

Alberto Montero Gómez

Análisis audiovisual en YouTube: Primera aproximación al estudio de los nuevos géneros audiovisuales interactivos



AULAMAGNA
PROYECTO CLAVE

**Análisis audiovisual en YouTube: Primera aproximación
al estudio de los nuevos géneros audiovisuales interactivos**

Primera edición: 2021

ISBN: 9788418808227

ISBN eBook: 9788418808654

Depósito Legal: SE 1700-2021

© del texto:

Alberto Montero Gómez

© de esta edición:

Editorial Aula Magna, 2021. McGraw-Hill Interamericana de España S.L.

editorialaulamagna.com

info@editorialaulamagna.com

Impreso en España – Printed in Spain

Quedan prohibidos, dentro de los límites establecidos en la ley y bajo los apercibimientos legalmente previstos, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, ya sea electrónico o mecánico, el tratamiento informático, el alquiler o cualquier otra forma de cesión de la obra sin la autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. Diríjase a info@editorialaulamagna.com si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

*Dedicado a Jorge Ignacio Mora-Fernández,
gracias a su dedicación y empeño como director
de tesis y amigo este trabajo pudo ser publicado.*

*Del mismo modo me gustaría dar las gracias
a mi familia, a mis padres y hermanos
y especialmente a mi abuela Nazaret por su ayuda
y apoyo durante todos estos años.*

Índice

Introducción	13
1. El desarrollo del lenguaje audiovisual en YouTube.	17
1. El lenguaje audiovisual digital.	17
2. La plataforma YouTube.	22
2. Perfil de usuario y comunidades YouTube.	37
1. Perfil de usuario en YouTube	37
2. Comunidad de usuarios y canales YouTube.	46
3. Construcción de narrativas audiovisuales interactivas	57
1. Narración audiovisual interactiva	57
1.1. Tipos de narrador	68
1.2. Puntos de vista del narrador	73
1.3. Elementos narrativos: personajes, acciones, espacios y tiempos .	83
4. <i>Youtubers</i> y categorías YouTube.	111
1. <i>Youtubers</i>	111
2. Categorías YouTube.	123
2.1. <i>Autos and vehicles</i>	129
2.2. <i>Comedy</i>	130
2.3. <i>Education</i>	130
2.4. <i>Entertainment</i>	131
2.5. <i>Film and animation</i>	132
2.6. <i>Gaming</i>	132

2.7. <i>How to and style</i>	133
2.8. <i>Music</i>	134
2.9. <i>News and politics</i>	134
2.10. <i>People and blogs</i>	135
2.11. <i>Pets and animals</i>	136
2.12. <i>Science and technology</i>	137
2.13. <i>Shows</i>	137
2.14. <i>Sports</i>	138
2.15. <i>Nonprofit and activism</i>	139
2.16. <i>Travels</i>	140

5. Nuevos géneros narrativos audiovisuales interactivos

en YouTube	143
1. La construcción del género audiovisual	143
2. Nuevos géneros audiovisuales interactivos	155
2.1. <i>Vlog</i>	158
2.2. <i>Tutorial</i>	160
2.3. <i>Review</i>	163
2.4. <i>Gameplay</i>	164
2.5. <i>Cover</i>	166
2.6. <i>Flashmob</i>	167
2.7. <i>Lipdub</i>	168
2.8. <i>Unboxing</i>	168
2.9. <i>Pranks</i>	170
2.10. <i>Challenge</i>	172
2.11. <i>Reaction video</i>	173
2.12. <i>Fan video</i>	176
2.13. <i>Workout</i>	177
2.14. <i>Raffle</i>	178
2.15. <i>Compilation</i>	178
2.16. <i>Meet up</i>	179

6. Análisis audiovisual en YouTube y otras plataformas.	181
1. Análisis cualitativo y cuantitativo de vídeos en YouTube.	181
2. Nuevos horizontes de análisis audiovisual interactivo.	193
Glosario de términos.	195
Referencias bibliográficas.	201
Sobre el autor	215

Introducción

Este libro es una primera aproximación al análisis de narrativas audiovisuales digitales en redes sociales y plataformas interactivas como YouTube. Su objetivo es estudiar el desarrollo de las narraciones audiovisuales, atendiendo a su migración desde los medios de comunicación convencionales —como el cine y la televisión—, a los medios digitales y plataformas interactivas. Para ello, se proponen nuevas metodologías de estudio de la imagen, capaces de reflejar las tendencias técnicas, estéticas y narrativas actuales. El objetivo se centra así en estudiar los nuevos géneros audiovisuales que aparecen en las interfaces de comunicación, y revisar las relaciones de intertextualidad entre los géneros tradicionales y las nuevas formas innovadoras híbridas de YouTube.

Las innovaciones tecnológicas han permitido mejores y más rápidas conexiones, y un abaratamiento de los dispositivos con acceso a Internet, lo que ha llevado a una utilización masiva de los *smartphones*, *tablets*, etc., que, a su vez, ha producido una democratización en el uso de los medios, con el resultado de cambiar corrientes y flujos informativos de la Sociedad de la Información. Los usuarios utilizan así todo tipo de dispositivos con conexión a Internet consumiendo, compartiendo y produciendo contenidos au-

diovisuales, dando lugar a la cultura colaborativa. En este proceso comunicativo, además, se lleva a cabo la comunicación entre distintas culturas, debido a que YouTube es una plataforma abierta de acceso global, que permite acortar la distancia entre culturas si se dan las circunstancias adecuadas y los mecanismos necesarios para ello.

La hipercomunicación de millones de usuarios que narran y exponen a diario sus vidas en Internet a través del vídeo interactivo, ha dado lugar a nuevas formas narrativas audiovisuales, modificando en profundidad la imagen contemporánea. Se considera que estudiar las características de las nuevas producciones audiovisuales a través de su análisis técnico, estético y narrativo, así como sus múltiples relaciones intertextuales, permite reconocer y enmarcar la imagen contemporánea en un concepto más amplio, abarcando mayores significaciones. Por ello, se estudian la intertextualidad y las relaciones internas entre contenidos, con el fin de conocer las estructuras de los nuevos géneros a través de su deconstrucción, y poder anticiparse a posibles innovaciones audiovisuales. Por esta razón se propone el estudio y descomposición de nuevos géneros audiovisuales como los *vlogs*, *challenges*, *unboxings* y *reaction videos*, entre otros. El fin es reconocer la identidad de la imagen audiovisual contemporánea, producida por la simbiosis entre la industria de los medios profesionales y los usuarios de las plataformas, que tiene lugar en redes sociales audiovisuales como YouTube.

Gracias a las plataformas audiovisuales y a la confluencia de medios y técnicas, ahora es posible producir contenidos que influyen en la vida a nivel global. Los usuarios de la red pueden producir nuevos géneros híbridos audiovisuales y nuevas formas narrativas, fruto de la configuración y manipulación de la imagen. Es por ello por lo que el estudio de la imagen a través de las narraciones interactivas permite la adquisición de nuevos conocimientos sobre el desarrollo tecnológico del ser humano y su vinculación con mundo. Se ha decidido utilizar la plataforma YouTube como punto de partida del análisis audiovisual interactivo, debido a que se trata de la red

social audiovisual más popular del mundo, y el segundo motor de búsqueda más utilizado de la red, únicamente posicionado después de Google, empresa dueña de la plataforma YouTube.

Debido al auge del vídeo en Internet como medio favorito de comunicación social, se pueden establecer relaciones entre diversos campos de estudio, siendo útil el análisis audiovisual para otras áreas de conocimiento y para la comprensión de todo el entramado mediático que supone Internet. El objetivo de este libro, más que llevar a cabo una propuesta de método definitivo de análisis audiovisual en plataformas como YouTube, y que se puede utilizar también en otras plataformas como Vimeo, Dailymotion, Twitch, Metacafé, etc., consiste en realizar un primer acercamiento al análisis audiovisual de narraciones interactivas digitales. El fin es, por lo tanto, mantener una perspectiva de análisis abierta para que cada investigador encuentre su propio enfoque y método de trabajo. Es decir, consiste en aportar una nueva visión analítica de la imagen audiovisual, cuya naturaleza se ha visto modificada gracias a la hipercomunicación interactiva. Gracias a la llegada del audiovisual en Internet, la imagen y sus posibilidades narrativas y estéticas han cambiado para siempre.

El desarrollo del lenguaje audiovisual en YouTube

1. El lenguaje audiovisual digital

El lenguaje audiovisual se ha ido transformando desde sus inicios en el cine hasta ofrecer la imagen digital actual en el contexto de Internet y las plataformas y redes sociales como YouTube. Hoy en día, gracias al formato digital y a la interactividad de las interfaces, la imagen en movimiento se ha convertido en una forma amplia y abierta, que concede la adición compartida y global de nuevos significados cuyo acercamiento y estudio permite comprender su desarrollo en un sentido más amplio. Al ser un medio cambiante y dinámico, el lenguaje audiovisual digital se encuentra en constante transformación y evolución, siendo este objeto de estudio un campo de investigación ilimitado.

Han sido muchos los factores tecnológicos que han influido en el desarrollo de la imagen audiovisual actual. Por un lado, desde el punto de vista de la imagen, se puede hablar del avance tecnológico y los procesos de asimilación del cine y la televisión, desde sus comienzos hasta llegar al cine digital. Por otro lado, en cuanto a la interactividad, es importante destacar la evolución de las computadoras y dispositivos junto a la aparición de Internet como medio de comunicación interactivo en los hogares. Retornando al desarrollo

de la imagen, cabe destacar la aparición de cámaras fotográficas y de vídeo digitales, así como el incremento de personas que las usan, que permiten repetir tomas casi sin límite evitando largos y costosos procesos de revelado. Este hecho llevó a lo que se conoce como la democratización de los medios, entendida como la extensión a los usuarios de la facilidad de recursos y la difusión pública de comunicación horizontal. Gracias a la popularidad de terminales como ordenadores portátiles, tabletas y *smartphones* personales, el audiovisual digital se vuelve un medio mucho más accesible y dinámico, utilizando medios más ecológicos, aumentado su calidad y reduciendo sus costes de producción. Por último, las empresas tecnológicas, al poner al alcance de los usuarios plataformas globales y redes sociales, permiten la convergencia de medios y el desarrollo de la cultura colaborativa (Jenkins, 2008). Todo este entramado de acciones ha permitido la consolidación de esta nueva imagen compartida en YouTube, siendo Internet una fuente de recursos y creatividad ilimitada, así como una base de datos interactiva que, al mismo tiempo que archiva documentos, refleja los gustos e inquietudes de la sociedad contemporánea.

El desarrollo de la imagen audiovisual ha venido dado por los avances tecnológicos y los usos que los artistas y productores han dado a esta tecnología. Cabe destacar las relaciones que se pueden encontrar entre los pioneros del cine y la televisión, y los productores del audiovisual en plataformas digitales como YouTube. Por ejemplo, los *youtubers*, definidos como los usuarios que suben vídeos a la plataforma YouTube, utilizan técnicas semejantes a trucos visuales y cambios de ritmo con efectos ópticos, como los utilizados por George Méliès durante los inicios del cine. Del mismo modo, es fácil identificar y relacionar las primeras animaciones de Walt Disney con las animaciones infantiles que utilizan técnicas en 2D y 3D y sus posibles mezclas, que pueden encontrarse en plataformas enfocadas a un público infantil como YouTube Kids. No es sorprendente que muchas de estas producciones mantengan una intertextualidad explícita con las narraciones y personajes de Disney.

A su vez, gracias a las aportaciones de la industria cinematográfica a través de directores como David W. Griffith, que revolucionó el medio cambiando el concepto de imagen y conformó el lenguaje fílmico, los usuarios de las nuevas plataformas utilizan el lenguaje audiovisual, reinterpretando y produciendo sus propios códigos a través de subjetividades, utilizando nuevos géneros como el *vlog* desde el que muestran su propio punto de vista. De este modo, cada producción genera su propio código audiovisual interno, estableciendo codificaciones únicas, encontrando su pertinencia y orientando la construcción de su sentido en su propia temporalidad.

La aparición de una nueva tecnología como el audiovisual digital interactivo en YouTube ha cambiado los hábitos de consumo y producción de contenidos, así como la mediación humana y las relaciones sociales (Lange, 2019). Esto es, en parte, debido al amplio uso de *smartphones* que han reconfigurado todos los aspectos relacionados con la representación y percepción de la imagen. Las redes sociales han modificado los roles tradicionales del emisor y el receptor de la comunicación, pudiendo cualquier usuario desde su terminal móvil grabar y distribuir vídeos, mensajes de audio o texto, etc., compartiéndolos en Internet; alternando con facilidad su propio papel entre emisor y receptor. De alguna forma había que adoptar un término que definiese este nuevo tipo de relación. Gracias a Alvin Toffler (1980) y sus aportaciones en su libro *La Tercera Ola (The Third Wave)*, se empieza a utilizar el término prosumidor (*prosumer*), como el resultado de las acciones de consumir y producir. En este libro se utilizará este término para hablar de aquellos usuarios que consumen y producen contenidos en YouTube y/u otras plataformas digitales.

También se han visto alteradas las nuevas formas de producir narraciones audiovisuales. En cuanto a las narrativas audiovisuales digitales, la mayoría de formas de producción guardan relación con sus antecesores cinematográficos y televisivos, y el propio desarrollo de la imagen y su representación narrativa. Desde sus comienzos, el cine ha trabajado con códigos narrativos que utilizan la concate-

nación de signos y símbolos (Bordwell, 1996). Además, estas narraciones han seguido la estructura clásica de tres actos ya establecida por Aristóteles, una introducción, un desarrollo (una acción que se complica) y un desenlace final. Pero el audiovisual no queda limitado a la narratividad, y son muchos los artistas y productores que han utilizado el medio audiovisual con fines no narrativos. No obstante, hay que destacar que la mayoría de narraciones digitales encontradas en YouTube siguen manteniendo una estructura narrativa lineal, adaptando su narración al nuevo medio.

Al historiar el audiovisual en YouTube se proponen clasificaciones según una homogeneidad de rasgos en los ecosistemas digitales, entre los que destacan los emails, contenidos multimedia, motores de búsqueda, listas de contactos, plataformas, links, redes sociales, la estética tridimensional, el lenguaje hipermedia, la venta *online*, el visualizado en *streaming*, etc. De este modo, el audiovisual y sus construcciones de género se adaptan al ecosistema digital, asumiendo características del medio gracias también al desarrollo de tecnologías de comunicación más rápidas y a las constantes innovaciones tecnológicas. Un ejemplo son las representaciones de emociones a través de emoticonos, que permiten al usuario una mayor identificación, humanizando su carácter para transmitir emociones de alegría, sorpresa o tristeza en entornos digitales. De hecho, desde sus comienzos, Internet fue un lugar en el que poder interpretar y jugar tomando el control sobre avatares virtuales, actualizando las formas de actuación y el esquema clásico de géneros dramáticos y de comedia.

Una de las películas que supuso un antes y un después en narrativa audiovisual fue *Matrix*, dirigida por Lana y Lilly Wachowski y estrenada en 1999. «*Matrix* es un entretenimiento para la era de la convergencia mediática, integrando múltiples textos para crear una narración de tales dimensiones que no puede confinarse a un único medio» (Jenkins, 2008, p. 100). Aparecen así las narrativas transmediales, posibilitando la migración de narraciones de unos medios a otros. De esta forma, el lenguaje audiovisual evoluciona de forma

paralela a los avances técnicos de cada momento, mientras se incorporan nuevas fórmulas y procesos de creación. El aspecto narrativo del lenguaje no permanece inalterado, sino que las estructuras narrativas van modificándose dentro de su estructura clásica, de forma que cambia la manera de narrar. Esto se debe a sus precedentes filmográficos, ya que el espectador se ha vuelto más ágil visualmente en la comprensión de contenidos audiovisuales. La imagen digital se ha experimentado de distintas formas, incorporando innovaciones de estilo y género para crear nuevos contenidos, mezclando todas aquellas técnicas recopiladas con anterioridad en otros medios. Todo ello conlleva un lenguaje más rico en matices, cuyo resultado es el uso de un lenguaje audiovisual más completo, múltiple y abierto.

No es únicamente la estructura narrativa la que se ve alterada, sino que también la estética de la imagen sufre las consecuencias de la aparición de un nuevo medio. Los vídeos en YouTube suelen incorporar fragmentos de vídeos e imágenes de diversa tipología. Por ejemplo, pueden incorporar imágenes fijas o en movimiento que provienen de distintos medios como la televisión, el cine, el propio Internet o teléfonos móviles, para dar lugar a vídeos con una estética *collage* y *pastiche* (Prada, 2009), fruto de las posibilidades hipermedia de los dispositivos con acceso a Internet. Desde esta nueva perspectiva, «lo interesante es analizar empíricamente cómo se ensamblan las distintas secuencias prototípicas y desde una perspectiva teórica estudiar como funciona la intertipologicidad» (Beaugrande y Dressler, 1997, p. 17). Además, comprender que su formato condiciona su estética, provocando que algunas de las imágenes en YouTube evidencien una degradación incorporando contenido de archivos a baja resolución que, aunque permiten una mayor velocidad de circulación, acaban formando parte irremediable de la imagen audiovisual contemporánea. Estas narraciones se presentan como una configuración regulada por diversos planos y capas en constante interacción, y se considera que el estudio de tales interacciones es el objeto principal de su significado (Michel y Ubaldina, 1999). El audiovisual se compone de este modo de «unidades afines estruc-

turadas en sí mismas, cuyos elementos se interrelacionan en un nivel sintáctico y semántico» (Maldonado, 2003, p.80).

Sin embargo, todas estas transformaciones que han permitido una ampliación del campo audiovisual pueden conducir también a la homogeneización de los contenidos, debido a la replicación y copia de técnicas y estilos, pudiendo uno perderse en la gran cantidad de contenidos que pueden encontrarse en ecosistemas digitales como YouTube (Buckland, 2009). Todos estos avances tecnológicos que modifican las relaciones y comportamientos sociales, han venido a conformar un nuevo panorama audiovisual interactivo, donde los usuarios contribuyen al establecimiento de un nuevo modelo global de regulación de la sociedad. YouTube, la mayor plataforma de vídeos digitales y el segundo buscador más utilizado de Internet, se convierte así en un lugar en el que presentarse al mundo, donde cada uno puede participar aportando su propia visión y experiencia. Sin embargo, no hay que olvidar que YouTube es una organización corporativa estadounidense, y no un organismo público universal, como parece que pretende presentarse, lo que lleva a asumir la responsabilidad de lo que esto significa (van Dijck, Poell y de Waal, 2018). En definitiva, este nuevo ecosistema digital ha dado lugar a una cultura colaborativa que refleja las tensiones entre la industria profesional y los usuarios, basada en la abierta comercialización de la imagen, que se ve claramente reflejada en la plataforma audiovisual y red social interactiva YouTube.

2. La plataforma YouTube

En la industria audiovisual existe un antes y un después de YouTube, aunque en el mundo hispanohablante hubo que esperar hasta junio de 2006 para tener la plataforma disponible en español. Esta empresa proporciona un sitio web para compartir vídeos subidos por los usuarios a través de Internet, por tanto, ofrece un servicio de alojamiento de vídeos. Fue fundada en 2005 por Chad