Ojea (2019). ASMR, una nueva forma de escuchar. *Telos*. Recuperado de <https://telos.fundaciontelefonica.com/asmr-una-nueva-forma-de-escuchar/>
- Principales Semióticos. Roland Barthes. Recuperado de <https://semioticos-ucc.blogspot.com/2014/09/roland-barthes.html>
- Rodríguez, F. G. (2020) Semántica y pragmática en la comunicación del niño pregramatical, Buenos Aires. URL: <https://www.teseopress.com/semanticaypragmatica>
- Rovira, Andrea (2021). An exploration of the use of Autonomous Sensory Meridian Responses (ASMR) in brand communication with the aim of creating deeper connections with audiences. *IED*. Recuperado de <https://www.ied.edu/projects/The-Role-of-ASMR-in-Future-Advertising>
- Valera, M.M (2022). Estos son los 15 mejores artistas ASMR que conseguirán hacerte dormir con sus vídeos. *La verdad*. Recuperado de

<https://www.laverdad.es/sociedad/canales-asmr-relajantes-20220529194500-nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F#comments>

- Vidales, Carlos E. (2009) La relación entre la semiótica y los estudios de la comunicación: un diálogo por construir. *Comunicación y sociedad*, 11, pp. 37-71. Recuperado de https://www.academia.edu/23146990/La_relaci%C3%B3n_entre_la_semi%C3%B3tica_y_los_estudios_de_la_comunicaci%C3%B3n_un_di%C3%A1logo_por_construir?from=cover_page
- Vitale, Alejandra (2002). El estudio de los signos: Peirce y Seassure . Recuperado de <http://www.fadu.edu.uy/estetica-diseno-ii/files/2016/05/elestudiodelossignos.pdf>
- Zorzi, Maximiliano. (3 de enero de 2020). Asociacionismo: origen, teoría, aportes a la psicología. Lifeder. Recuperado de <https://www.lifeder.com/asociacionismo/>

9- Anexos

[Anexo 1 - Análisis contenidos ASMR](#)

[Anexo 2 - cuadro de Semiótica](#)