

# REGRESANDO CON LOS QUE QUIEREN IRSE: INTERACCIÓN DE LOS COMENTARIOS EN EL VIDEO DE YOUTUBE “떠나려 하는 모든 이에게” (A TODOS LOS QUE QUIEREN IRSE)

*Hyunjin Park*

Surcoreano, estudiante de Comunicación Social en la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”. Código ORCID: 0009-0008-1113-5599

hyunjin.park@ucb.edu.bo

El autor declara no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero.



Park, H. (2023). Regresando con los que quieren irse: interacción de los comentarios en el video de YouTube “떠나려 하는 모든 이에게” (A todos los que quieren irse). *Punto Cero*, año 29 n°47, Diciembre 2023. Pp 49-64. Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Sede Cochabamba.

## Resumen

La presente investigación tiene como objetivo analizar la interacción de los comentarios en el video "떠나려 하는 모든 이에게" (A todos los que quieren irse) del canal "새던" (Sedawnn) en YouTube en el mes de abril del año 2021. Este video fue un *caso de éxito* de una comunidad virtual formada con el fin de consuelo en medio de los altos índices de suicidio y aislamiento social en Corea del Sur. Con una muestra deliberada de 253 comentarios, se aplicó una metodología cuantitativa utilizando las tres variantes de análisis de contenido para sacar los resultados: temática, semántica y de red. La interacción en este espacio es expresiva y positiva en su actitud, interpersonal e informal en su habla, y complementaria y funcional en su modo de relación. Esto abre la discusión sobre la plataforma YouTube como potencial espacio de consuelo, así como la contribución de las redes sociales digitales en la comunicación para la salud mental.

**Palabras Clave:** *Interacción social, YouTube, salud mental, Corea del Sur*

## **RETURNING TO THOSE WHO WANT TO LEAVE: COMMENT INTERACTION ON THE YOUTUBE VIDEO "떠나려 하는 모든 이에게" (TO ALL THOSE WHO WANT TO LEAVE)**

### Abstract

The objective of this research is to analyze the interaction of the comments in the video "떠나려 하는 모든 이에게" (To all those who want to leave) of the channel "새던" (Sedawnn) on YouTube in April 2021. This video was a success story of a virtual community formed for the purpose of comfort amid the high rates of suicide and social isolation in South Korea. With a deliberate sample of 253 comments, a quantitative methodology was applied using the three variants of content analysis to obtain the results: thematic, semantic and network. The interaction in this space is expressive and positive in its attitude, interpersonal and informal in its speech, and complementary and functional in its mode of relationship. This opens the discussion about the YouTube platform as a potential space for consolation, along with the contribution of digital social networks in communication for mental health.

**Keywords:** *Social interaction, YouTube, mental health, South Korea*

---

## 1. Introducción

Durante la pandemia de 2021, Corea del Sur tuvo uno de los índices de suicidio más alto del mundo (OECD, 2023). La mayoría de los surcoreanos vivieron solos y su forma más común de interacción fue la plataforma de *YouTube* (Jeong, 2022; Jobst, 2023; Park, 2021). En abril del mismo año, un canal llamado “새던” (*Sedawnn*) publicó un video llamado “떠나려 하는 모든 이에게” (A todos los que quieren irse) para crear una comunidad de consuelo. A pesar de ser un video de una hora con imagen estática y música instrumental, este espacio generó más de 60 mil comentarios como resultado (Sedawnn, 2021).

Ante este *caso de éxito* de una comunidad virtual de consuelo, se encontró la necesidad de realizar una investigación comunicacional. Ya existen amplias aproximaciones teóricas a la interacción en *YouTube* dentro de un marco descriptivo: *YouTube* como espacio subjetivo de participación (Lozano-Blasco et al., 2023), *YouTube* como amplio abanico desde el entretenimiento pasivo hasta el debate activo (Thelwall et al., 2012), *YouTube* como lugar de interacción horizontal en soledad (Rodrigues Costa & Capoano, 2020), *YouTube* como escenario de acción de gracias y empatía (Pérez-Torres et al., 2018), etc. Sin embargo, no hay investigaciones de tipo explicativo sobre casos surcoreanos.

Entonces, la presente investigación partió de la necesidad de aportar un estudio de caso, continuar el diálogo transdisciplinario entre comunicación y salud mental en el espacio virtual y ayudar a la población a participar de dicho espacio en sus propios momentos de dificultad. El trabajo quiso responder a la pregunta: ¿Cómo fue la interacción de los comentarios en este espacio durante abril de 2021? Para responder esto, se planteó el objetivo general de analizar esta interacción y sus tres objetivos específicos: identificar el tipo de actitud, examinar el habla y determinar el modo de relación entre los comentarios. La hipótesis fue que la interacción sería expresiva y positiva en su actitud, interpersonal e informal en su habla, y complementaria y funcional en su modo de relación.

## 2. Materiales y métodos

La presente investigación utilizó una metodología cuantitativa (Hernández Sampieri, 2014). La técnica implementada fue el análisis de contenido en sus tres variantes: temática, semántica y de red (Arroyo Menéndez, 2012). Utilizando un muestreo no probabilístico con muestra deliberada (López, 2004), la investigación analizó 253 comentarios en total (23 comentarios con más de 2000 me gusta y 10 respuestas de cada uno de estos comentarios principales). Estas decisiones se tomaron con el fin de realizar una investigación explicativa con un diseño no experimental, transversal y retrospectivo (Bryman, 2012; Hernández Sampieri, 2014).

Para el primer objetivo de identificar la actitud de los comentarios, se utilizó la técnica de análisis de contenido temático. Esto dio como resultado una cifra de número de ocurrencias por intencionalidad y sentimientos (Arroyo Menéndez, 2012). Los indicadores de intencionalidad fueron: información, opinión, expresión (Madden et al., 2013). Los indicadores de sentimientos fueron: positivo, negativo, imperativo, interrogativo (Pokharel & Bhatta, 2021). Cada comentario fue sistematizado según estos indicadores en una planilla de análisis de contenido creada con el programa *Excel* para facilitar la cuantificación. Se utilizó el mismo programa para crear los gráficos de torta y de barras en base a los resultados.

Para el segundo objetivo de examinar el habla de los comentarios, se utilizó la técnica de análisis de contenido semántico. Esto dio como resultado una nube de palabras según frecuencias de palabras considerando la lengua y la temática (Arroyo Menéndez, 2012). Los indicadores de lengua fueron: sujeto, acción, objeto (Arroyo Menéndez, 2012) e informal/formal (Song, 2005). Los indicadores de temática fueron: interpersonal, intrapersonal, natural, sobrenatural (Guardia Crespo, 2003). Todos los comentarios, tanto originales en coreano como las traducciones al español hechas por Google Traductor,

fueron sistematizados en una planilla de análisis de contenido del programa *Excel*. Luego de la recolección, el programa *ATLAS.ti* especializado en trabajo cualitativo creó la nube de palabras tanto de los comentarios principales como de las respuestas.

Para el último objetivo de determinar el modo de relación, se utilizó la técnica de análisis de contenido de red. Esto dio como resultado una figura de red de relaciones basada en el aspecto de intercambio y el aspecto de solidaridad (Arroyo Menéndez, 2012). Los indicadores por aspecto de intercambio fueron: complementario, conflictivo, competitivo, contradictorio (Suárez et al., 2013). Los indicadores por aspecto de solidaridad fueron: funcional, fusional, contractual, serial (Lozares Colina, 2005). Los comentarios y las respuestas se sistematizaron en la planilla de análisis de contenido del programa *Excel*. Posteriormente, el programa *ATLAS.ti* especializado en trabajo cualitativo crearon las redes relevantes entre los comentarios y las respuestas.

La presente investigación respetó las consideraciones éticas establecidas por la Universidad Católica Boliviana sede Cochabamba (Alemán-Andrade & Jiménez, 2021). En la recopilación de datos, así como en la interpretación de los resultados, todo proceso se basó únicamente en los comentarios en el dominio público del video de *YouTube*. Los perfiles de comentarios solo fueron registrados como fuente de citación dentro de las herramientas de sistematización. En las citas en el texto de los comentarios, por motivos de privacidad, a cada uno de los 23 comentarios se les asignó un código "C#", en referencia al comentario uno (C1), el comentario dos (C2), el comentario tres (C3), etc. Las 230 respuestas recibieron un código "R", con el código del comentario al que pertenece la respuesta colocado al inicio de la indexación (C#R#). Por ejemplo, una respuesta número tres en el comentario cuatro se establecería con el código C4R3.

### 3. Resultados

La interacción es "una serie de mensajes intercambiados entre personas" (Watzlawick, 2014, p. 15) o "dos o más comunicantes en el proceso, o en el nivel, de definir la naturaleza de su relación" (Watzlawick et al., 1985, p. 118). Para abarcar tanto los aspectos del contenido como los aspectos relacionales bajo este concepto de interacción, la presente investigación consideró tres variables para los resultados: tipo de actitud, habla y modo de relación.

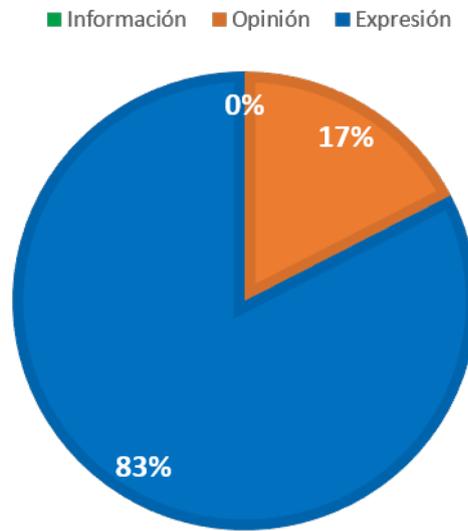
#### 3.1. Tipo de actitud

En la construcción del mensaje dentro de la interacción, el comunicante toma una actitud lingüística. Esta actitud, en un sentido más amplio, es un concepto que incluye el mantenimiento del lenguaje y los esfuerzos de planificación (Ralph, 1984). Este es un factor clave a considerar en el proceso general de interacción, dado que orienta las producciones de significado. Por ejemplo, dependiendo de la actitud tomada, el lenguaje podría ser "un recurso que puede utilizarse para mejorar la vida social" (Ralph, 1984, p. 250). Esta postura personalizada de un individuo se refleja en dos partes: "intenciones o sentimientos del compañero de diálogo" (Watzlawick, 2014, p. 169).

##### 3.1.1. Intencionalidad

La intencionalidad, dentro del contexto de la sección de comentarios de *YouTube*, se entiende como el propósito que tienen los usuarios al dejar el comentario (Madden et al., 2013). La presente investigación tuvo en cuenta tres categorías y clasificó el comentario según su característica más dominante: información, opinión, expresión. La información se refiere a la solicitud o provisión de datos estrictamente fácticos. La opinión se refiere a la solicitud o presentación de un punto de vista, generalmente justificado mediante argumentos. La expresión se refiere a sentimientos personales y respuestas emocionales, sin la dimensión argumentativa.

Figura 1.  
Gráfico de torta de intencionalidad de los comentarios



Fuente: *Elaboración propia, 2023.*

En este video, la intencionalidad más común y dominante de los comentarios es la de expresión. La segunda intencionalidad más frecuente es la de opinión. El resultado destacable aquí es que no hay comentarios dentro de la categoría de información con más de 2000 me gusta en este video. Esto sugiere que se priorizan los sentimientos emocionales sobre los datos (información) o argumentos (opinión) dentro de este espacio de interacción creado con fines de consuelo.

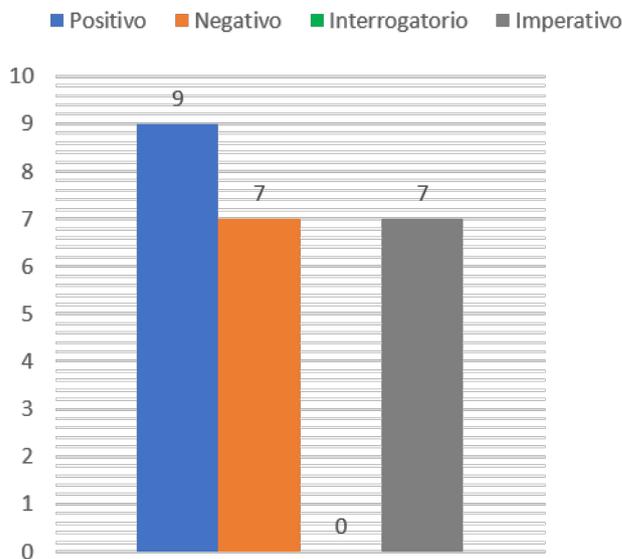
*방에서 혼자 조용히 울던 사람들이 그래도 이런 조그만 공간에 모여 다같이 서로를 위로할 수 있다는게 참 좋은 세상이다. (C2 en Sedawnn, 2021)*

Un ejemplo interesante de intencionalidad es el comentario número dos (C2) del video que recibió más de 39.000 me gusta (Vea Nota 1). El comentario en sí encaja en la categoría de opinión al presentar un punto de vista de que el mundo es un lugar fantástico. Pero al mismo tiempo, hay una mezcla de expresión, dado que utiliza más recursos literarios que argumentos de estadística o citas, presentando aspectos de llanto y consuelo. Esto sugiere que los comentarios en este espacio que causan mayor sintonía con los sujetos siempre tratan de al menos alguna inclusión de expresión basado en el sentimiento, incluso al momento de opinar.

### 3.1.2. Sentimiento

El sentimiento es la dimensión evaluativa de la actitud. En cuanto al sentimiento, Pokharel & Bhatta (2021) presentan cuatro tipos: positivo, negativo, interrogativo e imperativo. Positivo se refiere a valoraciones, apreciaciones, etc. Negativo se refiere a reprensión, arrepentimientos, etc. Interrogativo se refiere a dudas y preguntas. Imperativo se refiere a expectativas, solicitudes, órdenes, etc.

**Figura 2.**  
**Gráfico de barras de sentimiento de los comentarios**



Fuente: *Elaboración propia, 2023.*

En este video, el sentimiento más destacado de los comentarios es el positivo, seguido de los sentimientos igualmente equilibrados de negativo e imperativo. No hay comentarios interrogativos, lo que sugiere que este espacio no se utiliza para hacer preguntas sino apreciar afirmaciones como un diario. Este resultado distribuido de los sentimientos demuestra la complejidad de la realidad y la interacción humana.

*내동생아 2021년 4월19일 새벽에 쓰러져 지금까지 깨어나지 못하는구나 혼자 어둡고 무서운곳에서 헤매일거 생각하니 형의 가슴이 너무 아프다 오늘이 고비일거란 의사 말과는 다르게 잘 버티고 있어줘서 고맙다 꼭 집으로 돌아올거지? 형이 너 믿을께. (C4 en Sedawnn, 2021)*

El ejemplo más rico de esta complejidad es el comentario número cuatro (C4), que recibió más de 27.000 me gusta (Vea Nota 2). En la primera parte del comentario, hay un sentimiento negativo de lo que es incorrecto, descrito a través de un corazón roto y un lugar oscuro. En la segunda parte del comentario, hay un sentimiento positivo, basado en el agradecimiento al hermano por aguantar más que la declaración del médico. El comentario concluye con una expectativa imperativa, basada en el deseo de que su hermano despierte sano. Así, este comentario muestra que este espacio reconoce la realidad compleja con distribución complementaria de sentimientos positivos (esperanza), negativos (problema) e imperativos (deseo).

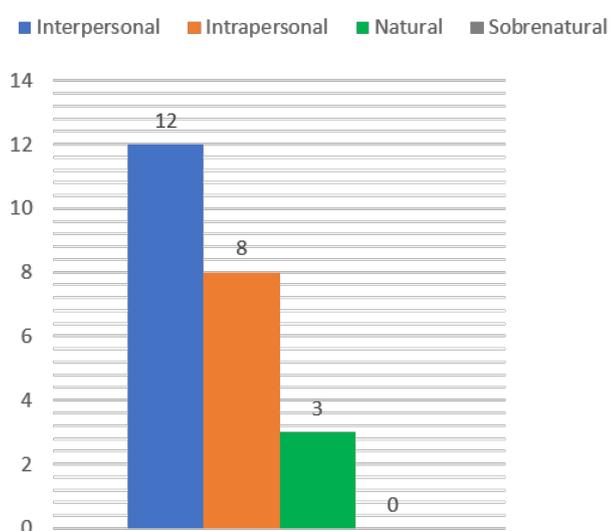
**3.2. Habla**

En la dimensión del contenido o de la propia construcción del mensaje, la lingüística aporta un concepto teórico útil: el habla. Según Barthes (1971), el habla es "un acto individual de selección y de actualización", y las "combinaciones gracias a las cuales el sujeto hablante puede utilizar el código de la lengua para expresar su pensamiento personal" (p. 20). Si la lengua es el instrumento universal y convencional, el habla es la orquestación personal de quien utiliza el instrumento. De Saussure (1945) afirma que se trata de un acto de "voluntad y de inteligencia" (p. 41). La presente investigación tomó en cuenta dos variables del habla: temática y lengua.

### 3.2.1. Temática

Bajo el contexto de los comentarios de *YouTube*, la presente investigación entendió las temáticas como dimensiones de construcción de sentido asumidas por el comentarista. Se utilizaron cuatro categorías temáticas para los presentes resultados, y cada comentario fue clasificado según su característica más dominante: intrapersonal, interpersonal, natural y sobrenatural. La temática intrapersonal es cuando el comentario “se comunica consigo mismo” (Guardia Crespo, 2003, p. 1). La temática interpersonal es cuando el comentario “se relaciona con la sociedad y las demás personas que le rodean o con la que tiene que interactuar” (Guardia Crespo, 2003, p. 1). La temática natural es cuando el comentario se relaciona “con la naturaleza” (Guardia Crespo, 2003, p. 2). La temática sobrenatural es cuando el comentario se relaciona con sacralizadas “imágenes, personas, ideas, doctrinas, cosas, hechos, etc.” (Guardia Crespo, 2003, p. 2).

**Figura 3.**  
**Gráfico de barras de las temáticas de los comentarios**



Fuente: *Elaboración propia, 2023.*

En este video, la posición temática más frecuentemente adoptada por los comentarios es interpersonal. Además de lo interpersonal, cabe señalar que también hay múltiples comentarios intrapersonales. Este resultado enfatiza el otro lado humano importante de esta sección de comentarios. Hay ambas rutas de búsqueda de intimidad que se encuentran en la interacción de estos comentarios: una a través de otros y la otra a través de una conversación interna consigo mismo.

괜찮아, C6아 6살때 어머니 돌아갔을때도 잘이겨냈잖니. 중학교때 놀림 받을때도 잘이겨냈잖니. 고등학교때 아버지 폐암판정났을 때도 잘이겨냈잖니. 아무리 힘든일이 있어도 잘이겨낼수 있을거잖아.. 너한테는 병실에 계시는 아버지와 4살티올 동생있다. 하루하루 열심히 살아가보자 C6아 (C6 en Sedawnn, 2021)

El mejor ejemplo de esta dualidad temática es el comentario número seis (C6), que recibió más de 18.000 me gusta (Vea Nota 3). En el texto arriba (nombre original redactado como C6 por motivos de privacidad), el sujeto utiliza un formato interpersonal, en la que parece aconsejar a una persona externa. Pero el análisis del nombre del comentario muestra que en realidad se trata de una expresión intrapersonal que el mismo comentarista se da a sí mismo como automotivación. Incluso cuando se habla consigo mismo, este espacio de interacción muestra la dominante necesidad de conversar y escuchar en una dinámica interpersonal.

### 3.2.2. Lengua

En estudios semánticos, la lengua se refiere al "conjunto de los hábitos lingüísticos que permiten a un sujeto comprender y hacerse comprender" (De Saussure, 1945, p. 103). Para analizar este aspecto, la presente investigación tomó en cuenta los componentes lingüísticos de sujeto, acción y objeto de la oración (Arroyo Menéndez, 2012). Además, al ser una investigación que analiza la lengua coreana, también se consideró para los resultados el nivel de habla dividido en formal e informal (Song, 2005).

Figura 4.  
Nube de palabras de los comentarios principales



Fuente: *Elaboración propia, 2023.*

Según la nube de palabras de los comentarios principales (Vea Nota 4), el sujeto más frecuente en los comentarios principales del video es "나는" ("yo soy", informal). Para el objeto de la oración, las dos palabras frecuentes son "너무" ("mucho") y "혼자" ("solo"). Para el verbo de la oración, la acción que se encuentra con mayor frecuencia es "있는" ("está"). Entonces, en la lengua de los comentarios principales, este espacio de interacción resalta a los individuos reflexivos que expresan informalmente un excesivo estado de soledad.

Figura 5.  
Nube de palabras de las respuestas



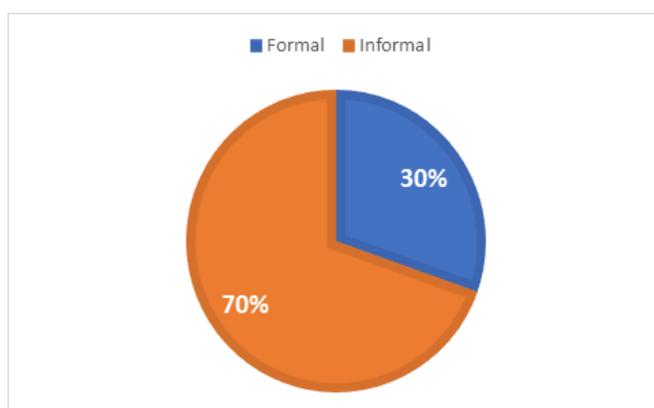
Fuente: *Elaboración propia, 2023.*

En las respuestas a los comentarios, se evidencian diferencias contrastantes en la construcción semántica (Vea Nota 5). En cuanto al sujeto de la oración se pueden observar dos variantes en vez de uno—primera persona y tercera persona colectiva: "저도" ("yo

también”, formal), “내가” (“yo”, informal), “우리” (“nosotros”). En cuanto al objeto de la oración, existe el uso frecuente de “감사합니다” (“gracias”, formal), adornado superlativamente con adverbios como “너무” (“mucho”), “진짜” (“realmente”) y “정말” (“sinceramente”). No se evidencia un verbo altamente repetido. En la lengua de las respuestas, este espacio de interacción resalta a los individuos que expresan altos niveles de agradecimiento, tanto mediante acuerdos como con compañerismos.

Figura 6.

### Gráfico de torta del nivel de habla de los comentarios



Fuente: *Elaboración propia, 2023.*

Como lo muestra el gráfico, la mayoría de los comentarios en el video son de lenguas informales. Esto demuestra que otro factor de éxito de este espacio de interacción está en su horizontalidad, provocando una sensación de cercanía entre sí.

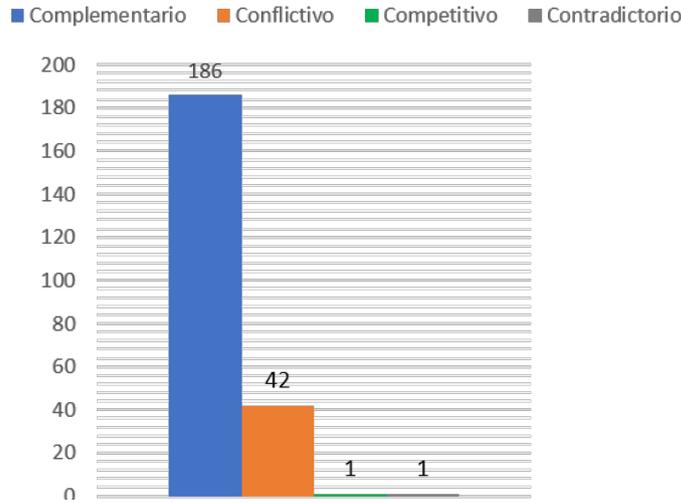
### 3.3. Modo de relación

La dimensión relacional de la interacción conforma lo que se denomina un modo de relación. Estas son “las formas o tipos básicos de vinculación cristalizada que se dan entre los diferentes sujetos o agentes sociales que intervienen en los Entorno-Procesos situacionales y en las Redes Sociales” (Lozares Colina, 2005, p. 27). Es decir, más allá del contenido del mensaje en sí, el simple hecho del contacto de un comunicante con otro produce vínculos significativos. Estos modos vienen en dos aspectos: de intercambio y de solidaridad.

#### 3.3.1. Aspecto de intercambio

El aspecto del intercambio, en términos de los comentarios de *YouTube*, se refiere a los vínculos generados entre los comentarios por una lógica de “«entre o inter» los sujetos o actores” (Lozares Colina, 2005, p. 27). La presente investigación tuvo 23 comentarios principales y 10 respuestas por cada comentario principal como la muestra. Cada conexión entre el comentario (referido con el código “C”) y la respuesta (referido con el código “R”) fue etiquetado dentro de una de las cuatro categorías de intercambio: complementario, conflictivo, competitivo, contradictorio. Complementario se refiere al vínculo cooperativo, de “un socio que necesita” (Suárez et al., 2013, p. 16). Conflictivo se refiere al vínculo protestante, de “un adversario a convencer” (Suárez et al., 2013, p. 16). Competitivo se refiere al vínculo pragmático, de “un concurrente a superar” (Suárez et al., 2013, p. 16). Contradictorio se refiere al vínculo cortante, de “un enemigo a eliminar” (Suárez et al., 2013, p. 16).

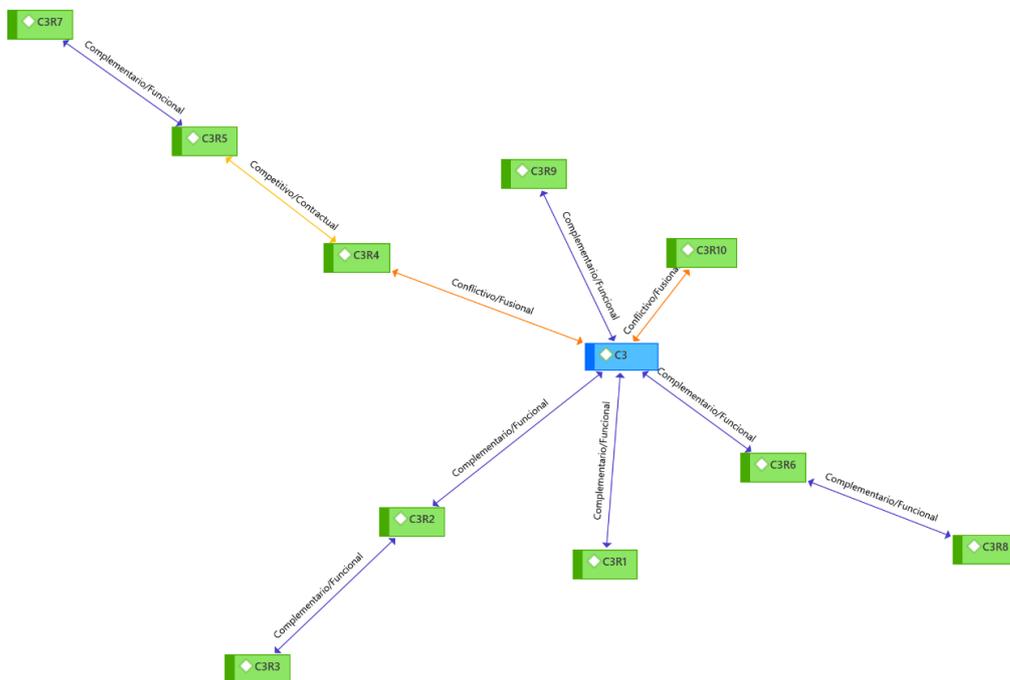
**Figura 7.**  
**Gráfico de barras del aspecto de intercambio entre las respuestas**



Fuente: *Elaboración propia, 2023.*

En este video, los vínculos de intercambio más dominantes son el complementario, seguido del conflictivo. Esto sugiere este espacio de interacción como un lugar donde principalmente uno presenta su ayuda y las respuestas satisfacen sus necesidades a través de acuerdo y aceptación. Al mismo tiempo, el espacio de interacción también muestra vínculos conflictivos. Esto significa que hay respuestas a los comentarios que presentan su ayuda al comentario expresando su opinión contraria en lugar de una simple aceptación. Algunos ejemplos son rechazos de negatividades o uso de bromas ligeras.

**Figura 8.**  
**Red de relacionamiento en C3R1~10 (Comentario 3, Respuestas 1 a 10)**



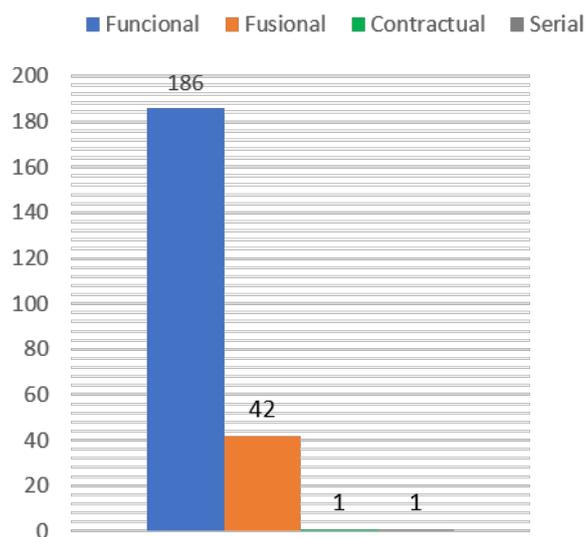
Fuente: *Elaboración propia, 2023.*

Un buen ejemplo de este intercambio complementario se observa en el hilo del comentario número tres (C3) y sus diez respuestas (C3R1 ~ C3R10). C3 presenta inicialmente un deseo positivo, diciendo que quiere que todos en el espacio solo tengan la pequeña preocupación de qué ramen comer hoy. Aquí, un vínculo mayoritariamente complementario comienza a formarse en la sección de respuestas, como cuando C3R2 da la receta de un delicioso ramen. También se forman ciertos vínculos conflictivos a través de bromas ligeras que van en contra de la premisa original. Por ejemplo, C3R4 afirma que decidir qué ramen comer es en realidad una preocupación increíblemente grande, y C3R10 dice que comer ramen hará que la persona se hinche al día siguiente. Todo dentro de una finalidad inclusiva, el mero acto de comentar y responder produce un refuerzo autónomo de complementariedad (acuerdo) y conflictividad (discordancia amistosa) en este espacio de interacción.

### 3.3.2. Aspecto de solidaridad

El aspecto de la solidaridad, en términos de los comentarios de *YouTube*, se refiere a los vínculos generados entre los comentarios por una lógica de “«dentro o intra» los sujetos o actores” (Lozares Colina, 2005, p. 27). A diferencia de la lógica del intercambio que consiste en “otros”, la solidaridad se trata de un sentido de “nosotros” que se mueve hacia un objetivo común. Con un proceso similar al aspecto del intercambio, la presente investigación consideró cuatro categorías de solidaridad: funcional, fusional, contractual y serial. La solidaridad funcional es cuando se integran “roles diferenciados y complementarios” (Lozares Colina, 2005, p. 27). La solidaridad fusional es cuando “cada uno se funda en la comunidad como unidad basada en la praxis” (Lozares Colina, 2005, p. 27). La solidaridad contractual es cuando se realiza “un pacto de asociación” (Lozares Colina, 2005, p. 27) basado en intereses individuales. La solidaridad serial es cuando los miembros se integran a través de la “sumisión de sus miembros a una autoridad” (Lozares Colina, 2005, p. 27).

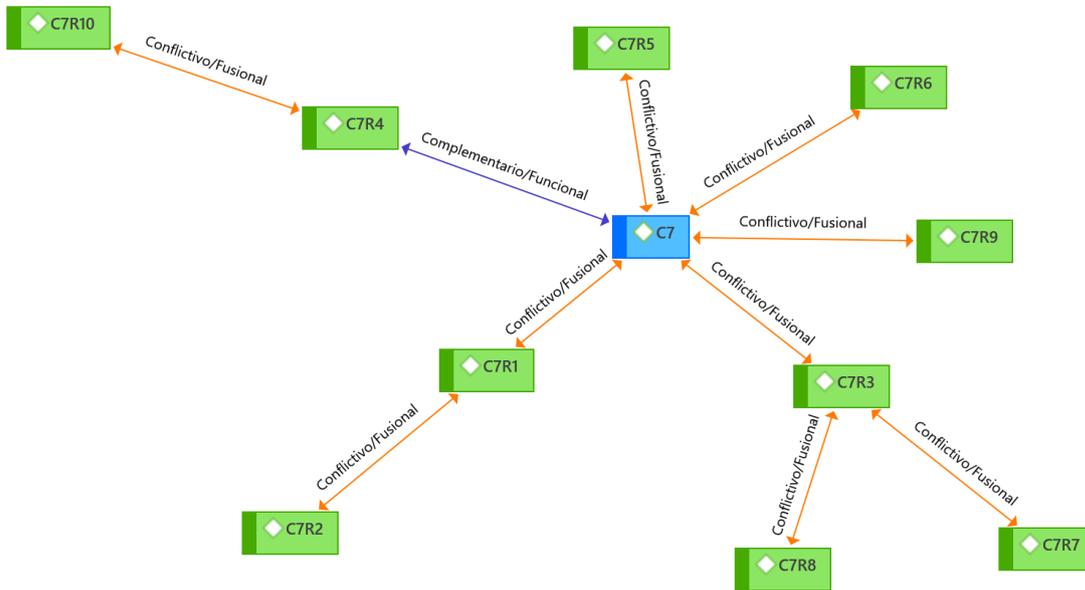
**Figura 9.**  
**Gráfico de barras del aspecto de solidaridad entre las respuestas**



Fuente: *Elaboración propia, 2023.*

En este video, los vínculos solidarios más frecuentes son los funcionales, seguidos de los fusionales. Esto sugiere un sentido claro de unidad funcional dentro de este espacio de interacción, uno como presentador (ej. el que dice “tuve este problema hoy”) y el otro como respondedor (ej. el que responde “tuviste este problema hoy”). Dado que este espacio de interacción es principalmente de consuelo, se explica también la ausencia de solidaridad contractual (desinterés) y serial (autoritaria).

**Figura 10.**  
**Red de relacionamiento en C7R1~10 (Comentario 7, Respuestas 1 a 10)**



**Fuente: Elaboración propia, 2023.**

A diferencia de esta solidaridad predominantemente funcional, el video también muestra comentarios de solidaridad fusional. En este ejemplo particular de una red del comentario C7, se desarrolla una dinámica interesante. Inicialmente, C7 presenta un comentario oscuro y solemne sobre el deseo de irse muy lejos, a un lugar donde nadie pueda encontrarlo. Inmediatamente desde el C7R1, se comienza a construir una solidaridad fusional con un sentido de bromear para aliviar la situación. C7R2, por ejemplo, bromea sobre ir a la tienda de conveniencia en medio de la noche. C7R5 y C7R6 usan la frase “감동파괴자” (traducida literalmente como “destructor de emociones”) para referirse a cómo el hilo de comentarios se ha desviado de su peso emocional original. Esto muestra otra forma de solidaridad dentro de este espacio de interacción, donde en lugar del clásico modelo de consuelo, una desviación alegre hace que otros comentarios se sientan menos cargados.

**4. Discusión y especificaciones**

La interacción involucra tanto “un aspecto de contenido como un aspecto relacional” (Watzlawick, 2014, p. 31). Las divisiones categóricas de tipo de actitud, habla y modo de relación fueron intentos simplificados al analizar esta variable multifacética. Incluso en esta metodología simplificada, los resultados mostraron que la interacción humana dentro de este espacio es abundante: subjetiva, compleja y comunitaria.

Tras su identificación, el tipo de actitud de los comentarios en el video “떠나려 하는 모든 이에게” (A todos los que quieren irse) del canal “새던” (Sedawnn) en YouTube en el mes de abril del año 2021 resultó ser de intencionalidad expresiva y sentimiento positivo. Esto se debió al carácter positivo y subjetivo de YouTube como plataforma participativa (Lozano-Blasco et al., 2023). Al mismo tiempo, los resultados detallados mostraron la complejidad de los sentimientos, revelando ambos lados de la realidad: reflexiones negativas (Thelwall et al., 2012) y expectativas imperativas para el futuro (Rodriguez Costa & Capoano, 2020).

Tras su examinación, el habla de los comentarios en el video “떠나려 하는 모든 이에게” (A todos los que quieren irse) del canal “새던” (Sedawnn) en YouTube en abril de 2021 resultó ser de temática interpersonal y una lengua informal. Esta temática interpersonal, inclusiva evidente en el nivel intrapersonal, se debió a la capacidad de las redes sociales

---

para construir comunidad en apoyo a la salud mental (Garcés-Prettel et al., 2023). Por otro lado, la lengua era mayoritariamente informal por su uso como grito de soledad horizontal (Rodrigues Costa & Capoano, 2020) y cercanía social (Song, 2005). En el caso de las respuestas, la lengua fue utilizada más para acción de gracias y empatía, cual es una representación común de *YouTube* (Pérez-Torres et al., 2018)

Tras su determinación, el modo de relación entre los comentarios en el video “떠나려 하는 모든 이에게” (A todos los que quieren irse) del canal “새던” (*Sedawnn*) en *YouTube* en abril de 2021 resultó ser de intercambio complementario y solidaridad funcional. El intercambio fue complementario por la finalidad cooperativa e inclusiva de este espacio (Suárez et al., 2013). La solidaridad fue funcional porque había cierto nivel de similitud dentro de las diferencias de los sujetos (Lozares Colina, 2005). Aparte de esta lógica complementaria-funcional, también existía una lógica conflictiva-fusional, basada en las motivaciones internalizadas del estímulo social colectivo para mejorar la situación a través de la discordia amistosa (Bajoit, 2013).

Lo más intrigante de las combinaciones de los resultados es su sorprendente coincidencia con una “comunicación educativa”, una estrategia dentro de la comunicación para la salud que va más allá de lo informativo y persuasivo:

(a) tiene por protagonista a la gente del pueblo; (b) refleja las necesidades y trasunta las demandas de ella; (c) se familiariza con su cultura; (d) la acompaña en los procesos de transformación que se impulsan para el desarrollo; (e) facilita al pueblo vías para expresarse; y (f) busca contribuir a la democratización de la sociedad. (Beltrán, 2010, p. 44)

Aunque existen peligros de superficialidad y polarización en los espacios digitales (García-Marín & Serrano-Contreras, 2023; Luengo et al., 2021; Zapata Arriarán, 2021), esta comunidad formada naturalmente es verdaderamente un *caso de éxito* en la interacción sobre salud. A pesar de ser un video de imagen estática y música instrumental, se reveló una representación orgánica de todos los factores positivos de la comunicación para la salud. Protagoniza a las personas, tanto por una dinámica interpersonal como intrapersonal. Refleja sus necesidades en un formato textual literal, que consiste en expresiones informales de soledad. Hay una familiarización de la cultura, donde a través de la simpatía o la discordia amistosa, existe una lógica inclusiva entre personas en situaciones diferentes pero similares. Hay un sentimiento de acompañamiento, en la cercanía de la lengua y las reacciones de agradecimiento y acuerdos. Definitivamente facilita vías de expresión, como lo muestra la dominante intencionalidad expresiva del espacio. Finalmente, hay un proceso de democratización en esta comunidad, como zona fértil de participación que no es visibilizada en los grandes medios de comunicación.

La presente investigación inició con la siguiente pregunta: ¿Cómo fue la interacción de los comentarios en el video “떠나려 하는 모든 이에게” (A todos los que quieren irse) del canal “새던” (*Sedawnn*) en *YouTube* en el mes de abril del año 2021? Los resultados de la investigación mostraron que la interacción de este espacio fue expresiva en su intencionalidad, positiva en su sentimiento, interpersonal en su temática, informal en su lengua, complementaria en su intercambio y funcional en su solidaridad. Estos resultados coincidieron con las expectativas básicas de la hipótesis planteada al inicio, pero la investigación también reveló una mayor complejidad de la interacción en su tipo de actitud, habla y modo de relaciones.

En momentos de dificultad, los coreanos se expresaron emocionalmente en lugar de presentar datos y argumentos. Reconocieron la complejidad de su realidad tanto en sus aspectos positivos como negativos, reflejando sus deseos a futuro. Gritaron honestamente por su soledad al otro y fueron respondidos con empatía en una cercanía informal. Soportaron juntos a través de una aceptación leal o una discordia amistosa. En resumen, los coreanos quisieron irse solos, pero regresaron juntos en este espacio de interacción.

## Notas

1. Traducción: Es un mundo fantástico que personas que solían llorar tranquilamente solas en sus habitaciones todavía puedan reunirse en un espacio pequeño como este y consolarse mutuamente.
2. Traducción: Hermano mío, te desmayaste en la madrugada del 19 de abril de 2021 y aún no te has despertado. El corazón de tu hermano mayor se rompe al saber que estás vagando solo en un lugar oscuro y aterrador. Gracias por aguantar bien a diferencia del doctor diciendo que hoy será el último día. Volverás a casa ¿verdad? Tu hermano mayor confía en ti.
3. Traducción: Está bien, C6, lo superaste bien cuando tu madre falleció cuando tenías 6 años. Incluso cuando te molestaban en la escuela secundaria, lo superabas bien. Incluso cuando a tu padre le diagnosticaron cáncer de pulmón cuando estabas en la escuela secundaria, lo superaste bien. Por muy difícil que sea podrás superarlo... Tienes un padre que está en el hospital y un hermano menor que es 4 años de diferencia contigo. Vivamos duro cada día, C6.
4. Traducción de las palabras más frecuentes: 나는 (yo soy), 너무 (mucho), 혼자 (solo), 아버지와 (con mi padre), 나에게 (a mí), 내가 (que yo), 많이 (muy), 있는 (está)
5. Traducción de las palabras más frecuentes: 너무 (mucho), 진짜 (realmente), 감사합니다 (gracias), 저도 (yo también), 우리 (nosotros), 정말 (sinceramente), 내가 (yo)

## Referencias Bibliográficas

- Alemán-Andrade, A., & Jiménez, C. (2021). Guía de consideraciones éticas de investigación social y de Comunicación. Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Unidad Académica Regional Cochabamba.
- Arroyo Menéndez, M. (2012). Metodología de la investigación social: Técnicas innovadoras y sus aplicaciones. Editorial Síntesis.
- Bajoit, G. (2013). Hacia una teoría socio-analítica de la relación social. *Universitas*, 18, 17-52.
- Barthes, R. (1971). Elementos de Semiología. Alberto Corazón.
- Beltrán, L. R. (2010). Comunicación para la salud del pueblo. Una revisión de conceptos básicos. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 16(31), 16-65.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*. Oxford University Press.
- De Saussure, F. (1945). *Curso de lingüística general*. Losada.
- Garcés-Prettel, M., Barredo-Ibáñez, D., Arroyave-Cabrera, J., & Santoya-Montes, Y. (2023). Suicide risk and media consumption in the COVID-19 pandemic in Colombia. *Revista de Comunicación*, 22(1), 153-164. <https://doi.org/10.26441/RC22.1-2023-2975>
- García-Marín, J., & Serrano-Contreras, I.-J. (2023). (Un)founded fear towards the algorithm: YouTube recommendations and polarisation. *Comunicar*, 31(74), 61-70. <https://doi.org/10.3916/C74-2023-05>
- Guardia Crespo, M. (2003). *Interacciones: La dimensión comunicacional de la cultura*. UPSA.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación—6ta edición (6.a ed.)*. Interamericana Editoriales.

- 
- Jeong, J.-H. (2022, enero 11). One-third of Koreans feel socially isolated: Statistics Korea. Korea JoongAng Daily. <https://koreajoongangdaily.joins.com/2022/01/11/national/socialAffairs/social-isolation-lonely/20220111172613912.html>
- Jobst, N. (2023, junio 9). South Korea: YouTube usage rate by age 2022. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1389205/south-korea-youtube-usage-rate-south-korea-by-age-group/>
- López, P. L. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 9(8), 69-74.
- Lozano-Blasco, R., Mira-Aladrén, M., & Gil-Lamata, M. (2023). Social media influence on young people and children: Analysis on Instagram, Twitter and YouTube. *Comunicar*, 31(74), 125-137. <https://doi.org/10.3916/C74-2023-10>
- Lozares Colina, C. (2005). Bases socio-metodológicas para el Análisis de Redes Sociales, ARS. *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, 0(10), 9-35. <https://doi.org/10.5944/empiria.10.2005.1042>
- Luengo, O., García-Marín, J., & de-Blasio, E. (2021). COVID-19 on YouTube: Debates and polarisation in the digital sphere. *Comunicar*, 29(69), 9-19. <https://doi.org/10.3916/C69-2021-01>
- Madden, A., Ruthven, I., & McMenemy, D. (2013). A classification scheme for content analyses of YouTube video comments. *Journal of Documentation*, 69(5), 693-714.
- OECD. (2023). Suicide rates. <https://data.oecd.org/healthstat/suicide-rates.htm>
- Park, S.-W. (2021, diciembre 8). 전체 인구 중 32%가 1인 가구...서울·경기 등 수도권에 40% 몰려있어. ChosunBiz. [https://biz.chosun.com/policy/policy\\_sub/2021/12/08/2X3QKSC7OVGBFPKAZIMCD7C72I/](https://biz.chosun.com/policy/policy_sub/2021/12/08/2X3QKSC7OVGBFPKAZIMCD7C72I/)
- Pérez-Torres, V., Pastor-Ruiz, Y., & Abarrou-Ben-Boubaker, S. (2018). YouTuber videos and the construction of adolescent identity. *Comunicar*, 26(55), 61-70. <https://doi.org/10.3916/C55-2018-06>
- Pokharel, R., & Bhatta, D. (2021). Classifying YouTube Comments Based on Sentiment and Type of Sentence (arXiv:2111.01908). arXiv. <http://arxiv.org/abs/2111.01908>
- Ralph, F. (1984). *The sociolinguistics of society*. Basil Blackwell.
- Rodrigues Costa, P., & Capoano, E. (2020). O medo do consumo solitário: Comentários em canais infantojuvenis de YouTube do Brasil e de Portugal. *Journal of Iberian and Latin American Research*, 26(3), 407-426. <https://doi.org/10.1080/13260219.2020.1909872>
- Sedawnn. (2021, abril 4). 떠나려 하는 모든 이에게. <https://www.youtube.com/watch?v=iJyac4AXKKY>
- Song, J. J. (2005). *The Korean language: Structure, use and context*. Routledge.
- Suárez, H. J., Bajoit, G., & Zubillaga, V. (2013). *La Sociedad de la Incertidumbre*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Thelwall, M., Sud, P., & Vis, F. (2012). Commenting on YouTube videos: From guatemalan rock to El Big Bang. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 63(3), 616-629. <https://doi.org/10.1002/asi.21679>

Watzlawick, P. (2014). No es posible no comunicar. Herder.

Watzlawick, P., Beavin, J., & Jackson, D. (1985). Teoría de la comunicación humana: Interacciones, patologías y paradojas (4.a ed.). Herder.

Zapata Arriarán, M. R. (2021). Sufrimientos humanos con, en y a través de la conectividad digital.