



CULTURE & TRENDS

INFORME DE 2023

Cómo la rápida evolución de la tecnología para crear y consumir contenido digital ofrece nuevas herramientas a los creadores y usuarios, además de la capacidad de moldear la cultura popular a su imagen.

LOS CREADORES Y FANS

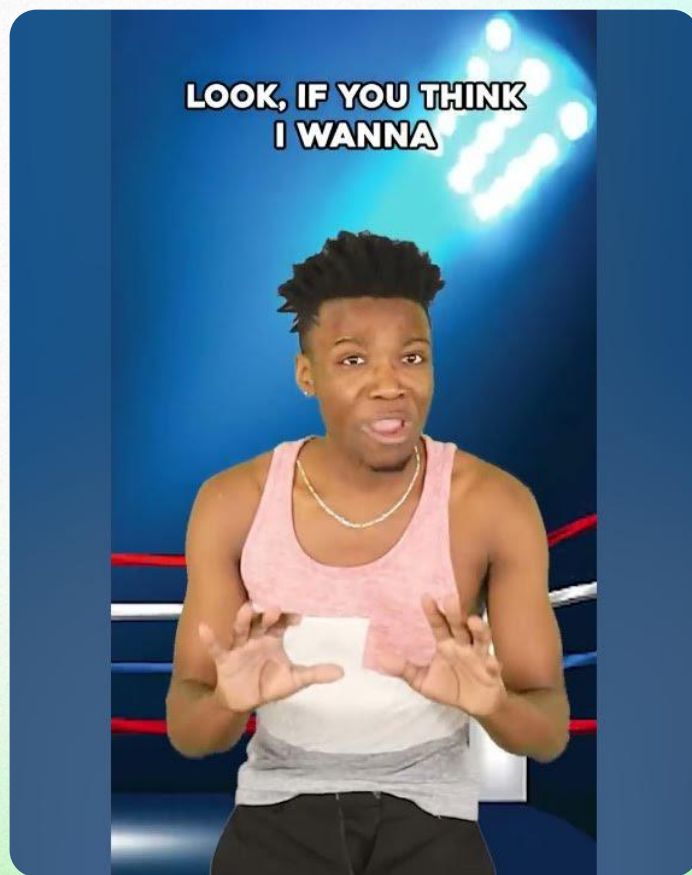
SIEMPRE MOLDEARON LA CULTURA POPULAR, PERO EN EL 2023 COMENZARON A DEFINIRLA.

La rápida evolución de la tecnología en los medios y la creatividad ha generado nuevas expectativas entre los usuarios, además de ofrecernos la oportunidad de que todos interactuemos con los temas que nos interesan.

A medida que el consumo multiformato y multidispositivo se vuelve más común, las nuevas herramientas y tecnologías están democratizando el proceso creativo y permitiendo que ideas más osadas se hagan realidad. Esto explica el incremento en todo tipo de contenido novedoso que recibe millones de vistas, desde remixes de fans hasta presentadores de video mejorados con IA.

En los videos en línea, nuevos tipos de fans están impulsando este cambio y normalizando estas tecnologías para públicos más amplios.

David The Baker usa edición y efectos de video para llevar sus rutinas cómicas en Shorts al siguiente nivel. Este video, The Big Fight, recibió más de 7.8 millones de vistas.



 **@DavidTheBaker**
3.7 MILL. DE SUSCRIPTORES

VIVIMOS UNA ÉPOCA DE CAMBIOS SIGNIFICATIVOS EN LA TECNOLOGÍA, LA CREATIVIDAD Y LA CULTURA

Para entender mejor este panorama cambiante, el equipo de YouTube Culture & Trends analizó cientos de tendencias y realizó encuestas de Ipsos en 14 países: Alemania, Arabia Saudita, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, Egipto, EE.UU., Francia, India, Indonesia, Japón, México y Reino Unido. Los encuestados fueron adultos activos en línea entre 18 y 44 años, y jóvenes de la generación Z activos en línea entre 18 y 24 años.*

14

países encuestados

Cientos

de tendencias analizadas

* Estas muestras se clasifican como "personas" y "generación Z", respectivamente.

LOS FANS ESTÁN EVOLUCIONANDO



@schnooleheletteletto

93,000 SUSCRIPTORES

LOS FORMATOS SE ESTÁN AMPLIANDO



@Coachella

3.2 MILL. DE SUSCRIPTORES

YA SE ESTÁ USANDO LA IA



@PiXimperfect

4.6 MILL. DE SUSCRIPTORES

ESTO ES LO QUE DESCUBRIMOS >

LA CREACIÓN ES HABITUAL

Todos los días surgen nuevas herramientas creativas, desde funciones integradas en nuestras apps preferidas que permiten a los usuarios ocasionales crear remixes de contenido hasta la IA generativa, que da lugar a nuevos tipos de creatividad.

En una época en la que todos nos convertimos en artistas de efectos especiales y editores amateur, y tardamos horas en lugar de días en generar versiones de sagas cinematográficas populares, la creatividad se volvió una actividad de la cultura popular.

¿El resultado? Un mundo en el que las tendencias más importantes se definen según la manera en que los fans las adaptan a su estilo.

EL 82%

de las personas (en línea entre 18 y 44 años) indicaron que publicaron contenido de video en línea (p. ej., en historias de Instagram, TikTok, YouTube o Snapchat) en los últimos 12 meses.

Google/Ipsos, global (Alemania, Arabia Saudita, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, EE.UU., Egipto, Francia, India, Indonesia, Japón, México y Reino Unido), Encuesta de tendencias de YouTube, n = 25,892; adultos en línea entre 18 y 44 años, mayo de 2023.

Mira este avance creado por fans que reimagina “Star Wars” como si la hubiera dirigido Wes Anderson.



 **@curiousrefuge**
77,400 SUSCRIPTORES

EL CONSUMO NO TIENE LÍMITES

Las expectativas del público también están evolucionando, lo que amplía los límites del entretenimiento.

Los usuarios esperan experiencias cada vez más personalizadas y usan diferentes formatos según lo que quieran consumir: contenido de formato largo, corto, en vivo y pregrabado en dispositivos móviles o TVs conectadas. Los canales como **CazéTV** de Brasil usan varios formatos para darles a los fans lo que quieren y, al mismo tiempo, batir récords de transmisiones en vivo. Por ejemplo, la transmisión de la Copa Mundial de la FIFA de CazéTV alcanzó un máximo de más de 6 millones de usuarios simultáneos.*



 **@CazeTV**

8.2 MILL. DE SUSCRITORES

* Fuente: Datos globales de YouTube, 2022.

EL 68%

de las personas encuestadas dijeron que miran videos sobre un tema específico que les interesa en múltiples formatos (p. ej., formato corto, formato largo, podcasts y transmisiones en vivo).

Google/Ipsos, global (Alemania, Arabia Saudita, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, EE.UU., Egipto, Francia, India, Indonesia, Japón, México y Reino Unido), Encuesta de tendencias de YouTube, n = 25,892; adultos en línea entre 18 y 44 años, mayo de 2023.

EL 44%

de las personas encuestadas indicaron que participaron en algún meme en los últimos 12 meses.

Google/Ipsos, global (Alemania, Arabia Saudita, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, EE.UU., Egipto, Francia, India, Indonesia, Japón, México y Reino Unido), Encuesta de tendencias de YouTube, n = 25,892; adultos en línea entre 18 y 44 años, mayo de 2023.

EL ENTORNO DIGITAL TIENE NUEVAS DIMENSIONES

El entorno en el que se desarrolla esta creatividad se volvió más dinámico y personalizado. La ampliación de los formatos del contenido, el ecosistema de las comunidades de fans en constante evolución y los nuevos contextos de visualización (por ejemplo, el auge de la TV conectada) originaron fenómenos que son tendencia y que ofrecen distintos puntos de entrada y niveles de profundidad para los usuarios.



 **@LofiGirl**
13 MILL. DE SUSCRIPTORES

Cuando el popular canal Lofi Girl lanzó una nueva transmisión continua de synthwave, usó VOD, Shorts y publicaciones de imágenes en la pestaña Comunidad para crear un momento que fuera tendencia.

NUEVOS TIPOS DE FANS

A medida que evoluciona el entorno digital, las comunidades de fans se vuelven más estratificadas y surgen nuevos niveles de participación entre los fans ocasionales y los más leales. Esto se debe tanto a las nuevas tecnologías como a la ampliación de los formatos.

Puede que los **fans ocasionales** tengan un feed que los ayude a consumir de forma pasiva más contenido relacionado con su afición, desde historias de los creadores hasta contenido tras bambalinas.

Los **fans más activos** suelen usar Shorts para crear memes o interactuar con la campaña de una marca haciendo remixes o versiones propias del contenido.

EL 54%

de las personas encuestadas dijeron que preferirían mirar el contenido de los creadores analizando un evento importante que el evento en sí mismo (p. ej., los Óscar o los Grammy).

Google/Ipsos, global (Alemania, Arabia Saudita, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, EE.UU., Egipto, Francia, India, Indonesia, Japón, México y Reino Unido), Encuesta de tendencias de YouTube, n = 25,892; adultos en línea entre 18 y 44 años, mayo de 2023.

En un nivel superior, algunos fans crean contenido para otros fans, mientras que los **fanáticos profesionales** aprovechan sus conocimientos para generar contenido para el público general.



 @airrack

13.6 MILL. DE SUSCRIPTORES

EL 47%

de la generación Z (personas en línea entre 18 y 24 años) miró videos creados por fans sobre contenido específico, artistas o figuras públicas en los últimos 12 meses.

Google/Ipsos, global (Alemania, Arabia Saudita, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, EE.UU., Egipto, Francia, India, Indonesia, Japón, México y Reino Unido), Encuesta de tendencias de YouTube, n = 6,982; adultos en línea de la generación Z entre 18 y 24 años, mayo de 2023.

MÁS FORMATOS GENERAN MÁS FANS, HISTORIAS, IMPACTO Y MAGNITUD

Antes, la mayoría de los videos se limitaban a un solo formato de contenido. Hoy en día, evolucionaron al **formato largo** y los **Shorts**, y se ampliaron para abarcar **transmisiones en vivo** y **podcasts**.

A medida que el público busca contenido con distintos formatos según su estado de ánimo o necesidad específicos, los creadores responden diversificando sus narraciones en esos formatos; así, llegan a fans nuevos y tienen más oportunidades de destacarse entre la multitud.



 **@blogilates**

8.6 MILL. DE SUSCRITORES

Además de videos de entrenamiento de formato largo, la creadora de Blogilates, **Cassey Ho**, ahora publica Shorts enfocados en su emprendimiento de ropa deportiva. En el proceso, obtuvo más vistas que las que recibió en la mitad de su carrera como creadora, con un total de más de 500 millones desde principios del 2022, a pesar de que es una creadora exitosa desde el 2009.

EL 87%

de las personas encuestadas indicaron que, entre todos los servicios de transmisión, miraron al menos 4 formatos de contenido que ofrece YouTube en los últimos 12 meses.

Google/Ipsos, global (Alemania, Arabia Saudita, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, EE.UU., Egipto, Francia, India, Indonesia, Japón, México y Reino Unido), Encuesta de tendencias de YouTube, n = 25,892; adultos en línea entre 18 y 44 años, mayo de 2023. Estos fueron los formatos de contenido incluidos: transmisiones en vivo en una plataforma en línea, videos en streaming en TV, contenido de videos de formato corto, contenido de formato largo y podcasts.

EL 67%

de los encuestados de la generación Z (usuarios en línea entre 18 y 24 años) dijeron que les gusta que sus creadores favoritos generen contenido en distintos formatos.

Google/Ipsos, global (Alemania, Arabia Saudita, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, EE.UU., Egipto, Francia, India, Indonesia, Japón, México y Reino Unido), Encuesta de tendencias de YouTube, n = 6,982; adultos en línea de la generación Z entre 18 y 24 años, mayo de 2023.

LAS HERRAMIENTAS HACEN QUE LA VISUALIZACIÓN SEA MÁS PERSONAL...

Las funciones como los **subtítulos** y las **pistas de audio en varios idiomas** permiten que el público personalice su experiencia de visualización y que los creadores profundicen su narración y lleguen a públicos nuevos independientemente de límites culturales, geográficos o idiomáticos.

Los vlogs silenciosos usan subtítulos para agregar comentarios sin interrumpir la experiencia inmersiva...

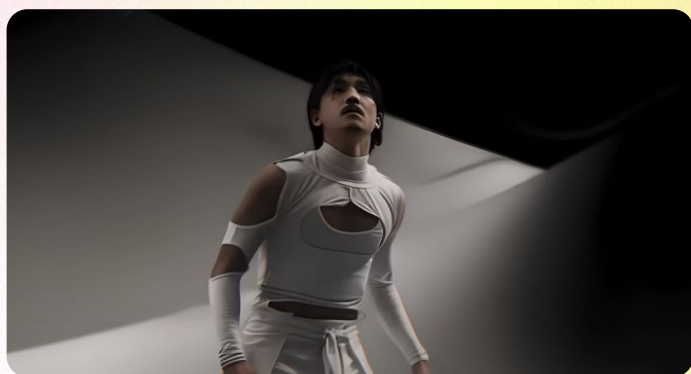


A small stable pile of wood is laid down first

 **@primitivetechnology9550**

10.8 MILL. DE SUSCRIPTORES

Otros creadores usan los subtítulos para **explicar el contexto**, contar **chistes internos** o incluir **huevos de pascua** para los usuarios interesados.



 **@HYBELABELS**

70.9 MILL. DE SUSCRIPTORES

En su exitosa canción "[Masquerade](#)", el cantante coreano **MIDNATT** canta en seis idiomas y llegó a públicos nuevos porque permitió que los usuarios eligieran el idioma que prefirieran con la herramienta de selección de la pista de audio. También recurrió a la IA para que su pronunciación sonara más natural en cada idioma.

EL 54%

de las personas encuestadas están de acuerdo en que siguen a creadores que generan contenido en idiomas extranjeros.

Google/Ipsos, global (Alemania, Arabia Saudita, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, EE.UU., Egipto, Francia, India, Indonesia, Japón, México y Reino Unido), Encuesta de tendencias de YouTube, n = 25,892; adultos en línea entre 18 y 44 años, mayo de 2023.

...Y MINIMIZAN LOS PROBLEMAS PARA LOS CREADORES

La variedad de herramientas disponibles para los videos aumentó a gran escala, lo que hace posible que los usuarios **recorten** o **creen remixes** de videos y audios con facilidad, agreguen **filtros** y efectos, o incluso se conviertan en **avatares virtuales**.

En un mundo donde crear contenido es tan sencillo y divertido que puede ser una forma de entretenimiento en sí mismo, el potencial de que una idea tenga éxito está cada vez más relacionado con su eficacia para abrirles las puertas a los usuarios y que aporten sus interpretaciones.

Las herramientas de recorte, que permiten que los usuarios recorten con rapidez partes de videos más largos, hacen que la incorporación sea más sencilla. Por ejemplo, muchos creadores de podcasts y quienes transmiten en vivo recortan de manera activa su contenido para publicar los momentos más destacados. El recorte por sí solo puede convertir un video en un fenómeno más importante.

A partir de un video en que las estrellas de "La Casa del Dragón" **Emma D'Arcy** y **Olivia Cooke** [se entrevistaron entre ellas](#), los fans del programa no tardaron en [remixar en otros Shorts](#) una mención del Negroni sbagliato. Algo trascendental fue que HBO extrajo el momento de una entrevista más larga para facilitarles a los fans hacer esos remixes.

+14M

de videos se crearon por mes en el 2023 con la función de recorte de YouTube.

Datos globales de YouTube, del 1 de enero al 30 de abril de 2023.



 **@likeablecocktails**
1,400 SUSCRITORES

Más de 100 millones

de vistas en los videos relacionados con la canción "Whopper Whopper" en el 2023.

Datos globales de YouTube, del 15 de enero al 12 de abril de 2023.

Los filtros y efectos hacen posible que los usuarios hagan de todo, desde agregar texto a los videos hasta cambiar el aspecto completo de un clip, se pueden adaptar a innumerables circunstancias y conversaciones.

EL 65%

de los encuestados de la generación Z afirmaron que usaron un filtro, una función o un efecto en una app de video en los últimos 12 meses.

Google/Ipsos, global (Alemania, Arabia Saudita, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, E.E.UU., Egipto, Francia, India, Indonesia, Japón, México y Reino Unido), Encuesta de tendencias de YouTube, n = 6,982; adultos en línea de la generación Z entre 18 y 24 años, mayo de 2023.

Los avatares, que los usuarios pueden usar para presentarse como personajes nuevos virtuales, les permiten a los creadores representarse de la manera que prefieran.



@FilmyMoji

4.1 MILL. DE SUSCRIPTORES



@TahvoStudio
38,000 SUSCRIPTORES

Los remixes en que los fans agregan el audio o video de un video a otro solían ser el terreno de los profesionales, pero ahora se pueden crear con tan solo presionar un botón.

Hacer un remix con elementos de audio y video es una manera sencilla de que las personas contribuyan a la cultura, incluidos los memes, que son fundamentales para la generación Z y los usuarios más jóvenes, como los remixes del popular anuncio "Whopper Whopper" de Burger King.

LA IA ESTÁ POTENCIANDO LAS POSIBILIDADES

En medio del auge de las herramientas basadas en IA, los creadores están adaptando esas tecnologías para ampliar sus capacidades creativas individuales. Las ideas ambiciosas y complejas se pueden ejecutar más rápido y con un valor de producción más alto que nunca antes.

La IA generativa está democratizando los métodos complicados de expresión personal y presenta un mundo en el que las ideas únicas son la base del éxito en línea.

El estudio de producción **Corridor Crew** está creando Shorts con estilo de anime mediante IA sin recurrir a animadores. Por otro lado, la IA les ofrece consejos a los creadores sobre cualquier tema, desde entrenamiento hasta maquillaje (como es el caso de la creadora francesa **Sananas**).



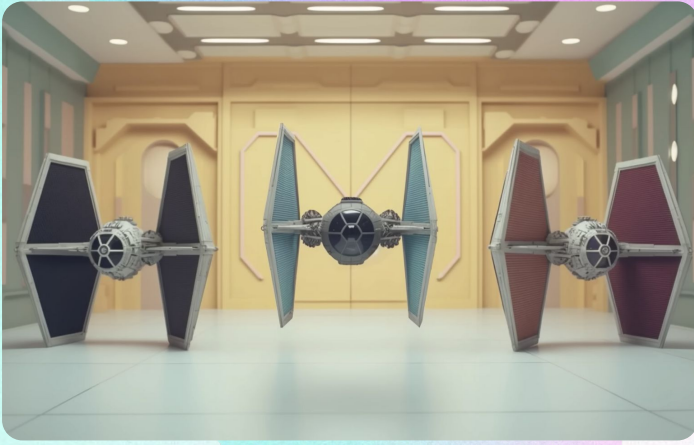
 **@Corridor**
9.8 MILL. DE SUSCRITORES



 **@Sananas**
3 MILL. DE SUSCRITORES

Estos cambios ya comenzaron a redefinir cómo se combinan la expresión personal con la afición, ya que permite que los usuarios amplíen el significado de las entidades culturales que les interesan.

La velocidad y calidad de las creatividades basadas en IA puede generar muchos resultados que se pueden consumir por sí solos, pero que en realidad existen interconectados.



Los creadores virtuales y las bandas de pop coreano que debutan con empresas de ese país se basan en los **vtubers** y dan una idea del camino que podrían seguir las creaciones basadas en la IA en el futuro. Esto permite prever los intereses de los usuarios con respecto a las creatividades de una manera que desafía las normas de la autenticidad.

RuiCovery, una persona real con rostro generado por IA, fue creada por Dob Studio, una empresa emergente de TI con sede en Seúl. El estudio produce covers de canciones y bailes tanto en videos de formato largo como en Shorts.

▶ **@curiousrefuge**

77,400 SUSCRITORES

La IA está generando un impulso creativo. Por ejemplo, los fans pueden imaginar cómo sería una película popular si la produjera un director emblemático. La manera en que los creadores usan esta tecnología en la actualidad demuestra cómo podríamos llegar a usarla todos en el futuro cercano. Además, los usuarios no solo mantienen una actitud abierta ante estas innovaciones, sino que también están mirando muchos videos sobre IA o hechos con esta tecnología.

EL 60%

de las personas encuestadas concordaron en que están dispuestos a mirar contenido de creadores que usan IA para generarlo.

Google/Ipsos, global (Alemania, Arabia Saudita, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, EE.UU., Egipto, Francia, India, Indonesia, Japón, México y Reino Unido), Encuesta de tendencias de YouTube, n = 25,892; adultos en línea entre 18 y 44 años, mayo de 2023.



▶ **@RuiCovery**

120,000 SUSCRITORES

EL 52%

de las personas encuestadas dijeron que miraron a un vtuber (YouTuber o influencer virtual) en los últimos 12 meses.

Google/Ipsos, global (Alemania, Arabia Saudita, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, EE.UU., Egipto, Francia, India, Indonesia, Japón, México y Reino Unido), Encuesta de tendencias de YouTube, n = 25,892; adultos en línea entre 18 y 44 años, mayo de 2023.

LA MONOCULTURA FRAGMENTÓ

... PERO PUEDE QUE SEA POSITIVO

La velocidad, el volumen y la variedad de todos estos cambios puede ser desconcertante, ya que hay más formatos para seguir, más maneras de expresarse como fans, más contenido para consumir y más tecnologías que agregan cada vez más variables a la mezcla.

Pero todas estas “**otras**” opciones también conllevan más oportunidades para tener éxito. En el 2023, el panorama digital ofrece lo siguiente:

1. PERSONALIZACIÓN EN LÍNEA GENERALIZADA

2. CREATIVIDAD CASUAL MASIFICADA

3. EXPERIENCIAS DE CONTENIDO DESARROLLADAS PARA LOS USUARIOS

4. POSIBILIDADES DE CREATIVIDAD CON IA

EL 40%

de las personas encuestadas se describieron como creadores de contenido de video.

Google/Ipsos, global (Alemania, Arabia Saudita, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, EE.UU., Egipto, Francia, India, Indonesia, Japón, México y Reino Unido), Encuesta de tendencias de YouTube, n = 25,892; adultos en línea entre 18 y 44 años, mayo de 2023.

EL 71%

de las personas encuestadas de la generación Z disfrutaban la conveniencia de poder mirar diferentes formatos de video en una sola plataforma.

Google/Ipsos, global (Alemania, Arabia Saudita, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, EE.UU., Egipto, Francia, India, Indonesia, Japón, México y Reino Unido), Encuesta de tendencias de YouTube, n = 6,982; adultos en línea de la generación Z entre 18 y 24 años, mayo de 2023.

Más de 1,700 millones

de vistas de videos relacionados con las herramientas de IA generativa o videos que se basan en esta tecnología en el 2023.

Datos globales de YouTube, del 1 de enero al 27 de mayo de 2023. Videos relacionados con ChatGPT, GPT-4, Midjourney, DALL-E1, DALL-E2, D-ID, ElevenLabs o videos con las siguientes palabras clave en el título: IA de voz, DALL-E, Midjourney, GPT-4, ElevenLabs, so-vits-svc, SoftV VITS, Uberduck, MusicLM, Kaiber, Amper, Lensa, Runway Gen-1, Runway Gen-2, Stanford Alpaca, Adobe Firefly, AutoGPT, Stable Diffusion.