

Universidad Miguel Hernández
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche

Grado en Comunicación Audiovisual

Trabajo de Fin de Grado
Curso académico 2021 – 2022



UNIVERSITAS
Miguel Hernández

CONSUMO AUDIOVISUAL: Televisión VS YouTube.

Alumna: Rocío Delgado Navarro

Tutor: Antonio Sempere Bernal

ÍNDICE:

I. RESUMEN (ABSTRACT).....	3
0) Palabras clave (Keywords).....	3
II. INTRODUCCIÓN.....	4
III. DESARROLLO DEL TRABAJO.....	5
1) Televisión.....	5
1.1) Contenidos TV: géneros televisivos.....	8
1.1.1) Informativos.....	8
1.1.2) Entretenimiento.....	9
1.1.3) Ficción.....	10
1.2) Evolución de audiencias televisivas.....	12
2) YouTube	13
2.1) Contenidos en YT.....	16
2.1.1) Tutoriales.....	16
2.1.2) Vlogs.....	16
2.1.3) Gameplays de videojuegos.....	17
2.1.4) Guías de videojuegos.....	18
2.1.5) Directos.....	18
2.1.6) Los retos o los vídeos “tag”.....	19
2.1.7) Reseña de productos / Unboxing / Hauls.....	20
2.1.8) Vídeos de chismes de famosos.....	21
2.1.9) Comedias / Sketch / Parodias.....	21
2.1.10) Bromas.....	22
2.1.11) Consultorios.....	22
2.1.12) Videoclips / Lyric Video / Covers.....	23
2.1.13) ASMR.....	24
2.1.14) El Mashup / Rewind.....	25
2.2) Audiencia de internet: YouTube.....	26
3) Alianza YT y TV (Top Gamers Academy).....	29
IV. RESULTADOS.....	31
V. CONCLUSIONES.....	33
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	35
VII. ANEXOS.....	40

I. RESUMEN (ABSTRACT)

El trabajo consiste en el análisis del consumo de la televisión tradicional y el de la plataforma digital de YouTube. El principal objetivo es confirmar si el gran sustituto de la televisión es YouTube. Para ello se han elaborado dos estudios. Por un lado, uno sobre los diferentes contenidos tanto en televisión como en YouTube, y, por otro lado, otro comparando las distintas audiencias en ambas producciones audiovisuales. En ellos, se demuestra que el auge de las plataformas digitales sí perjudican a las audiencias de televisión. Sin embargo, se ha elaborado un tercer estudio para comprobar si YT y la TV pueden llegar a ser aliados. En este caso, ha sido objeto de estudio el programa de televisión *Top Gamers Academy*, obteniendo como resultado: una alianza fallida.

The work consists in the analysis of the consumption of traditional television and YouTube digital platform. The main objective is to confirm if the substitute for television is YouTube. For this reason, two studies have been carried out. On the one hand, one about the different content on television and on YouTube, and, on the other hand, another comparing the different audiences in both audiovisual productions. It is shown that the rise of digital platforms harms television audiences. However, a third study has been carried out to prove if YT and TV can become allies. In this case, the Top Gamers Academy television program has been the topic of the study obtaining as a result: a failed alliance.

0) Palabras clave (Keywords)

→ YouTube, televisión, consumo audiovisual, plataformas digitales, medios de comunicación, Top Gamers Academy.

→ YouTube, television, audiovisual consumption, digital platforms, media, Top Gamers Academy.

II. INTRODUCCIÓN

El sector audiovisual ha experimentado uno de sus mayores cambios en los últimos dieciséis años. Han aparecido plataformas de distribución de contenidos audiovisuales como YouTube con diferentes cualidades a la televisión tradicional. Por ejemplo, con esta plataforma tienes la posibilidad de escoger contenido a la carta. Tú decides cuándo y qué consumir en todo momento, nadie elige por ti. Así pues, ¿cómo ha afectado esta nueva realidad? Pues efectivamente, la sociedad del espectáculo en la que vivimos ya no consume contenidos audiovisuales del mismo modo. Sobre todo, los jóvenes han absorbido un nuevo modo de consumir contenido audiovisual.

Hoy por hoy, la televisión tradicional sigue existiendo de la mano de plataformas digitales, pero ¿con plataformas como YouTube es posible que la televisión tradicional desaparezca en un futuro? ¿YouTube es la nueva televisión para los jóvenes? Con este trabajo de investigación, quiero descubrir cómo ha afectado esta nueva realidad al ámbito audiovisual respecto a nuevos consumos y audiencias generales. Asimismo, se contrastará mediante el ejemplo de *Top Gamers Academys* si en la actualidad este hecho se considera una oportunidad de colaboración entre ellos o, en cambio, una lucha continua entre medios tradicionales y digitales.

III. DESARROLLO DEL TRABAJO

1) Televisión

En 1900 nace la palabra “*televisión*”, este término fue empleado por primera vez por el científico ruso Constantin Perskyi en un documento leído en el primer Congreso Internacional de Electricidad. Fue celebrado en París durante la Exposición Universal.

El concepto de “*televisión*”, definido por la RAE, es el siguiente: “Sistema de transmisión de imágenes a distancia, que en la emisora se transforman en ondas electromagnéticas y se recuperan en el aparato receptor” (Real Academia Española, 2016). Viene de la palabra griega “*Tele*”, que significa distancia y la latina “*visio*”, visión.

La televisión lleva décadas incorporada en nuestros hogares. A lo largo de la historia ha ido experimentando muchos avances tecnológicos hasta conseguir mejorar su calidad adaptándose a los sistemas actuales.

La historia de la televisión comienza con la invención del disco de Nipkow en 1884. Este disco fue un primer intento por capturar imágenes en movimiento, sin embargo, fue un intento fallido. No obstante, sirvió para el desarrollo de los primeros sistemas de televisión a principio del siglo XX.



Disco de Nipkow.

En 1926, es cuando el ingeniero John Logie Baird inventó la televisión finalmente después de diversos intentos por copiar el sistema de ondas electromagnéticas de la radio. Sin recibir ninguna ayuda económica, Baird, sin inversores, consiguió revolucionar las telecomunicaciones con este gran invento. Desde un laboratorio de Londres, logró un 26 de enero de 1926 emitir las primeras imágenes en directo salidas de un aparato de televisión, mostrando la grabación de un amigo en su oficina. Lo hizo ante un periodista del periódico británico “*The Times*” y miembros de la Royal Institution.



John Logie Baird consigue la primera señal de televisión transatlántica entre Londres y Nueva York.

En 1927 la BBC realizó las primeras emisiones de programación. En 1930, fue la primera transmisión simultánea de audio e imagen en blanco y negro. La NBC y la CBS lograron transmitir para todo Estados Unidos.

Es importante remarcar que la invención de Baird y Nipkow logró dar los primeros progresos con respecto al invento de la televisión, sin embargo, no nos podemos olvidar de que la televisión tal y como la conocemos en la actualidad, fue desarrollada también gracias a la invención de Philo Farnsworth y Vladimir Zvorykin, quienes crearon el *iconoscopio*. Gracias a este invento se logró dejar atrás sistemas complejos y se consiguió una transmisión más eficaz.



Zvorykin con el Iconoscopio.

En 1931, se creó la primera emisora de televisión, en Alemania y las primeras transmisiones regulares de TV electrónica sucedieron en 1937 en Inglaterra y Francia.

Posteriormente, en el año 1945, se empieza a regular la exploración y explotación de la señal de TV por medio de normas televisivas. Los países más desarrollados comenzaron a regular sus sistemas para lograr concentrarlos en dos únicos sistemas. Por un lado, Estados Unidos adoptó un sistema de ancho de banda de 512 líneas. Por otro lado, Europa adoptó uno de 625 líneas. De este modo, la televisión se convierte en la bandera

tecnológica de los países. Es así como Eurovisión empieza a transmitir a varios países de Europa en 1953 y, Mundovisión comienza a transmitir a países de todo el mundo en 1960.

Finalmente, en 1950, se da inicio a una nueva era más tecnológica. Se consigue transmitir la televisión a color en Europa. Poco a poco, todos los países adoptan esta nueva tecnología dejando atrás la transmisión en blanco y negro. Esta adaptación se completa en la década de 1970, sin embargo, siguieron existiendo televisores que emitían en blanco y negro por mucho más tiempo.

Así pues, en la década de los 90, da comienzo las señales de producciones y canales de televisión por todo el mundo, permitiendo así un acceso a las diferentes costumbres, culturas, economía y acontecimientos a nivel mundial. Gracias a la televisión todo el mundo estaba conectado.

En 1980, aparece la digitalización de la televisión. Este proceso influye tanto en la transmisión, como en la producción de programas, hasta trascender a lo que hoy conocemos como transmisión de canales de televisión con programación propia y producción televisiva digital. Esta tecnología admitía una mejor resolución, un aprovechamiento de toda la potencia de procesamiento del mundo computarizado y una mayor capacidad de transmisión de datos.

Actualmente, se puede ver la televisión en cualquier dispositivo con acceso a internet, tanto en vivo como en diferido. Sin embargo, se siguen vendiendo televisores. El tamaño de las pantallas no deja de crecer. Asimismo, podemos tener televisores con pantallas curvas o planas dependiendo de nuestros gustos. Al mismo tiempo, la mayoría de los televisores cuentan con sistemas operativos que permiten descargar aplicaciones para ver vídeo en streaming (Twitch, Youtube...).

Por lo visto los cambios siguen en auge. En un futuro no muy lejano, los televisores van a tener una mayor resolución y sus pantallas serán enrollables. En cualquier caso, como a lo largo de toda la historia de la televisión, será el mercado, los consumidores, los que irán decidiendo qué tipo de tecnologías y dispositivos son útiles y utilizados y, por el contrario, cuáles quedarán en el olvido. Así pues, a pesar de la larga trayectoria de cambios que ha obtenido este invento, hoy en día se mantiene como uno de los principales medios de entretenimiento y comunicación.

1.1) Contenidos TV: géneros televisivos

En tan solo España, entre canales estatales, autonómicos y locales, existen más de mil canales de televisión con su propia programación. Así pues, es difícil no encontrar un programa que te guste con tanta variedad. Esta diferencia entre los programas se conoce como género televisivo. Aunque los límites entre unos y otros son cada vez más difusos, puesto que muchos programas mezclan géneros. Los podemos clasificar en tres grandes grupos: informativos, entretenimiento y ficción.

1.1.1) Informativos

Para comenzar, en los informativos nos encontramos con todas aquellas producciones que están enfocadas en dar información a la audiencia. Parten de hechos de actualidad y de interés general: información política, cultural, deportiva...

Tipos de informativos	Características	Ejemplos
Telediario	<ul style="list-style-type: none">-Se emite de forma diaria por un canal de televisión en el que se transmiten noticias de actualidad o de interés público.-Tres ediciones diarias: matinal, sobremesa y noche.-Ámbitos de las noticias: nacional, internacional, social, económico, cultural, deportivo y meteorológico.	<ul style="list-style-type: none">-Antena 3 Noticias.-Informativos Telecinco.-laSexta Noticias.-Telediario 1.
Reportajes de actualidad	<ul style="list-style-type: none">-Es un trabajo documental planificado.-Posee el carácter noticioso y su función es la divulgación con fines informativos.-Existen reportajes diarios y semanales.	<ul style="list-style-type: none">-Informe Semanal (TVE).-Callejeros (Cuatro).-Reportajes A3N.-Reportajes Gastronómicos (Telecinco)

1.1.2) Entretenimiento

La televisión también es un medio de entretenimiento. Estos programas, por lo general suelen incluir varios tipos de contenido enfocados al humor, música, etc. En ellos, destacan: magazines, galas y concursos.

Tipos de entretenimiento	Características	Ejemplos
Magazines	<ul style="list-style-type: none"> -Formato contenedor. -Este tipo de programa engloba temas diversos que se desarrollan por secciones y suelen ser de interés general. -Dentro de un magacín podemos encontrar: entrevistas, debates, reportajes, juegos... -Magazines durante: día, tarde y noche. 	<ul style="list-style-type: none"> -Sálvame (T5-16:00-20:00). -Viva la vida (T5-16:00-21:00). -La Mañana (TVE-Diurno). -La noche D (TVE-Noche).
Galas	<ul style="list-style-type: none"> -Se desarrollan diversas actuaciones musicales, humorísticas y de competencia artística. 	<ul style="list-style-type: none"> -Eurovisión.
Concursos	<ul style="list-style-type: none"> -Estos programas desarrollan contenido de azar, competencia y retos. -Se entiende por concurso de televisión a secas, a los que tienen los mismos minijuegos cada programa. -Al final se proclama una persona ganadora y obtiene un premio. -Se distinguen dos tipos relevantes: reality-shows y talent show. 	<ul style="list-style-type: none"> -Pasapalabra -La ruleta de la suerte. -Ahora Caigo. -¡Boom!

Tipos de concursos	Características	Ejemplos
Reality-shows	<ul style="list-style-type: none"> -Sus protagonistas son individuos reales. -Convivencia. Son reunidos en un mismo espacio físico. -Muestran acontecimientos de la vida real. -Cada semana hay un expulsado por la audiencia. -Emisión: prime time. 	<ul style="list-style-type: none"> -Gran Hermano. -Supervivientes. -Secret Story. -La casa fuerte.

Talent show	<ul style="list-style-type: none"> -Es un espectáculo en el que varios concursantes muestran su talento delante de un jurado y público. -Tipo artístico: actuación, música, danza, acrobacias, etc. -Emisión: prime time. 	<ul style="list-style-type: none"> -Got Talent. -Fama, ¡a bailar! -La Voz. -Factor X. -Fenómeno Fan.
--------------------	--	---

1.1.3) Ficción

Este último género, se enfoca en representaciones dramáticas dialogadas, interpretadas por actores, con el fin de desarrollar tramas y contar historias. Recrean o reconstruyen historias producto de la imaginación del autor o hechos históricos.

Tipos de ficción	Características	Ejemplos
Series	<ul style="list-style-type: none"> -Mantiene cada capítulo una unidad argumental en sí misma. -Las tramas se resuelven dentro del propio capítulo. -Con continuidad, al menos temática, entre los diferentes episodios que la integran. -Por lo general, son mucho más costosas y están destinadas al prime time. 	<ul style="list-style-type: none"> -Los serrano. -Física o Química. -El internado. -Los hombres de Paco. -Los protegidos. -Águila Roja. -Tierra de lobos. -El Barco. -Cuéntame cómo pasó.
Telenovelas	<ul style="list-style-type: none"> -Sus episodios no poseen unidad argumental en sí mismos, sino que las tramas quedan abiertas para los capítulos siguientes. -La producción arranca sin un calendario previsto de cierre. -Utilización de cliffhanger. 	<ul style="list-style-type: none"> -Patito feo. -Pasión de gavilanes. -Rosalinda. -Yo soy Betty, la fea. -Rubí.
Cine	<ul style="list-style-type: none"> -Películas que se emiten en televisión después de un tiempo de explotación comercial en los cines. -Muchas cadenas optan por este contenido sobre todo por la noche. 	<ul style="list-style-type: none"> -Campanilla y el tesoro perdido. -La vida de nadie. -Los gemelos golpean dos veces. -Transporter 3. <p>↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓</p>

Noche		ocultar ^	
21:05			<p>Animación</p> <p>Campanilla y el tesoro perdido</p> <p>En la Hondonada de las Hadas se preparan para la llegada del otoño y todos sus habitantes trabajan sin descanso para que t...</p>
22:00			<p>Drama</p> <p>La vida de nadie</p> <p>Emilio Barrero es un hombre de éxito: tiene un buen trabajo, un lujoso chalé, una esposa encantadora y un hijo que lo admira. ...</p>
22:00			<p>Comedia</p> <p>Los gemelos golpean dos veces</p> <p>Producto de un experimento genético, hijo de los seis padres más adecuados, nació Julius, perfecto física e intelectualmente...</p>
22:15			<p>Acción</p> <p>Transporter 3</p> <p>Frank Martin es un especialista en entregas de alto riesgo. En esta ocasión, se ve obligado, bajo amenazas, a trasladar dos v...</p>

Tipos de series	Características	Ejemplos
Sitcom	<ul style="list-style-type: none"> -Es un producto audiovisual a capítulo cerrado y de corta duración. -Habitualmente utilización de risas enlatadas. -Humor. 	<ul style="list-style-type: none"> -Aquí no hay quien viva. -Aída. -La que se avecina. -Los Simpson.
Antología	<ul style="list-style-type: none"> -En cada capítulo, cambia de personajes, de escenarios e, incluso, de equipo de producción. -La continuidad entre uno y otro se consigue mediante el tema, el mismo para todos los episodios. 	<ul style="list-style-type: none"> -Genius' (Disney+). -American Horror Story. -True Detective (HBO).
Miniserie	<ul style="list-style-type: none"> -Suelen plantearse para al menos tres episodios. -Con una duración, cada uno de ellos, de aproximadamente 90 minutos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Antidisturbios. -Padre Coraje. -El Quijote de Miguel de Cervantes.

1.2) Evolución de audiencias televisivas

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA ACUMULADA DIARIA DE LAS CADENAS DE TELEVISIÓN - 2005-2021

En porcentajes

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
LA 1	33,3	30,5	29,4	28,3	30,7	34,3	33,6	30,1	24,2	23,6	22,9	21,5	21,2	21,2	21,7	22,1	20,4
LA 2	9,8	8,0	7,2	7,5	6,4	4,9	4,5	4,5	5,2	5,4	5,6	4,6	4,7	4,8	5,2	5,2	5,6
ANTENA 3	41,1	41,7	37,1	33,1	30,8	26,9	25,7	25,7	29,1	28,1	27,7	27,3	26,5	27,1	27,2	26,2	28,7
TELE 5	38,0	34,9	32,3	33,5	28,4	26,7	24,9	26,2	25,3	26,3							
CANAL PLUS	5,5																
CUATRO		10,7	12,9	13,4	15,1	13,3	12,7	11,2	12,4	13,0							
LA SEXTA			9,4	10,5	14,5	12,8	12,1	9,6	12,4	13,6	14,8	14,1	12,9	12,7	14,4	13,9	12,5
TOTAL AUTONÓMICAS	28,0	24,1	23,6	24,9	25,0	22,7	20,6	19,5	17,3	16,2	16,8	15,9	15,8	16,1	16,7	16,1	17,4
AUTONÓMICAS PÚBLICAS				24,2	24,1	21,5	19,6	18,4	16,2	15,3	15,9	15,0	14,9	15,4	16,0	15,5	16,8
TV3	5,6	4,9	4,9	4,6	4,7	4,0	4,1	3,4	3,9	3,6	3,5	3,6	3,9	4,0	4,2	4,5	4,2
33								0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
SUPER3								0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
3/24 TV										0,4	0,4	0,4	0,6	0,6	0,9	0,8	0,8
ESPORT 3										0,2	0,3	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2
ETB-1	0,7	0,5	0,4	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,4	0,5
ETB-2	2,2	1,7	1,7	1,8	1,8	1,3	1,2	1,0	1,0	0,9	0,9	1,1	1,2	1,4	1,4	1,3	1,0
ETB-3												0,1					
TVG	2,3	1,9	1,9	2,0	1,8	1,9	1,5	1,7	1,4	1,4	1,8	1,4	1,5	1,4	1,4	1,3	1,6
TVG2								0,1	0,1	0,1	0,1	0,1			0,1	0,1	
TELEMADRID	3,9	2,9	2,4	2,2	2,3	2,1	1,9	1,9	0,9	0,9	0,9	1,0	1,0	1,1			
LA OTRA				0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1						
CANAL SUR	7,3	6,6	5,7	5,9	5,4	5,1	4,8	4,5	4,2	4,0	4,3	3,8	3,4	3,5	3,3	2,9	2,9
CANAL SUR 2/ANDALUCÍA TV	1,4	1,0	0,8	1,0	0,7	0,6	0,4	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
TV CANARIA	0,6	0,7	0,7	0,8	0,9	0,9	0,8	0,9	0,8	0,9	0,8	0,7	0,6	0,6	0,6	0,7	1,1
TV CANARIA 2				0,1	0,1	0,1	0,1										
TV CAST. MANCHA/CMM	1,3	1,2	1,1	1,1	1,1	0,9	0,8	0,8	0,6	0,7	0,6	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,5
IB3		0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,4
ARAGÓN TV		0,5	0,7	0,8	0,7	0,6	0,7	0,8	0,7	0,8	0,7	0,8	0,7	0,6	0,6	0,7	0,7
TPA			0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4	0,6	0,5	0,3	0,4	0,3	0,4	0,5
TPA2											0,1						0,1
7 REG. DE MURCIA			0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,2	0,1				0,2	0,2	0,2	0,3	0,4
À PUNT															0,4	0,3	0,6
CANAL 9	3,3	3,0	3,2	2,9	2,9	2,2	1,7	1,7	1,2								
PUNT 2/NOU 2	0,2	0,2	0,4	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1									
NOU 24								0,1	0,1								
CANAL EXTREMADURA				0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,3	0,3							
AUTONÓMICAS PRIVADAS				0,7	0,8	1,1	1,0	1,3	1,5	1,4	1,4	1,2	1,1	0,8	0,6	0,6	0,5
8 TV (Cat)								0,8	1,0	0,9	0,9	0,8	0,6	0,3	0,1	0,1	0,1
CYL TV / CYL 7								0,2	0,3					0,3	0,3	0,2	0,2
LA 8 / CYL 8								0,1	0,2					0,1	0,1	0,2	0,2
V TELEVISIÓN								0,1	0,1								
AUTONÓMICAS INTERNAC.				0,4	0,5	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,1	0,2
TOTAL TEMÁTICAS				11,1	15,7	22,4	29,9	35,1	37,5	33,4	32,4	34,2	34,6	34,7	34,5	33,3	31,8
TEMÁTICAS PAGO				7,0	7,0	7,3	7,7	6,8	5,9	6,4	6,6	7,9	9,9	10,8	10,9	10,5	10,2
RESTO TEMÁTICAS				4,6	9,4	16,3	23,8	29,8	33,0	28,3	27,1	28,0	26,8	26,7	26,9	25,8	24,7
TV LOCAL	3,9	3,3	2,9	2,1	1,4	1,0	0,8	1,1	1,0	1,2	0,8	0,8	0,8	0,7	1,1	1,0	1,0
RESTO TV'S	6,4	11,0	10,3	2,0	0,7	4,1	4,7	0,6	0,6	0,6	0,7	1,7	1,4	2,8	4,1	7,5	9,8

Tabla 1: Evolución de la audiencia acumulada diaria de las cadenas de televisión -2005-2021.

Fuente: AIMC, Marco General de los Medios en España.

En esta tabla, del Marco General de Medios de la Asociación Para la Investigación de Medios de Comunicación, se puede observar la caída de audiencia televisiva del año 2005 al 2021. En el año 2005, el mayor porcentaje que observamos es del 41,1% en Antena 3, por el contrario, en el año 2021 el máximo porcentaje lo mantiene Antena 3 pero con un 28,7%. Existe una diferencia del 12,4%. El descenso es más que evidente, en estos 16 años todas las cadenas televisivas han sufrido una horripilante bajada de audiencia: La 1 ha pasado de un 33,3% a un 20,4%, perdiendo así casi la mitad de su audiencia con un descenso del 12,9%. La 2 de un 9,8% a un 5,6%, teniendo una pérdida del 4,2%, etc.

2) YouTube

La palabra “*YouTube*” es una marca registrada de una compañía dedicada a compartir vídeos por internet. El nombre viene del inglés “*You*”, que significa tu y “*Tube*”, tubo. (Tubo, haciendo referencia a los televisores antiguos). Si lo traducimos al español sería “*TuTele*”.



Esta plataforma nació un 14 de febrero de 2005 en internet. Sus creadores Chad Hurley, Steve Chen, y Jawed Karim eran trabajadores de PayPal. Hurley y Karim como ingenieros y Chen como diseñador.

Buscaban una forma de poder compartir algunos vídeos que se hicieron en una fiesta en San Francisco, y aunque Karim dijo que la fiesta nunca tuvo lugar y que la idea de compartir vídeos en internet fue suya, Hurley y Chen aseguran que no fue así, que la idea de Karim era hacer una página de citas donde las personas pudiesen clasificarse en base a sus vídeos.

El 23 de abril de 2005, Jawed Karim subió el primer vídeo de YouTube:

Jawed. (2005). *Me at the zoo* [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 02/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw&ab_channel=jawed

Dicha grabación duraba 19s en la cual Karim hablaba sobre los elefantes.

Las marcas no tardaron en dirigir su mirada hacia YouTube. Time Warner y Sequoia Capital invirtieron de inmediato. Solo con seis meses de existencia, la marca deportiva Nike lanzó un primer vídeo promocional protagonizado por el brasileño, Ronaldinho:

Marcia Ana. (2012). *Joga Bonito Ronaldinho Nike* [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 02/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=aJ0-gqMt80M&ab_channel=MarciaAna

Una publicidad donde aparecía el jugador brasileño poniéndose unas zapatillas de Nike y luego se ponía a entrenar con ellas. Este vídeo no tardó en alcanzar el millón de views. Así pues, nacía el primer vídeo viral de YouTube. A partir de ese día, grandes compañías empezaron a sentirse atraídas por YouTube.

En diciembre de 2005, la página tenía ya 50 millones de visitas diarias, y después de subir el vídeo musical *Lazy Sunday* transmitido originalmente en el show, Saturday Night Live:

Saturday Night Live. (2005). *Lazy Sunday - SNL Digital Short* [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 02/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=sRhTeaa_B98&ab_channel=SaturdayNightLive

Las visitas se dispararon hasta los 250 millones de visualizaciones diarias. El crecimiento era brutal. YouTube se había convertido en el décimo sitio más visitado en EE.UU.

En 2006, Universal Music anunció que YouTube le debía varios millones de dólares por violación de derechos de autor. Muchos comenzaron a ver YouTube como una historia sin futuro, tenían muchos problemas legales con la plataforma y aunque el rumor de la venta a Google ya rondaba por ahí, nadie había confirmado nada, hasta el octubre de ese mismo año, cuando Hurley y Chen subieron un vídeo en donde ya se mencionaba la venta a Google. Google pagó 1650 millones de dólares y con eso se afianzaría lo que es hoy en día una de las páginas más importantes del mundo. En el momento de la compra 100 millones de vídeos en YouTube fueron visualizados y 65 mil nuevos vídeos eran añadidos diariamente. Además, unos 72 millones de personas lo visitaban por mes.

En 2007, todo cambió. No solo se inició el Partner Program en el cual la gente podía hacer de sus hobbies un negocio, también en ese mismo año, 7/16 candidatos presidenciales de EE. UU. anunciaron sus campañas en la plataforma. Y en el mes de julio, YouTube y CNN transmitieron el debate. Así pues, en la plataforma podemos ver desde elecciones, olimpiadas, guerras, hasta lo más convencional, vídeos de gatitos.

Viacom se unió a las quejas de Universal Music y juntos demandaron a YouTube por la cantidad de 1000 millones de dólares. Por otro lado, Disney y otros estudios de Hollywood se mostraron más astutos y vieron el enorme potencial que ofrece YouTube por lo que decidieron negociar buenos acuerdos. Disney autorizó a YouTube a subir vídeos cortos de la ABC y ESPN, siempre y cuando Disney pudiera anunciar gratis en la plataforma.

Y en el año 2010, se anuncia YouTube Rentals, algo que los estudios de Hollywood lograron como alianza. Como su nombre indica, sirve para rentabilizar películas en la plataforma.

YouTube se ha convertido en un espacio muy personal para mucha gente, siendo un lugar donde personas anónimas se han convertido en estrellas mundiales como El Rubius, Willyrex, Lana del Rey, Justin Bieber... Es, en definitiva, una plataforma donde buscar oportunidades si crees tener talento en algo.



El Rubius. Youtuber con mayor número de suscriptores en España.

Comienzos de Justin Bieber en YouTube.

YouTube también consiguió revolucionar el mundo de las transmisiones online. Un ejemplo fue la Primavera Árabe del 2007, cuando gente de todos los continentes enviaron mensajes de apoyo, de libertad y de democracia generando una unión mundial respecto a este evento. Con esto, las RR. SS. se comenzaron a entender de una manera diferente.

Hoy por hoy, más de 500 horas de video son subidas a YouTube cada minuto, y más de 1 billón de horas de videos de YouTube son vistos por día.

2.1) Contenidos en YT

En la plataforma de YouTube tienes posibilidad de escoger el contenido a la carta. Tiene una comunidad activa de 2.291 millones de usuarios activos en el mundo. Prácticamente cualquier persona puede encontrar un vídeo que pueda interesarle. Este es uno de los motivos de su gran éxito: la posibilidad de ver todo tipo de contenido. Hay infinidad de variedad, pero como cualquier otro medio de entretenimiento, tiene sus formatos estrella.

2.1.1) Tutoriales

En primer lugar, tenemos los tutoriales. Diversos canales en esta plataforma se dedican exclusivamente a este formato. Tienen millones de suscriptores. Hay tantos vídeos explicativos en YouTube, que es probable encontrar vídeos que te ayuden a hacer prácticamente cualquier cosa que se te ocurra. La gran ventaja de estos vídeos es que son atemporales. Por ejemplo, puedes aprender a tocar una canción en el mismo día de subida del vídeo o 3 años después.

CamposMusic. (2019). *Cómo tocar "De Ellos Aprendí" David Rees en Guitarra. TUTORIAL FÁCIL*. [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 07/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=Xq6QqR_WUa0&ab_channel=camposmusic

2.1.2) Vlogs

En segundo lugar, los vlogs. Consiste en un vídeo que equivale a un diario personal. Un formato que lleva toda una década en la plataforma. A lo largo de estos años ha ido evolucionando, pero es un formato que sigue creándose por su autenticidad. Hoy en día vivimos en una sociedad donde solo mostramos en nuestras redes sociales la mejor versión de nosotros mismos, nuestra versión más feliz. Sin embargo, estos vlogs se caracterizan por la naturalidad de los youtubers. Te muestran lo que hacen durante su día, desde que se levantan hasta que se van a dormir. Son el equivalente de YouTube a un reality televisivo. Tienes la oportunidad de ver cómo es su vida. Normalmente los vídeos

se enfocan en un tema en particular, pero YouTube es un espacio tan libre que cada uno lo hace a su manera.

Ejemplo de un vídeo blog más convencional:

Gemma Pérez Ortega. (2021). *Vlog en catala - Un dia amb mi (Sessió de fotos, haul...)*. [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 07/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=YEqBG2_01IM&ab_channel=GemmaP%C3%A9rezOrtega

Ejemplo de un vídeo blog más innovador:

ElrubiusOMG. (2021). *ASÍ SE HIZO EL ANUNCIO DE PS5 | Epic Vlog*. [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 07/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=S6Ema9BPN1s&ab_channel=elrubiusOMG

2.1.3) Gameplays de videojuegos

En tercer lugar, tenemos uno de los formatos más revolucionarios de la historia de YouTube, los gameplays de videojuegos. La mayoría de los youtubers tops en España empezaron a ser conocidos por crear este tipo de contenido. Gente como El Rubius, Willyrex y Vegetta777 hoy en día siguen subiendo este formato de vídeo a sus canales. Hay creada una gran comunidad. Es un contenido aparentemente sencillo. Es un vídeo donde ves al youtuber en cuestión, jugar y comentar la partida. En muchas ocasiones juegan conjuntamente unos con otros, pero también existen series individuales.

Muchos de los usuarios de YouTube empezaron a consumir la plataforma viendo gameplays de videojuegos, más en concreto, gameplays de Minecraft. En mi caso, empecé a consumir YouTube de manera regular tras ver el siguiente vídeo de SephirothXTR:

SephirothXTR. (2012). *Juguemos al Minecraft! - Episodio 7 - Un Nuevo Comienzo! - Version 1.0.0*. [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 07/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=RrFTNc56R4M&ab_channel=SephirothXTR

Minecraft solo es tan popular que tiene un sitio web dedicado a enumerar más de 1.000 canales principales de Minecraft en YouTube. El 15 de diciembre de 2021, YouTube anunció que Minecraft alcanzaba la cifra de 1 billón de reproducciones. Un millón de

millones de veces los usuarios de Internet han puesto play a un video de Minecraft. Así pues, fue un videojuego el primero en llegar a esta marca.

YouTube. (2021). *One Trillion Minecraft Views on YouTube and Counting*. [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 07/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=YXY74kWderc&ab_channel=YouTube

2.1.4) Guías de videojuegos

Asimismo, en cuarto lugar, un tipo común de videos de gaming en YouTube son las guías de videojuegos. En esta ocasión, el youtuber creador de este contenido suele dominar muy bien el videojuego en cuestión. No tiene por qué ser un jugador profesional, pero si debe ser una persona con unos conocimientos avanzados. Aconseja bajo su experiencia qué hacer o cómo jugar para que sus suscriptores puedan mejorar aprendiendo algo nuevo.

Electrokidi - League Of Legends. (2020). *¡GUÍA DE LOS *NUEVOS COMBOS DE RIVEN* con la GARRA DEL MERODEADOR! (Temporada 11) | Electrokidi*. [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 07/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=615LzoBR1gM&ab_channel=Electrokidi-LeagueOfLegends

Payrot. (2022).  *3 TIPS para SALIR de BRONCE RÁPIDO  | Valorant Guia (como salir de bronce)*. [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 07/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=b1JTr5XkmBo&ab_channel=Payrot

2.1.5) Directos

En quinto lugar, una herramienta que te proporciona YouTube es la de crear directos. De este modo puedes interactuar con tus suscriptores a tiempo real mientras creas contenido para la plataforma, puesto que una vez emitido el directo lo puedes guardar en tu canal como un vídeo más.

El contenido de los directos varía en función del canal. Suele ser un contenido similar al de los vídeos que suben normalmente con su respectiva edición. Eso sí, es un formato más limitado, obviamente no puedes hacer en un directo todo lo que te permite un editor de vídeo con horas y horas de trabajo. Se podría decir que una desventaja de crear este tipo de contenido es que tienes que estar editando el vídeo mientras lo creas. Poner manualmente transiciones, músicas, etc. Al mismo tiempo, es un formato que exige más

del youtuber. Debe estar entreteniendo continuamente sin descansos para no aburrir a los espectadores, estar pendiente de lo que escriben, interactuar, llevar cuidado con las palabras que emplea ya que no puede cortar ninguna parte en postproducción, etc.

Un dato curioso es que los comentarios que la gente envía a lo largo del directo también se quedan guardados en el vídeo resubido.

Vegetta777. (2022). *FORTNITE ¿Victorias sin Construir? EQUIPO UNICORNIO* . [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 07/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=xzwxn70Gt20&ab_channel=VEGETTA777

YouTube se ha convertido en una de las plataformas de streaming más relevantes. Durante el 2020 las transmisiones en vivo fueron uno de los tipos de contenido más consumidos. 100 billones de horas visualizadas fueron de contenido gamer.

2.1.6) Los retos o los vídeos “tag”

En sexto lugar, tenemos los retos o los vídeos “tag”. Este contenido es muy popular en YouTube. Es un formato que permite ver a distintos creadores llevando a cabo las mismas acciones, pero cada uno a su manera. “Es el contenido fácil”, es recrear lo que todo el mundo está creando en ese momento. La mayoría de estos son tendencias que surgen y cambian cada temporada. Los youtubers suelen hacer este tipo de contenido cuando escasean de ideas propias. Asimismo, hay creadores que intentan inventar nuevos tags y logran que su idea se haga viral y los demás la repliquen. Como en el caso de Tekendo con "*UNA SEMANA COMIENDO en MÁQUINAS EXPENDEDEDORAS!*":

Tekendo. (2018). *UNA SEMANA COMIENDO en MÁQUINAS EXPENDEDEDORAS!*. [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 07/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=J_J9HBDLV_4&t=21s&ab_channel=tekendo

Hay infinidad de ejemplos: “50 cosas sobre mí”, “Tag del novio”, “24h comiendo en McDonald's”, “24h comiendo en KFC”, “24h comiendo rosa”, “Tag de las 20 canciones”...

Esttik. (2021). *24 HORAS COMIENDO SOLO KFC (+12.000 KCAL de KFC) *ASI REACCIONA MI CUERPO**. [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 07/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=C4w7F--6FsU&t=10s&ab_channel=Esttik

LaiaOli. (2020). *POR FIN HACEMOS EL *TAG DEL NOVIO*!! ¿Nos vamos a vivir juntos? / Laia Oli*. [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 07/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=bD5jnv4MuF8&t=112s&ab_channel=LaiaOli

David Rees. (2018). *Cantando 50 cosas sobre mí - David Rees*. [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 07/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=EYUvvrVULI&ab_channel=DavidRees

2.1.7) Reseña de productos / Unboxing / Hauls

En séptimo lugar, tenemos las reseñas de productos. Este tipo de vídeo tiene éxito porque la plataforma influye en la decisión de compra de las personas al ver a un youtuber hablando sobre una marca. Según Susan Wojcicki (directora ejecutiva de YouTube), el 70% de las personas que han comprado a una marca se debe a haber consultado previamente una reseña en YouTube. Y es que, estos vídeos permiten al usuario ver cómo es el producto sin comprarlo. Otro punto importante es la opinión de los youtubers. Muchos suscriptores depositan toda su confianza en estos individuos y por ello compran estos productos. Esto las marcas lo saben. De modo que hay que tener cuidado con este tipo de vídeos porque muchas de las reseñas que hay en YouTube son colaboraciones y puede que no sean al 100% verídicas. Sin embargo, hay reseñas totalmente desinteresadas como, por ejemplo, un youtuber enseñando regalos tras una firma de libros.

VEGETTA777. (2016). *MI HABITACION & REGALOS FIRMA DE LIBROS WIGETTA* ^^. [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 10/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=UgTpxYun-4s&ab_channel=VEGETTA777

El unboxing al fin y al cabo, consiste en una persona enseñando a sus seguidores algo. Se asemeja a la magia de una mañana de Navidad, cuando los niños abren los regalos. Puedes ver en ellos el entusiasmo en desenvolver regalos y ver qué hay dentro. En definitiva, se te da la oportunidad de vivir ese momento especial de primera mano.

Hoy en día, muchos youtubers aprovechan la plataforma de Twitch para hacer los unboxing. De manera que reaccionan en directo y luego lo reutilizan para crear un vídeo en Youtube.

TheGrefg. (2021). *EL UNBOXING DE PS5 MÁS TRISTE DE LA HISTORIA - TheGrefg*. [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 10/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=4-3XwU90zfY&ab_channel=TheGrefg

Por lo que se refiere a Haul, podríamos decir que es un tipo concreto de unboxing. Más enfocado a la moda. Los youtubers te muestran los conjuntos y/o cosméticos que se han comprado. Los canales de moda, belleza y estilo de vida son los que más tienden a hacer este tipo de contenido.

Dulceida. (2021). *ÚLTIMO HAUL DEL AÑO – DULCEIDA*. [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 10/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=mHc25TgO-YY&ab_channel=Dulceida

2.1.8) Vídeos de chismes de famosos

Al mismo tiempo, en octavo lugar, hallamos los vídeos de chismes de famosos. Este tipo de contenido no es del todo innovador puesto que existen programas de televisión exclusivos a estos temas. Así pues, YouTube no se iba a quedar atrás. Uno de los canales de YouTube sobre salseos de famosos más conocido en España es el de Malbert:

Malbert. (2021). *6 RAZONES para CANCELAR a NAIM DARRECHI | MALBERT* [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 10/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=nZpyaBGXL1g&ab_channel=Malbert

Es un modo de entretenimiento tan válido como otro, eso sí, no te creas todo lo que ves y escuchas en estos vídeos.

2.1.9) Comedias / Sketch / Parodias

En noveno lugar, tenemos el contenido que más hace reír a los usuarios de YouTube, los vídeos de comedia. Es difícil de definir puesto que cada youtuber crea su contenido gracioso de una manera. En los sketches, el sentido del humor es bastante personal, pero hay tanta gente creando este tipo de contenido que seguro que encuentras algún youtuber con un humor afín a ti. Estos vídeos se suelen compartir más que otros tipos de contenido.

MegaGlowen. (2021). *INSOLACIÓN MORTAL* [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 10/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=b7QsHIaAkHA&ab_channel=MegaGlowen

Un tipo de vídeo de comedia son las parodias. En YouTube triunfan sobre todo las parodias musicales. Es un tipo de vídeo más elaborado, consiste en una composición musical elaborada a raíz de otra preexistente. Puede ser ajena o propia. No tiene por qué

ser una versión satírica, burlesca o humorística de la obra original, sino solo una reelaboración, aunque, como en la mayoría de los casos, tiene finalidades humorísticas.

iLeoVlogs. (2019). *TIPOS DE ALUMNAS - PARODIA (Videoclip)* [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 10/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=Hi6QsZTpbg4&ab_channel=iLeoVlogs

2.1.10) Bromas

Asimismo, en décimo lugar, tenemos otro tipo de vídeo que hace reír mucho a los usuarios de YouTube, las bromas. Del mismo modo, estos vídeos también están entre los más compartidos por diferentes redes sociales.

Las víctimas de estos vídeos suelen ser familiares y/o amigos del youtuber en cuestión. La magia de este formato son las reacciones. Al poner las cámaras ocultas y no avisar de absolutamente nada obtienes una reacción 100% real. No hay mejor actor que el que no sabe que está actuando. Así pues, puede que no sea el tipo de vídeo más cómodo para grabar, pero si la broma sale bien, es una apuesta asegurada.

Hay youtubers que hacen bromas a otros youtubers creando así, como pura venganza, series y series de vídeos haciéndose bromas el uno al otro.

Carla Laubalo. (2021). *ME VUELVO SONÁMBULA 🤪 Broma nocturna a MI AMIGA (se asusta mucho) | Carla Laubalo* [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 10/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=6wu316ftmZQ&ab_channel=CarlaLaubalo

2.1.11) Consultorios

En undécimo lugar, nos topamos con los consultorios. Es un vídeo dónde en la mayoría de los casos el youtuber responde a unas preguntas de sus suscriptores y da su opinión/experiencia sobre un tema. También se puede dar el caso de que el consultorio no sea de preguntas, sino de narrar problemas de suscriptores. En este caso, el youtuber intenta asesorar. Eso sí, como suelen ser temas muy personales, el youtuber respeta la privacidad del seguidor y siempre cuenta la vivencia sin dar nombres, respetando su anonimato. Están creados con la intención de ayudar.

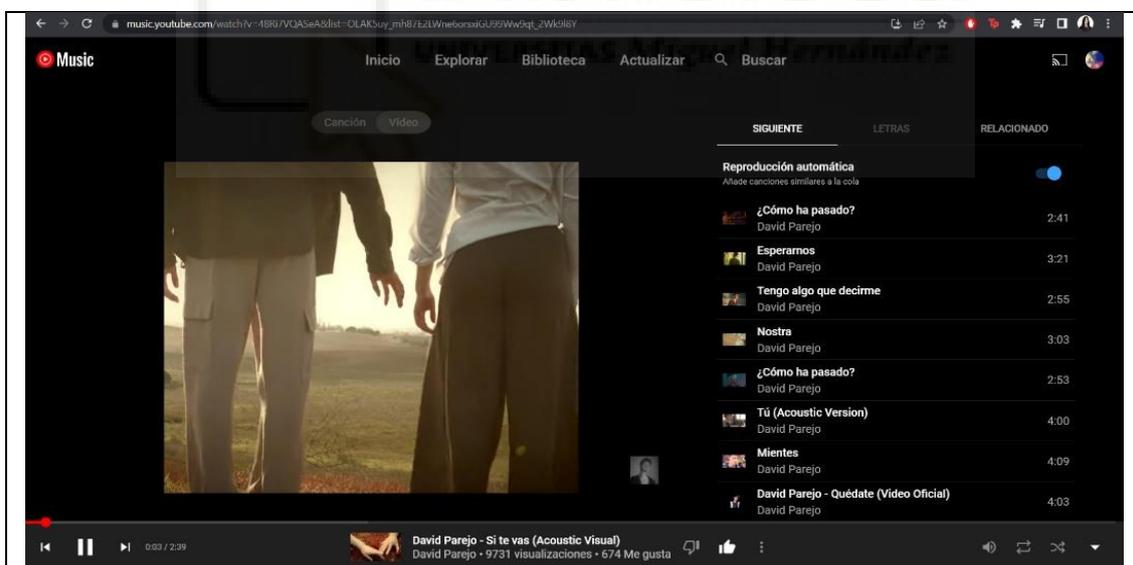
Este tipo de vídeos te permite conocer más a fondo al youtuber. Al mismo tiempo, es una manera de crear vínculos más fuertes entre el youtuber y el suscriptor.

Luego, hay youtubers que aprovechan el consultorio para mezclar preguntas y problemas:

Gemma Pérez Ortega. (2022). *CONSULTORIO (s3xo, amor, amistad...)* 🔥SALSEO🔥 [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 10/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=6yJwgiKwZoM&ab_channel=GemmaP%C3%A9rezOrtega

2.1.12) Videoclips / Lyric Video / Covers

En duodécimo lugar, es importante destacar que en YouTube también hay un hueco especial para la música. La plataforma recibe millones y millones de reproducciones gracias a videoclips, lyrics video, covers, entre otros contenidos musicales. Son tantas las visitas, que la propia plataforma te facilita un servicio exclusivo llamado YouTube Music. Este servicio de transmisión de música, en su versión gratuita, permite ver vídeos musicales entre los que se insertan vídeos publicitarios. Sin embargo, puedes optar por una versión de pago que te permite la reproducción sin publicidad, la reproducción de fondo de solo audio (lo cual reduce el consumo de datos para el usuario) y la descarga de canciones para la reproducción sin conexión.



David Parejo – YouTube Music.

https://music.youtube.com/watch?v=48Ri7VQASeA&list=OLAK5uy_mh87E2LWne6orsxiGU99Ww9qt_2Wk9l8Y

El videoclip es un pequeño cortometraje musical realizado en vídeo, compuesto por secuencias breves y muchas veces inconexas. Los cantantes y las bandas lo utilizan para promocionar sus canciones puesto que las imágenes van acompañadas por el audio del

tema interpretado. Es un formato muy utilizado y exitoso, tanto que el youtuber con más seguidores de España decidió escoger este formato para hacer su especial 10 años en la plataforma:

elrubiusOMG. (2020). *Minero - Versión Orquestal (Especial 10 Años)* [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 11/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=jg0H9uvZa-c&t=167s&ab_channel=elrubiusOMG

El vídeo lyric es un vídeo musical que muestra la letra de una canción en pantalla mientras dicha canción está sonando. Esta pieza se utiliza por la industria discográfica, como en el caso del videoclip, para promocionar la música de un artista.

Cali Y El Dandee. (2013). *Cali Y El Dandee - No Digas Nada (Déjà vu) (Lyric Video)* [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 11/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=rDRyzGh3aBg&ab_channel=CaliyElDandeeVEVO

El término cover, hace referencia a una versión diferente de un tema musical que fue registrado anteriormente por otro artista.

Abraham Mateo. (2012). *Abraham Mateo (12 años) y David Parejo (10 años) - YO NO ME DOY POR VENCIDO - Luis Fonsi* [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 11/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=foOLh6fpiws&ab_channel=AbrahamMateo

Manu Ríos. (2020). *not steady - paloma mami (by manu rios)* [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 11/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=LHnJ-hbbMqk&ab_channel=ManuRios

2.1.13) ASMR

En cuanto al décimo tercero contenido relevante en YouTube, nos encontramos con el ASMR. Es un neologismo que hace referencia, en YouTube, a una persona enfrente de una cámara haciendo diferentes actividades cerca de un micrófono con el fin de relajar al usuario. Con otras palabras, los youtuber usan una cámara para grabarse en video mientras generan unos sonidos relajantes. Existe una amplia variedad de sonidos que constituyen el ASMR. Sonidos como, por ejemplo, susurros, voltear páginas de revistas, limpiar cristales, cantar...

En este sentido, buena parte de los youtubers del ASMR se inclinan por la grabación binaural, con micrófonos profesionales para lograr sus objetivos. Consiste en una técnica de grabación que simula la acústica tridimensional lo que proporciona la sensación envolvente de que la voz del creador se halla en la misma habitación que el oyente, casi como si realmente alguien estuviera susurrando a su oído.

Gemma Pérez Ortega. (2020). *Te canto hasta que te duermas ASMR (Billie Eilish, Aitana, Coldplay...)* [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 10/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=qeLRWt80VQ4&ab_channel=GemmaP%C3%A9rezOrtega

2.1.14) El Mashup / Rewind

Por último, tenemos dos formatos que, aunque son pocos los que se atreven a crearlo por su gran complejidad, en creatividad, tiempo, conocimientos y dinero, sin ninguna duda, son contenidos estrella de la plataforma.

Por un lado, tenemos el mashup. Es un género musical que consiste en la creación de un nuevo tema a través de la mezcla de distintos fragmentos de otras canciones. En YouTube, son tendencia sobre todo los mashups que mezclan temas de éxito de un año específico.

David Rees. (2017). *El Mashup Del 2016 | David Rees y Bely Basarte* [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 13/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=nvcGnUGfLJo&ab_channel=DavidRees

Por otro lado, los rewinds van más allá. La carga de trabajo es todavía mayor a la de los mashups. Participan en ellos muchísimas personas. Es un vídeo profesional recopilatorio que engloba lo más destacado de cada año en cuanto a música, memes, youtubers y prácticamente cualquier aspecto del mundo digital. Requiere de un presupuesto elevado para obtener el mejor resultado posible. En España, el que lidera este tipo de contenido es Alecmolon.

Alecmolon. (2022). *REWIND HISPANO 2021 [Alecmolon]* [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 13/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=FMpIFiIiOU&ab_channel=Alecmolon

Ambos formatos, obtienen visitas desorbitadas. En el caso de David Rees, si sumamos todos los mashup que ha hecho obtiene más de 20 millones de visitas. Asimismo, en el caso de Alecmolon, consigue esa cifra de media por cada rewind. Son formatos muy complejos y ambiciosos, pero obtienen su recompensa en YouTube.

2.2) Audiencia de internet: YouTube

En la siguiente tabla, nuevamente del Marco General de Medios de la Asociación Para la Investigación de Medios de Comunicación, nos interesa sobre todo la última columna: “Conexión a internet en el hogar”. En ella vemos una evolución ascendente desde el 2001 al 2021. En 2001, anota 6.338.000 individuos, en cambio en 2021, obtiene nada más y nada menos que la cifra de 36.675.000 individuos con conexión a internet en los hogares españoles. Tan solo de 2020 a 2021 ha obtenido un +3,2% de variación. Por lo tanto, es evidente que internet sigue en auge y cada vez son más los consumidores de esta red informática.

AUDIENCIA DE INTERNET

DATOS GENERALES - 1996-2021

	Usan Ordenador	Usan Ordenador habitualmente	Usan Tablet	Usan Tablet Habitualmente	Usan Internet último mes	Usan Internet ayer	Conexión a Internet en el hogar
1996	6.568 (19.4%)	4.449 (13.2%)			342 (1.0%)		
1997	7.374 (21.7%)	5.105 (15.0%)			931 (2.7%)	321 (0.9%)	
1998	8.433 (24.7%)	5.960 (17.5%)			1.579 (4.6%)	627 (1.8%)	
1999	9.280 (26.9%)	6.624 (19.2%)			2.429 (7.0%)	1.003 (2.9%)	
2000	10.350 (29.8%)	7.567 (21.8%)			4.363 (12.6%)	1.943 (5.6%)	
2001	11.512 (33.1%)	8.551 (24.6%)			7.120 (20.4%)	3.143 (9.0%)	6.338 (18.2%)
2002	11.731 (33.7%)	8.457 (24.3%)			7.828 (22.5%)	3.693 (10.6%)	7.626 (21.9%)
2003	13.082 (37.1%)	9.715 (27.6%)			9.472 (26.9%)	4.797 (13.6%)	8.908 (25.3%)
2004	14.805 (40.7%)	10.518 (28.9%)			11.812 (32.4%)	6.132 (16.8%)	10.778 (29.6%)
2005	15.667 (42.2%)	11.102 (29.9%)			12.740 (34.4%)	7.292 (19.7%)	12.118 (32.7%)
2006	16.245 (43.4%)	11.812 (31.6%)			14.025 (37.5%)	8.317 (22.2%)	13.345 (35.6%)
2007	17.291 (45.6%)	12.995 (34.3%)			15.563 (41.1%)	9.944 (26.2%)	15.860 (41.8%)
2008	18.949 (49.5%)	14.567 (38.1%)			17.373 (45.4%)	11.443 (29.9%)	17.949 (46.9%)
2009	20.847 (52.8%)	16.368 (41.5%)			19.468 (49.3%)	13.525 (34.3%)	20.476 (51.9%)
2010	21.880 (55.5%)	17.571 (44.6%)			20.898 (53.0%)	15.127 (38.4%)	22.325 (56.6%)
2011	23.343 (59.1%)	19.059 (48.3%)			22.529 (57.1%)	16.768 (42.5%)	24.685 (62.5%)
2012	24.319 (61.6%)	20.013 (50.7%)			23.828 (60.4%)	18.437 (46.7%)	25.415 (64.4%)
2013	23.968 (60.9%)	20.376 (51.8%)	6.888 (17.5%)	5.623 (14.3%)	25.379 (64.5%)	21.116 (53.7%)	26.522 (67.4%)
2014	23.834 (60.1%)	19.669 (49.6%)	8.011 (20.2%)	5.530 (13.9%)	27.508 (69.3%)	24.076 (60.7%)	28.789 (72.6%)
2015	23.606 (59.4%)	19.197 (48.3%)	9.584 (24.1%)	6.507 (16.4%)	29.429 (74.1%)	26.496 (66.7%)	30.415 (76.6%)
2016	22.939 (57.8%)	18.609 (46.9%)	9.495 (23.9%)	6.867 (17.3%)	30.719 (77.3%)	28.567 (71.9%)	32.785 (82.5%)
2017	22.683 (57.0%)	18.017 (45.3%)	9.951 (25.0%)	7.109 (17.9%)	31.944 (80.3%)	30.097 (75.7%)	33.777 (84.9%)
2018	22.589 (56.7%)	17.763 (44.6%)	9.947 (25.0%)	7.016 (17.6%)	32.732 (82.1%)	31.025 (77.9%)	34.430 (86.4%)
2019	23.103 (57.3%)	18.234 (45.3%)	10.765 (26.7%)	7.219 (17.9%)	33.811 (83.9%)	32.205 (79.9%)	34.903 (86.6%)
2020	23.096 (56.9%)	18.368 (45.3%)	10.567 (26.1%)	6.907 (17.0%)	34.510 (85.1%)	33.023 (81.4%)	35.537 (87.6%)
2021	24.175 (59.0%)	19.474 (47.6%)	11.454 (28.0%)	7.352 (18.0%)	35.853 (87.6%)	34.501 (84.3%)	36.675 (89.6%)
Variación 2021 Vs. 2020	+4,7%	+6,0%	+8,4%	+6,4%	+3,9%	+4,5%	+3,2%

Nota: La primera cifra se expresa en miles de individuos y la cifra que aparece entre paréntesis representa el porcentaje de penetración sobre la población de 14 años o más.

Tabla 2: Audiencia de internet. Datos generales – 1996-2021.

Fuente: AIMC, Marco General de los Medios en España.

AUDIENCIA DE INTERNET

SITIOS DE INTERNET (VISITANTES ÚNICOS / ÚLTIMOS 30 DÍAS) (*) - 2021

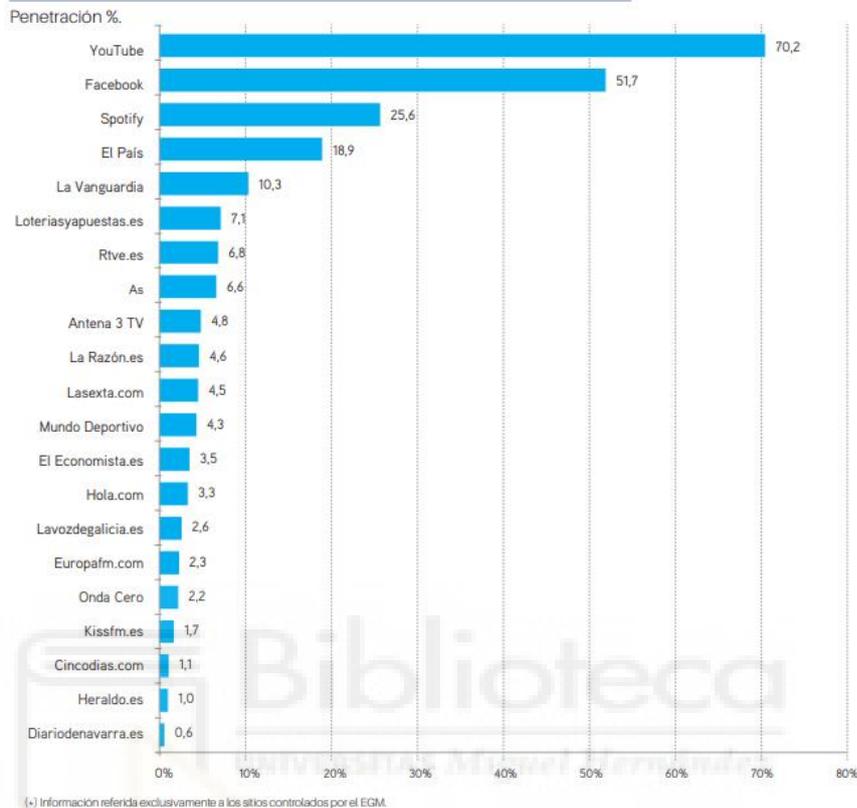
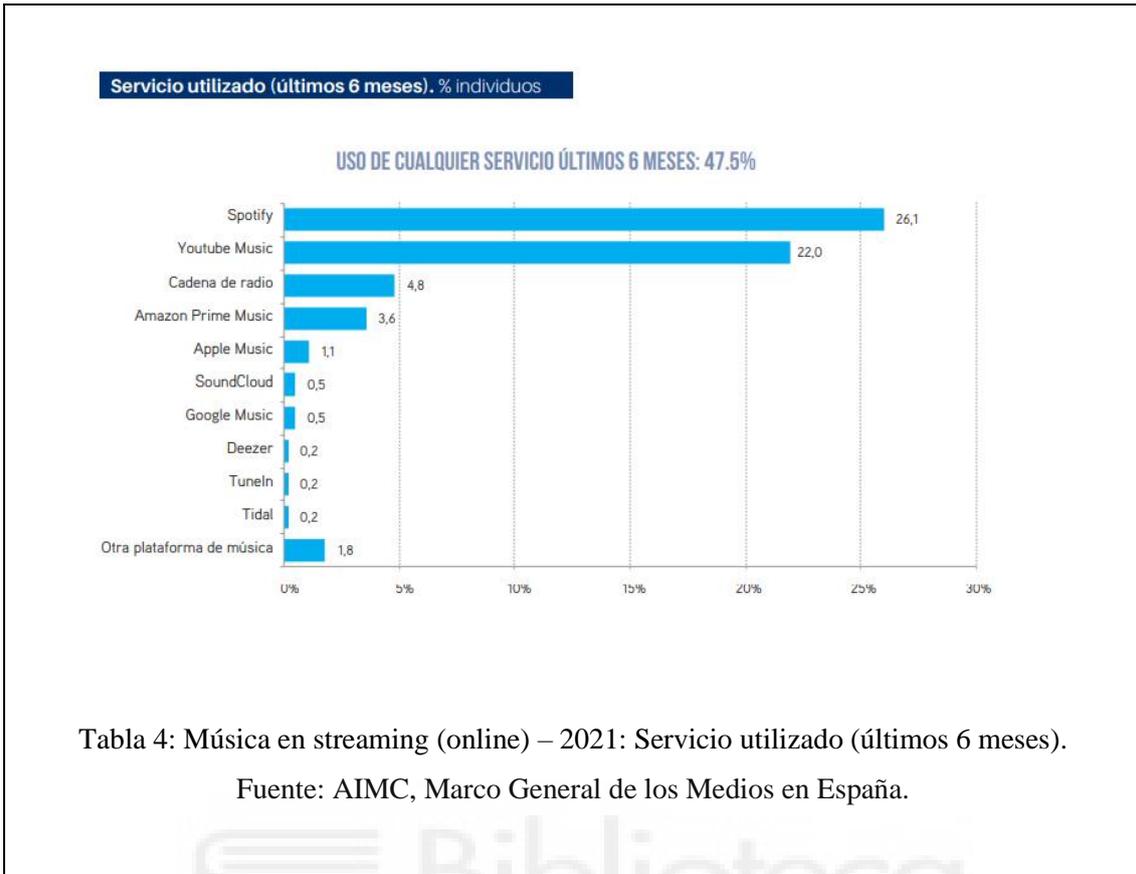


Tabla 3: Audiencia de internet. Sitios de internet - 2021

Fuente: AIMC, Marco General de los Medios en España.

Por otra parte, esta tabla, que proviene del mismo estudio que la anterior, muestra que YouTube ha sido el sitio de internet con más visitantes únicos en los últimos 30 días. Consigue destacar con diferencia al resto, es la página principal de entretenimiento de internet. Es importante destacar que esta plataforma tiene más usuarios únicos diariamente que una de las redes sociales más populares en la actualidad: Facebook. Asimismo, supera también a Spotify, periódicos digitales como El País, La Vanguardia, etc.



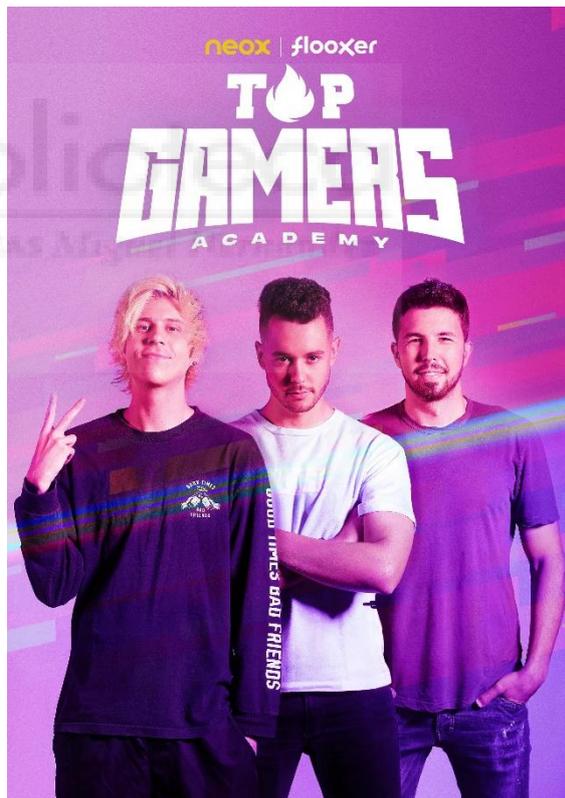
Aunque la plataforma de YouTube tenga más usuarios que Spotify, en esta tabla podemos observar que en cuanto a consumo de música en streaming (online), Spotify consigue una primera posición con un 26,1%, sin embargo, YouTube Music obtiene un segundo puesto con un 22%. Así pues, un 4,1% de individuos siguen prefiriendo consumir la aplicación con el logo verde antes que la del logo rojo. Asimismo, en los últimos seis meses, cualquiera de estas dos plataformas obtiene más oyentes que todas las demás juntas (Cadena de radio, Amazon Prime Music, Apple Music, SoundCloud, Google Music, Deezer, Tuneln, Tidal...)

3) Alianza YT y TV (Top Gamers Academy)

En la actualidad, no se hace raro ver un programa de televisión ligado a una plataforma digital. Cada vez son más los casos donde YouTube y la televisión van de la mano. Tenemos infinidad de ejemplos, desde *Gran Hermano* hasta *Operación Triunfo*. Estos reality show, llevan unas cuantas ediciones con canal 24h en la plataforma de YouTube, y no solo eso, sino que suben contenido extra para enganchar a ese target joven y conseguir crear cierta adicción para que sigas el programa más que nunca.

Con esta alianza ambos salen beneficiados, pero es que no se puede ignorar el hecho de que la televisión está yendo un paso más allá, ya no se conforman únicamente con esta iniciativa, sino que también están intentando trasladar los contenidos de YouTube a la televisión tradicional. Han escogido personajes míticos de la plataforma y los han intentado desplazar a un formato televisivo. Tenemos como clarísimo ejemplo: *Top Gamers Academy*.

Top Gamers Academy, bautizado por los espectadores como “un Operación Triunfo para gamers”, ha dado mucho de qué hablar. El talent show busca formar una nueva generación de streamers y buenos jugadores. Si en ‘La Voz’ hay unos coaches, aquí tenemos unos teams owners liderados por tres populares youtubers: Rubius, Willyrex y The Grefg. Desde luego, no están escogidos por ser jugadores profesionales. Han sido seleccionados por los números que tienen, por las estadísticas. Entre los tres suman más de cien millones de seguidores, pero, al fin y al cabo, es gente sin experiencia televisiva.



Owners: Rubius, The Grefg, Willyrex.

Por el contrario, el gran acierto de *Top Gamers Academy*, sin ninguna duda, es el presentador. Fueron muy inteligentes al escoger a Jordi Cruz (el presentador de *Art Attack*) porque, aunque a priori Jordi no comprendiera el mundo gamer, ha sabido desenvolverse muy bien y ha sido aceptado por toda la audiencia con mucho cariño.



Presentador TGA: Jordi Cruz Pérez.

A pesar de que, en Twitter, el hashtag oficial con el que se ha comentado las galas emitidas en Neox ha estado a lo largo de la edición ocupando las primeras posiciones en las tendencias nacionales, así como el hashtag diario que se ha colocado en la mayoría de los días entre las principales posiciones, parece ser que *Top Gamer Academy* no ha sido un formato del todo exitoso puesto que ya han pasado cerca de dos años y no se ha vuelto a ver ni un anuncio de los próximos castings.

Asimismo, los principales perjudicados a largo plazo han sido los concursantes. Salieron de la academia con unos números que nunca habían tenido, pero con el paso del tiempo la situación se ha ido estabilizando y han tenido que adaptarse.



<https://www.instagram.com/p/CPgca7RByVO/>

Reportaje de QMC UMH realizado por Rocío Delgado Navarro: La revolución de Twitch. Experiencia personal de 4 concursantes de TGA.

Este podcast con los testimonios de cuatro de los concursantes de *Top Gamer Academy* (Perry McQueen, Pepelu, MapXMen, ElSkipler) corrobora lo planteado anteriormente.

IV. RESULTADOS

En este apartado se recogen los resultados de los distintos estudios realizados anteriormente: diferentes contenidos tanto en televisión como en YouTube, distintas audiencias y posible alianza.

Tanto en la televisión tradicional como en la plataforma de YouTube es difícil no encontrar un contenido que te guste con tanta variedad. La diferencia es que la TV delimita sus contenidos en una programación y YT posee su contenido a la carta. La duración se ajusta en ambos casos al contenido. Aunque, si es cierto que, por lo general, la duración en la televisión es más extensa que en YouTube. De lo que no hay ninguna duda es que son medios de entretenimiento. De hecho, tienen formatos muy similares. Por ejemplo, los vlogs son el equivalente de YouTube a un reality televisivo. Sus protagonistas son individuos reales y te muestran lo que hacen durante su día. Otro ejemplo que está presente en ambos medios sería el contenido humorístico. En la televisión tendríamos este contenido en magazines o sitcoms, y en YouTube en comedias/sketch. Como último ejemplo, los vídeos de chismes de famosos se asemejan mucho a algunas secciones de magazines (ej: Malbert - Sálvame). Así pues, tras seguir analizando los diversos contenidos, también queda demostrado que ambos son medios informativos. Ya sea en un telediario o en una guía de videojuegos, en los dos casos, tienen como objetivo dar información a la audiencia. Referente al contenido de ficción, en la televisión tradicional puedes ver películas dependiendo de la hora y el canal, y en la plataforma del logo rojo, existe YouTube Rentals, donde puedes elegir a la carta qué película quieres ver por un módico precio. Al mismo tiempo, el rewind hispano podría considerarse como “la película del año” de YouTube. Luego, los dos medios tienen espacios de retransmisión en directo y dan un lugar especial a la industria musical. En cambio, también hay formatos creados en la plataforma de YouTube que no los puedes encontrar en la televisión tradicional, como es el caso del ASMR y de los vídeos “tag”.

Respecto a los resultados sobre las distintas audiencias en ambas producciones audiovisuales, una vez analizadas, podemos afirmar que se han presentado consecuencias negativas para el consumo de televisión después del auge de esta plataforma digital. Gracias a las tablas del *Marco General de Medios de la Asociación Para la Investigación de Medios de Comunicación* podemos contrastar que hay una caída de audiencia televisiva desde el 2005 al 2021. El descenso es más que evidente, en esos 16 años todas las cadenas televisivas han sufrido una aterradora bajada de audiencia. Por el contrario,

como nos indica la segunda tabla “Audiencia de internet”, en conexión a internet en el hogar, existe una evolución ascendente desde el 2001 al 2021. En 2001, anota 6.338.000 individuos, en cambio en 2021, obtiene 36.675.000 individuos con conexión a internet en los hogares españoles. Tan solo de 2020 a 2021 ha obtenido un +3,2% de variación. Por consiguiente, es evidente que internet sigue en auge y cada vez son más los consumidores de esta red informática. Asimismo, en la tercera tabla adquirimos la información de que YouTube ha sido el sitio de internet con más visitantes únicos en los últimos 30 días con un 70,2% respecto a sus competidores. A esto se le suma, como nos indica la última tabla, que en el consumo de música en streaming (online), YouTube tampoco se queda atrás. Aunque en este caso no consigue estar por encima de Spotify por un 4,1%, obtiene un segundo puesto destacando así también en el consumo de música en streaming (online).

Por lo que se refiere a alianza entre la plataforma de YouTube y la televisión, tras estudiar el caso de *Top Gamers Academy* podemos ver que, aunque el programa en redes sociales consiguiera ocupar las primeras posiciones en las tendencias nacionales durante las galas, así como el hashtag diario, parece que ha sido un fracaso. Trasladar a estos personajes de internet a la televisión tradicional no ha acabado de cuajar puesto que han pasado cerca de dos años y no se ha anunciado ninguna nueva edición ni parece que se vaya a celebrar. Al mismo tiempo, los propios concursantes de la edición corroboran el fracaso puesto que al parecer les empezaron a seguir muchas personas por el simple hecho de haber participado en el reality show, pero obtuvieron grandes pérdidas tras finalizar el concurso.

V. CONCLUSIONES

En primer lugar, nos preguntábamos si YouTube se ha convertido en el sustituto de la televisión. Por un lado, respecto al tipo de contenido, opino que son grandes competidores puesto que, aunque son formatos diferentes guardan grandes similitudes. Y es que, parten de la misma base, ambos quieren informar, entretener y crear nuevas historias. Por otro lado, referente a las audiencias, todas las cadenas de televisión están atravesando por una caída de audiencia desde hace por lo menos dieciséis años. Sin embargo, cada vez son más los hogares con conexión a internet. Al mismo tiempo, viendo las audiencias de internet comprobamos que la plataforma con más visitantes únicos, con un 70,2%, es YouTube. Por lo tanto, esto verifica que hay una gran parte de la comunidad española que dedica su tiempo a consumir la plataforma con el logo rojo y que, por lo tanto, no emplean ese tiempo en la televisión tradicional. ¿Pero significa esto que si las cifras siguen su cauce la televisión tradicional va a desaparecer? Pues yo pienso que no. Yo creo que la televisión no va a morir pero que a la larga sí que va a cambiar por completo su modo de consumición. Considero que el consumidor no ha cambiado sus hábitos de consumo: le gustan las mismas series o contenidos de antes, solo que ahora quiere verlos en el horario que le sea más favorable. Que el contenido en YouTube sea a la carta es uno de los factores de su gran éxito. Entonces, según mi punto de vista, la televisión sobrevivirá gracias a las plataformas digitales que conservan estos contenidos. Plataformas que, por cierto, ya existen. Páginas como Mitele.com o RTVE Digital ya proporcionan sus contenidos en internet. Y no solo eso, sino que crean contenido exclusivo donde tienes que pagar por consumirlos. ¿Es YouTube un sustituto de la televisión entonces? Pues para mí, no es un sustituto, pero sí un gran competidor.

En segundo lugar, nos preguntábamos si YouTube podría ser un buen aliado de la televisión. Personalmente, creo que sí, pero que estas alianzas se han hecho en formatos equivocados. El ejemplo claro es TGA, en este caso, es una realidad que YouTube sirve como herramienta para proporcionar contenido extra del programa y que ambos sacan beneficios de esto, se complementan, pero la alianza no consigue mantener vivo el formato. Y es que esto es debido a que el formato no se mantiene con vida por sí mismo. Por lo tanto, no creo que se estén formando estas alianzas del mejor modo.

Si es cierto que YouTube ha creado nuevos ídolos y es por ello por lo que la productora de Gestmusic tomó la iniciativa de crear un programa de televisión con youtubers de éxito, pero para mí, ha sido un error por lo siguiente:

Para comenzar quiero decir que un programa de estas características tiene tres perspectivas. La televisión no es un ente en sí con un punto de vista. La tele no existe como unidad. En este caso, está la productora, la cadena y los youtubers. Normalmente, la productora es la que tiene que encargarse de que los youtubers hagan lo que quieren y que la cadena también consiga sus cosas y al mismo tiempo ella tiene sus propios intereses para generar beneficios y que sea un éxito su producto. Por lo tanto, suelen ser 3 puntos de vista enfrentados que crean unas mezclas difícilmente compatibles. Dicho esto, opino que la productora no ha sabido proporcionar a los youtubers un espacio donde ellos pudieran sentirse libres del todo. Si quiero decir que tampoco es culpa de la productora, no es que hayan hecho mal su trabajo, es que simplemente estaban intentando hacer algo imposible y por eso ha sido un fracaso. Las productoras deben tener en cuenta que esto no es una fórmula matemática. Que no sumas unos cuantos millones de seguidores de uno y otro y vas a obtener esa audiencia en el canal que quieras. No funciona así. Yo creo que el programa lo ha acabado siguiendo gente que ama los videojuegos y que ya conocían este tipo de formato televisivo y le dan más importancia a la convivencia de un grupo de personas que al hecho de que salga su youtuber favorito.

Así pues, «Top Gamer Academy» es un intento de adaptar lo que se está haciendo en YT en un formato televisivo y, eso es un error. Todo esto no marcha como debería porque no puedes coger a personajes de internet y traspasarlos a la tele porque ya estás viendo que no funciona, los sacas de su zona de confort y los ves forzados, poco naturales. Pero, además, no se sostiene porque tanto la productora, como la cadena y los youtubers tienen intereses y necesidades muy distintas. Es normal que veas a los youtubers diferentes porque no pueden comportarse igual por el hecho de estar en un medio que no pueden ser auténticos. Y si algo los caracteriza es esa autenticidad. Por lo tanto, creo que si quieren que ese público joven siga consumiendo televisión lo que tienen que hacer no es intentar adaptar YT a la TV, sino respetar el formato de YouTube/Twitch en televisión tal y como es, lo cual me parece también incompatible. Como mucho se me ocurre que podría tener sentido, al contrario. Por ejemplo, si Ibai Llanos, streamer/youtuber relevante y cofundador de equipo de deportes electrónicos KOI, realizara un reality show en YouTube/Twitch donde el premio fuera formar parte de los creadores de contenido de su equipo de esports, estoy 100% segura de que sería mucho más aceptado y no solo eso, sino que si cada año hiciera una edición mantendría el formato con vida.

VI. BIBLIOGRAFÍA

- 20minutos. (2011). *En España hay 1.180 cadenas de televisión y sólo Reino Unido nos supera en Europa*. 20minutos. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.20minutos.es/noticia/1003586/0/espana/numero/televisiones/>
- 24horas. (2015). *Primer video de Youtube que alcanzó el millón de reproducciones cumple 10 años*. 24horas.cl. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.24horas.cl/tendencias/redessociales/primer-video-de-youtube-que-alcanzo-el-millon-de-reproducciones-cumple-10-anos-1766951>
- AGENCIA EFE. (2012). *EFEMÉRIDES.- Hace 86 años el ingeniero John Baird presentaba un aparato llamado televisión* [Vídeo]. YouTube. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=VbdTVbKZv6g&ab_channel=AGENCIAEFE
- Álvaro Fernández. (2021). *Las 10 mejores miniseries españolas de la historia*. Gandolcine. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.gandolcine.com/2021/05/las-10-mejores-miniseries-espanolas-de.html>
- AquíTV. (2017). *Información o entretenimiento, ¿cuál es el mejor magazine o programa de actualidad de España?* Aquítelevision. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://aquitelevision.com/informacion-o-entretenimiento-cual-es-el-mejor-magazine-o-programa-de-actualidad-de-espana/>
- Asociación para la investigación de medios de comunicación. (2022). *Marco general de los medios en España*. End to End Convergencia Comunicacional. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://ipmark.com/wp-content/uploads/Marco-General-de-los-Medios-en-Espana-2022-AIMC.pdf>
- Características. (2020). *Historia de la Televisión*. Características. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.caracteristicas.co/historia-de-la-television/>
- Carlos Zahumenszky. (2010). *YOUTUBE RENTALS, GOOGLE SE LANZA AL VIDEOCLUB ONLINE CON CINE DE AUTOR Y CONCIERTOS EN DIRECTO*. Tuexperto. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.tuexperto.com/2010/01/25/youtube-rentals-google-se-lanza-al-videoclub-online-con-cine-de-autor-y-conciertos-en-directo/>

- Christian Castillo. (2020). *YouTube: Historia y evolución de una de las plataformas favoritas en la web*. Ida.cl. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://blog.ida.cl/marketing-digital/youtube-historia-y-evolucion-plataformas-favoritas-web/>
- Daniel Mantilla. (2021). *Las 10 mejores series antológicas (que puedes ver en Netflix, Amazon, Disney+, Movistar+, HBO, y más)*. El Español. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: https://www.lespanol.com/series/20210519/mejores-antologicas-netflix-amazon-disney-movistar-hbo/582192949_0.html
- David Rubio. (2021). *¿Qué es el ASMR y para qué sirve?*. Publico. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.publico.es/psicologia-y-mente/que-es-el-asmr-y-para-que-sirve/>
- Dj. Surda. (2012). *¿Qué es el Mashup?* Mashcat. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <http://www.mashcat.net/info/que-es-el-mashup/#definicion>
- El Guion Televisivo. (2015). *GÉNEROS TELEVISIVOS*. Wordpress. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://guiontelevisivo.wordpress.com/generos-televisivos/>
- El Mundo. (2022). *Programación Películas*. El Mundo. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.elmundo.es/television/programacion-tv/peliculas.html>
- Érika García. (2022). *Historia de la televisión: características y tecnologías*. Adslzone. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.adslzone.net/reportajes/tecnologia/historia-television/>
- Etimologías. (2022). *YouTube*. Etimologías. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://etimologias.dechile.net/?YouTube>
- Excelsior. (2018). *Así fue la primera transmisión de televisión en el mundo*. Excelsior. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/global/asi-fue-la-primera-transmision-de-television-en-el-mundo/1279820>
- Gestmusic (2020). *‘Top Gamers Academy’ finaliza la primera edición con 30 millones de visualizaciones*. Gestmusic. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.gestmusic.es/top-gamers-academy-finaliza-la-primera-edicion-con-30-millones-de-visualizaciones/>

- Historia de la Informática. (2012). *YouTube*. Historia de la Informática. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://histinf.blogs.upv.es/2012/12/21/youtube/>
- Historia y Biografía. (2017). *Historia de la televisión*. Historia-Biografía. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://historia-biografia.com/historia-de-la-television/>
- Ian Valero. (2021). *5 tipos de contenidos populares en YouTube durante el 2021*. Brandme. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://brandme.la/blog/5-tipos-de-contenidos-populares-en-youtube-durante-el-2021/>
- IPP Free Content. (2021). *Géneros televisivos: ¿Cuáles son? + Ejemplos*. IPP Free Content. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.ipp.edu.pe/blog/generos-televisivos/>
- IPP Free Content. (2021). *Historia de la televisión: ¿Quién la inventó y cómo ha sido su evolución?* IPP Free Content. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.ipp.edu.pe/blog/historia-de-la-television/>
- Javier Pastor. (2021). *Google quiso comprar YouTube en 2005 por 15 millones de dólares: acabó pagando 1.650 millones de dólares por ella*. Xataka. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.xataka.com/servicios/google-quiso-comprar-youtube-2005-15-millones-dolares-acabo-pagando-1-650-millones-dolares-ella>
- Julián Pérez Porto y Ana Gardey. (2014). *VIDEOCLIP*. Definicion.de. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://definicion.de/videoclip/>
- Julián Pérez Porto y Ana Gardey. (2015). *REALITY SHOW*. Definicion.de. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://definicion.de/reality-show/>
- Julián Pérez Porto y María Merino. (2021). *COVER*. Definicion.de. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://definicion.de/cover/>
- Kaosystem. (2021). *Vídeo lyric*. Kaosystem. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.kaosystem.com/hip-hop/diccionario/video-lyric>
- Maddy Osman. (2021). *Estadísticas y Datos Impresionantes del YouTube (El Segundo Sitio Más Visitado)*. Kinsta. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://kinsta.com/es/blog/estadisticas-youtube/>
- Marcos Pereira. (2022). *Conoce la historia de YouTube y entiende la evolución de esta plataforma*. Hotmart. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://hotmart.com/es/blog/historia-de-youtube>

- María Teresa García. (2020). *LOS GÉNEROS TELEVISIVOS*. Educa2.madrid. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.educa2.madrid.org/web/teresa.garciafidalgo/los-generos-televisivos>
- Maryam Mohsin. (2020). *ESTADÍSTICAS YOUTUBE 2021 [INFOGRAFÍA] – 10 DATOS FASCINANTES DE YOUTUBE*. Oberlo. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.oberlo.es/blog/estadisticas-youtube>
- Nación Gamer. (2021). *Minecraft ha alcanzado la marca histórica de un billón de vistas en YouTube*. Marca. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.marca.com/claro-mx/esports/2021/12/15/61ba594d22601d26128b45c9.html>
- Noelia Alcalá. (2021). *¿Cuál fue el primer vídeo que se subió a YouTube?* Graffica.info. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://graffica.info/quien-creo-youtube/>
- Patricia Fernández. (2017). *11 telenovelas que triunfaron en España*. Formula TV. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.formulatv.com/noticias/67102/11-telenovelas-triunfaron-espana/>
- Portaltic. (2020). *YouTube cumple 15 años: historia y futuro de una plataforma con 2.000 millones de usuarios*. Europa Press. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-youtube-cumple-15-anos-historia-futuro-plataforma-2000-millones-usuarios-20200214184715.html>
- Rafa Bernabeu. (2020). *Duración perfecta de un vídeo en Youtube actualizado a 2020*. Canalyoutube. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.canalyoutube.es/duracion-perfecta-de-un-video-en-youtube-actualizado-a-2020/>
- Redator Rock Content. (2019). *¿Cuál es la duración ideal de un video en cada plataforma? ¡Conoce ahora!* Rockcontent. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://rockcontent.com/es/blog/duracion-ideal-de-videos/>
- Ryan Spooner. (2022). *Los aficionados a ASMR: ¿Es ASMR La Nueva Música Para Dormir?* Calm Radio. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://calmradio.com/es/calmlife/5339-asmr-sleep-sounds-and-music>
- Significados. (2022). *Significado de ASMR*. Significados. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://www.significados.com/asmr/>

- Tamara T. (2018). *Los 10 tipos de vídeos más populares en YouTube*. Octoly. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://mag-es.octoly.com/los-10-tipos-de-v%C3%ADdeos-m%C3%A1s-populares-en-youtube-460b69b098ae>
- The Conversation. (2021). *El nuevo ansiolítico de los jóvenes: los vídeos ASMR*. The Conversation. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://theconversation.com/el-nuevo-ansiolitico-de-los-jovenes-los-videos-asmr-159613>
- Werner Geysler. (2020). *Los 12 Mejores Tipos de Contenido para Tener Éxito en el Crecimiento de un Canal de YouTube*. Influencer Marketing Hub. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://influencermarketinghub.com/es/mejores-tipos-de-contenido-canal-de-youtube/#toc-1>
- Wikipedia. (2022). *ASMR*. Wikipedia. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/ASMR>
- Wikipedia. (2022). *Telediario*. Wikipedia. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Telediario>
- Wikipedia. (2022). *YouTube Music*. Wikipedia. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/YouTube_Music
- Wikipedia. (2022). *YouTube*. Wikipedia. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/YouTube>
- Yi Min Shum. (2021). *Resumen de YouTube 2021: 2.291 millones de usuarios activos*. Yi Min Shum. Recuperado el 31/05/2022. Disponible en: <https://yiminshum.com/youtube-2021-digital/>

VII. ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS:

Tabla 1: Evolución de la audiencia acumulada diaria de las cadenas de televisión -2005-2021. Fuente: AIMC, Marco General de los Medios en España.....	12
Tabla 2: Audiencia de internet. Datos generales – 1996-2021. Fuente: AIMC, Marco General de los Medios en España.....	26
Tabla 3: Audiencia de internet. Sitios de internet – 2021. Fuente: AIMC, Marco General de los Medios en España.....	27
Tabla 4: Música en streaming (online) – 2021: Servicio utilizado (últimos 6 meses). Fuente: AIMC, Marco General de los Medios en España.....	28

