



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO**

YouTube, La Nueva Televisión

**Monografía elaborada por el Bachiller en
Periodismo**

**EDWARD SANCHEZ VIGIL
Para optar el título de Licenciado en Periodismo**

**Lima - Perú
2016**

DEDICATORIA

A todos aquellos profesionales que siguen trabajando y cambiando el mundo para bien con sus ideas e innovaciones, y ocupan los lugares más importantes en el mundo de la tecnología y nuevos medios gracias a sus invaluable aportes en la rama.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO I	
YOUTUBE VERSUS TELEVISION TRADICIONAL	
1.1 Inicio y proyección de YouTube	7
1.2 Características de YouTube	10
1.3 YouTube como la nueva televisión	13
1.4 La Televisión como medio visual	16
1.5 Evolución tecnológica de la Televisión	18
CAPÍTULO 2:	
EVOLUCION Y CONSOLIDACIÓN DE YOUTUBE	
2.1 Evolución de YouTube	23
2.2 Streaming o transmisión en vivo	25
2.3 Cómo funciona el streaming	26
2.4 Revolución de medios en YouTube	28
2.5 El caso Russia Today	28
2.6 Televisión y su reto frente a YouTube	30
2.7 YouTube versus Facebook, la guerra del video	35
CAPÍTULO 3	
LOGROS Y EXPECTATIVAS DE YOUTUBE	
3.1 YouTubers	45
3.2 YouTubers en Perú	46
3.3 Uso de YouTube en Perú	47
3.4 YouTubers peruanos en la mira	50
CONCLUSIONES	62
APÉNDICES	64
BIBLIOGRAFÍA	67

INTRODUCCIÓN

La presente monografía tiene como finalidad descubrir como YouTube ha cambiado la forma de ver productos audiovisuales creando una nueva televisión la cual se perfila como la opción más extendida en los próximos años ante la posibilidad de desplazar a la televisión tradicional que todos conocemos.

Específicamente, abarcaremos el trabajo investigativo en la evolución de la plataforma de videos más popular en la actualidad, YouTube, y como ésta ha logrado una consolidación importante en el internet global. Por ello se ha establecido una metodología la cual emplea una técnica cualitativa que consiste en el análisis del medio digital YouTube y sus respectivas características tanto comparativas como sobresalientes respecto a otros medios digitales.

Además, se ha empleado la técnica documental o bibliografía en donde se recopila información de libros digitales, revistas digitales y bibliotecas virtuales con la finalidad de dar un contexto de contraste y complementación de la información presentada.

Finalmente se usa la técnica descriptiva, donde se selecciona información relevante sobre la plataforma y se describe cómo YouTube ha evolucionado a través de los años convirtiéndose en lo que actualmente podemos referir como el sitio favorito de políticos, hombres de negocio, artistas, jefes de estado y personas alrededor del mundo para dar a conocer sus productos audiovisuales.

CAPITULO 1

YOUTUBE VERSUS TELEVISION TRADICIONAL

1.1 Inicio y proyección de YouTube:

La plataforma de video YouTube, es un sitio web que permite a los usuarios subir, bajar, ver y compartir videos en diversos formatos y actualmente está siendo usada de manera constante para transmisiones en vivo conocidas como “*streaming.*”

Los creadores de YouTube *Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim* trabajaban para la famosa empresa “*PayPal*” en el 2005 y una noche de Febrero durante una fiesta de la empresa se les encomendó realizar un video para luego compartirlo con todos los asistentes. Sin embargo, luego de realizar la misión vieron que era imposible compartirlo por correo electrónico dado su “gran tamaño”.

De su frustración al no poder realizar su cometido surgió la idea, un sitio muy grande en cuestión de tamaño o espacio de almacenamiento donde cualquiera pudiera enviar y ver

cualquier video. Es así que decidieron iniciar la aventura la cual ha llevado a lo que hoy conocemos como la principal plataforma de difusión de video.

El dominio "*YouTube.com*" entró en línea el 14 de febrero pero recién el 23 de abril de 2005 es cuando se realiza la primera carga de un video el cual estaba titulado como "*Me at the zoo* (Yo en el zoológico)" y fue protagonizado por *Jawed Karim*, uno de los fundadores. El video tiene actualmente más de 34 millones de visitas pero los records han quedado para muchos videos que en la actualidad sobrepasan el billón de visitas.

Chad Hurley, uno de los creadores, pagó con su tarjeta de crédito la primera factura por la conexión de banda ancha que necesitaba para lanzar su web de videos online.

La evolución de YouTube inició con mucha fuerza, ya para el 2006 la plataforma se convirtió en uno de los sitios más populares de la web, consiguiendo 100 millones de vistas de video por día en julio de ese año.

Luego de eso, se ha registrado el mayor crecimiento exponencial que se recuerde y el costo de infraestructura ha subido a dos millones de dólares por mes.

Es por eso que en el 2006, el gigante Google entra en escena comprando la plataforma por la suma de 1650 millones de dólares el 10 de octubre de ese año. De esa manera, la empresa pasó a formar parte del gigante Google. Dos de sus fundadores *Hurley* y *Chen* se quedaron a la cabeza, en cambio *Karim* decidió dar un paso al costado e ir a disfrutar de su enorme parte en las acciones tras la venta.

En la actualidad YouTube aloja una variedad de videos inmensa. Podemos mencionar algunos tales como: Películas y programas de televisión, videos musicales, vídeos caseros, documentales, tutoriales de todo tipo y a pesar de sus reglas que prohíben subir videos con *copyright* o derecho de autor, podemos encontrar este tipo de material en abundancia. Y en este sentido, YouTube ya ha tenido que afrontar algunas situaciones legales con productoras y cadenas de televisión.

El factor clave de YouTube, con respecto a otras plataformas de video, es la enorme cantidad de contenidos que se puede encontrar en él.

El aumento imparable del contenido de video en línea en los últimos años no ha mostrado señales de desaceleración. De acuerdo con *Cisco Forecast*, en su *Cisco Visual Networking*

Index: 2015–2020 (2016) el video representará el 69% de todo el tráfico de Internet basado en el consumidor en 2017; esto se espera que aumente a 80% para 2019.

Mientras tanto, otro estudio de *Business Insider* basado en datos obtenidos por *ComScore* en su publicación “*Broadcaster Stream Data (2014)*” se estima que la publicidad en video representará el 41% del gasto total en empresas estadounidenses para el 2020.

Teniendo en cuenta estas estadísticas, está claro que el video continuará siendo un elemento crítico de estrategias de marketing digital exitosas en el futuro previsible no solo para empresas sino para personas naturales. A medida que YouTube y Facebook luchan por ser la mejor opción en video en línea, un equipo de científicos de marketing digital de *Wolfgang Digital* llevó a cabo un experimento para determinar qué plataforma ofrece el mejor valor al promover contenido de video la cual desarrollaremos más adelante.

1.2 Características de YouTube:

Gestionar el servicio de almacenamiento y distribución de videos más grande del mundo no es tarea fácil, especialmente si

se tiene en cuenta la cantidad de usuarios que lo utilizan cada día la cual se cuenta por millones, las extensas horas de grabaciones que se suben para distribuir el material y la gran variedad de formatos en los que se graban y luego distribuyen.

La tecnología utilizada por YouTube es el Flash de Macromedia (ahora parte de Adobe) que es un programa que facilita la utilización de tecnología en la Web y permite la creación de animaciones vectoriales.

Los formatos en los que se envía el vídeo son: MPEG, AVI, MOV, MP4 y los utilizados por videocámaras y cámaras integrada en todos los teléfonos móviles en la actualidad.

Otro aspecto práctico de YouTube es la posibilidad de insertar un video en una página web externa a sus servidores, pese a que el fichero resida físicamente en ellos. Eso permite a bloggers y creadores de páginas web disponer del vídeo empotrado en sus sitios en internet.

El proceso técnico que siguen los videos subidos a la plataforma es más o menos este:

- La gente sube los videos a YouTube en todos los formatos imaginables.

- Lo siguiente es la fase de procesamiento, en la que se adaptan esos formatos a algo genérico que todos los reproductores puedan manejar, especialmente en cuanto a tamaño y resolución (de lo contrario muchos vídeos serían demasiado grandes y funcionarían a saltos todo el tiempo).

- En la primera parte del procesamiento se debe entender cuál es la resolución y el número de fotogramas por segundo del video para crear algo llamado *mezzanine*, una especie de archivo maestro de tamaño reducido con una compresión mínima y que puede volver a comprimirse cuantas veces haga falta.

- Los videos se dividen en fragmentos de unos 5 segundos que se procesan en paralelo en varias máquinas; de ahí salen varias versiones comprimidas a diversas resoluciones que luego se “cosen” o juntan nuevamente con el fin de formar el video completo ya comprimido. Se pueden llegar a crear hasta 25 versiones distintas de cada video.

- El siguiente paso lo realizan los *codec* (codificadores-decodificadores) que analizan el video completo buscando cómo comprimir solo las partes que cambian, eliminar las

bandas de color, adaptar las partes con movimiento, etcétera.

- Además de eso otros procesos generan las miniaturas (*thumbnails*), intentando seleccionar las mejores mediante algoritmos automáticos.
- También se utiliza reconocimiento de voz para generar los subtítulos y transcripciones (que también juegan su papel en la búsqueda de vídeos) YouTube lo hace automáticamente sin embargo el usuario tiene la opción de editar.
- Otro trabajo de los códec es comprobar que el audio no esté en la lista de música con derechos restringidos o intelectuales y si esto sucede YouTube lanza un alerta a modo de aviso, o directamente elimina el audio dejando el video sin sonido si quien lo ha subido no hace nada al respecto.

1.3 YouTube como la Nueva Televisión:

Para entender por qué YouTube es una clara alternativa actual en cuanto a entretenimiento e información podemos iniciar diciendo que según un estudio de *Alexa - Actionable Analytics for the Web*, alojado en su web bajo el título de “*Alexa Traffic*

Ranks (2015)”, YouTube es el segundo sitio web más visitado del mundo y ocupa también ese privilegiado lugar en Perú después de Google. El siguiente sitio mejor situado de video en Internet (Netflix) se encuentra aún en el puesto 48.

YouTube recibe más de 1300 millones de visitas únicas al mes. A Marzo del 2015 se habían generado más de mil millones de reproducciones y más de 70 millones de horas de visualización. La gran novedad que aportó YouTube fue que todo el mundo puede tener su propio canal de TV y además, completamente gratis. Es tan simple como crear una cuenta de correo electrónico lo cual de alguna manera empodera al individuo y lo convierte en un creador de contenido.

Para los canales de televisión, todas estas novedades a cerca de la plataforma de video no le son indiferentes y no podemos negar que las nuevas generaciones prefieren pasar el tiempo libre frente a la pantalla de un dispositivo conectado a internet, que frente a un televisor viendo su programación.

MORE CONSUMERS WATCH YOUTUBE THAN CABLE NETS

(REACH OF YOUTUBE VS. MAJOR CABLE NETWORKS BY DEMOGRAPHICS)



(Nielsen, August 2013)

Gráfico 1

En el cuadro de “Nielsen ratings” presentado se logró demostrar como YouTube en Estados Unidos se encuentra muy bien posicionado en ciertos segmentos de la población como el de Mujeres de 25 a 54 años, donde está por arriba de canales como E!, AEN o MTV. En el segmento de hombres de 18 a 24 años, YouTube está por encima de canales como FX, TNT y ESPN.

Todo esto tiene una razón y es que YouTube viene innovando y brindando más servicios al público lo cual hace que los canales de televisión adapten sus contenidos y saquen provecho del crecimiento de la plataforma para mantenerse vigentes en el mercado, por ejemplo el pensamiento de los propietarios de *Hearst WBAL-TV* en *Baltimore*, una de las primeras estaciones locales en

Estados Unidos en subir casi todas sus historias de noticias de televisión a YouTube, la cual a partir de 2007 permitía a sus consumidores quienes por alguna razón no podían ver su estación de TV encontrar todo el contenido subido por usuarios o la misma estación.

Su Directora de Noticias dijo en una entrevista a la revista Moz: *"Veo YouTube como otra oportunidad para atraer a los espectadores"*.

1.4 La Televisión como medio visual:

La televisión en lo que va de su existencia es uno de los medios de comunicación más importantes que ha existido y esto es gracias a su fácil acceso que permite a millones de personas en todo el mundo acceder a ella para informarse y entretenerse a lo largo y ancho del globo. En su mayor apogeo y al igual que el internet en la actualidad, la televisión ha pasado por muchas etapas entre las que también ha sido criticada por considerarse que reemplazaba el interés de las personas por otras formas de comunicación que pueden requerir más tiempo, que pueden parecer más aburridas o más lentas, etcétera lo cual llevó a que la nombren "la caja boba". Actualmente y a pesar de todo la televisión permanece aún hoy en día (con el gran desarrollo de internet) como un medio de

comunicación totalmente accesible y su importancia radica en el hecho de que permite conocer noticias, entretiene y utiliza lenguajes accesibles para miles de personas en todas partes de manera gratuita.

Desde mediados del siglo XX cuando entro en apogeo y las familias estadounidenses y europeas pudieron acceder a los primeros aparatos económicos y domésticos que transmitían canales de televisión la televisión no ha variado demasiado salvo por algunos detalles tecnológicos pero un detalle que hace de la televisión un medio dependiente es su propiedad de estacionaria. Hoy en día es todavía necesario contar con un televisor o algún soporte visual para poder disfrutar de los diferentes canales que se encuentran disponibles en cada región. Pero más allá de la inversión que esto puede requerir, la televisión es un medio gratuito (salvo por los canales de cable).

La televisión gracias a su rápida expansión y adelanto tecnológico fue uno de los primeros medios que permitió a los usuarios disfrutar de programas y shows de otras partes del mundo así como información que llega de cualquier punto del planeta, facilitando el conocimiento entre culturas las cuales tienen opciones muy amplias como: películas, series, noticieros, programas deportivos, infantiles, culturales, gastronómicos, etc.

1.5 Evolución tecnológica de la Televisión:

La evolución tecnológica en la actualidad sucede día tras día y la televisión no ha sido ajena a este fenómeno al cual todos los medios de comunicación deben adaptarse.

Para el propósito de nuestra investigación nos remontamos a finales de los ochenta para analizar cómo ha evolucionado el televisor como aparato para luego ver la tecnología de transmisión. Los televisores en ese entonces todavía eran de tubo, con un ancho que muchas veces superaba con holgura el medio metro en los modelos más grandes. Este hecho era lo primero que significaba un problema cuando se los quería ubicar en alguna parte de nuestros hogares.

Luego es en los años 90 donde se empieza a producir uno de los primeros cambios importantes al realizarse el cambio de aspecto de los televisores, de la ratio del 4:3 al 16:9 con la llegada de los primeros televisores panorámicos que, fundamentalmente se aprovechaban para las películas y el resto de programas los veíamos con dos franjas negras en los laterales para recuperar el ratio de aspecto 4:3 lo cual se ve hasta la actualidad dado que existen canales que siguen transmitiendo programas antiguos.

La llegada de los primeros modelos plasma y LCD se dieron a finales de los 90 pero no fueron populares hasta pasados varios años en los que se volvieron una fiebre.

En el 2005 es cuando empiezan a popularizarse los modelos HD o alta definición con la llegada del formato Full HD con 1080 pixeles el cual aparece el 2007 año en que también se inicia el apagón analógico, el cual viene desarrollándose periódicamente por países y regiones.

Para el año 2010 y con el fenómeno del internet volviéndose globalmente popular, la televisión dio un paso muy importante con el inicio de la producción de los *Smart TVs* o televisores inteligentes los cuales permiten conexión a internet y de esta manera acceder a ello desde nuestro control remoto que solía utilizarse únicamente para el cambio de canales.

Quizás el penúltimo salto tecnológico sea la llegada de televisores UHD con la Ultra alta definición, que multiplica por cuatro la calidad que hasta ahora disfrutábamos en los televisores Full HD.

Se empiezan a introducir en el mercado en 2012 y suponen una importante mejora en la calidad de la imagen que podemos disfrutar.

Y finalmente quizás la última apuesta de la televisión en cuanto a tecnología física más no como medio ha sido la llegada del televisor curvo con tecnología 3D. Estas nuevas pantallas, que incorporan las últimas novedades en cuanto a calidad de imagen, nos proponen una experiencia inmersiva que marca un antes y un después al momento de pensar en la evolución tecnológica de la televisión.

Por otro lado y en referencia a la evolución tecnológica del sistema de transmisión de Televisión, ésta ha pasado por muchas actualizaciones.

En la actualidad muchos de los programas televisivos que llegan a nuestros hogares lo hacen por medio de los satélites o del cable, y por medio de Televisión Digital, un complejo sistema tecnológico que requiere de muchos factores materiales y humanos para poder funcionar.

Al inicio las emisiones hercianas las cuales se basan en la modulación de la señal de vídeo en unas ondas que se propagan en

la atmósfera por medio del espectro de radiofrecuencia eran las protagonistas.

Luego llegó la televisión vía satélite que se transmiten en las frecuencias de microondas, situándose entre la banda de UHF y la de SHF; inicialmente entre los 3,5 y los 6 Gigahertzios (Ghz), pero con los años se fue ampliando en distintas fases entre los 10,6 y los 50 Ghz.

Los televisores ordinarios son incapaces de recibir emisiones vía satélite y es que, para poder hacerlo es necesario disponer de una antena parabólica capaz de recibir las frecuencias de las señales del satélite y de un transformador de la señal a los niveles que utilizan las emisiones terrestres.

La televisión por cable se transmite por canales cerrados, aquellos cuyas señales están delimitadas por su medio, por el canal. El cable coaxial y la fibra óptica son los principales medios utilizados para transmitir por este sistema.

El cable coaxial, compuesto por hilo de cobre está siendo muy utilizado actualmente y ofrece un alto nivel de protección ante las interferencias aunque sufre una gran pérdida en su transmisión debiéndose colocar amplificadores de señal cada 2 Km. de

recorrido. A mayor diámetro del cable, menor pérdida tal cual sucede en un cable de electricidad común. El cable de fibra óptica, compuesto por fibra de vidrio, transmite energía lumínica, láser, permitiendo utilizar conductores ópticos de mayor capacidad, incrementando el ancho de banda y multiplicando la posibilidad de trasladar señales y canales de televisión. Ofrece una mejor calidad de señal que el coaxial. Necesita un amplificador de señal cada 20 Km.

CAPÍTULO 2:

EVOLUCIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE YOUTUBE

2.1 Evolución de YouTube:

Desde sus inicios en 2005, YouTube ha experimentado una serie de cambios. Revisemos los más significativos:

- 2005: Aparecen las 5 estrellas para calificar los videos y en Octubre de ese año se crean las suscripciones.
- 2006 El 10 de Mayo de ese año la plataforma activa la opción para que los usuarios puedan subir videos desde dispositivos móviles tales como celulares, tablets entre otros. El 4 de Junio de ese año se crean los canales, los cuales podían ser personalizados por cada usuario a su propia libertad.

- El 9 de Octubre tiene lugar uno de los sucesos más importantes para la plataforma y es que el gigante Google compra YouTube y ello conlleva a una serie de cambios que no se han detenido hasta la actualidad.
- 2007 el 1 de Junio se lanza YouTube en su versión para dispositivos móviles.
- 2008 el 1 de Agosto y como medida inclusiva se crean los subtítulos. Los usuarios desde entonces podían incluir esta propiedad en sus videos con el fin de llegar a más público. Además, en ese año, se inicia la carga de videos en alta definición.
- 2009 Este año marca una etapa importante y trascendental para YouTube dado que no solo se crea la versión 3D sino que el 25 de Octubre de ese año se revoluciona con la primera transmisión de un concierto en vivo usando la tecnología “*live streaming*”. La banda irlandesa U2 que ofreció un masivo concierto en Pasadena, California (Estados Unidos) fue la elegida para ser parte de este hecho histórico en las transmisiones en vivo a través de internet. Se calcula que los espectadores a través de la plataforma fueron millones y YouTube no decepcionó.

La transmisión cumplió con una implecable sincronización en audio y video y es así como se iniciaba la aventura de las transmisiones en vivo transformando la plataforma en una nueva opción que entraba a competir directamente con la televisión tradicional. Por otro lado, el 1 de diciembre de ese año se lanzaba la calidad Full HD (1080p).

- 2012 El video de PSY, Gangnam Style se convierte en el primer video en sobrepasar el billón de vistas.
- 2013 Se crea el programa “Find Finder” (Buscador de fans).
- 2016 El profesor Julio Alberto Ríos Gallego de Colombia se convierte en el primer latino en llegar al millón de suscripciones.

2.2 Streaming o transmisión en vivo:

Streaming es un término que hace referencia al hecho de escuchar música o ver vídeos sin necesidad de descargarlos completos antes de que los escuches o veas. Esto se logra mediante fragmentos enviados secuencialmente a través de la red (como lo es Internet). *Streaming* se emplea en el medio de Internet para referirse a *streaming media*, que es el término

completo para la transmisión de vídeo o audio. Cuando la transmisión es en vivo, se le conoce como *live streaming*. En la actualidad muchas páginas web incluida YouTube realizan *streaming*.

2.3 Cómo funciona el streaming:

El uso de *streaming* es cada vez más común en el mundo entero, con el incremento de poder de procesamiento de dispositivos y computadoras, mayor velocidad en redes y protocolos que permitan el procesamiento de la información de manera más rápida y eficaz.

Como usuarios asiduos a las redes sociales ya es algo que todos realizamos casi diariamente para ver contenido que comparten nuestros contactos en muchas de las páginas a las cuales estamos suscritos. En la actualidad ya existe algo conocido como *live streaming*, que es el hacer una transmisión en vivo a través de Internet y todas las personas lo pueden hacer con la capacidad de llegar a todo el mundo.

A continuación se muestran los pasos sobre cómo funciona el *streaming*:

- **Conexión con el servidor.** El reproductor cliente conecta con el servidor remoto y éste comienza a enviarle el archivo que en este caso es un video.
- **Buffer.** El cliente comienza a recibir el fichero y construye un buffer o almacén donde empieza a guardarlo (la velocidad con la que se cargue el archivo es proporcionalmente equivalente a la velocidad del ancho de banda).
- **Inicio de la reproducción.** Cuando el buffer se ha llenado con una pequeña fracción inicial del archivo original, el reproductor cliente comienza a mostrarlo mientras continúa en segundo plano con el resto de la descarga.
- **Caídas de la velocidad de conexión.** Si la conexión experimenta ligeros descensos de velocidad durante la reproducción, el cliente podría seguir mostrando el contenido consumiendo la información almacenada en el buffer. Si llega a consumir todo el buffer se detendría hasta que se volviera a llenar. Esta falencia viene siendo superada en la actualidad tanto por el emisor (descifrando los códigos de manera distinta) como del receptor (mejorando su calidad de conexión).

2.4 Revolución de medios en YouTube

Luego de probar por varios años transmisión de eventos en vivo, YouTube creó su propio canal “en vivo” el cual en la actualidad alberga transmisiones de eventos importantes realizados por un sin número de agencias y suscriptores. La Casa Blanca, la cadena RT, La NASA, la BBC ofrecen al mundo entero diversos tipos de transmisiones esto sumado a la capacidad de cualquier usuario para poder salir en vivo desde su cuenta personal. Los acontecimientos recientes respecto a tecnología, esto sumado a un mejor ancho de banda brindado a los hogares han dado lugar a una amplia proliferación de video que nos permite recibir información, cultura y entretenimiento.

2.5 El caso Russia Today

La cadena rusa RT llamada anteriormente Russia Today es una muestra de cómo la capacidad del video y las transmisiones en vivo han logrado consolidarse como medios informativos por sobre la televisión tradicional.

La cadena inició sus transmisiones en el año 2005 a través de televisión tradicional. En el 2008 el gobierno ruso que también

sufrió la grave crisis económica decidió impulsar RT y colocarlo en la lista de las organizaciones centrales de importancia estratégica de Rusia.

Esto sin duda le ha servido al gobierno de Vladimir Putin ya que en la actualidad la cadena viene transmitiendo en varios idiomas y sus plataformas de video en internet están entre las más vistas a nivel mundial. El resultado se puede ver en el avance de la popularidad del presidente Ruso el cual por varios años ha sido nombrado como el hombre más poderoso del mundo por la revista Forbes.

En una de las reuniones que tuve con personal de Washington quienes tienen a su cargo el plan estratégico de publicidad de los Estados Unidos nos comentaron que en la actualidad existen dos factores que preocupan a ese país en cuanto a expansión en las redes sociales. Uno de ellos es el grupo terrorista ISIS (Estado Islámico) que viene creando una maquinaria publicitaria con videos de terror de sus atrocidades cometidas y por otro lado la cadena rusa RT la cual intentan opacar con muchas y nuevas estrategias.

La cadena Rusa RT inició su transmisión ininterrumpida a través de YouTube el 3 de Octubre del 2015 y además lanzó su agencia de noticias Ruptly el 4 de abril de 2013 el cual es uno de los ahora diversos canales de Televisión en internet que usa YouTube para

realizar transmisiones en vivo de hechos de importancia en el mundo. Margarita Simonyán, editora jefe de RT, comentó que el objetivo de la agencia es *"convertirse en un recurso alternativo en un mercado altamente concentrado de profesionales de imágenes de noticias de vídeo, y ofrecer cobertura de historias que otras agencias obvian"*.

2.6 Televisión y su reto frente a YouTube

En la actualidad muchos anunciantes y público en general ven la televisión como una forma de llegar a los televidentes y YouTube como una forma de interactuar con ellos y esto queda demostrado en el incremento de visitantes a la plataforma de video. Robert Kyncl, director de negocios de YouTube, declaró a USA Today: *"Por ahora la TV significa alcance, YouTube significa compromiso pero en el 2020 el video digital en la red destronará a la televisión tradicional"*.

Para analizar de mejor manera esta afirmación tan contundente que sin dudas suena interesante, pero ¿es realmente cierto especialmente procedente de un jefe de YouTube? Resulta que podría tener razón. Un estudio de *Google & Explorer Group* encontró que YouTube en la actualidad es un 28% más atractivo que la televisión.

Debemos analizar las posibilidades que tiene un usuario al usar YouTube y comparar estas con las de un usuario mayormente estacionario que consume televisión tradicional.

Por este motivo y basándonos en un estudio realizado por “*Price Water House Coopers*” en el 2013 con apoyo de *Nielsen Reports* entre otros en plena era tecnológica en donde se muestra que los servicios de *streaming* han ido incrementándose de manera exponencial y alimentan cada vez más el apetito de los consumidores.

El estudio revela que casi un tercio de los consumidores observan tres o más episodios de sus series o películas favoritas por lo menos una vez a la semana.

Además se revela que el contenido de *streaming* ha superado la programación en vivo como el método de elección preferido, con 56% de los consumidores de *streaming* de películas y 53 % de televisión en forma mensual, en comparación con el 45 % de los consumidores que prefieren ver programas de televisión en vivo. Por otra parte, los espectadores más jóvenes se han mudado a ver programas de televisión en dispositivos móviles en lugar de en la

televisión al disponer de teléfonos inteligentes y tabletas con cada vez más y mejores propiedades.

Por otro lado, se logra observar en el estudio que el 90% de los consumidores ahora son personajes multitarea, sobre todo si hablamos de los llamados Millennials y Generación X (edad 32-48), ya que ambos grupos pueden desarrollar un promedio de tres actividades adicionales mientras ven la televisión tradicional, lo cual puede incluir navegación por Internet, lectura de correo electrónico y mensajes de texto.

Para entender un poco más la evolución en cuanto a visitantes y ganancias en la plataforma de video veamos los siguientes gráficos:



Gráfico 2: YouTube Vs Televisión: RALPH J. BUNCHE LIBRARY

En el Gráfico 2 se observa los ingresos de celebridades de Televisión tradicional versus la ganancia de los YouTubers estadounidenses proyectados al mes de Agosto 2013 en donde se

Respecto al tiempo utilizado por los usuarios para ver productos audiovisuales en diversos dispositivos podemos ver en los cuadros 3, 4 y 5 que las cifras son contundentes. En la actualidad el porcentaje ha sido incrementado considerablemente.

2.7 YouTube versus Facebook, la guerra del video

Hace poco tiempo Facebook habilitó la opción “Live” lo cual permite a los usuarios de la página poder hacer transmisiones de video en vivo. Considero que es importante realizar un análisis de esta nueva situación que compite directamente con YouTube en la lucha por la dominación global del video en red en la cual existen otros portales que mencionaremos a continuación.

Así es como la batalla por el video se ha ido perfilando en los últimos años.

Han surgido nuevas plataformas de video online como Vine, Instagram y Snapchat en los últimos tres años.

En abril de 2015, Facebook obtuvo 4 mil millones de visualizaciones diarias. En sólo 6 meses, esta cifra se duplicó, llegando a 8 mil millones de visitas diarias.

Los críticos señalaron que el conteo de "una vista" es relativamente arbitrario y realmente no significaba mucho, ya que YouTube cuenta una vista después de 30 segundos y Facebook cuenta una vista después de sólo 3 segundos.

En enero de 2016, Facebook anunció que la gente ve alrededor de 100 millones de horas de video al día por lo que la lucha por conseguir clientes se empezó a agudizar y es así que en febrero de 2016, el *CEO de Google, Sundar Pichai*, (propietarios de YouTube) recordó a los inversionistas que la audiencia de YouTube ve cientos de millones de horas de video cada día basándose en el tiempo de permanencia frente al dispositivo y suena lógico dado que desde 2012, YouTube ha medido su rendimiento en términos de "horas vistas", no de vistas de vídeo.

Al mostrarse esto a partir de 2016, Facebook también se refiere a las "horas vistas" pero entonces, ¿dónde puede un empresario por ejemplo obtener el mejor valor para su presupuesto de publicidad en video?

Para encontrar una respuesta certera, la página Moz.com sometió a las dos plataformas al experimento de video de *Wolfgang* que consistió en publicitar un mismo video de 20 segundos de duración durante el mismo período de tiempo y con presupuestos idénticos a

través de anuncios de YouTube y anuncios de video de Facebook. Se apuntó el mismo tipo de grupo social usando datos demográficos y la focalización basada en intereses comunes.

El primer obstáculo a superar fue que cada plataforma tiene diferentes métodos para contar las vistas y además el cobro por la publicidad también es distinto.

En la publicidad de YouTube, el cobro es por vista. Una "vista" de YouTube se cuenta después de 30 segundos (o la duración total del video, si es inferior a 30 segundos).

Para Facebook, por el contrario, los cargos de una "vista" se cuentan después de sólo 3 segundos.

Tomando esta información en cuenta para el experimento, una vista de video de YouTube se contará cuando alcance la duración completa del video sujeto a la prueba el cual dura solo 20 segundos y una vista de Facebook se contará después de 3 segundos.

Para calcular el tiempo total de visualización y a pesar de que YouTube y Facebook han comenzado a referirse a "horas vistas" como una declaración de capacidad y de su rendimiento, esta contabilización no es fácilmente accesible para los anunciantes.

En el momento de la publicación, ni *AdWords*, el servicio de Google que se utiliza para ofrecer publicidad patrocinada a anunciantes potenciales ni la interfaz de Facebook nos dan un número para la cantidad exacta de tiempo que se ve.

En la interfaz de *AdWords*, se puede encontrar el "informe de cuartiles", conocido como el "quartile report" el cual muestra el porcentaje de audiencia que visualizó determinados porcentajes de tiempo durante la ejecución del vídeo (25%, 50%, 75% y 100%).

Por ejemplo, en el Gráfico 6 a continuación, se observa que el 91% del total de los espectadores vieron hasta un 25% del video. En Facebook, puede encontrar un informe similar, pero en lugar de mostrar porcentajes, muestra el número de vistas por percentil. Así que de acuerdo con la tabla de abajo, hubo 2.240 puntos de vista de hasta el 25% del video.

Lo que esto significó para el experimento fue que para estimar el tiempo total de visualización en cada canal, se tuvo que usar diferentes técnicas basadas en esta tabla y utilizar *YouTube Analytics*.

WOLFGANG E-COMMERCE VIDEO

	YouTube	Facebook
Impressions	5,865	25,451
Views	1,309	3,430
View Rate	22%	13%
Avg. CPV	€0.019	€0.0073
CPM	€4.31	€0.98
Video play to:	YouTube	Facebook
25%	91%	2,240
50%	38%	1,267
75%	28%	971
100%	23%	823

Gráfico 6: *The Big Video Battle: Facebook Video vs YouTube* (2016)

Para el caso de YouTube es difícil estimar el tiempo total observado con la interfaz de *AdWords*, pero se utiliza un método que no requiere ningún trabajo matemático complejo.

En primer lugar, Dejamos la interfaz de *AdWords* y nos enfocamos en una de las propiedades de la plataforma, *YouTube Analytics*.

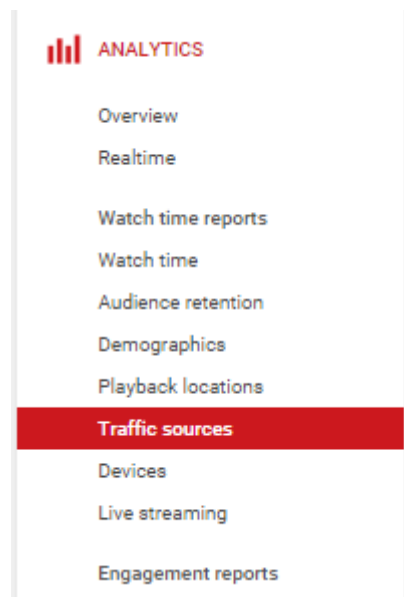
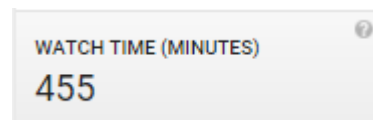


Gráfico 7: YouTube Analytics (YouTube)

Esta herramienta de gran ayuda nos permite ver todas las estadísticas como el tiempo total observado sin tener que realizar grandes cálculos matemáticos tal cual se muestra en el pequeño recuadro a continuación.



En el caso de Facebook, es un poco más complicado medir el tiempo total observado, ya que no hay un sistema avanzado de medición en la plataforma, como en YouTube se tiene a “Analytics”.

Facebook muestra visualizaciones de video por porcentaje del video visto. Con el fin de estimar el tiempo total de visualización, es necesario tener en cuenta los siguientes detalles:

Se debe conseguir la diferencia entre las vistas en cada percentil (para evitar la doble contabilidad). Un espectador que ha visto el 100% del video ha visto 75%, también.

Se multiplica esa diferencia en vistas por el tiempo observado en ese percentil.

Además, se cuenta las vistas (más de 3 segundos) que no hayan alcanzado la marca del 25% del video.

Entonces luego de contar con los datos, comparamos los resultados entre ambos canales centrándonos en las siguientes métricas: impresiones, tiempo de visualización general y tiempo de calidad visto.

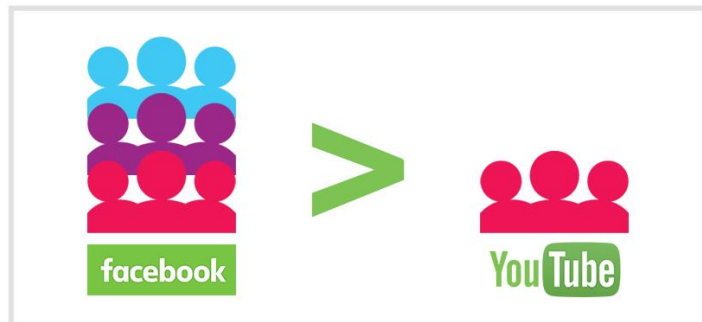
Se observa que las “impresiones” que son el número de veces que se muestra una publicación de tu página son un 334% mayor que en YouTube. Esto se debe a que el costo por 1.000 impresiones es considerablemente más barato en

Facebook. El costo de YouTube asciende aproximadamente a 3.82 dólares el costo en Facebook es de 0.62 dólares.

Dicho esto, al promocionar un video en Facebook, podría obtener 3 veces más impresiones por su presupuesto. Sin embargo, dado que la reproducción automática podría activarse en los dispositivos de los usuarios, cada impresión podría contar como al menos 1 ó 2 segundos para el recuento de tiempo de visualización global de Facebook.

Si Facebook cuenta esos segundos de reproducción automática de la impresión como parte de su tiempo total de visualización, eso podría explicar por qué Facebook Video está creciendo tan rápidamente. Al cobrar un costo más competitivo, Facebook está maximizando su alcance general. Como resultado, el tiempo de observación también aumenta.

IMPRESSIONS



Analicemos ahora el tiempo de visualización general de las plataformas.

Puesto que ni Facebook ni la interfaz de *AdWords* muestran una métrica de tiempo exacto, hemos tomado el punto medio de cada percentil para estimar el tiempo total de visualización.

Por ejemplo, para el video en estudio de 20 segundos, una vista en el percentil del 25% podría incluir cualquier lugar entre el rango de 5 a 9,9 segundos. Dado que no hay manera de determinar el tiempo exacto, el punto medio en este percentil sería 7,45 segundos. También se tiene en cuenta la reproducción automática para ambos canales.

Los resultados muestran que el tiempo total de observación fue mayor en Facebook (19.9 horas, incluyendo el tiempo de reproducción automática) que en YouTube (17.7 horas).

Sabemos que *YouTube Analytics* sólo muestra el tiempo de visualización del número de vistas legítimas de tus vídeos (más de 30 segundos o la finalización completa de tu vídeo si es menor de 30 segundos). En este caso, las visiones

legítimas representarían alrededor de 7 horas vistas del total de 17,7 horas.

¿Podemos hablar de un claro ganador? Si el vendedor quiere poner su video ante tantas personas como sea posible, se puede optar por usar Facebook, mientras que si quieres pagar por calidad de tiempo visto, YouTube puede ser una opción mejor dado que esta plataforma cuenta el tiempo efectivo que un visitante se queda observando el material.

Kenia Gonzales, Consultora de marketing digital de la revista Moz comentó: *“Para nuestro negocio encontramos YouTube como mejor, pero creo que en la práctica en cualquier lugar, sea cual sea la plataforma que sea yo estoy en el lado de YouTube. En realidad, con YouTube se puede orientar la audiencia fácilmente porque si el usuario está buscando un contenido específico, entonces puede encontrar videos similares relacionados con su elección. Y el factor más importante que hace que YouTube sea mejor es que el usuario puede encontrar cualquier video sin preocuparse por crear una cuenta y esto lleva a un aumento en el tráfico para diferentes tipos de videos”*.

CAPITULO 3

LOGROS Y EXPECTATIVAS DE YOUTUBE

3.1 YouTubers:

En su capacidad de empoderar a la gente, YouTube da la facilidad de crear una cuenta, crear contenido y recibir ganancias por la cantidad de visitas. Es en ese contexto que empiezan a aparecer los ahora cada vez más conocidos “YouTubers”.

La historia de estos personajes se inicia prácticamente con el nacimiento de YouTube y de esta manera hasta nuestros días, con fenómenos que observamos y que alcanzan los cientos de millones de suscriptores, las decenas de millones de visualizaciones cada día y unos patrones de formato bastante definidos, tomando temas diversos y mostrándolos a su estilo en la plataforma.

3.2 YouTubers en Perú

Perú, no ha sido ajeno a este fenómeno y es que en la actualidad si uno busca en YouTube cualquier tema puede casi tener la certeza que encontrará material producido en nuestro país y prácticamente de cualquier tema. Desde decoración, entretenimiento, cultura, viajes y hasta ciencia.

Podemos mencionar algunos de los YouTubers con más suscripciones en nuestro país:

- Andynsane (entretenimiento) que cuenta en la actualidad con 985,764 suscriptores.
- Henry Spencer (entretenimiento, política) que tiene 104,170 suscriptores.
- El diario de Curwen (entretenimiento, política) con 98,627 suscriptores.
- Mox (actualidad, entretenimiento) con 972,398 seguidores en la plataforma.
- Esperanza y Ana Celia Rosas (tejido, utilidad) que cuenta con 678,249 seguidores en YouTube.
- Charlie Parra del Riego (música) virtuoso guitarrista que muestra su arte a 613,633 seguidores.

- What the chic (cuidado personal femenino) que sin duda es uno de los temas más aclamados y aceptados en la red. Esta peruana cuenta con nada menos que 2, 469,984 suscriptores.

Los YouTubers peruanos vienen perfeccionando su material a través de los años y además han ido formando una comunidad muy interesante que ha empezado a crear eventos. Es así que el pasado 27 de Noviembre se llevó a cabo la Primera Conferencia YouTuber realizada en Perú. Este evento tuvo como objetivo crear una comunidad e incentivar a más peruanos a iniciar la aventura de ser un YouTuber en el mundo tecnológico actual

3.3 Uso de YouTube en Perú

Basándonos en el reciente estudio realizado por Google podemos quedarnos sorprendidos al ver que las madres de familia son quienes más ven contenidos de la plataforma en nuestro país, pero según el estudio son nueve millones de peruanos quienes consumen productos de YouTube de los cuales 7 millones lo hacen todos los días.

9M

de peruanos miran
YouTube



Fuente:
Instituto Nacional de Estadística e Informática, Perú, 2016,
comScore, Desktop Only, Perú, 2014,
Estudio Google/TNS, ¿Cómo ven YouTube los peruanos?, n=1623, Perú, agosto, 2016.

7M

de peruanos miran
YouTube todos los días



Gráfico 8

En el caso de las amas de casa, el reporte indica que el 63% de ellas usa la plataforma con fines educativos.

En el caso de los llamados ‘Millenials’ son los que más usan la plataforma desde sus smartphones y la cifra ha aumentado en 116% respecto al 2016

Otros datos importantes que arroja el estudio es que ven los usuarios de YouTube en Perú. Veamos el cuadro

Los usuarios de YouTube...

72%

puede encontrar en YouTube más contenido de su interés en comparación otros medios de entretenimiento



77%

visitan la plataforma al menos una vez por día



1 de cada 3

luego de ver anuncios en YouTube, ha comprado alguno de los productos o servicios anunciados



Fuente: Estudio Google/TNS, ¿Cómo ven YouTube los peruanos?, n=1623, Perú, agosto 2016.

Gráfico 9

El 78% lo hace para entretenerse, mientras 5 de cada 10 usuarios accede a la plataforma para aprender contenido educativo. Además, un 76 % señaló que la plataforma de video de Google es su primera opción cuando se han perdido algo en la televisión y un 61% ingresa para buscar información sobre un producto o servicio. Finalmente, un dato contundente, los usuarios peruanos ingresan 58% más veces a la semana de lo que encienden la televisión pagada y un 28% más de la abierta.



Gráfico10: Estudio Google TNS (2016)

3.4 YouTubers Peruanos en la Mira

Mia Nauca Youtuber del canal “Mianauca” en entrevista realizada por Edward Sánchez el 28 de noviembre de 2016 durante la Primera Conferencia de YouTubers en Perú nos comentó sobre sus inicios.

Bueno, hace varios años YouTube ha empezado a convertirse en una gran opción en cuanto a entretenimiento en la web y me pareció muy interesante poder aventurar e iniciar un par de proyectos personales en la plataforma. Uno dirigido al público lector en el que pueden encontrar muchas novedades en cuanto a las novedades sobre libros, reseñas y todo tipo de publicaciones. El otro proyecto es más personal, una especie de blog en el que hablo de mis actividades del día a día en el cual recibo muchos comentarios y sugerencias que me ayudan a mantenerlo activo.

¿Por qué decidiste iniciar un canal sobre libros?

Yo creo que algo importante y como estrategia para lograr captar un público es importante iniciar con un canal que brinde contenidos comunes tal cual lo he hecho yo con los libros sabiendo que existe mucha gente amante de la lectura. Y así como yo, actualmente en

YouTube encuentras un sin número de temas como viajes, maquillajes, diversión y más. ¿Qué se logra con esto? Pues con un contenido común se atrae a la gente y vas creando un público el cual con el paso del tiempo te empieza a sugerir tocar nuevos temas lo que te permite expandir tus horizontes e iniciar proyectos paralelos. Es así como yo y muchos YouTubers han logrado captar audiencias masivas quienes te siguen en la medida que los productos que ofrezcas sean entretenidos y calidad.

YouTube al ser una plataforma interactiva te da la oportunidad de recibir intercambiar ideas y opiniones directamente con tu público. ¿Cómo manejas la relación con tus seguidores?

Mis públicos son super distintos en ambos contenidos, mi Videoblog tiene seguidores de carácter algo superficial (por llamarlo de alguna manera) pero no por eso menos importante, siento que hablo con amigos. Mientras que mi canal de libros es muy interesante desde el punto de vista intelectual. Recibo siempre comentarios mayormente positivos en los que mis seguidores me agradecen por las sugerencias de libros y se sienten felices porque los motivamos a la lectura.

Mia además nos indicó cómo mantiene su audiencia y que propiedades tienen sus productos en YouTube

Mi canal de libros es especial y le pongo todo el empeño. Jamás me quedo callada, utilizo todos los recursos audiovisuales para darle vida y color al canal. En mi videoblog es más simple, solo necesito ser yo, totalmente natural y como soy en mi vida diaria. Siempre tengo en mi mente que quiero que mi público sienta que está viendo a un amigo.

¿Cómo lidiar con el tema técnico? ¿Eres tú misma quien se encarga de editar tus videos?

Yo misma edito todos mis videos, porque yo sé lo que quiero cortar, yo sé lo que quiero que se quede y ¿cómo lo hago? Pues mirando tutoriales en YouTube. En esta plataforma encuentras todo lo que necesitas y así es como uno tiene el control de lo que quiere que vaya o lo que no.

¿Consideras a YouTube la nueva televisión? Y si no es así ¿llegará el momento que destrone a la televisión tradicional?

Si nos preguntas a nosotros como YouTubers, YouTube ya es la nueva televisión hace varios años. Si tengo que responderte por el

público, mira a las personas que han llegado a este evento (primera conferencia YouTubers peruanos), la gran mayoría son jóvenes, las estadísticas muestran que ahora los jóvenes ya están mirando más YouTube que Televisión tradicional y no creo equivocarme si te digo que es cuestión de tiempo para que esta plataforma de internet se alce con la victoria. Los que están empezando en la aventura de ser un YouTuber tienen que entender que esta plataforma siempre y desde sus inicios ha sido una red social para compartir momentos y necesitan verlo como equivalente a un estado en Facebook viviente. Eso es lo que es YouTube, cada video nuevo es un estado en la otra red social.

Por su parte, el YouTuber Gael Mena del canal “El cholo Mena” (entrevista realizada por Edward Sánchez el 28 de Noviembre, 2016) indica que su canal es totalmente activo. “Hago videos y subo videos todos los días, ya cuento con más de 200 en mi canal y solo por temas de salud u otros similares he dejado de colgar videos y estoy feliz de ser un YouTuber porque vivo de ello”. También indica que utiliza contenido divertido con situaciones cotidianas que puede ser una anécdota de cualquier persona. Pueden encontrar retos, monólogos, preguntas incómodas y puedo decir que he pasado por todas las etapas de YouTuber. En el camino es natural que revises otros canales y tiendas al principio a copiar algunos contenidos pero conforme vas perfeccionando tu

estilo te vuelves original al punto que dejar de hacer voces raras, muecas o poses de otra persona que no eres. Cuando uno inicia no tiene mucha ética porque te sientes con plena libertad de decir todo lo que está dentro de ti pero luego cuando llega tu madurez te cuestionas a ti mismo y te preguntas porque no enseñar algo de provecho a tu público. Todo eso y más es lo que te permite YouTube.

¿Cuál es tu relación con tus seguidores?

Es una relación muy buena y sincera. Gracias a la posibilidad de interactuar mis seguidores tienen la opción de criticarme, felicitarme, sugerirme y yo puedo responder cada una de sus preguntas. Es la magia de YouTube y el internet en general.

Hablando de las críticas que un YouTuber recibe ¿Cómo lidiar con estas situaciones? Sobre todo en un espacio en el que si tu respuesta no es la adecuada puede correr el riesgo de terminar en una situación difícil en la que podrías perder muchos seguidores.

Los “haters” o detractores de tu canal siempre van a estar allí y muchas veces es sorprenderte ver que los que te critican no tengan la más mínima idea de lo que podemos decir “comprensión de un video”. La crítica que más recibo en mi canal es que soy una copia

de otros canales pero lo que siempre he intentado hacer entender a estas personas es que como cualquier artista, cualquier poeta, cualquier músico todos tenemos influencias. Pero te debo contar que hasta por el hecho de crear un “timelapse” me han criticado y puedo también decirte que he respetado todas las opiniones y críticas viniendo de cualquier persona.

Los YouTubers somos creadores, somos personas que producimos contenido a diario, somos personas públicas y como tales tenemos que saber que siempre existirán detractores y solo nos queda rescatar lo positivo de cada crítica.

Una nueva moda entre los YouTubers es crear un canal alternativo y usarlo como VideoVlog. Entendemos que cuentas con uno ¿Nos puedes contar al respecto?

Para tener un VideoVlog un YouTuber a parte de tener la creatividad debe tener una vida super interesante o contar historias interesantes todos los días lo cual es medio pesado.

Los VideoVlogs son consecuencias de un canal previo y es que cuando un YouTuber ya cuenta con un público consolidado en alguna rama es ese mismo público quien te pedirá más de ti.

Si tuviera algo que recomendar a los nuevos YouTubers o quienes quieren entrar a este mundo es que sean ellos mismos, en mi caso me he comprometido tanto con esto que es de lo que vivo actualmente. Y como toda cosa que haces con pasión la constancia es un factor clave para el éxito. Si no eres constante, si filmas un video y olvidas subirlo o lo subes una semana después quizás no logres tus metas como YouTuber.

Como un comunicador ¿Cuál consideras que es el rol de un YouTuber con la sociedad?

Mira, YouTube es por ahora un medio de comunicación esencial en toda sociedad. Un YouTuber es un comunicador por excelencia, un comunicador que expresa y debe ser consciente de su rol con la gente. Hay que tomar esto con la seriedad que se merece (así sea un canal de diversión como es mi caso) y entender que estamos acá para sumarle un granito a la sociedad. Ese es mi mensaje a los YouTubers en su rol de comunicadores.

Finalmente ¿Nos puedes dar tu opinión sobre la “guerra” de contenidos que existe actualmente entre YouTube y la televisión tradicional?

Para mí, YouTube ya ganó la guerra. Si me preguntas a mí te puedo decir que no recuerdo cuando fue la última vez que vi la señal tradicional de un canal de TV. Todos los contenidos de los canales o la gran mayoría en el mundo ya los encuentras en YouTube.

Veo un futuro brillante para YouTube y lo más grandioso de esta plataforma es que te permite interactuar directamente con tus seguidores. YouTube empodera, YouTube es diversión, YouTube es Bidireccional, es la vida misma de todos nosotros.

Así como la prensa escrita, la radio, la televisión yo creo que este momento es el tiempo del Internet. Todas las generaciones están adentrándose a este mundo maravilloso y si la tendencia sigue de esa manera – que estoy seguro va a ser así – para tu próxima entrevista ya no vas a necesitar venir a visitarme en este evento. El mundo está cada vez más tecnificado y las sociedades cada vez más unidas es por eso que la importancia de la ética y compromiso de aportar a la sociedad debe ser un punto primordial en este tipo de comunicaciones junto a las tradicionales.

Finalmente, José Vega, ingeniero especialista en Telecomunicaciones de DirecTV filial Perú en entrevista realizada por Edward Sánchez el 8 de Noviembre, 2016 nos comenta sobre cómo inició en las telecomunicaciones y cuál ha sido el avance en este campo en los últimos años.

Vengo trabajando para la filial de DirecTV en Perú hace cuatro años y básicamente atiendo temas técnicos resolviendo problemas e instalando nuevos equipos. Sobre la evolución de las comunicaciones te puedo decir que desde principios del siglo 21 los avances en este campo han sido mayores y más frecuentes que en los siglos anteriores. Tanto las comunicaciones como los avances tecnológicos en varias ramas han ido de la mano en los últimos años y yo creo que todo esto tiene que ver con la globalización que es lo que a fin de cuentas nos permite interactuar con personas en cualquier parte del mundo.

Justamente hablando sobre interacción, la televisión tradicional nos ha sido un poco esquivada en este aspecto, dado que al ser unidireccional no permite lo que en la actualidad el internet, el cual logra que no solo dos sino grupos de personas puedan tener encuentros virtuales y puedan calificar los productos en red. ¿Considera usted que en la actualidad es ese el punto más débil de la Televisión en referencia al internet?

Pues no hay duda que actualmente el internet es lo más popular entre la gente especialmente los jóvenes pero sin embargo, la televisión aún mantiene una aceptación alta entre las personas adultas quienes no se encuentran tan familiarizados con esto. La televisión se viene adaptando a los tiempos. Ahora existe la televisión satelital la cual da la oportunidad de ofrecer contenidos en alta definición en prácticamente cualquier parte del planeta. Solo se necesita una conexión eléctrica y con los implementos adecuados en este caso, una antena parabólica, un decodificador y el televisor se logra obtener la señal directamente del satélite y brindar a miles de usuarios en el mundo programación en alta definición en vivo y diferido.

¿Cuál considera que es el mayor reto de la televisión tradicional frente al internet, particularmente YouTube, la plataforma de video que se perfila como la nueva televisión en los próximos años?

Yo creo que todo pasa por el contenido ofrecido. Si bien es cierto YouTube te permite dar tu opinión sobre lo ofrecido en la página la televisión tiene que innovar en los próximos años y aliarse con paginas propias o sociedades que puedan ofrecer este contenido

como una extensión del canal mismo. Creo que América TV tiene una iniciativa interesante con su aplicación America Go en donde ofrece sus mejores programas para que los usuarios puedan acceder a ellos pero obligándolos a regresar a la TV tradicional para poder ver más capítulos.

¿Qué está pasando con el crecimiento de las telecomunicaciones tradicionales? ¿Están en crecimiento?

Bueno, no solo DirecTV sino todas las empresas de telecomunicaciones han ampliado su cobertura para suministrar un alto rango de servicios y equipos, esto con el fin de mejorar sus posiciones frente a la competencia. Imagina que si la industria no estuviera en crecimiento la carrera de comunicaciones estaría en franco proceso de desaparición pero está pasando todo lo contrario. Ahora existen más instituciones académicas que ofrecen la carrera y sus ramas a las cuales pueden acceder los jóvenes actualmente.

En el caso concreto de DirecTV, ¿Cómo está el crecimiento de clientes en Perú?

No puedo hablarte de todo el país pero en Lima hemos ingresado actualmente a competir con Movistar pero como ya lo mencioné, todo pasa por contenidos. Por ejemplo con Movistar que es la

empresa que maneja Canal N y CMD los cuales son canales que la gente siempre busca pero por esa razón y para entrar a competir DirecTV está innovando, logrando que algunos canales de su plataforma tengan la exclusividad para la transmisión de eventos importantes.

Conclusiones

1.- YouTube fue creado originalmente para subir videos y publicarlos en cualquier página web, luego YouTube se convirtió en un propio destino, algunos productores de televisión tradicional empezaron a ver la posibilidad de aprovechar el creciente poder de Internet para sacarle provecho a la plataforma. Es así que no se trataba solo de trabajar junto a la televisión: YouTube se ha convertido en parte integral del éxito de muchos programas de televisión no solo en Estados Unidos sino en todo el mundo como el lugar donde publican videos, temas destacados, tráiler, presentaciones, recopilaciones y otras cosas que no salen directamente en sus shows en vivo.

2.- Cuando la televisión empezó a adaptarse a YouTube, los espectadores comenzaron a tratar la plataforma como una estación de acceso público. En el 2007, y con el constante avance de las cámaras de video los teléfonos celulares y la facilidad con la que la gente podía utilizar YouTube hizo que la gente iniciara la aventura de iniciar su propio canal de YouTube y manejarlo con un gran éxito.

3.- YouTube comenzó a desarrollar su propia cultura y sus propios géneros, empoderando a la gente quienes empezaron a producir desde tutoriales de maquillaje, parodias de canciones, temas teatrales, noticias, experimentos y más. Se puede decir que YouTube ya tiene muchos programas propios, incluso empezó a llamarlos "canales".

4.- YouTube ha empezado a servir como fuente para algunas de las ideas más innovadoras de la televisión. Algunos ejemplos pueden ser VICE, la compañía de medios cuyos cortos documentales están disponibles en YouTube, acaba de firmar un acuerdo con HBO para ofrecer una emisión diaria de noticias. Aunque hoy por hoy la televisión puede ser aún más prestigiosa que Internet, la creatividad está en las redes sociales y por su naturaleza de acceso público, YouTube está empezando a tomar el lugar de la televisión tradicional.

5.- YouTube no sólo está reemplazado a la televisión de acceso público, sino que es un lugar donde cualquiera puede tener voz, creando su propio ecosistema paralelo a la televisión. YouTube no es sólo el futuro de la televisión, sino también preserva el pasado de esta. Sirve como una cápsula de tiempo en línea en la que puedes encontrar todo tipo de productos audiovisuales que jamás tuvimos acceso antes. ¿Quieres ver tu dibujo favorito de tu infancia? Busca en YouTube. ¿Necesitas aprender la letra de tu canción favorita? Gracias, YouTube. ¿Quieres informarte o informar al instante? Gracias a Dios existe YouTube.

Apéndices

Imágenes de la Primera conferencia YouTuber en Perú





Imagen entrevista a YouTubers Nina Nauca y Cholo Mena



Imagen entrevista a Especialista en Comunicaciones, José Vega



Bibliografía:

OnlineMagazines de:

RALPH J. BUNCHE LIBRARY-U.S. Department of State

<http://a.m.state.sbu/sites/gis/ips/LIB/default.aspx>

Youtube, television broadcasting (2015)

<https://goo.gl/WNxggy>

Video, Youtube - New Audiences (2015)

<https://goo.gl/OuiwUR>

YouTube crashing Cable TV (2016)

<https://goo.gl/6ug0FV>

Diplopedia:

Visual Diplomacy

http://diplopedia.state.gov/index.php/Visual_Diplomacy

Otros:

<http://www.redalyc.org/home.oa>

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81906217>

<http://www.adweek.com/news/technology/young-or-old-everyone-seems-online-video-much-tv-now-167541>

<http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports/2015/the-total-audience-report-q4-2014.html>

<http://www.nielsen.com//content/dam/corporate/us/en/reports-downloads/2015-reports/nielsen-google-case-study-sept-2015.pdf>

<https://www.forrester.com/North+American+Consumer+Technographics+Online+Benchmark+Survey+Part+2+2015/-/E-SUS2881>

<http://www.adweek.com/news/television/new-study-says-2025-half-consumers-under-32-won-t-pay-cable-167400>

<https://www.thinkwithgoogle.com/articles/how-youtube-extends-reach-engagement-of-video-advertising.html>

<https://www.youtube.com/yt/press/en-GB/statistics.html>

<https://www.thinkwithgoogle.com/articles/new-data-reveals-how-canadians-really-feel-about-ads-on-youtube-vs-tv.html>

<http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports/2015/the-total-audience-report-q3-2015.html>

<http://www.marketingcharts.com/television/are-young-people-watching-less-tv-24817/attachment/nielsen-traditional-tv-weekly-viewing-trends-among-18-24-q12011-q32015-dec2015/>

<http://www.marketingcharts.com/television/are-young-people-watching-less-tv-24817/>