



Universidad Nacional de Rosario

Facultad de Ciencia Política y

Relaciones Internacionales

Escuela de Comunicación Social

Tesina de grado

Licenciatura en Comunicación Social

Youtubers, las nuevas estrellas

Alumno: Julián Torrisi

Tutor: Ricardo Diviani

11/10/18

Dedicatorias

A mi familia, que ha sido un valioso sostén para que pueda estudiar, pasar cualquier obstáculo en el camino, y siempre seguir adelante.

A mis compañeros de la Facultad, que de una u otra forma, siempre me dieron una mano. En especial a Facu Vallejo, una de las personas que siempre me ayudó en cada una de las cosas que me propuse, y siempre fue un consejero de lo que hacía; y a Nico Ramírez, que siempre tenía un *sí* para lo que yo le decía, y me acompañaba en cada proyecto.

A mis amigos que siguen ahí, escuchando lo que tengo para decir, y bancando cada momento.

Agradecimientos

A Ricardo, por comprenderme, por sus consejos y por su predisposición para la realización de este trabajo.

A todos los profesores que colaboraron, brindaron ayuda y me guiaron en este camino para convertirme en profesional.

A la Universidad Pública.

Introducción	5
Área de interés.....	8
Estado de la cuestión	10
Planteo del problema	10
Objetivos.....	12
Metodología.....	12
Capítulo I: Youtube, hágalo usted mismo	14
“Tú, tubo”	16
Broadcasting	17
YouTube y los jóvenes	21
Cultura participativa	24
Capítulo II :Estrellas del Siglo XXI	28
Identificación.....	32
Líderes de fans.....	34
Influencers.....	38
Capítulo III: Fans, juntos es mejor	42
El gran evento, Social Media Fest.....	46
Afán y deseo fan.....	48
Comunidades de intereses.....	50
Conclusión	55
Bibliografía	58
Anexo entrevistas	60

Introducción

Desde la llegada de Internet, las posibilidades de ser una celebridad han crecido ampliamente. Ya no es necesario ser músico, deportista, actor ni tener un programa de televisión, para estar en todas las casas. Ser una estrella está al alcance de todos, sin demasiados requisitos. Un dispositivo que filme, buena conexión de red, y un público que esté dispuesto a seguir son los pasos para llegar al estrellato.

Internet tiene como uno de sus ases a YouTube, que se encargó de desplazar a la televisión de su lugar como el medio audiovisual más importante. Hoy son millones los usuarios a lo largo del mundo que pueden acceder a contenidos gratuitos, a la par que pueden contribuir creando sus piezas. En comparación con el soporte televisivo, YouTube no tiene costos de transmisión, no requiere ninguna inversión específica para desarrollarse, ni estudios de filmación o tecnología de elevada, para llevar el proyecto a cabo.

El slogan de YouTube ya muestra su esencia misma, ya que “Broadcast Yourself” o “Hágalo Usted Mismo”, refiere a que el usuario puede crear el contenido sin mayores intermediarios, y emitirlo desde una comunicación que va de uno a muchos, sin limitarse a suscripciones, personas específicas, ni cuotas de pantalla. Así, el emisor puede transmitir desde su propia casa, y el mayor desafío es hacer videos que se diferencien del resto.

En cuanto al contenido y duración del video a producirse, la plataforma empezó restringiéndose a hasta 10 minutos, teniendo en cuenta la atención que podía darle la audiencia y cómo la iría perdiendo a medida que el video se volviera más largo. Con el tiempo se eliminó este límite, se incorporó la transmisión online y se sumaron diferentes opciones, como los subtítulos, traducciones, el modo VR, y distintas formas de puntuación.

De ahí parte la principal función de YouTube, la comunicación directa y personalizada. Los contenidos se eligen, y así se crea una conexión con los seguidores diferente a la que propone la TV, sin selección de streaming (a excepción del sistema OnDemand). Además, en Youtube se puede saltar las partes del video ya visto, adelantar lo que no es interesante, e incluso ver

transmisiones en vivo, como otra similitud con la Televisión. No hace falta ni siquiera estar en casa con la computadora o la TV, ya que también se puede acceder en cualquier lugar donde nos acompañe el celular o tablet.

Ya dentro de los usuarios que suben videos, podemos distinguir un grupo en particular. Caracterizamos al termino Youtuber, como el creador de contenidos con un sello distintivo o una personalidad propia. Éste sube videos con frecuencia, se encarga del guion, producción, contenido y edición de dicho entretenimiento. Suele vivir de lo que hace, ya que su principal fuente de ganancia es la publicidad que aparece en distintos momentos y lugares del video. Ésta será pagada por YouTube en base a las visitas que tenga cada una de sus producciones, luego de cobrar el porcentaje que se lleva por ser el intermediario entre el creador y los consumidores.

Día tras día se reproducen billones de visitas a estas denominadas nuevas estrellas, artistas que han creado su marca y tienen un público que lo sigue en cada uno de sus canales, entrevistas y apariciones en otros medios. Son ellos los que demuestran cómo Internet abre la puerta a un mundo donde aparecen como protagonistas. Tal es su potencia, que YouTube deja de ser su única fuente de ganancias, y llegan a la televisión, el cine, animan eventos y hasta escriben libros.

En relación con las estrellas de otras épocas, que se destacaban con su talento y práctica, los Youtubers son celebridades que suelen dedicarse a tiempo completo a la actividad, sin ningún tipo de entrenamiento especial más allá de la pantalla. Su carisma, personalidad, humor y gracia crean una frescura que les permite suplir su falta de conocimientos, estudios universitarios e incluso de destrezas físicas. Su público sabe qué es lo que quiere del Youtuber, y él crea una marca que lo representa. En la ida y vuelta con su público, es donde el Youtuber está al tanto de lo que piensan, y sabe lo que debe hacer para tener su fidelidad.

Ya no hablamos de audiencias. Este término ha quedado en desuso, porque el público no es pasivo al recibir un mensaje. Bajo esta caracterización, no son simples consumidores, y se convierten en fans. **Henry Jenkins** desarrolla este término para referirse a los usuarios activos que crean la cultura participativa

(Jenkins, 2008). De esta manera, los fans son seguidores unidos con un gusto en común, y se encuentran en la red y en foros que posibilitan la unión que físicamente no se podría lograr. Ellos tienen la capacidad de movilización y buscan una interacción permanente con su ídolo. A su vez, la estrella es quien crea las identidades de sus fans, que se sienten representados por el Youtuber.

Así, ellos toman lo que quieren de él, y lo que no les gusta se lo hacen saber. De esta forma, los usuarios comparten conocimientos y contenidos individuales, para completarlos con los contenidos de otros usuarios, conformando una nueva fuente de poder mediático, llamado inteligencia colectiva (Levy, 2004).

En suma, los fans no se limitan a “consumir” al Youtuber. Necesitan a su estrella para seguirla, pero ésta los necesita a ellos. En un principio de reciprocidad, los fans le brindan el *feedback* a cada uno de sus videos, dándole la razón para que siga haciendo lo mismo, y se ilusionan con la posibilidad de ser mencionados.

Hablamos de una “participación” que poseen los fans en la construcción mediática de sus ídolos. Por ello, se entiende como una “cultura participativa”, donde se postula que esta no tiene barreras para la expresión artística y el compromiso cívico, con un fuerte apoyo a la creatividad y la puesta en común de las creaciones propias, interactuando, y dispuestos a una redistribución conjunta (Jenkins, 2008).

Esta influencia, que ha movido multitudes, hace que el fenómeno salga de la pantalla, y repercuta de diferentes maneras. Son los fans los que se reúnen para conocer cosas que antes eran imposibles, y a su vez, saber más de la cultura de otro país que el del propio.

La dedicación de su vida a este “conocimiento inútil” es una de las tantas acciones realizadas, ya que los usuarios reunidos virtualmente logran hacer crecer a su ídolo, de la misma manera que crece su fanatismo al ver que no están solos, y logran ver que no hay imposibles.

Así, los fans de los Youtubers, como los propios de las estrellas de televisión, se parecen a sus ídolos: toman sus frases célebres, formas de expresarse y vestimenta; tienen más empatía que consumo, y es el gusto compartido lo que les da esa pertenencia al club de fans, que va más allá de la pantalla.

Y es que estas ganas de reunirse son claves en la diferenciación con los fans de otras épocas. Es Internet el nexo que los une, y las formas de lograrlo son las comunidades de intereses. Estas permiten que los fans discutan de forma online sobre que les pareció el último video que vieron, y toda la información que gira sobre el Youtuber. Ya ni las fronteras son límites para encontrarse unos con otros.

Por último, se puede ver cómo ya se empieza a transformar a los usuarios, pasando de repetir un discurso o frase recurrente, a actuar como si fueran esos Youtubers, dedicándole gran parte de su tiempo libre a la visita de sus videos. Son personas que no tienen límites y pueden llegar al punto de poder conocer cada una de las expresiones y actos de memoria. No se limitan sólo a esta plataforma, sino que lo siguen en cada una de sus redes sociales, y se emocionan con el simple hecho de que lean su comentario. Con la intención de imitarlos, crean su propio canal, pasan a responder en su vida diaria como si fueran esa estrella, siendo institucionalizados como seguidores que renuevan su fe cada vez que entran a YouTube a ver lo nuevo para dejar de ser esa persona particular y empezar a ser lo que le enseña el Youtuber.

Área de interés

El fenómeno YouTube no es nuevo, pero se deben tener en cuenta varios aspectos que afectan el campo de comunicación en nuestros días. En primer lugar, se debe considerar este consumo como uno de los más importantes. Hoy, un video subido por un Youtuber reconocido, suele tener más visitas en el día, que el público que ve una novela, serie o programa en estreno de televisión. Un ejemplo de esto es un video subido por el chileno **Germán Garmendia** (canales HolaSoyGermán y JuegaGermán), promedia los 10 millones de visitas pasadas las 24 horas de su llegada a Youtube; en contraposición de “Showmatch”, que es uno de los programas más vistos en la televisión argentina, y en sus ediciones más importantes llega a los 3 millones de televidentes, con un presupuesto mucho más elevado.

Con respecto a la materialización de este fenómeno en la actualidad, se puede ver cómo los otros medios están disminuyendo su contenido propio. Ahora se apuesta más por pasar y repetir los videos disponibles en Internet, complementando lo que se viene debatiendo desde hace años, con el famoso “fin de la televisión” (Carlón y Scolari, 2009; Varela, 2010). Esto se ve cuando los canales rellenan su programación con los videos virales, o apuestan a pasar parte de su programa en las redes sociales, buscando llegar al público luego de su emisión en vivo. Es decir, es tal la importancia de YouTube que la televisión ha apostado por unirse a esta red y además sabe que debe darle múltiples opciones al televidente para que este no lo abandone y haga bajar el rating televisivo.

Por otro lado, el interés reside en el poder entender qué es lo que cada receptor selecciona y toma de su Youtuber favorito. Qué repite, qué adapta en su vida cotidiana, y qué comparte con otros fanáticos.

Como la radio en su momento, seguido por la televisión, hoy YouTube moviliza masas que pueden ser alteradas a gusto. Un Youtuber puede modificar la opinión de sus seguidores, llegando a ser un influenciador y líder de opinión, que lo tienen como una persona experta en ciertos temas, pese a que nunca llegará a conocer a la mayoría de los influenciados. Es él quien puede tocar las polémicas y expresar su posición a las problemáticas actuales, sin límite de tiempo.

Así, los Youtubers son líderes de fans. Ellos son calificados para hablar de determinadas situaciones, teniendo fans que los siguen atentamente y corren a la par de sus palabras. Los comentarios de las estrellas suelen traspasar barreras, sin importar referencias, ni los estados actuales de cada visitante, llegando a cuanto país pueda. De ahí el interés por comprender su liderazgo, su capacidad de crear identidades y comunidades que lo siguen. A su vez, son los fans lo que modifican a su líder, “roban” los videos para sus usos y toman las propias riendas de lo que consumen.

Estado de la cuestión

La investigación tiene como antecedentes a **Henry Jenkins**, que aportó definiciones sobre fans, inteligencia colectiva y comunidades en sus libros: “*La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*” (2008), “*Fans, bloggers y videojuegos: La cultura de la colaboración*” (2009), “*Piratas de textos: Fans, cultura participativa y televisión*” (2010), y “*Cultura trasmedia*” (2015).

Por otro lado, **Marshall McLuhan** con su libro “*Las leyes de los medios*” (1988), brindó información sobre los efectos de las tecnologías, y de los medios como extensión del hombre. En este camino, “*Televisión, audiencias y estudios culturales*” de **David Morley** (1992), y los textos “*This is the end.*” escrito por **Carlos Scolari** (2008), y “*La dinámica del cambio en los medios. Él miraba televisión, YouTube*” (2010) de **Mirtha Varela**; nos darán aportes para trabajar sobre los diferentes momentos que atravesó el consumo televisivo.

En otra instancia, Román Gubern con su trabajo “*Historia del cine*” (1969), nos acercó definiciones de identificación, propias del *starsystem*. De **Paul Lazarsfeld** (1977), rescatamos la importancia del término “Líderes de opinión”.

Por último, tomamos a **Sherry Turkle** con “*Conectados pero solos*” (1997), para trabajar con las definiciones de comunidades de intereses, que colaborarán con el trabajo de Jenkins. A su vez, nos nutrimos del artículo “*Fanatismo y Redes de Reciprocidad*” de **Libertad Borda** (2015).

Planteo del problema

Hoy Youtube aparece como un medio que amenaza con hacer desaparecer a la Televisión, lo que nos hace preguntarnos las motivaciones de los usuarios para esta sucesión y movilización de pantallas y soportes. En este sentido, debemos pensar: ¿Qué es lo que aporta de diferente YouTube, para aparecer como el medio audiovisual más importante?

Por otro lado, los Youtubers se asoman como los protagonistas de este camino, y abre la incógnita de cuál es el atractivo que le ven los fans. Así, podemos preguntarnos en base a su popularidad: ¿Por qué deben ser considerados como

estrellas? ¿Por qué son líderes de fans? ¿Cómo logran ser influenciadores de los fans?

De ahí parte la cuestión de los fans como la comunidad de seguidores que acompañan a las nuevas estrellas a lo más alto. Nuestras mayores preguntas van con respecto a la importancia que les dan los fans a las estrellas en el ámbito cotidiano, en su accionar y en la creación de identidades. ¿Por qué se unen a los foros? ¿Qué es lo que lleva a compartir al Youtuber con sus amigos? ¿Cuál es el atractivo o motivación de encontrar a otros fans?

Como “respuestas parciales” a estas preguntas que acabamos de formular, proponemos las siguientes hipótesis:

La televisión se ve limitada a lo que puede ofrecer, por su límite de canales, de geografía y de ofertas al espectador. No tiene respuestas instantáneas como si las puede ofrecer YouTube. Por otra parte, la televisión normalmente exige mayor producción, edición y menos espontaneidad. Como la TV es más propia de un público de mayor edad, las nuevas generaciones normalmente la rechazan, pero esto no significa que un medio “mate” al otro, ya que ambos se pueden complementar.

En cuanto a la plataforma YouTube, su atractivo puede deberse al hecho de ser un medio “personalizado” que busca diferenciarse. Es ahí donde los usuarios pueden encontrar exactamente lo que buscan, verlo cuantas veces quieran, y saltar los momentos que no les interesan.

Por el lado de los Youtubers, creemos que su atractivo se debe al hecho de que estos se encuentran como auténticos y con similitudes con su público. Al disponer de una vía para llegar a sus fans, son sus representantes en pantallas, y así llegan a ser líderes de fans, porque son referentes que hablan o viven situaciones habituales a ellos. A partir de esto, podemos pensar que el público que acude a los diferentes Youtubers, lo hace por una necesidad, sea de entretenimiento, de consejos, o de personalidad, y se identifica con el Youtuber como una suerte de alter ego.

En base a los intereses y gustos, se podría decir que los fans encuentran una forma de completarse al ver que no están solos, y los colectivos se deben a una unión de características e intereses en común, fomentada por el líder de fans, el Youtuber.

Objetivos

Objetivos generales:

- Caracterizar a los fans de los Youtubers, a partir de sus modos de interpretar y sus motivos de consumo.
- Aproximarse a los intereses de los fans a seguir a los Youtubers.

Objetivos específicos:

- Caracterizar a los Youtubers y poder comprender el protagonismo de ellos.
- Explicar por qué son consideradas estrellas.
- Describir los cambios que ha producido YouTube en el consumo televisivo.

Metodología

El trabajo es de carácter interpretativo, y es gracias a una serie de bibliografía, que de un modo u otro, permitió pensar el fenómeno. Se le acompañó con entrevistas realizadas a usuarios y fans de Youtubers, ya que estos permitieron comprender su predilección por la plataforma y por seguir a las estrellas.

Por otro lado, nos interesaba analizar las incidencias o efectos en la manifestación de la identidad del sujeto, producidos por el consumo del Youtuber. La mirada del participante, las razones de su agrupación con otros fans, junto con el poder comprender el sentido que le da a los Youtubers, fueron las motivaciones de la investigación.

Así, recuperar su perspectiva era uno de los recursos que nos permitió enriquecer este trabajo. Para ello, se entrevistó en profundidad a usuarios y seguidores de la plataforma Youtube, que tengan como referente a un Youtuber.

Gracias a este método cualitativo, se logró comprender la predilección por YouTube y qué es lo que llama tanto la atención de esta plataforma, desde la propia mirada de los usuarios seleccionados. Además, se pudo lograr entender desde la posición del fan, cómo sus ídolos afectan sus vidas diarias, y entender por qué eligen verlos.

El primer paso fue encontrando seguidores habituales de Youtubers a partir de una búsqueda por las redes sociales. Estos fueron seleccionados gracias a grupos de Facebook, donde la temática que los permitió encontrar, fue sobre YouTube o un Youtuber en particular. Creemos que gracias a esta primera selección, fue que pudimos encontrar jóvenes que disponen de tiempo libre, necesario para el consumo de YouTube. Además, creemos que en redes sociales encontramos más predisposición a la acción y creación de identidades, sumado a que es en este medio donde se promueve al interactuar con otros usuarios, siendo un elemento importante para comprender a las comunidades.

En suma, se entrevistaron a los administradores de páginas de Facebook que llevaran como insignia el ser de “un club de fans”. De tal forma, se pudieron conocer parte de las acciones de los fans que demuestran su admiración a diario en redes sociales. Por otro lado, fue interesante ver la forma en que cada usuario accede a este contenido, además de poder ver qué repercusión tiene en los grupos de amigos de los entrevistados y si es una acción que se hace solo o en grupo.

En cuanto al número de entrevistas a realizar, se entrevistaron 14 usuarios de YouTube, buscando tener diversidad en cuanto al Youtuber que siguen, y se dejó de entrevistar cuando se dejó de reunir información novedosa. Esto se debió a que cuando los entrevistados pasaron a aportar poca información novedosa, y empezaron a ser una repetición de lo dicho anteriormente, es donde se finalizaron las entrevistas.

Así, se ha logrado combinar la bibliografía seleccionada con los aportes brindados por los entrevistados, para poder interpretar el consumo de YouTube en general, y el consumo de los Youtubers, junto con las razones de su elección en particular.

Capítulo I: YouTube, hágalo usted mismo

“Nada es más humano que compartir historias”

Henry Jenkins, Sam Ford y Joshua Green

en **Spreadable Media** (2013)

Cualquier persona en el mundo que tenga conexión a Internet puede entrar a **www.youtube.com** o desde la aplicación para dispositivos móviles y visualizar entre una infinidad de videos. De la misma manera, puede crearse una cuenta en el portal y publicar su propio material. En ambos casos, de manera totalmente gratuita. Esta es la principal función de la web, publicar y compartir videos que todo navegante pueda ver, en cualquier momento.

Hoy YouTube es una de las primeras opciones a la hora de estar al tanto de las noticias y tendencias en todo el mundo. Es líder entre los servicios y aplicaciones dedicadas a material audiovisual, con más de mil millones de usuarios que consumen, por lo menos, una hora de videos cada día. Además, es el tercer sitio más visitado en la actualidad, solo por detrás de Google y Facebook.

Este fenómeno empezó en febrero de 2005, mes de la fundación de YouTube por parte de **Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim**, empleados de PayPal. Ellos tres crearon una simple página web, bajo la idea de facilitar la posibilidad de compartir videos en Internet, en relación a las dificultades que presentaban los demás servidores que existían hasta ese momento.

El propio Jawed Karim fue el primero en subir un video, titulado *“Me at the zoo”*¹. Ese fue el puntapié para el comienzo de la comunidad. Más tarde empezarían a publicar usuarios y diferentes marcas comerciales, que fueron permitiendo que YouTube llegue al millón de visualizaciones diarias. Esto despertó el interés de

¹<https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw>

grandes productoras que quisieron comprarlo. Luego de varias negociaciones, finalmente en octubre de 2006 la empresa **Google Inc.** lo adquirió por 1650 millones de dólares.

A lo largo de los años se fueron añadiendo extensiones, puntuaciones, efectos y beneficios. Se sumaron versiones locales en casi todos los países, subtítulos, posibilidades de colaboración, y 76 idiomas disponibles para navegar. Actualmente, el portal cuenta con diversas categorías, junto con transmisiones en vivo, fragmentos de programas de televisión, podcasts, recomendaciones, firmas con grandes empresas discográficas para publicitar sus canciones, contratos con estudios para reproducir sus *trailers*, entre otros rasgos característicos.

Pero sin duda, lo más interesante es la diversidad de entretenimiento, pluralidad de contenido, que cautiva por estar hecho, en muchos casos, por personas comunes. Son ellas las que cuentan historias sencillas, de experiencias habituales, que suelen ser una construcción de sí mismos en su propio entorno. A diferencia de la TV, y plataformas pagas como Netflix, YouTube no requiere de un monto de dinero, ni una gran producción para poder producir contenido, lo que brinda más posibilidades de creación.

Hoy los videos caseros circulan en Internet con gustos para todo tipo. Estos aparecen como una cierta forma de alternativas a los contenidos profesionales con grandes producciones. Desde eventos familiares, diarios personales, documentales, bloopers, ficciones, miniserias, testigos de noticias, hasta *reviews*, tutoriales y recetas. Esta diversidad y personalización hace que haya contenidos acorde a cada uno de los públicos, sumado a esta posibilidad de verlos en cualquier momento, en un “a la carta”, que la televisión no puede ofrecer normalmente.

En efecto, el éxito de la página se debe a esta flexibilidad, que la hace accesible a una base de usuarios tan variada, disponible todo el día, todo el año. Adicionalmente, YouTube pasó a ser una posible fuente de ganancias, donde se puede monetizar u obtener dinero por los videos publicados, a partir de la publicidad que se encuentra antes o mientras se reproduce el contenido. Este beneficio económico es un premio para los usuarios, que empezaron este trabajo

como un hobby, en la mayoría de los casos. A la par, los usuarios ganan prestigio social a partir del número de visitas que atraen.

Por el lado de YouTube, no solamente gana haciendo que el sitio tenga cada vez más y mejores videos, sino que se queda con grandes comisiones por ser el mediador entre la empresa que invierte en publicidad, y los videos publicados que publicitan las pautas.

Si bien las imitaciones y copias de los más originales son moneda corriente, los que infringen derechos de terceros o grandes empresas suelen ser suspendidos o multados, como parte del negocio que hace YouTube con empresas de entretenimiento, para respetar sus producciones.

Así, un poco del éxito de YouTube se hace respetando ciertas reglas, manteniendo el *status quo*, y poniendo freno a los “excesos”. De tal manera, se borran los videos que infrinjan el *copyright* (derechos de autor), o posean contenido no apto para menores. Además, el portal censura y bloquea en varios países, de ser necesario. Esta es parte de su estrategia de negocios, al responder a las reglas del mercado: la oferta y la demanda dentro de lo que es moral y políticamente correcto.

“Tú, Tubo”

Como primer momento para distinguir la esencia propia de YouTube, podemos resaltar que el nombre deviene del antiguo televisor de tubos, llamado Tube, y del que toma su pantalla para crear su identidad visual. Así, el juego de palabras que forma YouTube, significa que en este caso el tubo, es usted.

Por un segundo lugar, podemos ver que su logotipo suele ser rojo, color asociado a la velocidad y dinamismo. Además, es un rectángulo horizontal, similar a un tubo, que tiene dentro un botón de play, cuando no tiene la palabra Tube dentro. Este viene a representar simplemente a los videos, que se pueden reproducir de una manera sencilla.

En un tercer instante, podemos ver el slogan que acompaña la plataforma: “Broadcast Yourself”. Este refiere a que puede transmitir uno mismo, sin otro

intermediario que el propio YouTube. Es decir, no tenemos que limitarnos a ser solo receptores, cuando también podemos ser emisores. A su vez, es un juego de palabras, que rearma a la especificidad del famoso *Do It Yourself* (hágalo usted mismo).

En definitiva, su slogan reafirma que no hace falta consumir televisión, cuando usted puede ser la fuente creadora del material, sin tanta necesidad de presupuesto, ni demasiados permisos. Así, cada vez que llega un nuevo consumidor a YouTube, está apareciendo un nuevo productor, que puede crear desde su teléfono u ordenador. En relación a esto, **Henry Jenkins** (2015) dice que acceder al portal es como si entráramos a una librería donde al comprar un libro nos regalan una imprenta.

Este "*Hágalo usted mismo*", es a su vez una referencia a la inteligencia colectiva, donde todos podemos hacernos una cuenta y hacer un aporte a la comunidad. Mediante tutoriales, videos explicativos o dedicados a aprender, todos podemos ingresar en la nueva cultura del conocimiento. Es una construcción grupal antes que individual, que se basa en los afectos y la participación. Según **Pierre Lévy**, nadie lo sabe todo, todo el mundo sabe algo, y todo el conocimiento está en la humanidad. La inteligencia está repartida en todas partes, es valorizada constantemente, coordinada en tiempo real, en una movilización efectiva de las competencias con el objetivo del enriquecimiento mutuo de las personas (Lévy, 2004, p19).

Así, bajo este lema, los usuarios se enriquecen de los aportes hechos por los demás miembros de la comunidad. Con la misma lógica, aquellos que poseen un conocimiento que consideran útil, pueden compartirlo en comentarios de un video, o bien hacer el suyo para demostrar lo que saben y como sus compañeros pueden aprenderlo.

Broadcasting

Verbo que refiere a transmitir o emitir. En el caso de YouTube, de forma descentralizada. La audiencia es amplia, y necesariamente heterogénea. Así, se alteran los rasgos característicos de los medios masivos, donde eran unidos por un horario en común, pese a sus diferencias geográficas.

Hoy, las computadoras, tablets y teléfonos móviles son los cómplices para crear contenido, y cualquiera puede acceder a un dispositivo sabiendo que tendrá una cámara y un micrófono de una calidad aceptable. Desde ese mismo momento puede acceder al broadcasting. Esta forma de transmisión, aparece como una extensión del hombre, que permite la comunicación a distancia, ampliando el ojo y el oído del usuario, pasando fronteras. Tomamos el libro “Las leyes de los medios” (1988), escrito por **Marshall McLuhan** junto a su hijo Eric, para poder decir que todos los artefactos humanos son extensiones del cuerpo físico o de la mente.

“El hombre es el animal que fabrica herramientas. Él lleva muchísimo tiempo tratando de extender uno u otro de sus órganos sensoriales, que afectan al resto de sus sentidos y facultades. De esta manera, un artefacto humano no es solamente un avance a la realización de algo, sino una extensión de nuestro cuerpo, realizada a partir de la adición de órganos artificiales”. (McLuhan, 1988, p289)

Caracterizando el broadcasting, o difusión que posibilita YouTube, podemos hacer el siguiente análisis de esta extensión, en base a las leyes de McLuhan:

- **“No precisan alimentación constante, por lo que ahorran energía”**. Cuando el usuario no le gusta lo que ve, o no lo encuentra interesante, simplemente abandona la transmisión. Por el otro lado, el usuario sube videos cuando lo desea, sin necesidad de encontrar un “*prime time*” para compartir el contenido.
- **“Podemos deshacernos de ellas o almacenarlas”**. Podemos consumir videos cuando quisiéramos, con opciones como “ver más tarde” o guardando en favoritos. En casos extremos podemos denunciar un video cuando algo nos parece indebido o nos desagrada. Esto es lo que nos permite utilizar los recursos que brinda Internet para encargarse de brindar el mejor servicio al navegante.
- **“Pueden intercambiarse, lo que permite al hombre realizar múltiples funciones y especializarse”**. Por un lado permite al usuario ver videos para desarrollarse en un aspecto puntual de su interés. A su vez, permite que el receptor sea un nuevo usuario, y colabore con esta cadena de

especializaciones. Nuevamente aparece la noción de inteligencia colectiva, repartida en todas partes, valorizada constantemente, y movilizada en tiempo real. El hombre se especializa gracias a lo que puede aprender en los videos, y puede dar su opinión al respecto para beneficio de esta cadena de conocimiento compartido.

- **“Todos estos instrumentos pueden compartirse en comunidad”**. Esta es una de las claves de YouTube, y puntualmente de los fans, que comparten su fanatismo, y de una manera activa se encuentran con iguales y colaboran en el seguimiento diario dentro de una comunidad de intereses.
- **“Son fabricados en la comunidad por especialistas”**. Por último, la regla se aplica debido a que la extensión tiene gran parte de su éxito gracias al trabajo de los Youtubers. Ellos son los encargados de crear a mejor calidad y cantidad; son los profesionales que le dan cada vez más contenido a YouTube, y son los verdaderos especialistas en este medio. A su vez, atraen cada vez más a nuevos usuarios, y sirven como ejemplo y modelo para los nuevos creadores de contenido.

Por otro lado, McLuhan en su libro explica que las leyes de los medios suponen un sistema preparado para identificar las propiedades y las acciones que sobre nosotros llevan a cabo las tecnologías, medios y artefactos. Es una tétrada que no constituye un proceso secuencial de efectos, sino más bien una serie de efectos simultáneos. Las leyes que se aplican (en este caso YouTube) se formulan como cuatro preguntas, que pueden ser respondidas de la siguiente manera:

1. **¿Qué es lo que el medio extiende, intensifica, acelera o hace posible?**
La capacidad de comunicar, ver, sentir y escuchar, superando distancias físicas y pudiendo llegar a cualquier lugar que tenga acceso web, en cualquier momento, y con la posibilidad de elegir que ver, poder revivirlo o adelantarlo.

2. Cuando el medio extiende o potencia un aspecto, simultáneamente atrofia o desaparece un aspecto de la anterior situación o condición. **¿Qué reduce o hace obsoleto el nuevo “órgano”?** YouTube deja de lado a la Televisión, medio que también extiende las capacidades visuales y auditivas del hombre, pero tiene la diferencia de poseer una grilla de programación. Esto le impide al hombre ver un contenido cuando lo desee. Con el portal, él puede acceder en cualquier momento, volver a verlo, y superponer varios videos a la vez. Si lo desea, puede subir su propio material, a diferencia de la televisión que no nos da esa chance. De esta forma, el éxito de YouTube haría el fracaso de la pantalla chica.
3. **¿Qué acciones, servicios o formas de medios retornan o son recuperadas con el surgimiento del nuevo medio? ¿Qué bases anteriormente obsoletas o anticuadas son recuperadas e integradas por la nueva forma mediática?** En primer lugar, regresa el acceso total a contenidos, que había sido negado por la Televisión con su “*Pay per view*”. Así, se puede acceder totalmente gratis a casi todos los contenidos, ya que la ganancia de YouTube ya está cubierta por publicidad. Además, vuelve a apuntarse a una individualidad a la hora de consumir, una privacidad en la recepción, propia de la lectura. Esta práctica había quedado en desuso con los otros medios que apuntaban a programas familiares que sean motivo de reuniones, con una sola radio o TV para compartir.
4. Cuando la forma de medio es llevada hasta el límite de sus potencialidades, tiende a producir una reversión y un retorno a la situación previa a su aparición. **¿Cuál es la reversión potencial de la nueva forma mediática?** En la instancia donde el consumo excesivo de videos es constante, el usuario siente que no puede separarse de YouTube. Ahí es cuando se produce la incomunicación con el entorno que lo rodea, es decir, el usuario ya no se comunica con su familia y amigos porque le dedica tanto tiempo a la visita de video, que cree que esa virtualidad constituye su vida. Es decir, la comunicación con la pantalla, crea la incomunicación con las personas cercanas.

Finalmente, McLuhan cuenta que los cuatro aspectos son inherentes a cada artefacto desde su mismo origen, son complementarios y requieren una observación cuidadosa del medio en relación con su origen, más que considerar cada artefacto en abstracto (McLuhan, 1988).

YouTube y los jóvenes

El Siglo XX tuvo a la Televisión como el medio de masas por excelencia. Era el canal audiovisual que llegaba a mayor cantidad de consumidores, y fue la experiencia comunicacional más impactante. Nació como un medio unidireccional, de un emisor a muchos receptores, que debían adaptarse a un horario, y ver el mismo programa en todas las casas, muchas veces con un solo dispositivo para su consumo. En esta línea, se acercaba al concepto de aldea global de **Marshall McLuhan**, donde menciona que la interconectividad humana a escala global hará que toda la humanidad se conecte de manera automática y directa, como si todos pasáramos a hablar un mismo idioma (McLuhan. 1968).

Gracias a YouTube, se rompe esta red de dependencias mutuas. Se perfila un nuevo tipo de consumo audiovisual caracterizado por una recepción fragmentada y asincrónica. Se ven tantos videos diferentes como usuarios que estén conectados al portal. Así, al dividirse el consumo, son miles de situaciones individuales, donde cada usuario tiene acceso a una programación diferente, como pasa normalmente con las páginas web en Internet. Es ahí donde se puede apreciar parte de su atractivo con las nuevas generaciones. Es decir, YouTube cumple una función de comunicación que otros medios tradicionales no logran.

Por otro lado, **David Morley** sostiene que cada medio tiene una especificidad de uso. En sus palabras, “la prensa, la radio, la televisión, el video y la computadora son todos elementos que exigen diferentes habilidades y diferentes modos de atención. Esto no significa que las tecnologías mismas determinen el modo de su uso, sino que crean diferentes posibilidades para su uso” (Morley, 1992, p300).

Como no respondemos a esos medios diferentes, ni los usamos a todos de la misma manera, deberíamos reconocer su diversidad y las variadas posibilidades creativas que cada una de ellas genera. Así como la radio y la televisión se crearon para adaptarse a las rutinas domésticas de su audiencia potencial, YouTube y las aplicaciones “*play*” comparten contenido que sea disfrutable en cualquier momento.

Siguiendo con Morley, mirar televisión es una práctica cultural ya incorporada en la mayoría de las personas. Todos miramos televisión, pero no todos la miramos de la misma forma ni prestamos la misma atención. Entonces es cuando comprender la naturaleza y las consecuencias de las elecciones que se hacen diariamente en los actos públicos y privados de consumo, es lo que posibilita las maneras que se consume cada medio.

Que YouTube sea el medio elegido por los jóvenes viene porque ellos se niegan a compartir horarios de consumo con el resto. Además, ellos suelen superponer sus actividades con otras, y disponen de mayor tiempo libre. Paradójicamente, no les gusta esperar y desean que se les alcance el contenido inmediatamente, con la mayor diversidad posible para elegir.

En esta línea, **Carlos Scolari** comentaba que los jóvenes no se ven reflejados en la programación actual de la televisión. En el Congreso Internacional sobre Redes Sociales (Comunica2)² del año 2015, el investigador denunciaba que la TV solo piensa en programas para adultos y para niños, dejando de lado a adolescentes y pre-adolescentes. Sin parrilla televisiva, los jóvenes buscan entretenimiento en otras plataformas, y así se convierten en los principales espectadores de los Youtubers, los encargados de crear el contenido para el portal. Como cierre, se menciona que el atractivo es que son videos hechos por gente joven hacia gente joven. Ellos no necesitan grillas de programación que les digan que consumir y cuando.

²Comunica2 es un congreso internacional anual sobre redes sociales, comunicación y marketing digital organizado por el Campus de Gandia en Universitat Politècnica de València.

Coincidiendo con **Mario Carlón** (2009), la idea de “programación” dentro de poco será parte de la arqueología televisiva. La frase “*no se pierda el próximo episodio, a la misma hora y en el mismo canal*” ya no tendrá sentido.

Siguiendo al argentino, la muerte de la televisión es simplemente un discurso. La televisión puede morir como medio de masas, pero no muere su lenguaje audiovisual. Es que, la televisión con el lenguaje grabado, que era propio del cine, podrá morir, ya que no está disponible a todo horario. En cambio, el directo es el lenguaje propuesto por la televisión, el de las transmisiones en vivo, que es un rasgo distintivo de este medio. Este no morirá, como tampoco lo hará su espectador. (Carlón y Scolari, 2009).

Por otra parte, **Mirta Varela** en su texto “*El Miraba Televisión, YouTube: La dinámica del cambio en los medios*” (2010), argumenta que los viejos medios nunca mueren. En sus palabras, “Lo que mueren son simplemente los instrumentos, las herramientas para acceder al contenido de los medios (el super 8, los vinilos, los cassettes, los diskettes, los VHS son parte del pasado). Estas tecnologías *delivery* se vuelven obsoletas y son reemplazadas; los medios, en cambio, evolucionan” (Varela, 2010, p15).

Es decir, así como el cine no mató al teatro, y la televisión no terminó con la radio; los viejos medios no están siendo desplazados, sino que sus funciones y su status están cambiando con la introducción de nuevas tecnologías. Por consiguiente, los jóvenes le darán un uso diferente a cada medio, y este coexistirá con el nuevo que emerge. Así, el medio se establece para satisfacer una demanda humana, y continuará funcionando dentro de un extenso sistema de opciones comunicativas y lenguajes disponibles.

Como análisis, podemos decir que la TV “*se maquilla*” y suele parecerse a YouTube cuando copia ciertos estilos propios, como estos nuevos modos de interacción y comunicación online. Incluso varios programas suelen publicar sus emisiones en el portal, invitan a los Youtubers para atraer a los jóvenes, siguen con determinado tema viral, o resumen sus episodios para que los televidentes puedan elegir ver el programa online. Mientras más medios se consumen, más informado se puede estar, y se puede ser más objetivo respecto a un tema. A su vez, la TV se enriquece de cierta repercusión que pueden lograr al eliminar las

fronteras propias que genera el cable, de la misma manera que los programas pueden trabajar a partir de un video que se haya hecho tendencia. Además, YouTube se enriquece de los lenguajes de los demás medios, que toma para seguir ofreciendo opciones al espectador.

En otras palabras, las plataformas conviven y se retroalimentan, en una necesaria convergencia. Consumir un medio no significa que se debe dejar de acceder a otros, más allá del tiempo que se le destine a cada uno. Los usos que le damos se enriquecen mutuamente. Esto acompaña a Carlón y Scolari, ya que se puede ver como los medios no mueren, sino que se adaptan, coexisten, y se complementan porque son necesarios.

Cultura participativa

YouTube no se limita a ser solo un portal, y es también una red social, donde los videos son el medio principal de conexión entre los participantes. Ese interés en común hace que se interaccionen los usuarios mediante comentarios, a la par de llevar el video a otros sitios. Así, se los pueden insertar fácilmente en foros online, y poder propagar el contenido rápidamente. La participación se organiza, de esta forma, en y a través de colectivos y conectividades sociales.

Esto se ve en cada video de YouTube, donde aparece la opción de compartirlo en las distintas redes sociales, dejar un comentario, enviarlo por mensaje y puntuar el contenido. Es ahí donde se puede ver el modelo de cultura participativa, propuesto por el portal. Cada usuario podrá definir el contenido a su gusto, podrá darle diferentes interpretaciones dependiendo como lo recibe y lo comparte con su grupo. En relación con esto, Jenkins se refiere al público de los nuevos medios “no solo como consumidores de mensajes preconstruidos sino como personas que están dando forma, compartiendo, re-enmarcando y re-mezclando el contenido de los medios de una manera que antes era inimaginable” (Jenkins, 2015, p14).

En este sentido, YouTube favorece a la circulación y a la innovación, en la manera de poner en contacto los usuarios, a medida que van decidiendo qué videos mirar y cuáles propagar por sus redes sociales. Y es que la propagación

del entretenimiento es un tema recurrente entre las prácticas de los fans. Ellos valoran este contenido, y con frecuencia intentan averiguar quién lo distribuye y cuáles son los objetivos de ese distribuidor.

“Cultura participativa” (Jenkins, 2008) es el término que se le acuñe a este fenómeno. La producción cultural y las interacciones sociales de las comunidades de fans son sus rasgos característicos. Ya no son individuos aislados que consumen, sino que se encuentran en comunidades y redes más amplias, que les permiten propagar el contenido más allá de su proximidad geográfica inmediata. Ellos transforman el material con sus propias necesidades sociales y expresivas.

Estas decisiones, se toman habitualmente en términos de valor sentimental e interés personal. “Te recomiendo ver el video que me gusto y te va a gustar verlo porque eso nos permite compartir algo”: ese es el encuentro en red, de manera más afectiva que crítica. Son objetos que permiten el contacto por afinidad. Además, el contenido no permanece dentro de unas fronteras fijas sino que más bien circula en direcciones imprevistas (y a menudo imprevisibles).

El valor de cualquier video, sea este informativo o puro entretenimiento, aumenta con la interacción social, el significado es un recurso compartido y constantemente renovable. Además, su circulación puede crear y revitalizar los lazos sociales. Es mucho más que la suma de las partes lo que se logra.

En “*la comunidad de fans justo a tiempo*”³ los miembros del público propagan el contenido de una comunidad a otra porque les interesa la circulación de esos mensajes. Ellos buscan enterarse del nuevo contenido, y buscan poder ser los primeros en compartir lo que creen que será viral con sus compañeros fans. Mientras más fans adopten esta costumbre de subir y compartir el material, el público tendrá más variedad de voces para escuchar.

En suma, esta cultura participativa es la encargada de crear las tendencias. Es acá donde aparece una palabra clave, que es parte del encanto de YouTube: la **viralización**. Estos son los contenidos del momento, y se comparten tanto

³ Término que Matthew Hills le otorga al entorno digital que aumenta la velocidad de comunicación entre los fans. (Jenkins. 2008, p168)

porque están disponibles donde y cuando el público lo quiere, son citables, compartibles y fáciles de reutilizarse.

No todo el buen contenido tiene por qué ser bueno para compartir. La gente valora lo que encuentra según sus estándares personales, y como lo tomará su círculo social. La cultura participativa requiere de un interés en común, para poner en contacto en red con familiares, amigos y conocidos, aprovechando las posibilidades que brindan las redes sociales. Dicho de otra forma, hay material que les será interesante a individuos que no querrán propagar en sus comunidades, y otros serán más interesantes debido a su valor social percibido. (Jenkins, 2015)

Esto es llamado como la *cultura rápida*, videos que se mueven a un ritmo tan acelerado que su propagación se hace muy localizable y visible. Son llamados a ser “*los hits del momento*”. Esta viralización empieza en YouTube, sigue por las redes sociales, blogs y portales, hasta llegar a las radios, diarios, y noticieros.

En su libro “*Cultura Trasmidia*” (2015), Jenkins menciona cómo las actividades propagativas de los fans suelen llevar un contenido más allá de un mercado cerrado, para darle muchísima más visibilidad. Podemos mencionar como ejemplos de este éxito, nuevamente, a los Youtubers, estrellas de esta generación. Yendo por el lado de los videos como forma de publicidad de trabajo, y que lograron fama mundial en base a la viralización, tenemos a los cantantes PSY, Susan Boyle, Ed Sheeran y Justin Bieber; los comediantes Louis C.K y Judson Laipply, grupos como El EnchufeTV y Smoosh, y el rapero Arkano, entre otros.

Si los creadores de contenido consideran que darse a conocer es uno de sus objetivos principales, la mejor manera de lograrlo es fijarse en cómo se propaga su material. Esta propagación nos demuestra como un contenido que no está pensado para circular más allá de un mercado cerrado (es decir, que no está calibrado para una distribución global rápida) puede ganar muchísima más visibilidad que la imaginada, gracias a la circulación activa de fans en una comunidad de intereses.

Como forma de cierre, Jenkins cuenta que YouTube le otorga más poder al público que el antiguo paradigma televisivo. Los fans consideran su trabajo como

una contribución a la comunidad en conjunto. Ellos copian, mezclan, emulan, recrean y se responden entre ellos. Se comprometen con el contenido, pero además lo valoran, lo utilizan como un recurso para expresar sus identidades personales e intereses compartidos. Ellos aparecen como los beneficiados por el portal, ignorando que es el propio sitio el que se enriquece con contratos de licencias y publicidades. Pero, a fin de cuentas, lo ignoran porque obtienen lo que desean.

A modo de conclusión de esta primera parte, podemos pensar a YouTube como una vía de entretenimiento e información, que se complementa con la TV para una convergencia necesaria de ambos medios. Además, la plataforma tiene contenido más personalizado, pero necesita de comunidades para que cada día crezca más. Esto se consigue cuando sus receptores comparten, hacen devoluciones y creen una unión digital de afines.

Por el lado de la recepción, podemos pensar que la inmediatez de YouTube ha permitido que los usuarios encuentren el contenido acorde a cada uno de sus gustos, compartan constantemente y segundos después del consumo. En base a esto podemos pensar la segunda parte del trabajo, donde nos enfocaremos en las estrellas de YouTube, en cómo un grupo de profesionales en particular puede mover a grandes cantidades de fans con su personalidad. Y estos moverán a su ídolo por cuestiones relaciones con sus motivaciones.

Capítulo 2: Estrellas del Siglo XXI

“Todo el mundo, en el fondo de su mente, quiere ser una estrella”

Chad Hurley, uno de los creadores de YouTube, revista **Wired** (2013)

Hasta acá hemos visto la importancia de YouTube en cuanto a la generación de nuevos formatos audiovisuales, formas de consumo y maneras de compartir contenido. Si bien cualquiera puede subir un video, hay un grupo específico de usuarios que han sobresalido del resto. Ellos representan uno de los mayores fenómenos de estos últimos años: los Youtubers, una generación que no necesita de los medios tradicionales, ni de grandes sumas de dinero, para ser ampliamente conocidos.

Son estrellas porque cumplen todos los requisitos para serlas. Brillan con luz propia, sobresalen del resto, viven de su público y no tienen límite en cuanto pueden influir. Así, la estrella termina divinizándose a pesar de ser humana. Son algo más que objetos de admiración, son también sujetos de culto, donde se valora cada una de las acciones que realizan, o el propio *merchandising* que promocionan.

Estos ídolos ya no son ni presentadores, actores, deportistas o músicos. Ahora, obtener notoriedad en el espacio público solo necesita de una buena conexión a Internet y un dispositivo que filme. En suma, tampoco requieren de la ayuda de managers, asesores de imagen o publicistas para promocionar su trabajo. Eligen ser su propio jefe y no depender de productoras. Ellos mismos administran sus redes, se encargan de producir, editar, guionar y actuar. Pero se encuentran con el reto de crear contenidos interesantes, que se diferencien del resto. Son estrellas, pero ante todo, son creadores de contenido.

Para empezar a describir el centro de nuestro trabajo, analizaremos los motivos de por qué los jóvenes optan por ver estas estrellas, cuál es el atractivo particular para ver cada Youtuber, y cómo se relacionan con este. Entre los entrevistados, se han encontrado fans de los Youtubers conocidos como PieDewPie, HolaSoyGermán, ElRubiusOMG, DrossRotzank, Lenay, SacconeJoly's, DanteAxeProducciones, Hannah Witton, Rosy McMichael, ZepFilms, DosogasTeam y TeLoResumo.

En un primer momento, todos han coincidido, como rasgo común, que su Youtuber favorito tiene más de un canal, donde lo bautiza con su apodo, nombre real, o un alias para describir su actividad. En todos los casos, se dedican a subir contenido audiovisual de forma regular, dedicándose a esta actividad como profesión. En ocasiones están acompañados de amigos, familiares y parejas en sus videos, o los mencionan por su apoyo. Por otro lado, todos han coincidido que lo ven para distenderse. Además, creen que la clave del éxito de la estrella es la espontaneidad, junto con su carisma, humor y personalidad, atractivos que los diferencia de otros Youtubers que se ubican dentro de su misma rama de trabajo.

En segundo lugar, todos coinciden en que el Youtuber tiene una manera de hacer las cosas, una estructura narrativa particular que lo caracteriza. Se valora su autenticidad y libertad para expresarse, pero también el cómo se adapta a las tendencias, desafíos o formatos que son adaptados en ocasiones (preguntas y respuestas, retos, temáticas, etc). Además, los Youtubers suelen establecer vínculos entre sí mismos, para colaborar en un mejor contenido.

Aunque la estrella sea el realizador, muchas veces solo se encarga de ejecutar los pedidos de los fans. Ellos son los autores intelectuales de sus videos, y lo manifiestan en los comentarios, que son valorados por otros fans. De ahí que el Youtuber debe mostrar el foco de atención en ellos, y ceder ante sus apetencias y sugerencias, sabiendo que si les hace caso, visualizarán cada uno de los videos donde él conteste.

En esto corre parte del esfuerzo del Youtuber. Él tiene un compromiso activo, crea un trabajo a largo plazo. No cuelga simplemente los videos en el portal, sino que busca crear su propia identidad, diferenciándose de sus competidores. Es

la estrella quien busca establecer una relación continua e ir acumulando un público recurrente a lo largo del tiempo. Es decir, no es tan importante que la audiencia mire un video y continúe con su vida; como si puede ser que la audiencia se suscriba al canal, se convierta en fan, cree un vínculo estrecho, adopte su manera de expresarse, y sea fiel al trabajo de este Youtuber.

“Me gusta porque para mí muestra la esencia del Youtuber, que es su capacidad para explicar y desenvolverse con argumentos claros, con inteligencia y sentido del humor, sin caer en el agravio a otra persona”.

Santiago. 26 años. Estudiante. Fan de DrossRotzank

“Lo que más me atrae es la honestidad, lo crudo que puede ser alguien. Yo sigo entendiendo hasta qué punto está siendo editado” **Aldana. 24 años. Traductora. Fan de SacconeJoly’s.**

“Lo mejor que tiene (Rosy McMichael) es la manera en la que habla, explica todo de una manera perfecta, clara y súper natural. Veo todos los videos que publica porque aunque a veces no me interese mucho el tema del video, lo veo solo porque ella lo subió”. **Administradora del grupo “Fans de los Youtubers”**

Al igual que las marcas, el Youtuber pasa por valores asociados por parte de los espectadores. Así, él es percibido como único, muestra una personalidad en función de su comportamiento, atrevimiento, o reflexiones. Tiene frases de cabecera, latiguillos o movimientos que lo caracterizan. Es una marca que trasciende de largo el nombre o el diseño de su canal. Pero es también la manera de diferenciarse frente a los Youtubers que abordan sus mismas temáticas, en tanto él crea e innova.

“Los veo por varias razones, pero la mayor es la admiración que les tengo, porque a su corta edad han podido crear un imperio haciendo lo que realmente les gusta, no solamente generando dinero sino también una comunidad de personas donde también apoyan lo que hacen, y eso lleva a que se rompan un montón de estereotipos tanto de trabajo, vocación, como nuevas formas de trabajar y generar contenido para masas que muchas veces no tienen el acceso a hacer las cosas que ellos

hacen, pero lo comparten". **Fátima. 25 años. Fotógrafa y docente. Fan de EIRubiusOMG y PewDiePie.**

"Me gusta su forma de ser frente a la cámara, siempre tratando de hacernos reír y sacarnos una sonrisa". **Administradora de la fanpage "Fans Gernay"**.

Ser una marca es también favorecer a la confianza y a la capacidad de movilización de los fans. Cada Youtuber le imprime un sello característico a sus producciones, lo que hace que logren destacarse y tener su propio público. La estrella cobra mayor notoriedad en forma positiva, contando con seguidores muy ligados a lo que él ofrece, y estos se sienten reflejados en el Youtuber. De la misma manera, busca perfeccionar un producto que consiste en él mismo, y que disfruta de esa visualización.

"Lo que verdaderamente me atrapó en aquellas épocas, fue su humildad, su sencillez y que, a diferencia de muchos, él estaba con los fans, que no los llamaba fans, sino amigos por todo el mundo. Esa actitud me enamoró". **Administradora de la fanpage "Fans de Garmendia"**.

"Lo que más me atrae, además del contenido que ofrece, es la forma en la que edita sus videos y su forma de narración, que le dan un mayor peso al contenido, porque me transmite credibilidad, me sumerge en la historia".

Santiago. 26 años. Estudiante. Fan de DrossRotzank

Ganarse la simpatía de un sector concreto significa un trabajo continuo para el Youtuber. Llegar a un buen número de seguidores que le habilite a vivir de lo que hace, es como cualquier trabajo que demanda sus horas de esfuerzo. Es el crear un público particular, lo que le permite llegar a esa cantidad de suscriptores, logrando su fidelidad, admiración y colaboración. Así, él llegará a cobrar las ganancias suficientes para dedicarse de lleno a la actividad.

Es en esta labor que el Youtuber tiene que reinventarse constantemente, ya que todo es muy inmediato, y se debe escuchar lo que quieren los fans. Son ellos en buena medida los que le harán saber qué es lo que quieren, mientras aprenden de sus errores, monitoreando cómo responden a todo ello sus fans, en base a un continuo *feedback*. Así, la experiencia anterior no solo se usa para regular

movimientos específicos, sino también para determinar un completo plan de conducta.

“Pues, cuando comenzó a seguirme en twitter fue la primera vez que me hizo caso. Así que casi lloro de la felicidad. (...) Siempre es lindo que tu ídolo te haga caso.” **Administradora del grupo “Fans de Garmendia”**

“A veces piden consejos ellos, “o recomiéndenme tal cosa”, y vos comentas y te lo responden, y está bueno eso, porque es un contacto directo con la persona”. **Aldana. 24 años. Traductora. Fan de SacconeJoly’s.**

De esta manera, el proceso que el Youtuber tiene que hacer es tener en cuenta una comunicación de ida y vuelta, donde la respuesta de los fans provocará una reacción en él. Como emisor, los motiva a que haya un retorno en sus videos, trabajando con temáticas o cambios que necesitan de reacciones de los fans.

Incluso, cuando los temas tocados suscitan controversia o son politizados, la estrella debe analizar las réplicas para ver qué es lo que puede decir, y qué no. Por ejemplo, pueden saber si tiene aceptación cuando cambian su estilo, si deben volver a sus raíces o modernizarse en casos contrarios.

Además, con la ayuda de estadísticas, comentarios, “me gusta”, “no me gusta” y los *insights*, el Youtuber sabrá si tiene éxito lo hecho y la satisfacción que tienen los fans al respecto. Por eso, el feedback puede ser un reflejo condicionado, en la misma medida que puede ser un aprendizaje.

Identificación

En este culto a las estrellas, que se renueva con cada nuevo video, hay un factor determinante para que el fan tenga al Youtuber como aquel que debe acudir para consejos, a la par que se apropia imaginariamente de la identidad de la estrella. La fantasía de la fama no es algo nuevo, pero lo que no tiene precedentes es la intensidad con la que se busca, sobre todo entre los más jóvenes.

Como se hacía en el espectáculo cinematográfico, los videos suelen implicar un proceso de identificación psíquica entre el espectador y la acción representada.

Así, el receptor vive una segunda vida, donde cree ser esa estrella, a la par que escapa de su rutina diaria. Es esta una creación de un *alter ego*, una identificación que concierne a una estrella del mismo sexo y de la misma edad. Se buscan ciertas cercanías, físicas o de personalidad, para poder verse reflejadas en esta estrella.

A la vez, la rutina de lo diario y las situaciones habituales son las que permiten encontrar rasgos comunes, para creer que la estrella es igual a sus fans. Es decir, el público está creando la identidad del Youtuber. En palabras de **Edgar Morín**, “el espectador se siente muy pequeño y muy solo, y ve a la estrella muy grande y majestuosa. Se vuelve adorador de lo que querría ser” (Morín, 1964, p114).

“Creo que la personalidad de él (Germán Garmendia) me gusta mucho porque yo también soy así, siempre me gustó hacer chistes y hacer reír a las personas que tengo a mi alrededor. También soy muy sensible con los animales y como es él, así que creo que es así, que es otra razón por la que lo admiro”. **Administradora de la fanpage “Fans Gernay”**

“Me identifico con algunas opiniones respecto a críticas de películas, es como reflejarme pero de manera más graciosa”. **Esteban. 22 años. Fan de TeLoResumo.**

“Mucho de lo que parodia, son quizás errores o acciones que durante una partida todos hemos hecho.” **Facundo. 24 años. Farmaceutico. Fan de Dante Axe Produccions.**

De esta manera, el Youtuber trata de mostrar sus gustos, intereses, hobbies y actividades para que el fan pueda sentir que tiene similitudes con la estrella. A pesar de su fama, sienten que son personas iguales, solo que distantes. El hecho de ser contemporáneos, y compartir intereses, hace creer que hay una cercanía, que es producto del discurso del Youtuber. Si nos detenemos en ver al ídolo, como una persona que se siente segura de sí misma, mostrando una faceta “exitosa”, y que a su vez, tiene un nivel de fama que muchos desearían; es donde puede verse las razones de deseos de vivir esa vida.

“Es lo que me conecta. A ver, de cierta forma me gusta el hecho de que su vida es diferente a la mía, y que vive en otro lado. (...) No sé, como que te sentís como más conectado. Como que somos iguales al final del día, no importa de dónde sos”. **Aldana. 24 años. Traductora. Fan de SacconeJoly’s.**

“Pues, me gustan varias cosas de ellos que si las tomo como referencia o que digo como “esto es bueno, quiero ser así”. Cosas como la buena vibra que transmiten los dos, la energía que le ponen y que persiguen sus sueños. Y que son muy buenas personas y se preocupan por los demás”.

Administradora de la fanpage “Fans Gernay”

Normalmente, el fan suele creer que tiene una vida triste y anónima, y proyecta sobre la pantalla sus deseos y temores. Esta creencia de poder tener una mejor vida y reflejarla en otro, es lo que crea a la estrella. Retomando a Morín, “la estrella se sumerge en el espejo de los sueños y emerge a la realidad tangible” (Morín, 1964, p120). A la par, la estrella en sus videos motiva a sus fans a que sigan su camino, o por lo menos no se rindan ante las dificultades y se esfuercen día a día, mostrándose a sí mismo como ejemplo de esto.

Este proceso también se completa con elementos físicos que el fan desea adquirir, por tener similitudes con su ídolo, o por lo menos sentir que él los ha tocado. Tales como autógrafos, fotos, e incluso conocer chismes e intimidades, son parte de esta identificación, que lleva a seguir a la estrella en cada uno de sus pasos, y terminar creando una identidad como reflejo de lo que representa el ídolo en pantalla.

Líderes de fans

Como habíamos dicho previamente, las estrellas no son simples usuarios, sino que son emprendedores que producen videos para ganarse a su público, y así convertirlos en fans. Para ello, sus recursos deben orientarlos acorde a sus inclinaciones, respondiéndoles activamente, y motivándolos a pensar de una forma similar a la suya.

Por esta vía, los Youtubers buscan que los fans los acompañen en cada una de sus acciones, para poder posicionarse como su líder y referente con respecto a polémicas, eventos actuales e intereses culturales. No es simplemente servirles contenido, sino también llevarlos al punto deseado en un camino que va paso por paso.

De esta manera, los Youtubers son considerados como “*súper usuarios*” porque ya se encuentran en una categoría superior a la tradicional. Son líderes de un grupo que lo seguirá en un rito que se actualiza con cada nuevo video, publicación o comentario. Ejemplos de este caso se dan con los diarios personales (conocidos como *vlogs*), donde las estrellas motivarán a sus fans a que consideren su perspectiva como la indicada, siendo indiscutible. Aquel que dude de las palabras del Youtuber dejará de ser de la comunidad, porque está criticando a su líder.

En este ámbito, los Youtubers son fans de sí mismos. Son los primeros consumidores de sus videos, y luego de ver varias veces lo que están haciendo, recién ahí deciden compartirlo con el público. Dicho de otra manera, luego de varias decisiones en la edición, publican un video que sigue la línea de aquello que les gusta, manteniendo el estilo que ellos quieren mostrarle a sus seguidores. Así, las estrellas son los primeros fans de lo que serán muchos, porque son los primeros que consumen su material, y luego de verlo y aceptarlo varias veces, son los indicados para ser líderes de todos los fans.

“No sé si 'merecen' ser escuchados, creo que no pasa por el merecer, creo que es una intersección entre contenido, personalidad o magnetismo”.

Lucía. 23 años. Estudiante. Fan de Hannah Witton.

“Como tienen una audiencia, son conscientes de ella y se conectan mediante encuentros con sus fans y las convenciones de YouTube, terminan conectando más. Al conocerse tratan de dar un mensaje. No sé si de autoayuda o motivación. Sino un 'mírame: yo pude, vos puedes'.”

Aldana. 24 años. Traductora. Fan de SacconeJoly's.

Los Youtubers dedican parte de este esfuerzo en ser líderes de fans con su relato. Muchas veces es desde el camino que tomaron a ser Youtuber y vivir de su trabajo, pero en otras ocasiones, es el dar ánimos para tomar decisiones,

superar obstáculos y seguir adelante con lo que desean. Comparten su conocimiento sin sentirse maestros, tomando lo que narran desde la experiencia, propia o transmitida. Para esto, ellos deben ser narradores natos, con una orientación a lo práctico, pues es ahí donde revelan los consejos para el que escucha.

Y cuando la devolución no es la esperada, los fans se lo hacen saber, abrumando de reproches a las estrellas que han faltado a su deber de responder, como de aconsejar o consolar. Ser el líder de la comunidad no es simplemente ser la persona que admiran, sino que también es ser el modelo a seguir y que toman como cara y parte visible del colectivo. Así, los jóvenes fans irán moldeando su personalidad con el ídolo, mientras lo consultarán respecto a sus decisiones, tomando sus videos como parte de “un culto” que se renueva con cada *play*.

En este sentido, podemos retomar los estudios realizados por **Paul Lazarsfeld** junto a **Robert Merton**, donde mencionaban que los medios de comunicación confieren status a acontecimientos públicos, personas, organizaciones y movimientos sociales. En su trabajo llamado “La comunicación de masas” (1977), cuentan que “la reputación social de personas o programáticas sociales se elevan cuando logran atención favorable en los medios masivos de comunicación” (Lazarsfeld y Merton, 1977, p4).

La figura de la estrella crece gracias a YouTube, que los hace tener una relación cercana a los fans, pese a ser un vínculo netamente virtual. De esta manera, van teniendo una atención favorable para sobresalir sobre otras personas reconocidas que no tienen esa frecuencia de contacto con los fans, por no aparecer en la plataforma.

Así, al ser resaltado por sus seguidores, el Youtuber no solamente pasa a ser conocido y querido, sino que también pasa a ser un especialista para opinar y participar en determinados temas. Hablamos de que es un referente, que guía las opiniones de sus fans, a la par que trata de convencer a los que piensan distinto mediante argumentos, su carisma o recursos audiovisuales.

En esta descripción, compartimos algunas similitudes con la noción de “líderes de opinión”, que Paul Lazarsfeld describió como los artífices del accionar de las

personas, principalmente a la hora de votar. Estos líderes influían más que los propios medios, y a su vez eran influenciados por otros líderes de líderes, que eran su fuente de información. (Lazarsfeld, 1949)

En cuanto a las diferencias con la teoría de Lazarsfeld, la estrella no es el intermediario entre los medios de comunicación y las personas. Tampoco trabaja individualmente con cada receptor, sino que lo hace desde sus diferentes canales y redes sociales, creando mensajes destinados a una interacción colectiva.

Por otra parte, es un líder de opinión que no lo pueden tocar, pero si pueden consultarlo las 24 horas. Él cuenta con más recursos para la persuasión, y buscan un mensaje que llegue a todos por igual, teniendo en cuenta las características compartidas por toda su comunidad de receptores.

De ahí podemos establecer esta relación: el Youtuber se informa por diferentes fuentes, luego utilizará su canal como medio de transmisión para hablar sobre pautas, marchas, movimientos, publicidades o simplemente opiniones que ellos desean argumentar. En sus videos ponen en palabras lo que sienten, opinan y en lo que creen y valoran. Al tratar temas conocidos por los fans, sabe que puede llevarlos al lugar que él desea, y contarlos como seguidores que difundirán esa postura en sus grupos sociales.

“En mi personalidad, yo creo que lo que más me influyó fue en mi forma de comunicar, de decir las cosas con propiedad en momentos particulares, por supuesto que no en todos los ámbitos. También me influyó positivamente en no quedarme con lo que conozco, y ser curioso. Curiosidad que en mi carrera de Diseño, es clave.” **Santiago. 26 años. Estudiante. Fan de DrossRotzank.**

“Influye a nivel motivacional de que realmente se puede vivir de lo que a uno le gusta, sea la profesión que sea, si uno le pone muchísimo empeño, ganas y dedicación. En mi caso no influye en mi manera de hablar, pero veo que en generaciones mucho más chicas, el léxico es casi el mismo. Este año fui maestra de grado, y los alumnos siempre usaban alguna referencia”. **Fátima. 25 años. Fotógrafa y docente. Fan de EIRubiusOMG y PewDiePie.**

“Hoy en día no influye tanto en mí como sí lo hizo años atrás. Adquirí modismos y expresiones en mi habla”. **Iván. 21 años. Estudiante. Fan de DrossRotzank.**

Sin embargo, no todos los Youtubers deben ser necesariamente líderes de opinión, ni todos los líderes tendrán los mismos efectos y repercusiones. En la misma línea, los recursos que cada uno utilice establecerán diferentes interacciones. Desde dar mensajes más personalizados, responder consultas de los fans, utilizar las redes sociales, hasta crear contenidos acorde a diferentes gustos; los Youtubers pueden crear una línea de seguidores que vayan más allá de lo que dice.

Así, la estrella representa una figura, un ideal a seguir, con frases y movimientos característicos. Y en muchos casos, el Youtuber es una persona que influye más que los padres en la conformación de la identidad de los jóvenes.

Son referentes que generan opiniones, y pueden poner los temas que ellos desean en la agenda de los fans. Esto no asegura que cambien la opinión de sus seguidores, pero les dejan los temas en qué pensar, y al menos le darán nuevas preguntas para interrogarse.

Es en su canal donde ellos tendrán más fidelidad de seguidores que grandes campañas. No tienen límite de tiempo para expresarse, y pueden disponer de más recursos que los otros medios, gracias a la convergencia que permite YouTube. Por este camino es donde las estrellas marcan el cambio de actitud, al mismo tiempo que escuchan sus opiniones.

Y siendo su líder, los une el consejo y la sugerencia a sus seguidores, siendo tenidas en cuenta por los mismos a partir del entorno social donde conviven. Ellos también escuchan recomendaciones y devoluciones de su trabajo, en este continuo feedback que les permite saber si lo que hace es lo que verdaderamente quieren sus fans.

Influencers

Como dijimos anteriormente, los Youtubers viven de su actividad creando videos con cierta periodicidad. Su mayor fuente de ingresos va por cuenta de la publicidad publicada en YouTube, pero no necesariamente el portal es su única

fuente de ganancias. Así como pueden hacer apariciones en eventos y en otros medios, las estrellas tienen libertad para hacer todos los esfuerzos para llegar más holgadamente a vivir de ese trabajo.

Como el Youtuber es una marca propia, que está pensada en la creación de un personaje con ciertas características en las que verse reflejado, muchas veces ese estilo es el que las empresas aprovechan para representarse. En este sentido, podemos notar que las estrellas presten la voz para mencionar pautas y patrocinios. Ellos son los prescriptores de contenido, y buscan una conexión con el consumidor, que es aprovechada con éxito por las empresas comerciales.

Los mensajes de las marcas son más creíbles si los comparte alguien que el oyente conozca, o en quien confié. Por esa misma razón, las empresas han querido identificar y reforzar a sus partidarios más fuertes, dándoles lo que necesiten para ayudar a correr la voz por las redes que frecuentan utilizar.

“La cuestión del influencer es como retomar el concepto de referente. Referente a nivel de generadores de opinión y de poner ciertas cosas en agenda. Pero si alguien va a poner cosas en agenda, prefiero que sea alguien que no dependa directamente de intereses de monopolios, sino que sea algo más en red. Que la personalidad o influencia se construya colectivamente, porque es el público el que le da entidad, digamos”.

Lucía. 23 años. Estudiante. Fan de Hannah Witton.

“Germán me hizo considerar y tener mucho más en cuenta el tema de adoptar perros de la calle y no comprarlos. Entendí la importancia de eso”.

Administradora de la fanpage “Fans Gernay”

Esta estrategia de publicidad no es nueva, teniendo en cuenta que las estrellas de cine y televisión siempre han tenido auspicios de marcas de ropa, accesorios y maquillaje. A su vez, los anuncios son parte habitual de todos los medios de comunicación, donde las marcas eligen promocionarse. La novedad es el vínculo estrecho que tienen los Youtubers con los fans, principalmente con los más jóvenes. Cuando la estrella apoya a una movida, manifestación y hasta a un candidato político, tendrán tiempo y atención suficientes para fundamentar esa “elección”, y poder crear reacciones en los fans.

De esta manera, las grandes compañías son las que toman ventaja de estas personas destacadas para recomendar lo que ellos desean, contando con el apoyo del público para su consumo. El mayor beneficio que van a obtener como auspiciantes es que los líderes de opinión harán de mediadores y aseguran que los mensajes lleguen a destino y puedan alcanzar los efectos esperados; logrando un boca en boca de los seguidores, que puede ser tanto positivo como negativo.

Seguir al Youtuber es algo que los fans toman como una salvación de su vida diaria, y escuchar una recomendación sobre qué consumir, es una de las elecciones que toman como parte de su fanatismo. Al ser líderes de fans, las marcas se dan cuenta de la atención que pueden lograr, junto con buenas críticas, y el efecto positivo por ser recomendado por esta celebridad. Este apoyo, por más que sea por razones económicas, es la clave para crear publicidades ideales para el público objetivo.

Además, las publicidades van acorde a la temática tocada normalmente por la publicidad, y a las características que tienen sus fans; en cuanto a edad, preferencias, disponibilidad y predisposición. Así, los auspicios buscan a su influencer en base al tipo de consumo que desean, y suelen tener más eficacia que contratar a otro tipo de celebridad o contar con un medio tradicional. Es decir, se puede pensar al Youtuber como blanco para que las empresas inviertan publicidad en él, incluso antes que en el propio portal de YouTube.

Ejemplos de Youtubers influencers se pueden encontrar fácilmente, y suelen haber diferentes tipos en base a su género. Un caso habitual, le pasa al Youtuber español **EIRubiusOMG**, que se encuentra dentro de las estrellas del género *gamer*, y ya que él acostumbra a jugar videojuegos frente a la cámara, **Sony** ha aprovechado para mandarle los productos que ha desarrollado, para que el español los “*testee*” delante de millones, que serán futuros compradores de los videojuegos, en un afán de imitar a su estrella.

En definitiva, las empresas buscan llegar a distintas comunidades, porque saben que en ellas siempre hay una persona que cumple la función de líder y tiene la capacidad de convérselas. Y las empresas, al igual que los Youtubers,

son marcas. Por lo tanto, una unión entre ambos, deja claro que tienen muchas similitudes para beneficiarse recíprocamente.

En adición, todos pueden ser influenciados, de la misma forma que esa persona destacada sea alguien confiable para las recomendaciones. Tener un grado de credibilidad es la clave del Youtuber influencer; que es considerado un experto y líder para sus seguidores, que seguirán hasta el más mínimo producto que él recomiende.

Por último, como se ha dicho a lo largo de este trabajo, todos los Youtubers se deben a su público. No importa el género en los que se pueden clasificar (stand up, vlog, noticias, *make up*, deportes, música, *gamers*, etc), el contenido lo elige el fan, que está lejos de ser pasivo en las labores de la estrella.

Luego de haber trabajado en la caracterización de YouTube como medio, donde los Youtubers se presentan como el emisor favorito, en el siguiente capítulo de este trabajo, nos detendremos en el receptor favorito de las estrellas, es decir, el fan. Ellos son el principal motivo de éxito de la estrella, encargándose de llevarla a estar en la cima, y siempre participando en una comunidad fan, reunida por los intereses compartidos. Después de todo, son ellos los que unidos pueden alcanzar a cualquier conocimiento, y pueden lograr todo lo que se propongan.

Capítulo 3: Fans, juntos es mejor

“De hecho, uno de los comentarios más escuchados a los nuevos fans es su sorpresa al descubrir la cantidad de gente que comparte su fascinación por una serie concreta, su placer al descubrir que no están solos”.

Henry Jenkins en Fans, cultura participativa y televisión (2010)

Para que una persona pueda ser famosa, debe haber un público encargado de seguirla, y hablar de la misma. Para que el famoso pasa a un nivel superior, donde comience a llamarse estrella, el público que lo sigue también debe pasar a otro nivel de actividad. En otras palabras, si el famoso es reconocido como estrella, es gracias a que existen fans.

¿Por qué fans? Porque los consumidores tradicionales de medios, que son llamados simplemente audiencias, se suponen como pasivos, predecibles, aislados y permanecen donde se les indica que deben quedarse. Se limitan a un consumo silencioso e invisible, y no ven como posibilidad el hacerle saber a su ídolo que ellos existen, y que están dispuestos a hacer todo lo posible para ser escuchados.

Por otro lado, aquellos que son activos, migratorios, se conectan socialmente y muestran una lealtad hacia las cadenas, las redes y los medios, merecen ser reconocidos de otra manera. Hoy, son llamados fans, no porque pertenezcan a una afición, sino más bien porque son fanáticos. Esta denominación quita cualquier diferencia, y engloba a todos los que une bajo la misma intención: Ser fanático significa ser ruidoso y público, es mucha más que solo ser seguidor de su estrella favorita, es el conocer cada detalle que la caracteriza, derribando la barrera de la privacidad, siempre en beneficio del bienestar personal y del aporte colectivo, buscando la gratificación que eso genera.

Jenkins acerca una definición más detallada de estos individuos. El investigador describe a los fans como este consumidor ideal, activo, emocionalmente comprometido y socialmente conectado. Son colaboradores, productores y dinamizadores. Así, veneran en un culto excesivo al que consideran su ídolo (Jenkins, 2008). Como extra, podemos resaltar que no se esconden atrás de sus dispositivos, salen de los márgenes y pasan a la visibilidad, mostrándole al mundo que ellos existen. De esta forma, se llega a ser fan cuando el seguimiento se traduce en actividad cultural, cuando se comparte los sentimientos y pensamientos sobre contenidos, haciéndose miembro de una comunidad de iguales, con intereses compartidos.

En base a lo dicho, podemos mencionar que no se relaciona a los fans con los medios de comunicación dominantes, porque en muchos casos, se asocia al fanatismo con formas culturales que el sistema de valores normalmente denigra. De ahí parten los estereotipos que se les han impuesto muchas veces, viéndolos como unos consumidores de medios preocupantemente incontrolados, indisciplinados, impertinentes y sin escrúpulos. Son considerados en muchas ocasiones como personas rechazadas por la sociedad, menospreciadas y criticadas constantemente, creyéndolas capaces de lastimar a terceros, incluyendo a la propia estrella. Además, se les suman los rumores de que son solitarios, asexuados, sin vida propia, marginados socialmente, etc.

Como en muchos aspectos, siempre hay un grupo que deja mal parado al resto, y se encarga de ensuciar su nombre. Hablamos, por ejemplo, de los fans que buscan robarle a sus ídolos, para tener un recuerdo de estos. De la misma manera, son muchos los que han entrado furtivamente en la casa de las estrellas, han invadido su privacidad de una forma sumamente peligrosa, o han protagonizado escenas violentas entre los fans y las fuerzas de seguridad o entre ellos mismos. Sin temor a encasillar a todos, debemos tener en cuenta que son solo una minoría los que han protagonizado estos eventos y no representan el verdadero “espíritu fan”, que significa la colaboración colectiva y amistosa entre los mismos, siempre en beneficio de sus fines.

Existen tantos tipos de fanáticos como estilos de estrellas haya. Por eso, para que existan fans, primero debe haber un interés que es llevado a un nuevo nivel. Hablamos de atracción como puede haber hacia deportes, cine, música, historietas, y todo aquello que esté vinculado con la llamada *cultura popular*. Luego, se deben crear relaciones con ese gusto, y deben implicar afinidad, entusiasmo, identificación, deseo, obsesión, posesión y consumismo.

Si bien cada grupo de fans tiene un accionar particular, nos enfocaremos en el centro de este trabajo, que se enfoca netamente en los fans de los Youtubers. Este grupo se ha caracterizado por despertar su fanatismo a partir de la plataforma audiovisual, donde se sienten acompañados y entendidos por la estrella que se muestra en YouTube. Es por esto, que no podemos encasillarlos en conceptos como consumidores o audiencia, sino más bien llamarlos “usuarios de medios”, porque estamos describiendo la principal acción que realizan cuando acceden a este medio de comunicación; donde justamente, lo usan.

En primer lugar, uno de los rasgos característicos de estos usuarios, es que no son espectadores habituales de los Youtubers. Ellos se destacan porque buscaban alguien con quien verse reflejados. Y en su estrella encuentran similitudes o deseos con los que identificarse, construyendo su identidad a partir del consumo de videos subidos por la estrella. Ellos creen ver una versión de sí mismos en la pantalla, y este reflejo es lo que despierta un fanatismo, manifiesto en el consumo. En suma, ellos no pueden ver los videos solo una vez.

En segundo sitio, el fan debe traducir su reacción al ver a su estrella en algún tipo de actividad social. Es tal el fanatismo que tienen, que no se conforman con ver a su ídolo sólo en YouTube, y deben consumir todo lo que tenga relación con su estrella, más allá de los videos. No solamente el fan comenta el video y lo comparte, tiene que hacer algo más, porque el quedarse quieto no le alcanza. Incluso, sueña con poder ser extra en uno de sus videos, con su nombre apareciendo por segundos. Así, como cada Youtuber tiene una firma distintiva, también la tienen sus fanáticos, que recurren a él, porque sienten que tiene la respuesta para lo que buscan, y no podrían consultar a otro porque no les diría lo que quieren ver y escuchar.

“Yo creo que lo diferencia su forma de ser, es la forma en la que hace chistes y hace entretenidos los videos y los comenta. Cada uno tiene su estilo y me gusta el estilo que tiene él. También que su contenido sea para todo público y que no suele meterse en peleas, polémicas o cosas así”.

Administradora de la fanpage “Fans Gernay”.

“Me gusta más que otros por su carisma, y el estilo que le da al contenido. Además, de que con la costumbre de los años, yo siento que uno mismo se va adaptando a un estilo específico de un Youtuber, y que lo haces propio, y mirar para afuera de eso, se hace difícil incorporar otros estilos de otros Youtubers, con el mismo contenido o parecido”. **Santiago. 26 años. Estudiante. Fan de DrossRotzank.**

Además, ser fan significa organizar la vida diaria de uno mismo acorde al seguimiento de la actividad de su ídolo. Es tener una agenda con las actividades que lo tienen a él como protagonista. Comprar todo el merchandasing que produzca y promocióne, ir a los festivales donde aparezca, como parte de este rito. En suma, buscan cualquier forma para llamar la atención de su estrella, soñando con llegar al día que lo pueda conocer finalmente. No podemos olvidarnos que también deben participar en foros, grupos de Facebook, encuentros y reuniones auto gestionadas para gritar que son fanáticos.

“En el grupo habían fans, y estaba él (Germán Garmendia) y un día habló agradeciéndonos por el apoyo”. **Administradora de la fanpage “Fans Gernay”**

“Aparecí (2 veces) en un video suyo en una juntada que hizo. Primero aparecí personalmente y luego, en el mismo video, mostró la entrevista ya publicada que le había realizado”. **Iván. 22 años. Estudiante. Fan de DrossRotzank.**

El gran evento, Club Media Fest

Anteriormente habíamos mencionado que los Youtubers pueden hacer diversas actividades para poder llegar a mayores ganancias de trabajo. Una de las apuestas que más se han hecho en los últimos tiempos, es la de hacer que salgan de la pantalla, y que se hagan presente delante de una multitud. En este sentido, es lógico pensar que si un Youtuber tiene millones de personas que lo siguen en un área determinada, varios de ellos pagarán por poder verlo en vivo.

Si bien ha habido varios de estos encuentros, el mejor ejemplo de esta conmoción alrededor de los Youtubers se ha vivido en el evento conocido como **Club Media Fest**⁴. Este festival es la congregación de “los artistas de la nueva generación”, y debe su popularidad a la trascendencia de sus invitados. A su vez, explora este nuevo tipo de espectáculo, que es el de sacar a los Youtubers de su lugar dentro del video, para someterlos al vivo, sin edición y mostrando en el momento todo su talento y carisma.

Este tipo de festejos es exclusivo de Latinoamérica. Las productoras y sponsors que lo llevan a cabo han sabido sacar provecho de los rasgos en común que tienen los Youtubers hispanos, que pueden ser disfrutados por igual en cualquier parte del continente. Normalmente se hace en un fin de semana en dos fechas, donde además de varios de los Youtubers más importantes, se incorpora un presentador o animador que lleva el ritmo del evento, junto con proyecciones exclusivas del evento.

Así, es tal el encanto de verlos a metros de distancia, que cada año se congregan más de 90 mil fans en cada uno de los países. No solamente desbordan el estadio, sino que también se encargan de llenar las cercanías a aeropuertos y hoteles que recibirán a sus estrellas, en este afán para poder acercarme lo más posible, rozando el delirio.

⁴ Es un evento que se realiza desde 2015 en Argentina, Chile, Paraguay, Colombia, Perú y México. Consiste en la aparición de diversos Youtubers hispanos en el escenario, donde hacen un pequeño acto en vivo, acompañados con videos que han elaborado para la ocasión.

Hasta el momento, se han hecho desde el año 2015 siempre en la capital de los países que han pagado por traer a esas más de 30 estrellas, la mayoría de renombre internacional, sumadas a artistas locales que acompañan el evento. Como extra, es tanto el éxito y la fama que tienen los Youtubers que en muchas ocasiones, tienen tantas exigencias como las tiene cualquier celebridad mundial.

Ahí mismo es donde los fans sienten una conexión con su estrella, cuando esta deja de ser solo virtual para mostrar que es físicamente una persona. Curiosamente, en muchos casos, los fans son tan jóvenes que deben venir con sus padres. Estos acompañantes lo aceptan, pero en muchas ocasiones, sin poder comprenderlo.

Es en este “*Woodstock 2*”, donde se produce un desborde de fans que pueden ver de cerca a quienes antes consideraban inalcanzables. Es más, ellos sueñan con tocar a sus estrellas, llevan carteles y pancartas con la intención que sus ídolos van a leerlas y le darán su aprobación. Para el fan, este es el día soñado, es una mezcla de euforia, alegría y necesidad de protagonismo por parte del público. Así, los fans quieren ser como sus ídolos, y los ven como “*rockstars*” que, aunque no hagan música, desatan una locura entre la multitud, que no puede creer poder verlos con sus propios ojos.

Como extra, los *meet & greet*, permiten que las fantasías fan se hagan realidad, porque no solamente están conociendo a un ídolo tradicional, sino que están conociendo a alguien que lo consideran como su igual, su ideal o como su alter ego. En suma, es su modelo de identificación, sienten una conexión enorme, y lo sienten como su ideal a seguir, como la representación de todo lo que les parece bien y lo que quisieran alcanzar.

“Lenay vino el 27 de agosto de 2016 a Buenos Aires para dar un concierto, al cual pude ir y pude comprar un meet & greet (...), y abrazar a Lenay fue uno de los momentos más lindos, y después de verla cantar y tocar en el escenario fue hermoso, realmente me sentí orgullosa por ella y por lo que estaba logrando. Después de salir del concierto no podía parar de llorar, estaba realmente feliz”. **Administradora de la fanpage “Fans Gernay”**

Afán y deseo fan

Por primera vez, estos artistas se parecen a sus seguidores. Para estos últimos, el ver de cerca a su estrella, sentirla como real, y ver que es de carne y hueso, es un incentivo para creer que ellos pueden llegar igual de lejos. Es este mismo uso de medios el que promueve a la producción de una forma espontánea. Como habíamos dicho anteriormente, de la misma manera que la lectura ínsita a la escritura, ver videos de Youtubers motiva al fan a crear su propio canal de YouTube en un afán de algún día también poder ser estrella de esta plataforma.

Por otro lado, el perfil y las necesidades emocionales de los fans han sido la baza más importante para que las estrellas sean catapultadas al éxito. Nuevamente hablamos de que el Youtuber es un referente y un modelo de identificación para los jóvenes fans, que toman sus videos como una guía para poder seguir cuando se sienten perdidos y sepan dónde pueden encajar. A la par, se motivan para seguir el camino y tratar de llegar a ese nivel de estrellato.

“En mi caso influye porque gracias a ella y a su inspiración decidí ser Youtuber, y aunque no tengo tantos suscriptores como ella (Rosy McMichael), los seguidores que tengo son súper buenos y me apoyan muchísimo”. **Administradora del grupo “Fans de los Youtubers”.**

Pero a su vez, este consumo de videos no lleva necesariamente a que el fan suba los suyos, sino que los reelabore, y los vuelva a crear a su manera. Ejemplos de esto son los *mash ups*, videos amateurs que son copia de un video que había sido furor, donde se busca resaltar con un humor propio, pero a partir de un trabajo ya hecho, de una manera similar a un collage.

Así, si bien se les impone a los fans una determinada forma de consumo, que es aprovechada muchas veces por las marcas comerciales que buscan influenciar a los fans, son estos los que crean sus propios significados. De esta manera, al leer los textos mediáticos reiteradas veces, de diversas maneras, y combinándolos con otros videos, cada uno lo toma para sus distintos intereses, o lo hace circular en una comunidad de iguales.

Como decía Henry Jenkins: “Sus actividades plantean importantes cuestiones sobre la capacidad de los productores de los medios de comunicación para limitar la creación y circulación de significados. Los fans construyen su identidad cultural y social mediante la apropiación y modificación de las imágenes de la cultura popular, de la articulación de preocupaciones que a menudo no se expresan en los medios de comunicación dominantes” (Jenkins, 2010, p37).

Por otra parte, Jenkins relee a **Michael De Certeau** en su trabajo, para poder describir a los fans como “piratas de textos”, quienes saquean lo que consumen para sus propios intereses (De Certeau, 1996). Es en este proceso que los fans dejan de ser un simple público de los textos mediáticos para convertirse en participantes activos en la construcción y circulación de significados textuales. Esto significa, a su vez, la construcción de un nuevo texto, que borra las distancias entre productor y lector. Es decir, el texto primario, creado por el Youtuber para el consumo y disfrute de sus fans, es reemplazado por las prácticas críticas e interpretativas de ellos, sirviendo a sus intereses y necesidades.

“Suelo consumir cosas que están dentro de lo que ya de por sí estoy de acuerdo. Pero es normal en las audiencias, digamos. Creo que muchas veces lo que me ha pasado fue de volver a preguntarme ciertas cosas (...) No sé si me cambia de opinión pero sí muchas veces me trae nuevas preguntas”. **Lucía. 23 años. Estudiante. Fan de Hannah Witton.**

A su vez, Jenkins es retomado por **Libertad Borda**, dentro del libro “La Trama de la Comunicación⁵ en su edición N°19, en el año 2015, donde la investigadora aporta que la recepción del fan permite la coexistencia paradójica de “proximidad emocional” y “distancia crítica” (p72). Esto significa, a su vez, la construcción de un *metatexto* que borra las distancias entre productor y lector.

En adición, Borda sostiene que los fans no solo producirían los textos en base a los contenidos que siguen como afición, sino que también crean identidades (p75). Así, el fanatismo tendría un carácter subjetivo que tiene que ver con la

⁵ La Trama de la Comunicación es una publicación editada por el departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario.

adjudicación de valores de uso particularmente intensos a su objeto de culto, y otro objetivo, asociado con dinámicas más generales y estructurales de generación de cambio.

Es decir, en esta discusión entre el Youtuber y los fans, son estos los que producen sus propios materiales a partir de los “pirateados”, que pueden llegar a ser transformados en beneficios sociales dentro de su grupo. Es esta apropiación, que usan para construir su propia cultura, requiriendo de las materias primas que aportan las estrellas.

Comunidades de intereses

Creer como fan significa ir creando una identidad cultural y social, que se manifiesta por la forma de enunciar, actuar, vestirse, peinarse, etc. Pero una de las etapas fundamentales para ser un verdadero fan, es aceptar una identidad colectiva, forjando una alianza con una comunidad de personas en defensa de gustos en común, compartiendo los mismos intereses y afrontando problemas habituales. Es el ir más allá de comentar videos, es mostrarle al mundo lo que les gusta y es el encontrarse con iguales para poder mostrar sus sentimientos sobre el Youtuber. En adición, también es mostrarle los videos de la estrella a cercanos, para tratar de sumar nuevos fans. Como hemos dicho, es aceptar lo que ha sido etiquetado como una posición subordinada en la jerarquía cultural.

“Siempre 'megusteo' los videos, comento y busco nuevos adeptos, generalmente en persona con 'mirá mirá, tenés que ver esto!'.” Tamara.

Fan de TeLoResumo.

“Podemos perdonarnos seguir una serie o una peli, pero que alguna (hermana) vea un resumen sin la otra es imperdonable. Antonela. 22 años. Estudiante. Fan de TeLoResumo.

Gracias a las redes sociales y los foros, los fans no se limitan a encontrarse entre sí solo físicamente y se conectan diariamente de forma virtual, en el denominado *fandom*. Este es su hogar, un “fondo de recursos diversos” (Borda, 2015) que abarca prácticas y actitudes, y que está disponible para la construcción de identidades colectivas e individuales, tanto duraderas como

fugaces. Como si fuera una peña de fútbol, es una asociación de fanáticos, donde millones de personas encuentran a sus similares. De pronto, no están solos, sino que tienen a iguales con sus mismos gustos en todo el mundo.

Estas comunidades en red no son estables, ni permanentes. Están basadas en el movimiento, los encuentros fugaces, lo emocional y en el “aprender haciendo”. Con proyectos colectivos y colaborativos, se llevan procesos de trabajo en red, deslocalizados, y en su mayoría dedicados al entretenimiento. Como extra, su trabajo colectivo no tiene límites de lo que pueden alcanzar e influir. Se encuentran procesos enfocados principalmente, al entretenimiento, pero también es posible encontrar objetos y prácticas de enseñanza y aprendizaje, en un intento de construcción permanente. La igualdad es la clave en esta unión, porque estar tan conectados en los intereses es lo que lleva a acercarse, crear conexiones que llevan a considerarlos desde amigos, hasta familias adoptivas.

“Tengo un montón de amigas y amigos de Internet, y realmente es muy lindo, porque aunque estén incluso en otro continente son como mejores amigos, o al menos así lo considero. (...) Y gracias a Germán y Lenay conocí a un montón de personas que también lo admiran, hice muchas amistades nuevas y eso es muy lindo”. **Administradora de la fanpage “Fans Gernay”**

No hay duda que la digitalización ha permitido la creación de estas comunidades, gracias a la creación/participación que permite la web 2.0. Es ahí donde se construyó un verdadero ágora digital, en el que cada usuario tiene las mismas posibilidades de acceso y el mismo derecho a ser escuchado que cualquier otro.

Jenkins sostiene que la popularidad de las comunidades se define en parte gracias al carácter voluntario, temporal y táctico de las afiliaciones de sus miembros, afirmados mediante objetivos e inversiones emocionales comunes. En palabras del investigador del MIT: “Los miembros pueden cambiar de grupo cuando varían sus intereses y necesidades, y pueden pertenecer a más de una comunidad a la vez” (Jenkins, 2008, p27).

“Somos todas chicas grandes que también lo siguen, nos enfocamos mucho más en su carrera, apoyarlos en lo que hacen dentro y fuera de YouTube que en su vida personal. Existen diferentes tipos de fans dentro del fandom. Pero lo principal es seguirlos en su camino profesional, y no personal”. **Fátima. 25 años. Fotógrafa y docente. Fan de EIRubiusOMG y PewDiePie.**

De igual manera, los foros son sitios dentro de la Web que funcionan a modo de cartelera pública de mensajes centrados en el tema predominante del *fandom*, y donde los participantes abren nuevos tópicos, siempre centrados en su Youtuber y el mundo que lo rodea.

Piery Lévy, le da una mejor definición a este tipo de agrupación, cuando dice que estas nuevas comunidades son un “nuevo espacio de conocimiento”. Así, dirá que no son ni fijas en el tiempo, ya que fluctúan y pasan por diferentes periodos. Lo que los une es la producción mutua, y el intercambio recíproco de conocimientos, con el fin de poder compartir detalles de videos, observaciones, rumores, debates, entre otras cuestiones (Lévy, 1994).

Como plus, la virtualidad es el escondite perfecto de los fans, que logran una invisibilidad y anonimato que antes no pueden tener en el mundo real. Retomamos a Soledad Borda, que sostiene que en principio el solitario obsesionado parece moverse en las sombras de lo privado, donde es más peligroso porque es menos visible. Ahí, se mueven en grupos, pero abandonan sus características de visibilidad, peligrosidad, para mutar en masa, que ya no implica aglomeración física en un espacio ni transitoriedad.

Y es que en el *fandom* es donde los jóvenes tienen mayor autonomía que en el mundo real. Es ahí donde muchas veces se encuentran libres para expresarse. De esta manera, Internet se convierte en una forma de autoexpresión. Este mundo es el que constituye parte del contexto social de los fans, y son el lugar donde se expresan características de subjetividades reales, capaces de transmitir percepciones personales que no pretenden ningún engaño. Aun en el caso de que un usuario adopte un nombre falso, inconscientemente terminará actuando en base a su sistema de valores, a su estructura única e intransferible.

Si bien todos los fans pueden ser generados de contenido, muchos eligen crear contenido terciario, ese que está destinado solo a compañeros fans, en lugar de seguir esperando el reconocimiento de su estrella. Es decir, la gratificación que buscaban en un principio, al ser reconocido por el Youtuber, ahora ya no es tan importante como el reconocimiento de sus compañeros. Además, en muchos casos, la virtualidad no alcanza, y los fans deciden encontrarse físicamente con sus compañeros, solo para compartir eso que tanto les gusta con otros, sin tener un dispositivo de por medio.

“Lo que no dije del concierto de Lenay es que ahí conocí a una amiga que había hecho por Internet, eso es lo lindo de estar en un fandom, conoces a personas que les gusta lo mismo que a vos y comparten historias y cosas de sus ídolos que solo entendemos nosotros porque somos fans”.

Administradora de la Fanpage “Fans Gernay”

En esta cuestión, nos interesa el hecho de que haya intercambio de contenido, que se da entre distintos participantes que están distribuidos en el globo. Esto es lo trascendente, porque las comunidades online se enriquecen siendo lugares ricos en contextos, pudiendo albergar y promover un conocimiento más profundo. Esto es favorecido por las diferencias culturales de sus miembros, y además, es justamente comunidad de conocimientos porque estimula “la pericia combinada de sus miembros” (Jenkins, 2008, p36).

“Soy una sola persona la que lo administra y la hice porque me gusta publicar fotos de mis ídolos, (...) porque me gusta encontrar gente que le gusta lo mismo que yo, en esta caso, los Youtubers” **Administradora de la Fanpage “Fans Gernay”**

En esta línea, lo que antes no se podía saber ni alcanzar por uno mismo, ahora se puede lograr colectivamente. Así, se transforma la reacción personal en interacción social, y cambia la cultura del espectáculo por cultura participativa. Este es, sin duda, un rasgo que demuestra una de las características centrales en el mundo de los fans. Porque a fin de cuentas, los fans han sido capaces de comprometerse por una causa que consideran como una de las mejores cosas de su vida. Así, las comunidades son más que compartir información sobre

nuevos videos, sino que es un espacio de convivencia donde el fan finalmente se siente libre, y crea una nueva identidad, aquella que fue construida por el Youtuber, y es compartida por todos los que se sienten fan de esa estrella.

Como cierre, podemos decir que este número considerable de gente que participa activamente en los grupos, reúne todas las condiciones para convertirse en una cultura permanente, que ha sobrevivido abusos o indiferencias del resto. Al igual que se ha dado con el *starsystem* de la televisión, el cine y la música, solo comprende el fenómeno quien comparte ese sentimiento, que tiene a millones en sus filas. Así, tenemos que reconocer que por el momento, este movimiento está muy lejos de desaparecer. A fin de cuentas, siempre que haya fans van a seguir existiendo las estrellas, y viceversa. Además, seguirán evolucionando al pasar el tiempo y las tecnologías que permitan su encuentro.

Conclusión

A lo largo de este trabajo hemos estado viendo cómo es el mundo Youtuber, cuáles son sus atractivos y sus características, tratando de comprender el encanto de consumirlos. En el diálogo con nuestros entrevistados, estos han brindado sus razones para dedicarle tiempo a ver a estas estrellas, lo que nos ha acercado a esta reflexión final.

Si bien todos disponemos de algún tiempo de ocio, que podemos usar para dedicarnos a consumir un medio de comunicación, lo que hace de YouTube tan atractivo es la facilidad de acceder a tanto contenido, y tanta variedad, en una misma plataforma. La televisión no necesita competir con YouTube porque no propone lo mismo, y ambos medios se complementan para que cada receptor pueda elegir con una buena cantidad de opciones a su disposición.

Es ahí donde debemos marcar la labor y el éxito de los Youtubers, que logran resaltar y tener un público que les muestra su fidelidad, a pesar de que tenga tanta variedad de entretenimiento para enfocarse en su tiempo libre.

¿Por qué estos son tan atractivos? Nuestros entrevistados han colaborado en responder esta pregunta. Ellos se sienten reflejados, tocados o relacionados con las estrellas de YouTube, que a pesar de la distancia física que los separa, atraviesan situaciones similares. En sus videos, se muestran como en días habituales, con ciertas formas de vivir o recreación que resulta familiar, siendo también divertida, llamativa o curiosa para los fans. Es por esto que los entrevistados han mencionado que a partir de descubrirlos, los han empezado a seguir, se los han presentado a otros, porque creen que son personas (o personajes) que despiertan una atención especial.

En cada uno de los casos de los 14 entrevistados, han visto a diferentes Youtubers, pero se han quedado con uno o dos que resaltan sobre los otros. En este sentido, remarcamos que la mayoría ha elegido seguir a una estrella que está cerca de su misma franja etaria, y que tiene un vínculo de interés en común con el fan. Y es que, en las entrevistas realizadas también queríamos saber cómo llegaron a consumir al Youtuber, y las relaciones que tienen con este. Ya sea por la forma de expresarse, la nacionalidad, o por intereses, todos han tomado algo, o se han beneficiado del contenido que propone la estrella.

También podemos resaltar el hecho de que el Youtuber vive situaciones que le son propias a todo su público habitual, tales como atravesar momentos parecidos en un videojuego, reaccionar de forma similar al ver una película, hasta acciones diarias, que son representadas de una manera más atractiva o cómica. Como extra, el Youtuber los lleva a un accionar que tiene que ver con formas de pensar, consumir, o repreguntarse. Esto lo pudimos ver cuando nuestros entrevistados nos comentaban que se han encontrado con preguntas que no se habían planteada antes, o llegaron a cambiar su perspectiva, gracias a lo que brinda el Youtuber.

Así, tenemos que resaltar que el Youtuber es una estrella, porque se ilumina como una. Tal lo mencionaba Edgar Morín 50 años atrás, cuando se hablaba del Star System del cine. El autor contaba cómo la necesidad del espectador de escapar de la vida cotidiana crea la estrella, donde esta presentaba un sujeto de culto en la pantalla del cine. Aparece como una salvación personal, una proyección de los deseos sin cumplir. De esta manera, nos identificamos con un ser dentro de la pantalla, con sus alegrías y desgracias, y sentimos sus propios sentimientos. En definitiva, se llega a querer a la estrella como nos queremos a nosotros mismos.

Es por esto que en este trabajo hemos hablado del Youtuber como estrella, porque, al final, ellos pasaron a un plano de admiración que les permite elevarse. Lo que ha cambiado con el correr de los años, respecto de aquella definición que acerca Morín, es que el espectador ha dejado su pasividad e impotencia dentro de la butaca, para ser activo, convertirse en fan y querer mostrárselo a todo el mundo.

Si bien el público de aquellas épocas podía mandar cartas a sus actores favoritos, o podía tratar de conocerlo personalmente, el fan actual tiene cada vez más recursos. Así lo demostraron nuestros entrevistados, que después de ver sus videos, los comentan y comparten instantáneamente, y tratan de hablarle al Youtuber para que sepa que existen. A la par, los fans se asocian con sus compañeros, y al saber que no están solos, se unen en un interés en común. De esta forma, mientras la admiración por el Youtuber crece, estos lo respaldan cada vez más en sus decisiones, sugerencias y recomendaciones.

De ahí es que podemos resaltar la importancia de los estudios de Henry Jenkins, que han hecho posible el presente trabajo. El investigador es contemporáneo a la realidad que viven los fans gracias a Internet, donde se conectan en discusiones a diario, navegan en diferentes foros y conviven con sus compañeros de afición en todo el mundo. Hoy ellos son tan importantes que son los que le dan al Youtuber el material con el que puede trabajar; a veces como autores intelectuales del video, otras como los que lo apoyan en un tema polémico, y en otras ocasiones, son el grupo que llena el estadio en cada presentación en vivo.

La idea de "*fans justo a tiempo*" calza a la perfección, porque gracias a las herramientas que dispone Internet, cada video de cada Youtuber llega a la comunidad fan al instante en que su video es subido, y segundos después es comentado en todos los foros y redes sociales al alcance. Como extra, es gracias a las iniciativas fan que es resignificado y tomado para diferentes intereses, cumpliendo la función que cada fan quiera darle.

No necesariamente el Youtuber es el fin del propósito fan, sino que es la puerta de entrada a un mundo más grande. Es decir, el fan se puede "salvar" de su vida diaria, al consumir a la estrella, o que esta sea la excusa para encontrarse con otras personas, y crear vínculos para poder distenderse o vivir una realidad diferente dentro de las comunidades.

En definitiva, los Youtubers existen y seguirán existiendo mientras haya un público que les de reproducciones a sus videos, y seguirán siendo estrellas mientras haya fans que se encarguen de difundirlos, hablen de ellos, llenen estadios y sigan su trabajo constantemente. Es que, ambas partes dependen de la otra, y cuando una se apague, solo es cuestión de tiempo para que la otra deje de brillar.

Quizás en un futuro este fenómeno deje de ser tan trascendente, y haya otros influenciadores, pero no debemos dejar de tener en cuenta como los Youtubers han llegado a ser iconos y han afectado a la vida de más de un seguidor.

En definitiva, este tipo de estrellato fue único en su tipo, pero no será el único que exista. Solo el tiempo dirá si los Youtubers serán reemplazados o seguirán evolucionando para mantenerse siempre en el star system.

Bibliografía

- **Borda, L.** (2015) “*Fanatismo y redes de reciprocidad*”. Publicado en Revista La Trama de la comunicación. Volumen 19.
- **Carlón, M y Scolari C.** (2009) “*El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*”. Buenos Aires, Argentina. Ediciones La Crujía.
- **De Certeau, M.** (1996) “*La Invención de lo cotidiano*”. Tomo 1. Distrito Federal, México. Universidad Iberoamericana.
- **Jenkins, H; Ford, S y Green, J.** (2015) “*Cultura transmedia*”. Barcelona, España. Gedisa.
- **Jenkins, H.** (2010) “*Piratas de textos: Fans, cultura participativa y televisión*”. Barcelona, España. Paidós Ibérica.
- **Jenkins, H.** (2009) “*Fans, bloggers y videojuegos: La cultura de la colaboración*”. Barcelona, España. Paidós Ibérica.
- **Jenkins, H.** (2008) “*La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*”. Barcelona, España. Paidós Ibérica.
- **Lazarsfeld, P. y Merton R.** (1985) “*Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada*”. Barcelona, España. Gustavo Gilli.
- **Lazarsfeld, P. y Menzel, H.** (1984) “*Medios de comunicación colectiva e influencia personal*”. Distrito Federal. México. Grijalbo.
- **Lazarsfeld, P.** (1952) “*La campaña electoral ha terminado*”, Publicado en Public Opinion Quarterly. Número 53.
- **Lévy, P.** (2004) “*Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*”. Washington DC, Estados Unidos. Organización Panamericana para la Salud.
- **McLuhan, M y McLuhan, E.** (2009) “*Las leyes de los medios*”. Madrid, España. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, vol. 14. Universidad Complutense de Madrid.
- **McLuhan, M.** (1995) “*La aldea global*”. Barcelona, España. Editorial Gedisa
- **McLuhan, M.** (1969) “*La comprensión de los medios como extensiones del hombre*”. Distrito Federal, México. Diana.
- **Morín, E.** (1972) “*El cine o el hombre imaginario*”. Barcelona, España. Paidós Ibérica.
- **Morley, David.** (1996) “*Televisión, audiencias y estudios culturales*”. Buenos Aires, Argentina. Amorrortu.

- **Scolari, C.** (2008) "*Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*". Barcelona. Editorial Gedisa.
- **Varela, M.** (2010) "*La dinámica del cambio en los medios. Él miraba televisión, YouTube*". Publicado en Posgrado en Educación, Imágenes y Medios. FLACSO 2009-2010.

Anexo entrevistas

Aldana. 24 años. Traductora

¿Con cuanta constancia vez YouTube y cuanta la Tv?

Tele no tengo. Tengo Netflix y lo veo más o menos con la misma regularidad que YouTube, que tiene más contenido porque son videos más cortos. Veo 1 hora por día, todos los días. Es como mi tele, me siento para comer. Los videos que miro yo, al menos, no son tanto para prestar atención sino como una compañía.

¿Si la tv transmitiera lo mismo que ves en YouTube, consideras que lo verías?

No sé hasta qué punto la tv podría hacer eso. Mucho de lo que me gusta es en crudo, sin editar. Me encuentro que dejo de ver contenido si deja de ser en crudo, mal editado. La honestidad que tienen, obvio que hay edición pero siento que la TV editaría más que eso, e involucraría mayor producción. Aparte con la tele me doy cuenta que nunca estoy, en cambio en YouTube siempre está disponible

¿Volvés a ver un video en YouTube?

Generalmente es para compartir que lo vuelvo a ver. O cuando dicen algo importante que tengo que volver a ver. Es cuando el contenido se vuelve relevante, porque muchas veces veo contenido que no tiene relevancia para mi vida. Tengo la lista de guardados, que pienso que en algún momento será importante.

¿Tenés un Youtuber favorito? ¿Cual? ¿Desde hace cuánto los seguís?

Tengo varios, pero de diferentes géneros. Los SacconneiJoly's, hace 8 años. Tienen 3 hijos y cuando los empecé a ver ni siquiera tenían hijos. Ellos tienen más de un canal, la mujer tiene su canal que lo veo más que al resto. Creo que son 3 en total.

En comedia, JenalMargus veo cada video que sube, sé que hace podcast con el novio. Justo el canal que veo es de blogs.

SinoohCombosken, es un canal de videojuegos, pero veo sus videoblogs que hace con la novia. Si es una personalidad que me gusta, miro todos sus videos.

¿Considerás que alguno fue mutando?

Originalmente cuando empecé a ver en YouTube, empecé a ver maquillaje y moda, y hoy Youtube no es una plataforma agradable para esos videos, entonces tuvieron que diversificar los videos para expandirse.

¿Si pudieras decir qué te atrae, qué es lo que tenga del Youtuber?

Lo que más me atrae es la honestidad, lo crudo que puede ser alguien. Yo sigo entendiendo hasta qué punto está siendo editado. No es como una serie donde alguien muere pero de mentira. Las cosas que pasan, les pasan. Respeto también a los que dejan su distancia. El hecho de que se abran a la audiencia termina siendo que conoces a esa persona aunque no la hayas visto en su vida. Creo que si conozco a varios, podría tener charlas durante horas, tenemos muchas cosas en común. Lo que me lleva a verlos también es conocer culturas que no conozco, a través de los ojos de alguien.

¿Sentís autenticidad en el personaje?

La mayoría de los que veo, pienso que esconden algo, pero eventualmente cuentan lo que les pasaba. Tal vez podría pasarte con un amigo que no te cuenta hasta que está listo. La mayoría no siento que hacen un personaje, me gusta que haya errores, que no se edite. Hay contenido donde tenés que editar, pero me gusta que en un vlog sea más crudo.

¿Qué tiene que tener un video para estar en favoritos?

Que sea útil para después, una receta, maquillaje. Y lo otro un momento importante en la vida de los que miro, que es como un capítulo importante de la serie. Como cuando nacieron los chicos.

¿Qué es lo que más recordás de los videos?

Generalmente de los videoblogs recuerdo lo relevante, el contenido importante, como si compran una mascota. Si me suelo acordar de los que me dieron mucha risa. Si, si lo veo con alguien voy a recordarlo con ese alguien.

¿Comparte frases de motivación o autoayuda?

Generalmente sí. Como tienen una audiencia, son conscientes de ella y se conectan mediante encuentros con sus fans y las convenciones de YouTube, terminan conectando más. Al conocerse tratan de dar un mensaje. No sé si de autoayuda o motivación. Si no un “mírame, yo pude vos podes”.

¿Compartís videos con tus amigos?

Si, incluso nos juntamos y ponemos YouTube.

¿Consideraste hacer una carrera en YouTube?

Quizás cuando era más chica, cuando tenía 17. Hoy por hoy no, por lo difícil que es. Producirlo, editarlo ya me cansa. Soy más consumidora.

¿Seguís al Youtuber en todas sus redes?

Si. Incluso me parece más divertido su Instagram que su canal. Videos como los de maquillaje capaz que no los veo enteros, pero en su Instagram tengo lo que quería ver.

¿Te identificas con el Youtuber?

Es lo que me conecta. A ver, de cierta forma me gusta el hecho de que su vida es diferente a la mía, y que vive en otro lado. Por otro lado, tiene su encanto ver que una persona en Nepal haga las mismas pavaditas que yo acá. No sé, como que te sentís como más conectado. Como que somos iguales al final del día, no importa de dónde sos, haces las mismas pavaditas en todos lados.

¿Hacés algún tipo de devolución al Youtuber?

Sí, sí. Generalmente. Ahora no. Cuando empezaba en Youtube comentaba siempre, como que siempre terminaba de ver el video y comentaba. Hoy por hoy no tanto, a veces si recién subieron el video comento porque sé que lo van a ver. O si paso algo importante en su vida, le comento “felicitaciones” o lo que amerite. Si es un video así, que no me genera comentar, no. Si me genera un comentario, si, voy y lo comento. Incluso en inglés. Te sentís bien cuando te responden.

A veces piden consejos ellos, o recomiéndenme tal cosa, y vos comentas y te lo responden, y está bueno eso, porque es un contacto directo con la persona.

¿Tus redes sociales son usadas para compartir videos?

Twitter no uso, y Facebook tampoco. Facebook está un poco en desuso. Lo uso porque me hacen hacer grupos de la facu. Lo comparto en privado, porque sé que tal persona le va a gustar. Por Whatsapp e Instagram. Igual es muy raro que comparta, es más para mí.

¿Estás en algún grupo de fans?

No, pero he entrado en foros para ver qué pasa. Respecto a rumores y eso. Una vez los zacolijoly, tenían una niñera y de un día para el otro no estaba más. Y Ahí te lo explicaban. Depende el tema, ese era un rumor bastante choto, pero hay otros más interesantes. Como en la tele, solo que sin Rial de por medio.

Antonela. 22 años. Estudiante de artes visuales.

¿Con que constancia miras YouTube? ¿Y con cuanta la Televisión?

YouTube es una plataforma que consumo todos los días, casi todo el día diría. Más allá de videos con contenido audiovisual, es lo más accesible también para escuchar una cantidad increíble de diversidad musical. Televisión no tengo, y si tuviera no pagaría cable. Creo que es ya casi obsoleto. Contados son los canales con algún contenido cultural o que reproduzcan obras en su idioma original. Algún día las plataformas digitales online acabaran con su negocio. Si lo miro desde el lado informativo, no hay nada más nefasto que los medios hegemónicos, atravesados por intereses políticos y económicos. En ese sentido prefiero medios (diarios) independientes digitales.

¿Creés que por mirar más un medio, le das menos atención al otro?

Totalmente. Primero que por una cuestión del uso del tiempo diría que esta pregunta se confirma sola. Básicamente, si un día entero me la paso en YouTube, como que es difícil que en ese mismo día pueda darle el mismo tiempo a la televisión si lo que estoy eligiendo consumir es YouTube. Ahora lo que podemos plantear es, si consumo televisión, puedo igualmente utilizar YouTube en tiempos simultáneos. Creo que esto tiene con qué objetos nos permiten consumir uno o el otro. Convengamos que con la tecnología actual a YouTube se puede ingresar por una cantidad de elementos electrónicos mucho mayor a lo que es la televisión en sí. Hasta desde la misma televisión (si tiene acceso a internet) puedes ingresar a YouTube.

¿Qué le encontrás de atractivo a YouTube que no lo ves en la TV?

Creo que es lo que decía al principio. En YouTube encontrás música, películas, series, cortos, contenidos audiovisuales, shows, recitales, y podemos seguir sumando. También en los lugares donde lo puedes consumir, desde el baño, la cama, la calle, una plaza, y así donde sea mientras cuentas con un dispositivo con acceso a internet ya sea wifi o datos móviles. Otra oferta interesante que presenta es la oportunidad (a través de la sección recomendaciones) conocer gente que produce contenido que en la tv nunca lo vas a ver. La posibilidad de crear una plataforma propia, la lejana o no tanto posibilidad de vivir de hacer contenido y subirlo a esa plataforma. Me olvidaba de los tan necesarios tutoriales, que gente hermosa.

La TV es deporte, noticias, canales de chimentos, algunos canales de películas que desde no sé qué año todos transmiten las pelis traducidas, y que su continuidad en estrenos es casi nula. Los canales onda NatGeo, Discovery Channel y eso que se yo, en algún momento fueron de documentales, un tanto nerdos, pero interesantísimos. Hoy es gente que acumula antigüedades, que intentan sobrevivir en la naturaleza onda reality show, que se yo, debe haber gente que le interese. A mí personalmente no. En YouTube puedes acceder a los dos.

¿Qué tendría que incorporar la TV para que la vieras más seguido?

Debería desaparecer. La verdad es que no me interesa volver a consumir TV. Con decirte que estoy estudiando en Córdoba pero que soy del sur y cuando vuelvo a la casa de mis viejos, llevo un Tera de películas y series y es lo único que veo. A no ser que un Domingo TNT este pasando Harry Potter.

¿Si la TV transmitiera lo mismo que ves en YouTube, lo verías? ¿Por qué?

Creo que sería muy raro que eso llegue a pasar. Lo único que sé que se transmitieron en TV y que igualmente vi por YouTube fueron series como Por Ahora y Jorge. Igualmente sigo firme, primero que en mi casa no tengo tele y es algo que no planeo comprar nunca, sé que no la necesito y tampoco la quiero. Mientras siga existiendo internet y tengo algún dispositivo desde donde ingresar voy a seguir consumiendo YouTube.

¿Ves películas en YouTube? ¿Programas? ¿Series? ¿Escuchas música o radio?

Es que vea películas o series desde YouTube a no ser que sea una serie web o ese estilo. Para ese contenido prefiero ver online o descargar por torrent. Música es lo que más consumo de la plataforma, no solo porque bueno, Spotify está a pleno, pero por lo general escucho músicos emergentes que no están en esa plataforma y hasta es más dada para que estas pequeñas bandas puedan darse a conocer. Trailers creo nunca vi en otro lugar que no sea YouTube, como locura contadas veces en el cine. Videoclips, recitales, shows, performances bueno de todo. Poesía también. Y bueno canales de contenido de "autor" más conocidos como canales de Youtubers. He visto hasta departamentos cuando buscaba alquiler. De programas solo veo Pasapalabra, y agradezco que los suban a los capítulos porque así puedo adelantar todas las conversaciones de la farándula. Tutoriales de lo que sea puedes encontrar. Es una herramienta increíble.

¿Ves transmisiones en vivo?

Transmisiones en vivo son contadas las que veo, de algunos canales en particular, o ciertos acontecimientos que suelen pasar pero más allá de podcast es raro.

¿Volvés a ver un video varias veces? ¿Qué es lo que te atrae de volver a verlo?

Si, con algunos soy obsesiva. Creo que es lo que me transmiten, la mayoría son con algún contenido poético que es increíble. Aunque sea a través de una pantalla, me hacen sentir un montón de cosas y me conecto con lo que está pasando ahí (sobre todo en presentaciones en vivo de algunas bandas, o gente que recita poesía atravesados de performance) y después los que repito son porque me gustan, algunos porque son graciosos, otros porque nada, me encanta su contenido, por ejemplo a los videos del canal "Tiranos Temblad" los vi mínimo 10 veces, y los sigo viendo. Creo que hay gente que tiene una habilidad increíble para transmitir un mensaje o lo que sea que por lo menos a mi hacen que me llegue.

¿Has pagado por contenido de YouTube? ¿Y por el de la TV?

No sabía que habían contenidos pagos en YouTube (calculo que el porno debe ser uno de ellos). Bueno mi ignorancia con respecto a eso demuestra que no. Y en TV menos.

¿YouTube te ofrece mejor contenido que Netflix? ¿En qué se diferencian en tu uso diario?

La verdad que lo puedo comparar desde afuera nomas porque Netflix no tengo. Creo que son diferentes. No sé si Netflix ofrece algo además de series y películas.

¿Creés que todavía le falta incorporar alguna función más?

Si, que pueda seguir reproduciendo los videos aunque bloquee el celular. Después de eso no se me ocurre otra.

¿Alguna queja que tengas respecto a su plataforma?

Que consume muchos datos. No, me ha dado mucho, no me puedo quejar.

¿Tenés un Youtuber favorito? ¿Cual? ¿Tiene más de un canal?

Youtuber así como persona creo que no. Pero los canales que más consumo son "Te lo resumo así nomás", "Bajoneando por hay", "tiranos temblad" (aunque ya no sube contenido desde hace unos años). Jorge (TLRAN) si tiene otro canal donde sube podcast, pero es compartido. El ramitagram (BxH) creo que no. Y Agustín (TT) si, ahora él se dedica a hacer resúmenes de otras cosas, labura para Cartoon Network, creo que es una de las razones por las que dejo de hacer sus videos tan bellos.

¿Qué tipo de contenido prevalece en él?

En Telo resumen básicamente son resúmenes de series, películas y novelas. Desde una mirada crítica y bizarra que llega a un humor muy interesante.

Bajoneando empezó como recomendar lugar para ir a "bajonear" en CABA. Empezó como muy al arrebatado y divertido pero se fue tornando en algo más, como culturalizar la comida. Es buenísimo lo que está logrando.

Tiranos temblad era un segmento como resumen/informativo de acontecimientos ocurridos en Uruguay. Una recopilación de videos relacionados con Uruguay o subidos a YouTube por gente de Uruguay. Desde un programa chino que visito su país hasta como Venancio el erizo tomo su primer baño.

¿Con cuanta constancia miras su canal?

Mínimo una vez por semana los primero dos. Sobre todo porque es la frecuencia con que suben material nuevo. Y tiranos cuando pinta. Son canales que los re "milito".

¿Hace cuánto lo seguís? ¿Recordás como empezaste a seguirlo?

Uh ni idea, al último que conocí fue al Rama. A los otros dos hace años que los veo.

¿Mirás sus videos más de una vez?

Los del Rama no. Los de Jorge y Agustín si, muchas veces.

¿Desde qué dispositivos ves al Youtuber? ¿En qué proporciones cada uno? ¿En dónde lo ves mayoritariamente?

Desde el celular y la compu. En la compu está abierto las 24 hs del día y en el celu, cuando me acuesto o ando afuera de casa.

¿Qué es lo que más te atrae del YouTuber?

El Rama me parece un tipo piola, como que es re sencillo y es entretenido de escuchar y ver. De Jorge creo que es ese ser ermitaño y que no le importa nada. Y Agustín, no sé, es como muy amplio. Tiene una dicción impecable, una voz que acompaña perfectamente el contenido. Las críticas casi que pasan desapercibidas.

¿Con que frecuencia sube un video?

Semanalmente más o menos (Jorge y Rama).

¿Tenés activado algún tipo de notificación cuando sube videos?

Si, la campanita.

¿Cuál es la duración promedio de sus videos?

Uh... 10-15 min más o menos.

¿Qué es lo que más recordás del video una vez ya habiéndolo visto? ¿Hay un video que te guste más que el resto? ¿Por qué?

En TLRAN los de Game Of Thrones. Cambio totalmente lo que venía haciendo, las rimas son muy acertadas y graciosas.

¿Sabés de su vida personal? Datos como: ¿Dónde vive? ¿Está en una relación? ¿Hace algo además de grabar?

Si un poco si, más allá de los videos las redes ayudan mucho para “acercarte” de alguna manera con otras personas y en este caso aprendes y ves cómo viven a través de esos espacios virtuales.

¿Ha aparecido en otros medios trabajando (cine, tv, libros)?

Por lo que vi, los tres en tv. En otros medios desconozco.

¿Cómo influye el Youtuber en tu vida diaria? ¿Qué tomas de él en tu forma de hablar, expresarte?

Algunos chiste claves si, sobre todo dentro de nuestro grupo de amigos. La mayoría, si no es que todos, vemos/vimos esos canales entonces durante charlas “random” saltan referencias, chistes, frases. Lo más importante es la joda

¿Seguís al Youtuber en todas sus redes?

A Jorge si, o sea la fan page del canal en Facebook, Instagram y Twitter. Su cuenta personal solo la sigo en Twitter. A Agustín en Twitter y en Instagram. Y al Rama solo en Instagram.

¿Te identificas con lo que dice y/o hace el Youtuber? ¿De qué manera?

Con algunas cosas sí. Por ejemplo como habla rama de la comida cuando esta de bajón y es muy cierto, a mí también me pasa. No creo que utilizaría sus mismas palabras pero el punto es el mismo.

¿Alguna vez te grabaste con el fin de imitarlo, rendirle tributo o iniciar tu carrera a partir de él?

A ellos no. Una vez hice el video de esta soleado y despejado con un filtro. Fue muy gracioso.

¿Hacés algún tipo de devolución al Youtuber? ¿De qué forma? ¿Alguna vez te respondió o mencionó?

Con Jorge por twitter. Cada tanto le escribo algo a Agustín y me responde y el Rama a veces.

¿Tuviste alguna vez un encuentro en persona con el Youtuber? En caso de que no, ¿Harías lo posible para tenerlo?

No, creo que si un día nos cruzamos en la calle bueno, si lo saludo. Pero no haría toda una movida con tal de verlo a alguno.

¿Ves los videos en compañía de alguien?

Sí, los de TLRAN con mi hermana. Podemos perdonarnos seguir una serie o una peli, pero que alguna vea un resumen sin la otra es imperdonable. Y la estoy acompañando en su primera vez de tiranos, un poco obligada por mí.

¿Es el Youtuber visto por tus amigos o familia? ¿Vos se los presentaste?

Justo estos “tres gurises” que veo me los que comendo un amigo. También está en la comunidad teloresumo, podría decirse que me sumergió en el mundo Youtuber. Y a partir de ahí empecé a llevar la palabra a otras casas.

¿Estás en un grupo o foro de fans del Youtuber? ¿En qué consiste? ¿Cuántos son? ¿Son de diferentes países?

Sí, en la Comunidad Teloresumo (grupo en Facebook), gente que sube recomendaciones, memes, pide recomendaciones, todo relacionado al mundo del cine y las series.

¿Cuánta gente lo integra?

Ni idea, seguro que mucha (Ahí me fije casi 12000 miembros) de distintas partes de Latinoamérica.

Y recientemente me incorpore al Comité Bajonero (grupo en Facebook), suben fotos de bajones, comida, recetas etc (400 miembros más o menos).

¿Se han encontrado los fans? ¿Qué tipo de reunión han hecho?

No, por lo menos yo no he participado. Si sé que se hacen pero no.

¿Has comprado merchandasing del Youtuber?

No, me encantaría pero con mi economía de estudiante se me complica un poco. Sobre todo porque vivo en Córdoba, los envíos capaz salen más que el producto en sí.

Clara. 18 años. Estudiante.

¿Tenés un Youtuber favorito? ¿Cual? ¿Tiene más de un canal?

Sí, tengo un Youtuber favorito. Dosogas Team, específicamente 2 chicos uruguayos que viven en una casa, en México, junto con todo su equipo que suben todos los días contenidos sobre

su día a día. Cada integrante del grupo tiene un canal personal donde suben diferentes tipo de contenido.

¿Qué tipo de contenido prevalece en él? ¿Qué es lo que más te atrae del Youtuber?

Son blogs donde sube su rutina cotidiana. Lo que más me atrae, es que ellos junto con su equipo son muy entretenidos y demasiados alegres.

¿Con que frecuencia sube un video?

Todos los días.

¿Con cuanta constancia miras su canal?

Todas las veces que suben video y si puedo volver a ver algunos que ya subieron también.

¿Cuál es la duración promedio de sus videos?

La duración de sus videos aproximadamente es de 10 a 12min.

¿Miras sus videos más de una vez? ¿Qué es lo que te atrae de volver a verlo?

Sí, miro más de una vez varios de los videos que ya tienen en el canal. Lo que más me atrae es la forma en la que se divierten haciendo blogs y su forma de vivir el día a día.

¿Hace cuánto lo seguís? ¿Recordás como empezaste a seguirlo?

Hace más o menos, un año y medio casi dos. No lo recuerdo muy bien, pero fue mediante un video que mostraba los diferentes Youtuber de los países.

¿Qué es lo que más recordás del video una vez ya habiéndolo visto? ¿Hay un video que te guste más que el resto? ¿Por qué?

Lo que más recuerdo es la forma de compartir las cosas y divertirse entre todos en una misma casa con varias personas. Hay un video que grabaron en noche buena junto con todo el team. Porque te hace ver el valor de tener amistades al lado tuyo que te acompañan en todo momento.

¿Desde qué dispositivos ves al Youtuber? ¿En qué proporciones cada uno?

Algunas veces los veo desde mi celular o sino desde mi computadora. Cuando suben un video o habitualmente por las noches.

¿En dónde lo ves mayoritariamente?

La mayoría de las veces lo veo desde mi celular. La mayoría de las veces los veo en mi pieza o sino en la mesa de la cocina.

¿Lo ves en momentos puntuales?

La mayoría de las veces lo veo en momentos puntuales, seria a los minutos de que lo publicaran.

¿Su atractivo, podría ser llevado a la TV? ¿Lo verías? ¿O debería cambiar el contenido para ajustarse a la Tv?

Se podría llevar a la tv solamente como un reality. Y si, si lo vería. Lo único que cambiaría es que, en el caso de ponerlo en la TV, los haría un poco más largo para que la gente se entretenga más y conozca un poco más de cada uno.

¿Tiene una frase célebre?

Si, al comienzo: "¡Bueeeeeeeen día sogas! ¿Cómo están todos? Esperamos que hayan tenido un lindo día, tarde, noche o mañana, de donde sea que nos estén mirando. Para los que no nos conocen nosotros somos dosogas y ¡Bienvenidos a una nueva aventura!"

Despedida: "¡Esperamos que les haya gustado y como siempre les decimos: sonrían, estén fuertes, vivan la vida, nos vemos en el próximo vídeo con una nueva aventura o sea mañana y acuérdense que solo nos divertimos nos vemos la próxima!"

¿Tenés activado algún tipo de notificación cuando sube videos?

Sí, tengo activado para que cada vez que suba algún video YouTube me avise.

¿Sabés de su vida personal? Datos como: Edad aproximada, ¿Dónde vive? ¿Está en una relación? ¿Hace algo además de grabar?

Si. Federico Vigevani: 23 años. Nació el 1 de octubre de 1994. Es de Uruguay. No está en una relación por el momento. Y Mathias Sellanes: 23 años. Nació el 13 de octubre de 1994. Es de Uruguay. Está en una relación con Agustina Anion. No tiene otra profesión que yo sepa.

¿El Youtuber transmite mensajes de superación, motivación, auto ayuda?

Y o lo tomo que todos los días hay que superarse un poco más. Pero después en general no trasmite ningún tipo de mensaje más que divertirse día a día.

¿Ha aparecido en otros medios trabajando (cine, tv, libros)?

Han aparecido en televisión, más que nada en entrevistas sobre una gira que hicieron el año pasado por varios países.

¿Tiene competencia dentro de su "rubro"? ¿En qué se diferencia él del resto?

Si, tiene competencia ya que hay varios Youtubers con un muy buen contenido. Lo que lo diferencia en mi opinión es su forma de ser y del tipo de contenido que tiene.

¿Por qué te gusta más este Youtuber que el otro?

Por su contenido y su carisma.

¿Sentís al Youtuber como compañía, como alguien con quien identificarse?

Si, lo siento como alguien con quien me identificada ya que me gusta poder superarme día a día y disfrutar.

¿Tenes algo que te canse de él? ¿Alguna queja que tengas respecto al Youtuber?

No, no tengo ningún tipo de queja sobre este Youtuber y su equipo.

¿Cómo influye el Youtuber en tu vida diaria? ¿Qué tomas de él en tu forma de hablar, expresarte?

Influye en el sentido que me hace divertirse cada vez que lo veo. No tomo ninguna forma en específica, ya que tengo mi propia manera de expresarme.

¿Has empezado una actividad con el fin de imitarlo?

No, por el momento no empecé ninguna actividad con el fin de imitarlo.

¿Seguís al Youtuber en todas sus redes?

Si, los sigo en todas sus redes en específicos a sus dos protagonistas principales. (Federico Vigevani y Mathias Sellanes) (Redes: Instagram, Snapchat y Twitter)

¿Te identificas con lo que dice y/o hace el Youtuber?

No, no me identifico.

¿Alguna vez te grabaste con el fin de imitarlo, rendirle tributo o iniciar tu carrera a partir de él?

No, nunca lo hice y creo que nunca lo haría.

¿Hacés algún tipo de devolución al Youtuber? ¿De qué forma? ¿Alguna vez te respondió o mencionó?

Le he mandados mensajes con el fin de que algún día me contesten. Mensajes privados por Instagram. Y no, nunca me han contestado.

¿Has sugerido un tema especial para un video? En caso de que si, ¿Qué era lo que esperabas ver en ese video?

No, nunca he sugerido una idea específica para cualquier tipo de video de su canal.

¿Compartís el video en tus redes sociales?

Si, solamente en Twitter.

¿Tuviste alguna vez un encuentro en persona con el Youtuber? En caso de que no, ¿Harías lo posible para tenerlo?

No, nunca tuve un encuentro personal con los personajes principales ni con el resto del equipo. Si, haría lo posible para conocerlos.

¿Ves los videos en compañía de alguien?

No, siempre los miro sola.

¿Es el Youtuber visto por tus amigos o familia? ¿Vos se los presentaste?

Solamente visto por mi hermano más chico. No, el al estar todo el tiempo en su computadora los encontré.

¿Estás en un grupo, comunidad o foro de fans del Youtuber? ¿En qué consiste? ¿Cuántos son? ¿Son de diferentes países?

Si, en un grupo de fans en Instagram. Consiste en subir fotos de todo el equipo y mantenernos informada sobre las cosas de ellos. Son más de 10mil personas. (Chicos y Chicas) Solamente muy pocos, por lo general son latinos.

¿Se han encontrado los fans? ¿Qué tipo de reunión han hecho?

Si, se han encontrado. (Ellos organizan diferentes juntadas con sus fans, pero por lo general todas son en lugares donde ellos viven o cuando viajan). Son las famosas juntadas.

¿Has comprado merchandasing del Youtuber?

No, no he comprado ningún tipo de merchandasing.

Facundo. 23 años. Estudiante

¿Con que constancia miras YouTube? ¿Y con cuanta la Televisión?

Youtube diariamente, depende de las actividades que tenga en durante el día, pero por lo general entro a la red social entre 5 o 6 veces diarias. Televisión también diariamente, aunque más estilo "zapping", sin decantarme por algún programa en particular.

¿Creés que por mirar más un medio, le das menos atención al otro?

Probablemente si, por cuestiones de tiempo y accesibilidad me intereso mucho más por YouTube que por tv.

¿Qué le encontrás de atractivo a YouTube que no lo ves en la TV?

Principalmente la posibilidad poder ver videos, series y películas según mi propia disponibilidad e intereses por cierta temática en particular

¿Qué tendría que incorporar la TV para que la vieras más seguido?

Una mejor calidad en cuanto a contenido, especialmente los programas locales. Más allá de que es una de las bases estructurales de su funcionamiento, el contenido publicitario es incluido en cantidades exageradas, hay programas de presupuesto medio que en una hora de aire, no deben tener más de 20 o 25 minutos de programas, el resto son espacios publicitarios.

¿Si la TV transmitiera lo mismo que ves en YouTube, lo verías? ¿Por qué?

No necesariamente, más que nada por la accesibilidad. YouTube me permite acceder desde una compu, una Tablet, un celular, o incluso también desde la misma tv. Es por esto que la red social se adecua más a mis posibilidades de tiempo y medios.

¿Ves películas en YouTube? ¿Programas? ¿Series? ¿Escuchas música o radio?

Así es, sobre todo blogs o videos informativos. En segundo lugar trailers o análisis de películas, y luego contenido relacionado a la música. También suelo ver videos archivo de contenido televisivo.

¿Ves transmisiones en vivo?

No, pero por ejemplo, últimamente es muy usual que los programas de tv sean grabados y luego subidos a la plataforma, por lo que suelo ver esos mismos apenas terminan de ser transmitidos en tv.

¿Volvés a ver un video varias veces? ¿Qué es lo que te atrae de volver a verlo?

Muchas veces. Por lo general es contenido de entretenimiento muy de mi gusto. También me gusta para revivir recortes o escenas de determinada película o programa de TV.

¿Has pagado por contenido de YouTube? ¿Y por el de la TV?

No, por contenido de Youtube nunca. Por TV tampoco, más que el servicio común de programación.

¿YouTube te ofrece mejor contenido que Netflix? ¿En qué se diferencian en tu uso diario?

Los considero plataformas muy distintas. No utilizo Netflix pero si miro series en otras páginas. Creo que la mayor diferencia son las condiciones de copyright que impone Youtube, lo que no permite subir por ejemplo una película completa o un capítulo de una serie sin que corra riesgo de ser borrado o que tenga que ser editado.

¿Creés que todavía le falta incorporar alguna función más?

Quizás mejores opciones de descarga de audios y videos sin tener que incurrir a otras páginas.

¿Alguna queja que tengas respecto a su plataforma?

Ninguna en particular. Escuche rumores que iba a aumentar su contenido pago e iban a hacer ciertas modificaciones similares, espero que continúe siendo abierto y accesible a todos.

¿Tenés un Youtuber favorito? ¿Cual? ¿Tiene más de un canal?

Muchos, pero para esta encuesta me decanto por el canal llamado "Cuerpos de Campeones", que hasta donde se tiene un solo canal.

¿Qué tipo de contenido prevalece en él?

Contenido de tipo deportivo, con rutinas y consejos para poder mejorar el rendimiento deportivo personal, se podría decir que entra dentro del auge de los Youtubers "fitness".

¿Con cuanta constancia miras su canal?

Ahora, alrededor de dos veces a la semana, que es cuando sube un nuevo video.

¿Hace cuánto lo seguís? ¿Recordás como empezaste a seguirlo?

Alrededor de dos años, estaba buscando responder dudas en particular sobre mi rendimiento en el gimnasio, de todos los que vi me pareció el más entretenido y simpático, además de generar contenido que siempre me resulto útil.

¿Mirás sus videos más de una vez?

A veces sí, porque explica una rutina o algún ejercicio, y necesito repasarlo para no olvidarlo.

¿Desde qué dispositivos ves al Youtuber? ¿En qué proporciones cada uno? ¿En dónde lo ves mayoritariamente?

Principalmente desde la PC, a veces desde el celular, aunque con muchísima más frecuencia desde la pc.

¿Qué es lo que más te atrae del Youtuber?

Que reproduce contenido útil, de una forma entretenida, creando sus propias bromas y "gags" que los seguidores entienden, generándose así una reciprocidad muy interesante.

¿Con que frecuencia sube un video?

Por ahora, una vez a la semana, algunas veces dos a la semana. En otro tiempo solía subir de a tres o cuatro semanales.

¿Tenés activado algún tipo de notificación cuando sube videos?

Si, la notificación de la red social, no la del celular.

¿Cuál es la duración promedio de sus videos?

Un promedio de 10 minutos.

¿Qué es lo que más recordás del video una vez ya habiéndolo visto? ¿Hay un video que te guste más que el resto? ¿Por qué?

Cada video trata sobre un tema específico del deporte: alimentación, gimnasio, cardio, descanso, etc.; por lo que sí, cada vez que lo veo me quedo repensando como aplico ese determinado factor dentro de mi vida cotidiana. No sé si un video en particular, pero algo que me gusta que lo diferencia del resto, es que promueve una vida deportista saludable, por ejemplo, no promociona ni vende productos como suplementos, de hecho los considera un aspecto muy secundario y no necesario dentro de la vida deportiva. La mayoría de los Youtubers fitness suelen promover el uso de estos productos, principalmente porque ellos los venden o están ligados a las marcas.

¿Sabés de su vida personal? Datos como: ¿Dónde vive? ¿Está en una relación? ¿Hace algo además de grabar?

Lo único que sé es que es de México, y tengo entendido que también sale en programas de entretenimiento en la tv mexicana, pero nunca pude verlo. Está en una relación, unos pocos videos aparece su novia. También sé que trabaja como entrenador personal, y al final de los videos suele promocionar sus servicios, aclarando que también trabaja a distancia con gente de otros países.

¿Cómo influye el Youtuber en tu vida diaria? ¿Qué tomas de él en tu forma de hablar, expresarte?

Hacer algún tipo de actividad deportiva es importante dentro de mi rutina, por lo que si influye de manera directa en esto. No tomo sus formas de expresar, solo ejercicios y consejos.

¿Has empezado una actividad con el fin de imitarlo?

Muchas rutinas no solo de musculación en el gimnasio, sino para correr o alimentarme mejor. Por ejemplo, es promotor del ayuno intermitente, que me ha dado buenos resultados en mi manera de comer.

¿Seguís al Youtuber en todas sus redes?

Muy poco, principalmente en Youtube.

¿Te identificas con lo que dice y/o hace el Youtuber? ¿De qué manera?

En cierta manera, para alcanzar ciertas metas deportivas, pero sobre todo para poder lograr una rutina diaria que se adecue a lo que busco, considero que lo que el promueve me puede servir de muchas maneras.

¿Hacés algún tipo de devolución al Youtuber? ¿De qué forma? ¿Alguna vez te respondió o mencionó?

Algunas veces, no siempre contesta mi comentario. Lo felicito y en ocasiones planteo alguna duda muy particular sobre el tema del video.

¿Tuviste alguna vez un encuentro en persona con el Youtuber? En caso de que no, ¿Harías lo posible para tenerlo?

No, y si alguna vez estoy en su ciudad seria agradable conocerlo, pero no es mi prioridad.

¿Ves los videos en compañía de alguien?

No, los miro solo.

¿Es el Youtuber visto por tus amigos o familia? ¿Vos se los presentaste?

No, de mi círculo soy el único que lo conoce.

¿Estás en un grupo o foro de fans del Youtuber? ¿En qué consiste? ¿Cuántos son? ¿Son de diferentes países?

No existe un foro según tengo entendido, solo los comentarios en sus videos.

Facundo. 24 años. Auxiliar de farmacia.

¿Con que constancia miras YouTube? ¿Y con cuanta la Televisión?

Todos los días veo Youtube. La televisión al menos una vez al día, pero solo para tener ruido de fondo.

¿Creés que por mirar más un medio, le das menos atención al otro?

Si, Youtube atrae mucho más mi interés que la televisión

¿Qué le encontrás de atractivo a YouTube que no lo ves en la TV?

Youtube tiene cientos de veces más parámetros de búsquedas y videos de mis preferencias que cualquier programación actual.

¿Qué tendría que incorporar la TV para que la vieras más seguido?

Variedad para entretenimiento.

¿Si la TV transmitiera lo mismo que ves en YouTube, lo verías? ¿Por qué?

Quizás no. Es más seguido lo que lo veo a través del celular, lo que me permite trasladarme.

¿Ves películas en YouTube? ¿Programas? ¿Series? ¿Escuchas música o radio?

Si. Fragmentos de series o música con videoclips, o compilados de horas de música para poner de fondo durante una actividad. Obviamente trailers también.

¿Ves transmisiones en vivo?

Si, por lo general de partidas de League of Legends o conciertos de interes.

¿Volvés a ver un video varias veces? ¿Qué es lo que te atrae de volver a verlo?

Sí, todo el tiempo. A veces es una escena de una serie que me impresiono, otras algo que me haya hecho reír mucho. Depende más del video pero es tratar de replicar la misma sensación de la primera vez.

¿Has pagado por contenido de YouTube? ¿Y por el de la TV?

No, jamás en ninguno de los dos casos.

¿YouTube te ofrece mejor contenido que Netflix? ¿En qué se diferencian en tu uso diario?

No, son diferentes así como el uso que se le dan. Netflix posee temporadas de series y películas para casi todos los gustos. Youtube solo posee fragmentos que usuarios han podido recortar acorde a sus propios gustos, a la par de no poseer series completas o películas gratis, lo que diferencia en ese sentido la calidad de entretenimiento.

¿Creés que todavía le falta incorporar alguna función más?

Probablemente se podría configurar un mismo parámetro de calidad para todos los videos por encima de los básicos 360p y agregar un mejor traductor de subtítulos en directo con mayor variedad de idiomas.

¿Alguna queja que tengas respecto a su plataforma?

Demasiados anuncios ante y durante los videos.

¿Tenés un Youtuber favorito? ¿Cual? ¿Tiene más de un canal?

Si. Dante Axe Productions. Si posee otro canal donde realiza streamings.

¿Qué tipo de contenido prevalece en él?

Mucho contenido de parodia con producción y animación propia sobre el juego League of Legends.

¿Con cuanta constancia miras su canal?

No tan seguido, pero cuando veo que sube algo nuevo, es prioridad, y quizás eso lleva a ver algunos anteriores, ya que en la mayoría de las veces sigue un formato historia.

¿Hace cuánto lo seguís? ¿Recordás como empezaste a seguirlo?

Al menos hace tres años. Creo que salió como una sugerencia por estar viendo contenido relacionado del juego y simplemente me causo mucha gracia.

¿Qué es lo que más te atrae del YouTuber?

Su ingenio para animar y su sentido del humor.

¿Con que frecuencia sube un video?

Últimamente, un video cada dos semanas

¿Cuál es la duración promedio de sus videos?

Alrededor de 4 minutos cada uno.

¿Qué es lo que más recordás del video una vez ya habiéndolo visto?

Recrea diferentes situaciones como micro historias durante cada video. Suelo recordar más aquellas que más gracia me causaron.

¿Sabés de su vida personal? Datos como: ¿Dónde vive? ¿Está en una relación? ¿Hace algo además de grabar?

No, nada. No es algo que comente durante sus videos, o algo que me hubiese interesado en buscar.

¿Cómo influye el Youtuber en tu vida diaria? ¿Qué tomas de él en tu forma de hablar, expresarte?

Realmente, de ninguna manera.

¿Has empezado una actividad con el fin de imitarlo?

No

¿Seguís al Youtuber en todas sus redes?

No, solo en Youtube.

¿Te identificas con lo que dice y/o hace el Youtuber? ¿De qué manera?

Si, en el sentido de que mucho de lo que parodia, son quizás errores o acciones que durante una partida todos hemos hecho.

¿Alguna vez te grabaste con el fin de imitarlo, rendirle tributo o iniciar tu carrera a partir de él?

No

¿Hacés algún tipo de devolución al Youtuber? ¿De qué forma? ¿Alguna vez te respondió o mencionó?

No, solo le doy un me gusta a cada video que me parece que lo merezca. Todos básicamente.

¿Tuviste alguna vez un encuentro en persona con el Youtuber? En caso de que no, ¿Harías lo posible para tenerlo?

No, jamás lo tuve. No, no creo que estuviese tan obsesionado.

¿Ves los videos en compañía de alguien?

Sí, de otros amigos jugadores si es que están cerca.

¿Es el Youtuber visto por tus amigos o familia? ¿Vos se los presentaste?

No será su favorito que yo sepa (respecto a amigos), pero sí se los presente yo.

¿Estás en un grupo o foro de fans del Youtuber? ¿En qué consiste? ¿Cuántos son? ¿Son de diferentes países?

No, en ninguno.

Esteban. 22 años. Trabaja en servicio social.

¿Con que constancia miras YouTube? ¿Y con cuanta la Televisión?

Diría que de 10 horas, 8 son YouTube y 2 son televisión, ya que el primero me permite escoger que quiero ver sin ningún tipo de restricción en cambio la televisión es solo lo que se encuentre en programación.

¿Creés que por mirar más un medio, le das menos atención al otro?

Definitivamente, suelo estar muy informado de lo que es tendencia en YouTube, en cambio de la televisión poco y nada se.

¿Qué le encontrás de atractivo a YouTube que no lo ves en la TV?

Youtube te permite la libertad de buscar lo que quieres ver, no solo películas, series o documentales; si no cualquier cosa que sea de tu interés lo que indudablemente te da mayor entretención.

¿Qué tendría que incorporar la TV para que la vieras más seguido?

Debería incluir una mayor variedad, uno se cansa de ver películas repetidas, series de la década pasada o que ahora mantienen la misma trama, es la monotonía la que ha llevado a la televisión a ir en decadencia, si consiguiese incorporar algún "show" que rompiera el formato clásico, de seguro lo vería.

¿Si la TV transmitiera lo mismo que ves en YouTube, lo verías? ¿Por qué?

Es muy probable que sí, ya que sería mucho más cómodo al no tener que obligadamente estar sentado en un escritorio para poder verlo o tener que usar el móvil y mirar por una pantalla diminuta.

¿Ves películas en YouTube? ¿Programas? ¿Series? ¿Escuchas música o radio?

Veo películas, series, programas y por supuesto música, suelo ver una variedad de videos que me permiten entretenerme grandes trazos de tiempo.

¿Ves transmisiones en vivo?

Suelo ver muchas ya que me producen una sensación de compañía que es grata en las tardes o en las noches.

¿Volvés a ver un video varias veces? ¿Qué es lo que te atrae de volver a verlo?

Es como comer tu comida favorita, sabes su sabor, sabes que te va a gustar y probablemente lo podrías comer durante todo el día pero eso no lo va a convertir en algo desagradable, ocurre lo mismo con un video, si uno me gusta podría estar horas mirándolo sin cansarme.

¿Has pagado por contenido de YouTube? ¿Y por el de la TV?

No. Ya que de pagar por contenido en YouTube estaría perdiendo el plus que posee al mostrar lo que quieres ver y sin costo, sin embargo el tv-cable al ser pago es ya una obligación sufrirlo.

¿YouTube te ofrece mejor contenido que Netflix? ¿En qué se diferencian en tu uso diario?

No siempre, en ocasiones Netflix posee mejor contenido, y a su vez me permite ver películas o series sin la necesidad de tener internet lo cual es ventajoso, pero como el cable, este también tiene la limitación de no poseer ni música ni videoclips o trailers.

¿Creés que todavía le falta incorporar alguna función más?

A YouTube, le falta dejar de sacar funciones y bajar los niveles de restricción, en cambio a Netflix, le faltaría agregar tráileres y videoclips.

¿Alguna queja que tengas respecto a su plataforma?

Ninguna realmente.

¿Tenés un Youtuber favorito? ¿Cuál? ¿Tiene más de un canal?

Youtuber favorito ninguno, ya que me gustan tantos que no podría realizar un podio, sin embargo los videos de Te lo resumo así nomas han sido mis predilectos este último tiempo.

¿Qué tipo de contenido prevalece en él?

Se podría decir que es una sátira hacia las críticas de las películas y las películas en sí.

¿Con cuanta constancia miras su canal?

Muy seguido, siempre que suba algún video.

¿Hace cuánto lo seguís? ¿Recordás como empezaste a seguirlo?

Hace un año aprox. Todo comenzó por una crítica a una película mala que había visto.

¿Mirás sus videos más de una vez?

Por supuesto, algunos son incansables.

¿Desde qué dispositivos ves al Youtuber? ¿En qué proporciones cada uno? ¿En dónde lo ves mayoritariamente?

Mayoritariamente desde el móvil, luego le seguiría el PC.

¿Qué es lo que más te atrae del Youtuber?

Lo gracioso de sus videos y la forma que mezcla la comedia de estos con hechos de la cultura actual.

¿Con que frecuencia sube un video?

Un video por semana últimamente.

¿Tenés activado algún tipo de notificación cuando sube videos?

La campanilla de YouTube.

¿Cuál es la duración promedio de sus videos?

De 4 a 10 minutos por lo general.

¿Qué es lo que más recordás del video una vez ya habiéndolo visto? ¿Hay un video que te guste más que el resto? ¿Por qué?

Las frases y los soundtracks clásicos ya del canal, y uno que es mi preferido sería el resumen de María la del barrio.

¿Sabés de su vida personal? Datos como: ¿Dónde vive? ¿Está en una relación? ¿Hace algo además de grabar?

No, ya que en lo personal no me gusta entrometerme en la vida de estos.

¿Cómo influye el Youtuber en tu vida diaria? ¿Qué tomas de él en tu forma de hablar, expresarte?

He de reconocer que en mi vida diaria suelo usar muchas de sus frases lo que me ayuda a distenderme en algunos ambientes.

¿Has empezado una actividad con el fin de imitarlo?

No, la verdad más que repetir sus frases en algunos momentos no he hecho nada más.

¿Seguís al Youtuber en todas sus redes?

Solo Facebook y Youtube ya que son las únicas que poseo

¿Te identificas con lo que dice y/o hace el Youtuber? ¿De qué manera?

Me identifico con algunas opiniones respecto a críticas de películas, es como reflejarme pero de manera mas graciosa.

¿Alguna vez te grabaste con el fin de imitarlo, rendirle tributo o iniciar tu carrera a partir de él?

No jamás lo he hecho.

¿Hacés algún tipo de devolución al Youtuber? ¿De qué forma? ¿Alguna vez te respondió o mencionó?

No, tampoco más que comentar uno que otro video, sin embargo no iban con el fin de ser respondidos.

¿Tuviste alguna vez un encuentro en persona con el Youtuber? En caso de que no, ¿Harías lo posible para tenerlo?

No, ya que no pertenezco a su país y la verdad tampoco lo haría, presiento que en persona no sería lo mismo que en un video.

¿Ves los videos en compañía de alguien?

Si puedo claramente, aunque por lo general lo hago en solitario.

¿Es el Youtuber visto por tus amigos o familia? ¿Vos se los presentaste?

Es visto por mis amigos, y sí, yo se los presenté.

¿Estás en un grupo o foro de fans del Youtuber? ¿En qué consiste? ¿Cuántos son? ¿Son de diferentes países?

Se podría considerar que sí, ya que su página se encuentran muchos latinoamericanos.

Fatima. 25 años. Fotógrafa y docente.

¿Con que constancia miras YouTube? ¿Y con cuanta la Televisión?

Todos los días miro contenido de YouTube. No soy consumidora de medios de televisión, ya seas canales de deporte, series, infantil o noticias.

¿Creés que por mirar más un medio, le das menos atención al otro?

Por lo contrario. Existen diferentes medios además de lo que muestra la televisión, teniendo más opiniones se puede ser más objetivo ante un tema u opinión. Está en uno darse cuenta que nunca hay que darle más importancia a uno u a otro.

¿Qué le encontrás de atractivo a YouTube que no lo ves en la TV?

Elección de temas e intereses

¿Qué tendría que incorporar la TV para que la vieras más seguido?

Diversidad de contenido en torno al interés general.

¿Si la TV transmitiera lo mismo que ves en YouTube, lo verías? ¿Por qué?

No. Youtube tiene la opción de pausar y volver a ver cuándo uno quiera, además de tener aplicaciones para poder verlo donde uno desee. La televisión no aporta mucho en ese sentido, y los pocos servicios que lo aporta, funcionan pésimo.

¿Ves películas en YouTube? ¿Programas? ¿Series? ¿Escuchas música o radio?

Peliculas no; programas sí; series solía ver antes que existiera Netflix. Youtube es la plataforma donde más escucho música y veo recitales, dejando de lado Spotify.

¿Ves transmisiones en vivo?

Sí

¿Volvés a ver un video varias veces? ¿Qué es lo que te atrae de volver a verlo?

Sí. Puede ser la edición, contenido o simplemente porque me divierte.

¿Has pagado por contenido de YouTube? ¿Y por el de la TV?

Pagado contenido por YouTube sí, para ver series de Youtubers. LA TV no.

¿YouTube te ofrece mejor contenido que Netflix? ¿En qué se diferencian en tu uso diario?

Tiempo y rapidez inmediata.

¿Creés que todavía le falta incorporar alguna función más?

Opción de poder descargar videos de manera legal.

¿Alguna queja que tengas respecto a su plataforma?

El sistema de visitas, publicidades.

¿Tenés un Youtuber favorito? ¿Cual? ¿Tiene más de un canal?

Sí, dos. Ruben Doblaz (ElRubiusOMG) y Felix Kjellberg (PewDiePie)

¿Qué tipo de contenido prevalece en él?

Comedia / Let's play (videojuegos)

¿Con cuanta constancia miras su canal?

Diario

¿Hace cuánto lo seguís? ¿Recordás como empezaste a seguirlo?

2011

¿Mirás sus videos más de una vez?

Sí

¿Desde qué dispositivos ves al Youtuber? ¿En qué proporciones cada uno? ¿En dónde lo ves mayoritariamente?

Desde el teléfono, o sino conectando la TV a YouTube

¿Qué es lo que más te atrae del Youtuber?

Los veo por varias razones, pero la mayor es la admiración que les tengo porque a su corta edad, han podido crear un imperio haciendo lo que realmente les gusta, no solo generando dinero sino también una comunidad de personas donde también apoyan lo que hacen, y eso lleva a que se rompan un montón de estereotipos tanto de trabajo, vocación como nuevas formas de trabajar y generar contenido para masas que muchas veces no tienen el acceso a hacer las cosas que ellos hacen, pero lo comparten.

¿Con que frecuencia sube un video?

Pewdiepie diario; ElRubius semanal

¿Tenés activado algún tipo de notificación cuando sube videos?

Si

¿Cuál es la duración promedio de sus videos?

10 / 15 minutos contenido normal – entre 50 y 2 horas playgames

¿Qué es lo que más recordás del video una vez ya habiéndolo visto? ¿Hay un video que te guste más que el resto? ¿Por qué?

Recuerdo los detalles, y sí he visto videos más de una vez porque me hacen gracia.

¿Sabés de su vida personal? Datos como: ¿Dónde vive? ¿Está en una relación? ¿Hace algo además de grabar?

Sí, es información que a veces ellos deciden compartir para no crear falsas noticias.

¿Ha aparecido en otros medios trabajando?

Sí, ambos produjeron libros. Sin embargo, se mantienen alejados de la TV y no dan entrevistas.

¿Cómo influye el Youtuber en tu vida diaria? ¿Qué tomas de él en tu forma de hablar, expresarte?

Influye a nivel motivacional de que realmente se puede vivir de lo que a uno le gusta, sea la profesión que sea, si uno le pone muchísimo empeño, ganas y dedicación. En mi caso no influye en mi manera de hablar, pero veo que en generaciones mucho más chicas, el léxico es casi el mismo. Este año fui maestra de grado, y los alumnos siempre usaban alguna referencia.

¿Has empezado una actividad con el fin de imitarlo?

No

¿Seguís al Youtuber en todas sus redes?

Sí

¿Te identificas con lo que dice y/o hace el Youtuber? ¿De qué manera?

Sí, cuando habla de lo difícil de destacarse en un mundo donde ya se ha hecho todo.

¿Alguna vez te grabaste con el fin de imitarlo, rendirle tributo o iniciar tu carrera a partir de él?

No

¿Hacés algún tipo de devolución al Youtuber? ¿De qué forma? ¿Alguna vez te respondió o mencionó?

Sí, por comentarios de YouTube o Twitter.

¿Tuviste alguna vez un encuentro en persona con el Youtuber? En caso de que no, ¿Harías lo posible para tenerlo?

Sí he tenido (El Rubius), no haría lo imposible.

¿Ves los videos en compañía de alguien?

Sí, a veces de mis amigos o se los recomiendo.

¿Es el Youtuber visto por tus amigos o familia? ¿Vos se los presentaste?

Sí

¿Estás en un grupo o foro de fans del Youtuber? ¿En qué consiste? ¿Cuántos son? ¿Son de diferentes países?

Sí, somos todas chicas grandes que también lo siguen, nos enfocamos mucho más en su carrera, apoyarlos en lo que hacen dentro y fuera de YouTube que en su vida personal. Existen diferentes tipos de fans dentro del fandom. Pero lo principal es seguirlos en su camino profesional, y no personal.

¿Se han encontrado los fans? ¿Qué tipo de reunión han hecho?

Sí. Reuniones al aire libre compartiendo anécdotas.

¿Has comprado merchandising del Youtuber?

Sí, oficial.

Iván. 21 años. Estudiante de periodismo y sociología.

¿Con que constancia miras YouTube? ¿Y con cuanta la Televisión?

Diariamente, es, incluso, uno de los principales usos que tiene mi smartphone. YouTube es tanto mi vía principal de entretenimiento como de información. En contraste con la TV, no la elijo sino que consumo televisión solamente cuando estoy en familia. De todas maneras, si así quisiese, elijo ver el contenido televisivo a través de YouTube según mis propios horarios y comodidades.

¿Creés que por mirar más un medio, le das menos atención al otro?

¿Hablando de la TV? Sí. Hablando de YouTube, no. Mi manera de consumir contenido digital desde YouTube se basa en mi propio feed con canales que yo elijo; canales que suben diaria o semanalmente videos que, siempre que pueda, los miro el mismo día que fueron subidos. En este momento, si bien no tengo el número exacto de canales a mano, debo seguir a más de 30 canales con actualizaciones por lo menos mensuales. Mentiría si dijese que miro todos los videos de todos los canales pero sí miro todos los videos que resulten de mi interés en cada uno de los casos. En concreto, no, no creo que por mirar más a un canal le de menos atención a los otros.

¿Qué le encontrás de atractivo a YouTube que no lo ves en la TV?

Encuentro de atractivo que los denominados "Youtubers" crean su propio contenido, de carácter independiente y del que -casi siempre- se nota que disfrutan realizándolo. Esos son tres factores que no se encuentran a menudo en la TV. A pesar de que en ambos casos los que trabajan en cualquiera de los dos medios son remunerados y a pesar, también, de que hay una

diferencia enorme en lo que respecta a salarios entre la TV y YouTube, encuentro más pasión en el medio de internet que en el medio televisivo.

¿Qué tendría que incorporar la TV para que la vieras más seguido?

Para los “millennials” como yo (aborrezco esa palabra), la TV es un medio muerto. De todas maneras, herramientas adicionales como Cablevisión Flow o las apps de ESPN o HBO son de gran ayuda para ver el contenido televisivo. Igualmente la TV Argentina es calamitosa y siendo franco no sabría que podría incorporar para que personas como yo la viésemos más seguido.

¿Si la TV transmitiera lo mismo que ves en YouTube, lo verías? ¿Por qué?

Más de un Youtuber tuvo su paso por la TV y a muy pocos les fue bien. El Youtuber disfruta de su canal y de su libertad para publicar el contenido que desea. No sucede en la TV pero aunque sucediese dudo que consuma su espacio televisivo. Soy muy fiel a la plataforma y al momento de encontrar un cambio dejaría de verlo. De todas formas repito, no soy una persona que consuma TV.

¿Ves películas en YouTube? ¿Programas? ¿Series? ¿Escuchas música o radio?

Sí a todo. Personalmente me encanta descargar cosas desde Internet, incluso pasarlas a CD o DVD. Películas enteras en YouTube hay pocas, aunque si puedo y me acuerdo de buscarlas las veo. Música sí, cuando estoy aburrido y con fiaca de descargar algo o con amigos, YouTube y Spotify son elementales. Para series tengo Netflix o mis propias descargas. Trailers, entrevistas, videoclips, coberturas o cualquier cosa que se le asemeje sí lo consumo por YouTube.

¿Ves transmisiones en vivo?

No siempre, en verdad no sigo a muchos Youtubers que las hagan aunque si puedo en ese momento, sí. Youtube.com/drossrotzank es uno de los pocos Youtubers a los que estoy suscripto y que hace transmisiones en vivo. Si bien trato de verlas en su momento, sí las veo cuando las sube en formato video a su canal.

¿Volvés a ver un video varias veces? ¿Qué es lo que te atrae de volver a verlo?

Sí. Videos informativos, videos graciosos, videos de carácter educacional o que hayan captado mi interés. Incluso cuando estoy aburrido prefiero, a veces, volver a ver un video que ya había visto antes de ver algo distinto. Puedo hacerte la misma pregunta, ¿qué te atrae de volver a ver una película que ya viste o de escuchar otra vez la misma canción? La respuesta es la misma. Gustosidad, aburrimiento, interés, encontrar algo nuevo. La respuesta es muy basta pero a la vez muy simple.

¿Has pagado por contenido de YouTube? ¿Y por el de la TV?

Jamás. Defiendo con locura la internet gratis y pública. Odio pagar por productos del Internet. Secreto personal: me cuelgo en una cuenta de Netflix y tengo un Spotify premium. Aborrezco todo lo que sea pago en la web. En TV sí, mi papá, los nuevos canales de fútbol nacional.

¿YouTube te ofrece mejor contenido que Netflix? ¿En qué se diferencian en tu uso diario?

Sí, en mi opinión YouTube ofrece mejor contenido que Netflix a pesar de que sean dos fuentes de contenido multimedia muy distintas. Netflix ofrece también, creo, mejor contenido que la TV. Prefiero YouTube por la enorme cantidad de canales que tengo para ver y por no tener que

buscar y buscar y buscar contenido de mi interés para ver. Netflix solo lo consumo de noche, acostado y desde la tablet. YouTube siempre que puedo.

¿Creés que todavía le falta incorporar alguna función más?

Como está me parece que está bien. No le agregaría nada más ya que todo lo que se agregó fue un fracaso. Si mejoraría, quizás, el algoritmo para entrelazar videos pero no creo que sea estrictamente necesario.

¿Alguna queja que tengas respecto a su plataforma?

Ninguna, hoy por hoy creo que está muy bien construida.

¿Tenés un Youtuber favorito? ¿Cual? ¿Tiene más de un canal?

Sí. Aunque me duela elegir a uno ya que sinceramente no me gusta elegir a un "favorito" en ningún tipo de materia, El Diario de Dross es mi canal favorito. Es de los primeros que seguí hace ya más de 10 años y del que más me enorgullece su crecimiento. Tiene hasta donde yo sé, tres canales.

¿Qué tipo de contenido prevalece en él?

Si bien empezó haciendo parodias a otro Youtuber, /angrynintendonerd, donde jugaba juegos de antaño y "se enojaba" al fallar en el gameplay, hace unos cinco años cambió estrictamente su contenido para llevarlo al lado del terror. Con un paso intermedio entre estos dos tipos de contenidos donde también hacía video blogs tratando temas sensibles como el aborto o la religión, el terror es hoy en día su principal categoría.

¿Con cuanta constancia miras su canal?

Sube entre dos y tres videos a la semana. Cuando los sube los miro.

¿Hace cuánto lo seguís? ¿Recordás como empezaste a seguirlo?

Desde el 2006 aproximadamente. Un amigo me mostró uno de sus videos y desde entonces no dejé de verlo.

¿Mirás sus videos más de una vez?

Sí, si son ilustrativos, sí. Siguiéndolo desde hace tanto de a momentos suelo ver alguno de sus videos antiguos.

¿Desde qué dispositivos ves al Youtuber? ¿En qué proporciones cada uno? ¿En dónde lo ves mayoritariamente?

Desde mi celular, mi tablet y mi PC; no en ese orden. Más en la tablet y en la PC, casi por igual entre los dos aparatos.

¿Qué es lo que más te atrae del Youtuber?

Cómo sabe mantener a su público. Empecé a seguirlo cuando el tenía aproximadamente unos 5000 seguidores. Hoy en día tiene más de 12 millones. Se encuentra también en el top 80 del mundo y, por supuesto, en el puesto número 1 de Argentina. Este último es un reconocimiento falso puesto que él es oriundo de Venezuela pero como creó su canal en nuestro país, el top aplica a la Argentina.

Me atrayeron arduamente sus primeros videos, aquellos falsos gameplays humorísticos que hacía. Tiempo después me interesé en sus opiniones polémicas y personales en torno a la religión, el aborto, el bullying, engaños amorosos y demás. Él también mantenía activo un blog, pero dí con él cuando ya había abandonado la escritura para convertirse en un Youtuber de tiempo completo. Sin embargo logré descargarme todos sus artículos convirtiéndome en uno de los pocos que logró leerlos. Curiosamente, su forma de escribir es lo que más me agrada de él.

¿Con que frecuencia sube un video?

Entre dos o tres veces a la semana.

¿Tenés activado algún tipo de notificación cuando sube videos?

Sí, como con muchos otros. Pero no por eso los veo en el momento.

¿Cuál es la duración promedio de sus videos?

Entre 10 y 30 minutos, dependiendo de qué se trate el video.

¿Qué es lo que más recordás del video una vez ya habiéndolo visto? ¿Hay un video que te guste más que el resto? ¿Por qué?

Quizás sea su manera de expresarse. No recuerdo en este momento un video que me guste más que otro. Aprecio cómo se arma su canal a través de los videos que sube aunque no podría elegir uno en particular.

¿Sabés de su vida personal? Datos como: ¿Dónde vive? ¿Está en una relación? ¿Hace algo además de grabar?

Se bastante pero no podría afirmar nada. Vive en el barrio de Florida, en las afueras de Capital Federal. Vive solo y no, vive de sus libros y de internet.

¿Ha aparecido en otros medios trabajando?

Si, sin contar entrevistas apareció en la TV uruguaya y bueno, escribió tres libros.

¿Cómo influye el Youtuber en tu vida diaria? ¿Qué tomas de él en tu forma de hablar, expresarte?

Si bien hoy tengo 21 años (casi 22) a mis 17 años logré hacerle una entrevista. Aquella entrevista salió publicada en un diario barrial por donde él vivía y mucho tiempo después la encontré levantada en decenas de foros hispánicos y más de uno de habla inglesa. Tradujeron la entrevista completa, increíble. Hoy en día no influye tanto en mí como sí lo hizo años atrás. Adquirí modismos y expresiones en mi habla.

¿Has empezado una actividad con el fin de imitarlo?

Escribir, quizás. Su forma de escritura irónica y descabellada me ayudó muchas veces.

¿Seguís al Youtuber en todas sus redes?

Sí, en YouTube, Facebook, Twitter e Instagram.

¿Te identificas con lo que dice y/o hace el Youtuber? ¿De qué manera?

Ya no. Hoy en día sube puro contenido “terrorífico” Pero antes sí, en su forma de pensar y hablar.

¿Alguna vez te grabaste con el fin de imitarlo, rendirle tributo o iniciar tu carrera a partir de él?

No, nunca.

¿Hacés algún tipo de devolución al Youtuber? ¿De qué forma? ¿Alguna vez te respondió o mencionó?

Muy pocas veces difundí sus videos. No suelo hacerlo con él ni con ningún otro. Aparecí en un video suyo en una juntada que hizo. Primero aparecí yo personalmente y luego, en el mismo video, mostró la entrevista ya publicada que le había realizado. Solía hablar con él por las redes pero creció tanto que ya me resulta frustrante. También me mencionó en otros dos videos, cuando le pasé un video para que se filme haciendo una “viderracción” y al final de un top cuya idea le sugerí yo.

¿Ves los videos en compañía de alguien?

A veces los veo con mi familia o amigos, de vez en cuando, no todos.

¿Estás en un grupo o foro de fans del Youtuber? ¿En qué consiste? ¿Cuántos son? ¿Son de diferentes países?

No estoy en ningún grupo de fans, me desagradan.

Lucía. 23 años. Estudiante

¿Con que constancia miras a los Youtubers?

Depende, cuando estoy ocupada, ponele que una vez por semana reviso la caja de suscripción. Y cuando estoy “muy al pedo” todos los días reviso si se subió algo nuevo. En general miro Youtubers británicos, si, re vende patria pero bueno.

¿Cuáles son tus Youtubers favoritos?

Suelo mirar Youtubers que hablan sobre género, sexualidad y relaciones porque es un tema que me interesa. No suelo mirar vloggers, ni canales de sketches. Suelen llamarme la atención por tener contenido interesante o que me aporte una mirada diferente sobre alguna temática en particular. También cuando tienen formas innovadoras de mostrar el contenido. Algunos que suelen ser muy originales en la forma de mostrar el contenido que te puedo dar de ejemplo: Ash Hardell, Kichthepi, Dodie Clark, Elle Mills; esta última descubrí hace poco, no es el tipo de contenido que me gusta, pero si me parece interesante el “Storytelling”.

Después sobre género y sexualidad tengo como “referentes” Hannah Witton, Laci Green y Gaby Dunn. Sumo a la lista de los que son re originales a Anna Akana. Después en general me parece fascinante el tema Youtubers, creo que es una forma de generación de contenido y de exposición que es completamente nueva, que cada uno elige qué y a quién quiere ver.

Y me encanta que, todos tenemos una cámara en nuestra casa pero solamente algunos supieron cómo aprovecharla, y que se mezclan muchísimos factores a la hora de generarse una audiencia propia, más en este contexto.

En fin, Tampoco soy Fan Hiper de algún Youtuber en particular, me interesa el fenómeno y me gustan las cosas, que pueden surgir de esto, porque además es el poder de decir, un poco disociado de grupos económicos con intereses propios. Le dieron a la gente un poder que no supieron medir.

¿Cuál es el atractivo de ellos?

Creo que lo atractivo es que es como una historia larga contada en capítulos, como que vas encontrándote con la historia de estas personas, con lo que éstos van aprendiendo, descubriendo, viviendo y cómo les atraviesa. Ellos se generan pejes y vos consumís personajes. Digamos, creo que eso está intrínseco en el branding y el storytelling. No sé si “merecen” ser escuchados, creo que no pasa por el merecer, creo que es una intersección entre contenido, personalidad o magnetismo, porque como dije, todos tenemos una cámara, digamos; calidad a nivel de la forma de presentar las cosas, novedad.

¿Los consideras como referentes?

Creo que si bien odio la palabra, es descriptiva, la cuestión del influencer, es como retomar el concepto de referente. Referente a nivel de generadores de opinión y de poner ciertas cosas en agenda. Pero si alguien va a poner cosas en agenda, prefiero que sea alguien que no dependa directamente de intereses de monopolios, sino que sea algo más en red. Que la personalidad o influencia se construya colectivamente, porque es el público el que le da entidad, digamos. Más allá de que sea Yao Cabrera, que ese tipo tenga cierta cantidad de seguidores o influencia, es significativo, en la forma en que pensamos a su target de audiencia.

¿Han cambiado tu opinión al ver los Youtubers?

Suelo consumir cosas que están dentro de lo que ya de por sí estoy de acuerdo. Pero eso es normal en las audiencias, digamos. Creo que muchas veces lo que me ha pasado fue de volver a repreguntarme ciertas cosas. Por ejemplo, me pasó hace poco, creo que Hannah había entrevistado a dos pibas trans, y empezaron a hablar sobre cómo después de empezar a tomar testosterona, les empezó a costar llorar. Y fue como que lo traje a la realidad, y le empecé a hablar a la gente sobre que nosotros hablamos del género como algo completamente construido, pero a estos pibes les pasa esto, entonces lo pongo en debate. No sé si cambia de opinión, pero si muchas veces me trae a debate nuevas preguntas.

¿En los comentarios ves polémicas?

No leo los comentarios. Solamente cuando algo es muy controversial leo los primeros tres. Y tampoco estoy metida como para saber quienes defienden a quien.

Santiago. 26 años. Estudiante

¿Con que constancia miras YouTube?

Lo frecuento casi diariamente, sin contar con algunas excepciones por viajes, facultad, reuniones u otras situaciones que requieren de mi total atención, o en su defecto, circunstancias que me impidan el acceso a internet y, por lo tanto, de YouTube.

¿Si la TV transmitiera lo mismo que ves en YouTube, lo verías? ¿Por qué?

Si la TV transmitiera lo mismo que veo en Youtube yo lo vería, porque en un principio fue por Youtube con lo que reemplacé a la televisión años atrás, y esto es porque yo dejé de encontrar canales y programas televisivos que mantuvieran mi interés frente a la pantalla, con los años

veía que la TV se volvía más monótona y obsoleta por falta de ideas que me parecieran interesantes. Por ejemplo, “History”, “Mtv”, “Discovery”, “Cinecanal” y “TNT” eran mis canales predilectos por un tiempo, hasta que las películas no eran muy llamativas (en Cinecanal y TNT), había cambiado el formato del canal y se enfocó en “realities” (Mtv), como también cambió el formato y la dirección de los programas del canal de History y Discovery. Con todo esto, casi deserté del uso de la TV, salvo para ver noticias y estar informado mientras desayuno, almuerzo y ceno, y muy brevísimas ocasiones que me engancho para ver solo una serie en particular.

Youtube es diferente a la TV, porque tiene más alternativas, lo que es para mí el equivalente de un TV con un sin número de canales y programas para elegir. Por esto último, si la TV transmitiera lo mismo que YouTube, volvería a atrapar mi atención la TV. Porque si me hartara de ver algunas cosas, aun así tendría muchos otros canales como respaldo.

¿Hace transmisiones en vivo?

Sí, hay canales que hacen transmisiones en vivo, las razones o las frecuencias varían, hay canales que lo hacen esporádicamente como una situación “especial” para el Youtuber; en otros canales, las transmisiones en vivo son su contenido, por ej. Canales de música, canales de noticias.

¿Volvés a ver un video varias veces?

Si, vuelvo a ver un video más de una vez. Dependiendo la necesidad del momento, a veces para recordar algunos videos que me gustaron mucho, y otras veces pongo a reproducir videos que ya vi, pero no prestando mucha atención, sino para tenerlo como sonido de fondo mientras hago algo, como ordenar, limpiar, hacer iteraciones, planos, o incluso cuando tengo sueño. No soy una persona que me gusta el silencio, y suelo dejar la tv y la radio prendidas, y de igual forma lo aplico a Youtube con la computadora.

¿Tenés un Youtuber favorito? ¿Cuál? ¿Tiene más de un canal?

Tengo varios Youtubers favoritos para diferentes actividades o intereses en particular. Algunos son de noticias referidas a series tales como Games of Thrones, videojuegos de compañías como Ubisoft, películas del universo de Marvel. Otros canales que son exclusivamente de humor. Otros son más enfocados a reacciones de series o animes. Otros de gameplay. Otros son canales de televisión, como Bendita TV. Otros canales de música tanto de artistas o bandas como canales enfocados en música ambiental, canales de contenido de documental. Y otros canales que tienen diversos segmentos humorísticos para entretener.

Pero a diferencia de los demás canales nombrados, hay uno que sigo y frecuento desde antes de hacerme una cuenta en YouTube, y que sigo suscripto desde entonces. El Youtuber del que hablo se llama Angel David Revilla, y se apoda como DrossRotzank que es el nombre de su canal. Tiene dos cuentas a la fecha, uno que es el principal, donde comenzó su carrera en Youtube; y otro canal secundario, que es más reciente y funciona como un blog o diario personal.

¿Qué tipo de contenido prevalece en él?

En un principio se enfocó su contenido en humor y videos con un formato de blog personal. Ahora, el contenido que prevaleció durante unos años, fue el de temática de terror, no para demostrar verdades sino como una forma de entretenimiento como alguien que relata cuentos o novelas, temas como: hechos paranormales, curiosidades inquietantes tanto de

eventos históricos como de videojuegos, personajes de libros de terror (de autores como Stephen King), celebridades o personas comunes que hayan presenciado o protagonizado alguna situación perturbadora, o actividades delictivas tanto en la internet como en la vida real, etc.

¿Qué es lo que más te atrae del Youtuber?

Lo que más me atrae además del contenido que ofrece (que es el terror o suspenso), es la forma en la que edita sus videos y su forma de narración, que le dan un mayor peso al contenido, porque me transmite credibilidad, me sumerge en la historia. Todo esto en conjunto es lo que forman su marca personal, y es lo que lo hace atractivo a su canal.

¿Con cuanta constancia miras su canal?

Varía la frecuencia. Hay veces que suelo verlo bastante seguido y es cuando ya recurro a volver a ver algunos de sus videos, y otros momentos que directamente no paso por su canal, y veo otro contenido de otros Youtubers. Teniendo en cuenta que posiblemente ya haya visto todo su contenido, lo más seguro es que una vez a la semana tengo una cita infaltable, que es cuando sube un nuevo material.

¿Hace cuánto lo seguís? ¿Recordás cómo empezaste a seguirlo?

Fue a través de una amiga que conocí unos videos de humor de DrossRotzang en el 2010. Pero fue a partir del 2012, cuando ya me había olvidado de esa anécdota, que había reencontrado al azar uno de sus videos, y desde ese entonces, cuando exploré más el contenido de su canal, que empecé a seguirlo con más frecuencia.

¿Mirás sus videos más de una vez? ¿Qué es lo que te atrae de volver a verlo?

Si, miro los videos más de una vez. De hecho, algunos videos los he bajado a través de un programa, para tenerlos en la computadora y/o en el celular en caso de que me quede sin internet.

Lo que siempre me atrajo fue la voz y la narrativa del Youtuber cuando se trata de videos de reflexión, o de historias verídicas o ficticias como entretenimiento. La primera vez que los miro es por curiosidad hacia el tema del video, y la segunda y todas las demás veces que repito los videos, lo hago porque me abstrae donde yo esté, como en un colectivo, o me transmite calma cuando estoy en casa dibujando para un proyecto de la facultad.

¿Qué es lo que más recordás del video una vez ya habiéndolo visto? ¿Hay un video que te guste más que el resto? ¿Por qué?

Lo que más recuerdo son las palabras del narrador y el timing de los sonidos. A veces llego a continuar lo que va a decir más adelante por algunas palabras o sonidos clave.

Hay un video que no me canso de verlo, que se llama "El rebuznar de los cretinos", es un video que habla sobre el plagio, y la mala utilización del término. Me gusta porque para mí muestra la esencia del Youtuber, que es su capacidad para explicar y desenvolverse con argumentos claros, con inteligencia y sentido del humor, sin caer en el agravio a otra persona.

¿Desde qué dispositivos ves al Youtuber? ¿En qué proporciones cada uno? ¿En dónde lo ves mayoritariamente?

Lo miro principalmente desde mi computadora de escritorio donde puedo escuchar el sonido con los parlantes para más comodidad, y después en orden decreciente, también lo miro desde el celular, cuando estoy en la calle con los auriculares, y en menor grado desde la notebook, en momentos que no estoy en mi cuarto y tengo los auriculares a mano.

¿Su atractivo, podría ser llevado a la TV? ¿Lo verías? ¿O debería cambiar el contenido para ajustarse a la Tv?

Este Youtuber tuvo su momento en la TV en un canal extranjero, pero por un brevísimo tiempo, para hacer algo especial no con el fin de una permanencia en la TV. Yo los pude ver, pero en la computadora cuando ya lo transmitieron, por problemas de distancia. Creo que la esencia de su contenido reside en que son videos cortos sobre historias que no podrían alargarse más allá de la cuenta, videos que la mayoría duran 15min como máximo, sin contar algunos videos especiales de "3 historias de terror" que son "creepypastas" que duran 30min en total.

¿Lo ves en momentos puntuales?

Los fines de semana en que es más probable que comparta un video. Antes o después del fin de semana, no lo veo puntualmente en un día especial ni a una hora determinada. Primero depende en lo que yo esté ocupado, y en segundo lugar, las ganas y la predisposición que yo tenga en el momento.

¿Tiene una frase célebre?

"La realidad supera a la ficción" "El orden de los factores no altera al producto" "Es bizarro en el sentido anglosajón de la palabra" "La cerecita sobre el pastel..." "Te ha hablado Dross y te deseo, buenas noches."

¿Con que frecuencia sube un video?

Sube un aproximado de 2 videos por semana. Un día del fin de semana, y otro día al azar de la semana.

¿Tenés activado algún tipo de notificación cuando sube videos?

Así es, desde que Youtube actualizó la página en general y permitió que cada canal tenga un botón llamada "campana", que es para notificar a los usuarios de la actividad de los Youtubers, tengo activada la campana en el canal de Drossrotzank, al igual que otros tantos.

¿Cuál es la duración promedio de sus videos?

Sus videos suelen durar entre 5 a 20 minutos. Dependiendo de qué tipo de video pública. Si es un video de "Dross cuenta 3 historias de terror" entonces puede durar hasta poco más de 30 minutos. Si es un video de "Tops" puede durar más de 10 minutos. Y si es un video para relatar un suceso o un hecho particular entonces puede durar menos de 10 minutos.

¿Sabés de su vida personal?

De su vida privada solo sé lo que llega a contar él mismo en su blog. Sé que es venezolano, que a los veinte vino a vivir a Buenos Aires, que hoy está en sus treinta. Que es licenciado en Comunicación Social, que trabajó en páginas web haciendo artículos, que hizo también algunos trabajos de diseño gráfico, que ha publicado libros, que ha hecho entrevistas a algunas personalidades, entre otras actividades laborales más. Pero en otros aspectos más personales,

suele ser bastante reservado, porque no ha mostrado ni comentado en sus videos, que yo sepa, de alguna pareja, como tampoco de amistades (que no sean del círculo Youtuber) o familiares.

¿El Youtuber transmite mensajes de superación, motivación, auto ayuda?

En su canal principal hizo algunos videos dando consejos a sus suscriptores, que en el pasado le agregaba su cuota de ironía o alguna broma pesada como parte del personaje que él hacía. Pero ahora, en estos últimos años, solo en su canal secundario da mensajes de motivación o superación, no como tema principal del video, sino a raíz de un hecho o una experiencia propia que él cuenta y que se va desembocando como conclusión en un mensaje positivo a la audiencia.

¿Él cuenta su camino hasta poder vivir de YouTube?

Lo ha contado en varias entrevistas televisivas o radiales, y la mayoría de las veces en su canal secundario, a través de transmisiones en vivo, respondiendo preguntas de los usuarios o contando algo que ya tenía preparado hablar.

¿Ha aparecido en otros medios trabajando (cine, tv, libros)?

Sí, ha aparecido en otros medios de comunicación. Ha publicado 3 libros, ha trabajado en una miniserie llamada "Dross Dark Tales of Terror".

¿Tiene competencia dentro de su "rubro"? ¿En qué se diferencia él del resto?

Al ser una plataforma con tantos Youtubers, es imposible que haya algo que no se haya inventado ya. Si bien Angel no es el único que hace videos como "tops" o videos vinculados a la temática que él utiliza. Creo que tiene un estilo particular que lo hace diferente a los demás, como sus frases o, como dije antes, la forma en que edita los videos y narra las historias.

¿Por qué te gusta más este Youtuber que el otro?

Me gusta más que otros por su carisma, y el estilo que le da al contenido. Además, de que con la costumbre de los años, yo siento que uno mismo se va adaptando a un estilo específico de un Youtuber y que lo haces propio, y mirar para afuera de eso, se hace difícil incorporar otros estilos de otros Youtubers con el mismo contenido o parecido.

¿Sentís al Youtuber como compañía, como alguien con quien identificarse?

Depende en qué sentido, como estilo de vida de un Youtuber, personalmente no me identifica. Pero puedo identificarme con él, en un sentido más general, como alguien que empieza desde un lugar más humilde, y que busca hacer lo que le apasiona e ir perfeccionándose para llegar lejos.

¿Tenés algo que te canse de él? ¿Alguna queja que tengas respecto al Youtuber?

Me han cansado algunas "sagas" sobre historias que no me atraparon desde el comienzo, como por ejemplo "Second life" que se hicieron 4 videos al respecto, y la saga más reciente que es "Dear David" que tuvo 5. Si bien entiendo que hay una audiencia grande, hay gustos para todo y hay bastantes personas que piden cierto contenido, para mí es un exceso este tipo de videos, que sobreexplotan algo que no amerita tanta atención.

¿Cómo influye el Youtuber en tu vida diaria? ¿Qué tomas de él en tu forma de hablar, expresarte?

En mi personalidad, yo creo que lo que más me influyó fue en mi forma de comunicar, de decir las cosas con propiedad en momentos particulares, por supuesto que no en todos los ámbitos. También me influyó positivamente en no quedarme con lo que conozco, y ser curioso. Curiosidad que en mi carrera de Diseño, es clave.

¿Has empezado una actividad con el fin de imitarlo?

No. Creo que mi gusto personal llega hasta ese límite. Aunque yo lo apoyo, lo sigo, y podría decirse que lo admiro por que cumplió con muchos de sus objetivos personales. Yo no siento tampoco la necesidad de hacer algo para ser parecido a él. Como dije antes, me influyó positivamente en algunos gustos como libros, pero no por eso, significa que yo quiera ser escritor porque él lo es. Como tampoco tengo la necesidad de desarrollar un canal en Youtube porque Angel lo hizo exitosamente.

¿Seguís al Youtuber en todas sus redes?

Lo sigo en las redes que yo uso por otras razones personales, como son Youtube (por supuesto), Facebook e Instagram.

¿Te identificas con lo que dice y/o hace el Youtuber? ¿De qué manera?

Me identifico con algunos de sus gustos vinculados a libros, películas, videojuegos, como también, en cierta medida, por su actitud de hacer lo que le apasiona, que en mi caso es mi pasión por mi carrera de Diseño Industrial.

¿Alguna vez te grabaste con el fin de imitarlo, rendirle tributo o iniciar tu carrera a partir de él?

Hacer videos o empezar a hacer un canal propio no es algo que me interese, si bien muchos hacen “personajes” en Youtube y me resulta interesante la “actuación”, no tengo la necesidad de empezar a hacerlo, y si lo haría no sería a través de esa plataforma. YouTube, desde un lugar más humilde y pequeño, comparte con la TV en que ambos pueden ser ambientes muy superficiales y abiertos a que las personas te juzguen para bien o para mal en la caja de comentarios o en otros videos opinando al respecto, como puede pasar a cualquier persona que se hace pública, algo que no envidio. Por eso nunca me imaginaría haciendo algo público, si me parece que yo podría subir algo pero para mi grupo de amigos cercanos, y con ciertas limitaciones de privacidad.

¿Hacés algún tipo de devolución al Youtuber? ¿De qué forma? ¿Alguna vez te respondió o mencionó?

No suelo comentar videos, yo me limito a mirarlos, y darles “me gusta” como devolución. Solo comenté dos veces, y en uno de esos comentarios que yo hice, mantuve una conversación abierta con otro usuario, no con el dueño del canal.

¿Has sugerido un tema especial para un video? En caso de que si, ¿Qué era lo que esperabas ver en ese video?

Lo que tiene éste Youtuber como otros, es que llega a pedir recomendaciones para sus videos, y yo le mandé en dos ocasiones varias temáticas como un Top de grandes eventos naturales y otro Top pero relacionado a un videojuego como Resident Evil.

¿Compartis el video en tus redes sociales?

Apenas llegué a compartir el primer año que lo empecé a seguir, no más que dos o tres videos. Porque los consideraba divertidos o porque me parecieron de interés general, como fue un video enfocado a la ley S.O.P.A. en Estados Unidos.

¿Tuviste alguna vez un encuentro en persona con el Youtuber? En caso de que no, ¿Harías lo posible para tenerlo?

No tuve un encuentro en persona con él porque vive en Buenos Aires y sus eventos suelen ser allá o en otros países, pero si se diera la oportunidad de que estuviéramos los dos en la misma ciudad, haría un esfuerzo por verlo para expresarle mi gratitud por los años que llevo siguiéndolo en su canal, y también porque me parece una persona culta que haría interesante una charla.

¿Ves los videos en compañía de alguien?

Si tengo la oportunidad los veo solo, para mayor comodidad y disfrute personal, porque para verlo con alguien más, tiene que ser del mismo “palo” que yo, es decir, tiene que ser una persona que disfrute de videos con temática de terror, y más particularmente, del tipo de terror que ofrece el canal que yo frecuento. He tenido una experiencia cercana, en que estando de viaje arriba del ómnibus con mi novia al lado, ella estando abstraída, descansando y escuchando música, y yo, por mi parte, con mis auriculares escuchando y viendo uno o dos videos.

¿Es el Youtuber visto por tus amigos o familia? ¿Vos se los presentaste?

Se lo presenté únicamente a mi hermana, y fue a razón de que me contó que estaba haciendo un trabajo de su facultad, sobre un cortometraje con temática de terror o suspenso. Cuando me explicó qué ideas estaba buscando, yo le recomendé que mirara unos videos en específico y el canal en general, por si encuentra inspiración para su cortometraje.

Al margen de mi hermana, no se lo presenté a otra persona más, solo me he enterado de casualidad de que algunos amigos míos también veían al mismo Youtuber como a otros tantos, por ciertas conversaciones en torno a nuestras actividades individuales en Youtube.

¿Estás en un grupo, comunidad o foro de fans del Youtuber? ¿En qué consiste? ¿Cuántos son? ¿Son de diferentes países?

Estoy dentro de un grupo de Facebook creado por fans del Youtuber. El propósito del grupo consiste en charlar o compartir entre nosotros videos o fotos con temática en su mayoría de humor y/o terror relacionados entorno a la figura del Youtuber y sus videos.

¿Se han encontrado los fans? ¿Qué tipo de reunión han hecho?

Desconozco de reuniones realizadas por fans, y personalmente no fui a ninguna reunión de fans como tampoco me he encontrado intencionalmente en persona con ninguno. Lo único que si he visto, es que hay participación y colaboración entre la comunidad de fans de Dross, sea para ver dónde conseguir libros o dónde hace firma el Youtuber u otras apariciones en otros tipos de eventos públicos.

¿Has comprado merchandasing del Youtuber?

No compré nada del Youtuber, por más que ha sacado tres libros hasta la fecha, porque no me considero tan fanático como para querer adquirir algo por el solo motivo de que proviene de

él. Lo más cercano que hice, fue descargar una aplicación para estar más atento a sus actividades dentro de YouTube.

Tamara. 27. Mototributista.

¿Con que constancia miras YouTube? ¿Y con cuanta la Televisión?

Youtube lo veo en cualquier momento del día todos los días, a veces mientras veo la tele, y la tele veo especialmente a la mañana y a la noche

¿Creés que por mirar más un medio, le das menos atención al otro?

Veó cosas muy distintas en cada medio creo que divido mi atención en ambos

¿Qué le encontrás de atractivo a YouTube que no lo ves en la TV?

Que en YouTube encuentro cosas que no encuentro en la tele, criticas objetivas, animación novedosa, lasta canales científicos que hablan en términos simples y tutoriales

¿Qué tendría que incorporar la TV para que la vieras más seguido?

Tendría que restar puterios, novelas turcas y novelas viejas y sentarse a escribir cosas buenas

¿Si la TV transmitiera lo mismo que ves en YouTube, lo verías? ¿Por qué?

Segura mete no, en YouTube puedo poner pausa repetirlo, comentar, responder verlo donde yo quiero y en cualquier dispositivo

¿Ves películas en YouTube? ¿Programas? ¿Series? ¿Escuchas música o radio?

Veó criticas, animación, clips de series, podcast, tutoriales, canales de comedia, y algún que otro de misterios, videos clips, tráileres.

¿Ves transmisiones en vivo?

Por YouTube no, no tengo no porque no me guste sino que mi conexión no me lo permite

¿Volvés a ver un video varias veces? ¿Qué es lo que te atrae de volver a verlo?

Si y muy de seguido, no se volver a reírme repetir faces, compartir algo en especial

¿Has pagado por contenido de YouTube? ¿Y por el de la TV?

En YouTube todavía no, en la tv si alguna vez pague por algún paca, pero no lo volvería a hacer.

¿YouTube te ofrece mejor contenido que Netflix? ¿En qué se diferencian en tu uso diario?

No, son completamente diferentes, aparte casi no soporto que un video de YouTube dure más de 14 minutos (salvo que sea un podcast,). También de Netflix espero producciones “profesionales” y de YouTube no espero nada especial

¿Creés que todavía le falta incorporar alguna función más?

A YouTube poder apagar la pantalla del celular y que no se pause muchísima gente usa a YouTube en función “radio” y que sea función sea gratuita (no como YouTube red)

¿Alguna queja que tengas respecto a su plataforma?

Abuso de publicidades, y las últimas reglas “para toda la familia” que censuran a Youtube por ejemplo solo por decir muerte, usan si alguien quiere decir algo de “cuentos de amor de locura y de muerte” lo censuran

¿Tenés un Youtuber favorito? ¿Cual? ¿Tiene más de un canal?

Miro constantemente Smosh, mondiolas, la zona celo, arturotoons, Alvinsch, El Robot de

Platón, HipotesisdePoder, SupraPixel Pero si tengo que elegir, me quedo con teloresumoasinomas, que tiene canales secundarios.

¿Qué tipo de contenido prevalece en él?

Resúmenes de películas y series.

¿Con cuanta constancia miras su canal?

Seguro que mínimo 1 video al día.

¿Hace cuánto lo seguís? ¿Recordás como empezaste a seguirlo?

1 año o más me salió recomendado.

¿Mirás sus videos más de una vez?

Siii!

¿Desde qué dispositivos ves al Youtuber? ¿En qué proporciones cada uno? ¿En dónde lo ves mayoritariamente?

30% en la pc de mi casa

70% desde mi celular, cuando estoy acostada, en el trabajo, cuando viajo

¿Qué es lo que más te atrae del Youtuber?

Lo que más me atrae es que son originales, me gustan los pensamientos que expresan los de críticas los hacen sin agresión y de manera objetiva.

¿Con que frecuencia sube un video?

1 por semana

¿Tenés activado algún tipo de notificación cuando sube videos?

Si

¿Cuál es la duración promedio de sus videos?

De 5 a 10 minutos

¿Qué es lo que más recordás del video una vez ya habiéndolo visto? ¿Hay un video que te guste más que el resto? ¿Por qué?

No puedo elegir 1, son todos tan buenos.

¿Ha aparecido en otros medios trabajando (cine, tv, libros)?

Sí, en TV.

¿Cómo influye el Youtuber en tu vida diaria? ¿Qué tomas de él en tu forma de hablar, expresarte?

¡SI! Muchísimo y me encanta!

¿Has empezado una actividad con el fin de imitarlo?

No

¿Seguís al Youtuber en todas sus redes?

Youtube y Facebook nada más.

¿Te identificas con lo que dice y/o hace el Youtuber? ¿De qué manera?

Comparto ideas, me rio, aprendo cosas pero no me identifico al 100%.

¿Alguna vez te grabaste con el fin de imitarlo, rendirle tributo o iniciar tu carrera a partir de él?

No

¿Hacés algún tipo de devolución al Youtuber? ¿De qué forma? ¿Alguna vez te respondió o mencionó?

Siempre “megusteo” los videos, comento y busco nuevos adeptos generalmente en persona con “mirá mirá tenes que ver esto”.

¿Tuviste alguna vez un encuentro en persona con el Youtuber? En caso de que no, ¿Harías lo posible para tenerlo?

No, y si se da se da, aparte si lo veo en persona no sabría qué decir.

¿Ves los videos en compañía de alguien?

A veces, mayormente sola

¿Es el Youtuber visto por tus amigos o familia? ¿Vos se los presentaste?

Sí, yo los obligo.

¿Estás en un grupo o foro de fans del Youtuber? ¿En qué consiste? ¿Cuántos son? ¿Son de diferentes países?

Si, en la comunidad teloresumo, en pedir más resúmenes, haces spolires compartir algún meme y cosas que tengan que ver con la jerga de esta comunidad.

¿Se han encontrado los fans? ¿Qué tipo de reunión han hecho?

No

¿Has comprado merchandasing del Youtuber?

No pero estuve a punto, el problema siempre es la plata.

Amber. Administradora del grupo de Facebook “Fans de los Youtubers”

¿Tenés un Youtuber favorito? ¿Cuál?

Mi Youtuber favorita es Rosy McMichael, ella tiene varios canales de YouTube, pero solo publica videos en uno (su canal principal).

¿De que tratan sus videos?

La mayoría de sus videos son tutoriales de maquillaje y reseñas de maquillaje pero también hacer videos sobre retos. Lo mejor que tiene es la manera en la que habla, explica todo de una manera perfecta, clara y súper natural.

¿Qué es lo que más te gusta de sus videos?

Veo todos los videos que publica porque aunque a veces no me interesa mucho el tema del video, lo veo solo porque ella lo subió, es algo típico que hacen los fans. Cuando estoy aburrida o tengo tiempo libre, y no hay nada que ver en Internet vuelvo a ver sus videos por segunda vez.

¿Qué es lo que más te gusta de sus videos?

Lo que más recuerdo sobre el video después de haberlo visto es sus frases de inspiración, siempre trata de inspirar a sus fans a seguir sus sueños, no importa que tan difícil sea conseguir sus sueños. Los videos que más me gustan sobre ella son los #RosyStoryTime especialmente en el cual contó como su esposo le pidió matrimonio, ese video me encanta porque explica que conoció a el chico por Internet (MySpace) y ahora están casados y tienen un hijo.

¿Desde qué dispositivos ves al Youtuber?

La mayoría de las veces veo sus videos desde mi iPhone y desde mi laptop, los videos los veo desde Columbia Británica, Canadá.

¿Sus videos podrían ser llevados a la TV?

Sus videos podrían ser llevados a la TV, según creo. Ella explica todo perfectamente y claramente creo que a muchas personas les gustaría que los videos de Rosy sean llevados a la TV.

¿Con que constancia sube videos?

Ella sube videos todos los martes, viernes y domingos a las 3pm hora del centro. Ella sube 3 videos a la semana y siempre está activa en sus redes sociales.

¿Tenés activado las notificaciones?

Tengo activada la “campanita” para que cada vez que ella suba un video, YouTube me envíe las notificaciones.

¿Cuánto duran sus videos, en promedio?

La duración promedio de sus videos es 10 minutos, pero tiene videos como el “super mega haul”, que sube una vez al mes, que dura alrededor de una hora.

¿Sabés de su vida personal?

Sé un poco de su vida personal: su hijo se llama Nick, su esposo Aarón McMichael, su prima es Nury Jiménez, antes que ella se dedicase tiempo completo a YouTube era maestra y maquillista. Ella nació en Estados Unidos, pero se crio en México.

¿La Youtuber contó su trabajo hasta vivir de YouTube?

Sí, ella contó su camino hasta poder vivir de YouTube. Ella trabajó en televisión por un tiempo, creo que en Televisa. Es una persona súper inspirador, como un ejemplo a seguir.

¿Y cómo influye la Youtuber en tu vida diaria?

En mi caso me influye porque gracias a ella y a su inspiración decidí ser Youtuber, y aunque no tengo tantos suscriptores como ella, los seguidores que tengo son súper buenos y me apoyan muchísimo.

¿La seguís en tus redes sociales?

La sigo en todas sus redes sociales, excepto Twitter porque no me gusta. Hasta la tengo en “ver primero” en Facebook.

¿Podrías contarme sobre el grupo de Facebook?

Yo creé un grupo para fans de Youtubers en el cual somos 37200 miembros, todos somos de diferentes países, la mayoría son de Latinoamérica. También tengo una página de fans sobre otra Youtuber a la cual sigo, decidí crear la página de fans porque ella es una de mis Youtubers preferidas. En mi grupo de Facebook compartimos información/hablamos sobre Youtubers a diario.

Ana López. Administradora del grupo de Facebook “Fans de Garmendia”

¿Cómo conociste a Germán Garmendia?

Pues, cuando estaba en tercero de la secundaria (13 años) más o menos, una chica me enseñó un video de él, lo cual me causó muchas gracia. En fin, yo así fue como lo conocí, después busqué videos de él y pues casi casi me enamoré, fue cuando comencé a seguirlo en forma y saber cuántas cosas pudiera de él.

¿Desde hace cuánto lo conocés?

Actualmente tengo 18, fue hace 5 años básicamente que lo sigo.

¿Qué es lo que más te gusta de él?

Lo que verdaderamente me atrapó en aquellas épocas, fue su humildad, su sencillez y que a diferencia de muchos, él estaba con los fans, que no los llamaba fans, si no amigos por todo el mundo, esa actitud me enamoró. Lo digo en pasado porque actualmente se le subió la fama y perdió ese toque que amaba, pero en aquellas épocas, básicamente fue eso.

¿Alguna vez has entrado en contacto con él? ¿Te respondió?

Pues sí, en su página oficial de Face, me respondió en una ocasión, en Twitter me respondió también en una ocasión y de igual modo me llegó a seguir también allá. Ahora me dejó de seguir.

¿Qué sensación tuviste cuando te siguió?

Pues, cuando comenzó a seguirme en Twitter fue la primera vez que me hizo caso. Así que casi lloro de felicidad, claro que hablamos de hace tiempo ya, aún ni siquiera tenía su cuenta de Twitter verificada. Y siempre es lindo que tu ídolo te haga caso.

Lucía. Administradora de la fanpage “Fans Gernay”

¿Qué es lo que te atrae tanto del Youtuber?

Lo que encuentro de entretenido en Germán, no lo sé, supongo que es su forma de expresarse, la forma en la que comenta algunas cosas, haciendo comentarios graciosos etc. Me gusta su forma de ser frente a la cámara, siempre tratando de hacernos reír y sacarnos una sonrisa.

¿Con cuanta constancia ves sus videos?

Bueno, sinceramente antes veía los videos de Germán más seguido, supongo que ya me aburre verlo jugar algunos juegos que sube a su canal. Generalmente veo videos que él hace comentando fotos o cosas así, no tanto gameplays porque se me hace aburrido después de un rato de verlos.

¿Vos creaste la página? ¿Por qué administras la página? ¿Sos la única en esa tarea?

Ahora si hablando de la página, soy una sola persona la que la administra y la hice porque me gusta publicar fotos de mis ídolos supongo, porque me gusta encontrar gente que les gusta lo mismo que yo, en este caso los Youtubers.

¿Considerás que tiene algo en especial Germán, con respecto a otros Youtubers? ¿Que?

Sí, me agrada mucho como es él, creo que la personalidad de él me gusta mucho porque yo también soy así. Siempre me gusto hacer chistes y hacer reír a las personas que tengo a mi alrededor. También soy muy sensible con los animales, y como es el así que es otra razón por la que lo admiro.

¿Qué es lo que lo diferencia?

Y respondiendo a tu otra pregunta, yo creo que lo diferencia su forma de ser, la forma en que hace chistes y hace entretenidos los videos y los comenta. Cada uno tiene su estilo y me gusta el estilo que tiene él. También que su contenido sea para todo público y que no suele meterse en peleas, polémicas o cosas así.

¿Alguna vez te grabaste? ¿Pensaste hacer tu carrera como Youtuber?

Y no, nunca me grabé a mí misma, en realidad sí, pero cuando estaba con mis amigos para reírnos entre nosotros, pero la verdad es que no con la intención de empezar una carrera como Youtuber.

¿Comentás sus videos luego de verlos?

No, no suelo comentar mucho videos de YouTube, pero si le escribo por otras redes sociales como Twitter, y me contestó una vez.

¿Qué te contesto?

Germán había twitteado algo y yo le dije que era muy tarde o algo así, y él me contesto que donde estaba él era temprano.

Y una vez hablo a un grupo que habíamos hecho en Twitter y lo habíamos agregado. En el grupo había fans y estaba él y un día habló agradeciéndonos por el apoyo.

¿Cómo fue la situación?

En realidad hablábamos entre nosotros como en un grupo normal, y creo que ese día había llegado a 25 millones en el canal de “HolaSoyGermán” entonces en Twitter habíamos hecho tendencia con un hashtag por los 25 millones y en el grupo estábamos hablando de eso, fue ahí que nos agradeció por apoyo y los mensajes lindos.

¿Alguna vez lo viste en persona? ¿Harias lo posible por conocerlo?

Respondiendo a la otra pregunta, sí. En abril del 2016 él vino a Buenos Aires por su libro “Chupa el perro”, iba a hacer una firma de libros en la feria del libro que queda en Capital. Las entradas se vendieron muy rápido y no pude comprar una, pero de todas fui a la feria del libro y le di a alguien de seguridad un regalo que había hecho para él.

Y ya sé que no lo preguntaste, pero también soy fan de Lenay, y Lenay vino el 27 de agosto de 2016 a Buenos Aires para dar un concierto, al cual pude ir y pude comprar un meet & great para conocerla, el meet & great fue antes del concierto, y abrazar a Lenay fue uno de los momentos más lindos, y después de verla cantar y tocar en el escenario fue hermoso, realmente me sentí orgullosa por ella, y por lo que estaba logrando, después de salir del concierto no podía parar de llorar, estaba realmente feliz. Espero que si vuelven a Buenos Aires pueda verlos.

¿Tuviste oportunidad de conocer a otros fans? ¿Se han juntado?

Lo que no dije del concierto de Lenay es que ahí conocí a una amiga que había hecho por Internet, eso es lo lindo de estar en un fandom, conoces a personas que les gusta lo mismo que a vos, y comporten historias y cosas de sus ídolos que solo nosotros entendemos porque somos fans.

¿Aparte de esta amiga, tenés otras amistades que compartan tu fanatismo?

Tengo un montón de amigas y amigos de Internet, y realmente es muy lindo, porque aunque estén incluso en otro continente son como mejores amigos, o al menos así lo considero. Y gracias a Germán y Lenay conocí a un montón de personas que también lo admiran, hice muchas amistades nuevas y eso es muy lindo.

En tus comentarios por redes sociales, ¿Hacés devoluciones de los videos? ¿Te han hecho caso?

Generalmente les escribo por Twitter y les escribo cosas diferentes, no siempre lo mismo. En realidad casi siempre les escribo que los extraño y que se metan más seguido a Twitter. Y no, no espero que me respondan porque entre todos los mensajes que les deben mandar y que no usan muy seguido Twitter no es muy probable, pero igualmente me gusta escribirles-

¿Los consideras como referentes?

Pues me gustan varias cosas de ellos que si las tomo como referencia, o que digo “esto es bueno, quiero ser así”. Cosas como la buena vibra que transmiten los dos, la energía que le ponen y que persiguen sus sueños. Y que son muy buenas personas y se preocupan por los demás.

¿Te han hecho reflexionar o cambiar tu actitud?

No sé si es lo que No sé si es lo que preguntas, pero Germán me hizo considerar y tener mucho más en cuenta el tema de adoptar perros de la calle y no comprarlos. Entendí la importancia de eso.