

Material Imprimible

Curso Cómo ser influencer y vivir de las redes sociales

### Módulo 3

#### **Contenidos:**

- YouTube: qué es, para qué sirve y cuáles son sus características principales
- Youtubers: qué son, cuáles son sus tipos y sus características
- Claves para optimizar al máximo los videos
- Suscriptores
- Planear videos
- Cómo ser un youtuber exitoso
- Youtubers famosos
- Algoritmo de YouTube
- YouTube Analytics

## **YouTube**

**YouTube** es un sitio web dedicado a compartir videos que fue creado en Estados Unidos en el año 2005.

Este posee más de 2.000 millones de usuarios activos y, como dijimos, en este sitio web los usuarios pueden subir videos para que otros puedan consumirlos en cualquier momento y de manera online. Es decir, es una especie de televisión por internet.

Según José Facchin, bloguero y especialista en marketing digital, en esta red no solo podemos visionar contenido profesional, sino también de cualquier tipo de usuarios. Todo el mundo puede crear una cuenta en ella y ofrecer sus propios vídeos al resto del mundo.

Además, Facchin sostiene que con YouTube podemos:

- Crear un canal propio para subir contenidos, ya sean propios o ajenos. A su vez, a nuestro canal lo podemos personalizar para darle una apariencia que mejore la imagen de nuestra marca personal
- Estar al tanto de la actividad de otros profesionales, ya que la plataforma nos permite suscribirnos a otros canales y ser avisados cuando el usuario en cuestión suba un nuevo vídeo. De esta manera, podremos inspirarnos y/o conocer otros puntos de vista sobre nuestras temáticas favoritas.
- También podemos generar interacciones con nuestros seguidores, dado que estos pueden hacer comentarios de los vídeos que han visto, así como expresar la opinión mediante el uso de *likes* o *dislikes*. Esto fomentará el crecimiento de nuestra comunidad, así como su fidelización, si atendemos convenientemente a todos aquellos que se animen a dejarnos su *feedback*.
- De igual manera, YouTube nos permite organizar eventos y congresos, ya que brinda la posibilidad de emitir vídeos en directo y luego dejarlos alojados en la plataforma o no. Esta función es muy útil como herramienta de promoción, para formaciones o para eventos online.
- Por último, podemos monetizar nuestras emisiones, es decir, ganar dinero a través de estas. YouTube permite tener una cuenta en la que podemos introducir publicidad para conseguir ingresos recurrentes. De hecho, hay personas que se dedican profesionalmente a subir vídeos a esta web con esta finalidad, además de para aportar contenido informativo.

Por su parte, Rosario Peiró enumera las siguientes características de YouTube:

- Es uno de los sitios más visitados del mundo, sólo lo supera Google, siendo el segundo buscador más utilizado.
- Crearse una cuenta en YouTube es gratis, y a partir de ahí se pueden subir vídeos a través del menú que pueden estar disponibles al público o privados, según el objetivo de estos.
- Se puede personalizar el canal escogiendo una cabecera para ello, incluir redes sociales en ella y también crear listas de reproducción dentro del propio canal para que la gente pueda tener mejor usabilidad y acceder a los vídeos relacionados por temáticas. Por ejemplo, si tenemos un canal de cocina podemos crear varias listas como cocina vegana, cocina vegetariana, etc., de tal forma que los vídeos correspondientes irán incluidos dentro de cada una de ellas.
- Permite subir un contenido de 15 minutos, aunque siempre se puede ampliar y subir videos con mayor duración si se opta por monetizar la cuenta
- Se pueden compartir los vídeos accesibles para todo el público o tener la opción de hacerlo de forma privada para pasar el enlace sólo a la gente que deseemos para que pueda visionar ese contenido.
- La descarga de videos es sencilla, ya que a través de diversos programas se puede incluir el enlace para ello y proceder a conseguir el video de forma sencilla.
- Además, se ha convertido en un excelente portal para hacer negocios, ya que a raíz de este canal han surgido los famosos YouTubers, que se encargan de crear canales temáticos y grabar vídeos para conseguir seguidores y el patrocinio de las marcas
- Para conseguir potenciar un canal, lo ideal es escoger un tema que se domine, cuidar el diseño de los vídeos, publicar con frecuencia contenido e interactuar con los seguidores de tal forma que siempre exista una llamada a la acción para que puedan participar activamente y eso conlleve la atención de otros usuarios interesados por sus recomendaciones. Además, hacer uso del resto de redes sociales para la difusión de los vídeos será un plus para que lleguen a más público.

Ahora bien. A nuestro canal de YouTube podemos configurarlo de la siguiente manera:

- Como un canal público, que significa que puede ser visto por todos los usuarios de la comunidad de Youtube y aparecerá en los resultados de búsqueda
- Como un canal privado, que significa que solo podrá ser visto por las personas que elijamos

- O como un canal oculto, que quiere decir que el video podrá ser visto por aquellos que tengan el enlace del mismo

El español Berto López, Ingeniero en Informática y especialista en tecnología, afirma que YouTube tiene una faceta de red social, dado que incluso se suele hablar con frecuencia de este sitio como una red social más que como un sitio de alojamiento de videos.

López sostiene que “en YouTube los usuarios pueden interactuar, pueden hacer votos de “me gusta” o “no me gusta”, pueden compartir los videos, comentarlos y pueden suscribirse a un canal de otro usuario, lo que sería equivalente, por ejemplo, a seguir a otro usuario en Twitter, ya que una vez suscritos verán las novedades de los canales a los que se han suscrito cada vez que entren en YouTube. De hecho, en particular, el número de suscriptores, al igual que en otras redes sociales como Twitter o Instagram, es sinónimo del éxito de un canal YouTube.”

## **Youtubers**

Así como en el Instagram encontramos a los instagramers, en YouTube encontramos a los **youtubers**. Pero... ¿cómo podemos definirlos? Según Rosario Peiró, “el youtuber es un usuario que introduce y comparte videos llamativos en la red social YouTube con el objetivo de causar interés a la comunidad de seguidores de la que dispone y que esta vaya en aumento.”

Por su parte, Emanuel Olivier Peralta, especialista en marketing, sostiene que “los youtubers son esas personas que suben contenidos audiovisuales a la plataforma de YouTube y saben captar seguidores. Son personas que se dedican a grabar videos para subirlos a YouTube y obtener algún beneficio.”

Asimismo, Peralta afirma que “suelen ser jóvenes excéntricos, polémicos, divertidos y otros tantos incomprendidos, por lo que su juvenil audiencia se siente identificada con ellos y, por tanto, no se pierde ni uno solo de sus videos.”

Más allá de subir videos a YouTube, cada youtuber tiene un perfil y una personalidad que reflejan en su material audiovisual. Por dicho motivo, Peralta considera que existen los siguientes tipos de youtubers:

- Los youtubers opinadores son aquellos que suben videos para mostrar su posición acerca de una situación o algo en específico
- Los gamers suben videos de ellos mismos jugando algún videojuego famoso

- Los tutoriales son los que suben videos-guías para mostrar, paso a paso, como se hace una determinada actividad
- Los youtubers de terror suben videos contando historias tenebrosas o de suspenso
- Los humoristas le brindan a su audiencia videos graciosos de ellos mismos o recopilaciones de videos con alto contenido humorístico
- Los tecnológicos hablan acerca de todo el mundo tecnológico, como por ejemplo, de gadgets, aplicaciones, dispositivos, etc.
- En los monólogos se muestra al youtuber simplemente hablando sobre algún tema sin la irrupción de alguien más
- Las miniserias caseras son aquellos que hacen videos divertidos, o no, sobre situaciones de la vida cotidiana o con un guion totalmente inventado
- También hay youtubers de animaciones y montajes.
- Y también youtubers musicales, que no son personas famosas a nivel de la televisión, pero se muestran a sí mismos cantando, bailando o ambas cosas a través de videoclips

Ahora nos preguntamos... ¿Qué características debe tener un youtuber?

- Primeramente, debe ser creativo, es decir, tenemos que hacer volar nuestra imaginación para crear contenidos y debemos reinventarnos cada día siendo originales.
- También debe tener autoconfianza, o sea, no debe dejar que sus miedos le ganen ni debe abandonar su proyecto por la posibilidad del fracaso
- La honestidad también es esencial, es decir, debe ser fiel con él mismo, transparente, auténtico y siempre comunicarse con la verdad en su canal de YouTube
- Asimismo, debe tener optimismo, o sea, tiene que ver las cosas desde una perspectiva más positiva, intentar siempre y ser constante
- También debe estar comprometido y amar lo que hace, es decir, le tiene que gustar lo que hace como youtuber porque si no es así, se notará la diferencia. Hacer las cosas con el corazón es la mejor clave del éxito.
- Ser resiliente ante las situaciones adversas también es importante. Por ejemplo, aprender a lidiar con los comentarios negativos que pueda recibir en su canal de YouTube

- Tener paciencia es otro punto fundamental, ya que la falta de esta puede ser un gran enemigo. Por dicho motivo, mantener la calma es una gran cualidad de un youtuber. La idea es ir paso a paso y no perder la paciencia para conseguir una cantidad de suscriptores considerable en el canal de YouTube
- Otra de las características de un youtuber exitoso es que sea una persona identificable y empática, ya que conoce a profundidad a sus seguidores. Esto los coloca en la posición perfecta para abordar sus inquietudes, responder sus preguntas y encontrar soluciones para sus problemas cotidianos
- La intuición también es importante, dado que un buen youtuber es aquel que puede mantener a su comunidad de seguidores comprometida durante el mayor tiempo posible. ¿Cómo ser intuitivos? escuchando atentamente lo que quiere su audiencia para hacer videos que generen y mantengan el interés de inicio a fin
- Por último, el youtuber debe ser entretenido. Si bien no todas las categorías de videos están relacionadas al humor o entretenimiento, una pizca de diversión es esencial para hacer que los seguidores se queden enganchados con nosotros.

Con el paso de los años, ser youtuber se fue convirtiendo en un movimiento que fue tomando relevancia, dado que son personajes de gran influencia para los usuarios que consumen videos día a día, por lo que, como aprendimos, muchas marcas comenzaron a trabajar con ellos para hacer más viral la misma y para que la marca u organización obtenga más beneficios.

Es decir, las marcas ven a los influencers como grandes puntos de conexión con su potencial público, tomando en cuenta que Internet ha superado a los medios de comunicación tradicionales.

Berto López afirma que YouTube tiene tanto potencial a nivel profesional porque:

- Es un canal mucho más efectivo que los canales basados en texto, como por ejemplo, blogs, especialmente en lo que se refiere a las tasas de conversión
- La gente tiene la percepción de que es difícil hacer buenos videos y le suele dar bastante vergüenza ponerse delante de una cámara o hacer una simple locución para compartirla públicamente
- El punto anterior hace que en YouTube haya menos competencia que en los otros medios de Internet, como blogs o redes sociales

Los canales de YouTube son la esencia de la plataforma, dado que, sin ellos, simplemente no existiría, debido a que es el medio que utilizan los usuarios o youtubers profesionales para subir sus vídeos.

Cuando nos convertimos en un usuario de YouTube, la plataforma nos asigna un canal personal que tiene diversos apartados, como por ejemplo, se puede poner una breve descripción personal, también podemos observar miniaturas de los videos que hayamos subido, la cantidad de miembros que están suscritos en nuestro canal, los videos de otros miembros que hayamos elegido como favoritos, entre otros apartados.

Por dicho motivo, podemos decir que el canal de YouTube es como una especie de página de inicio para la cuenta de un determinado usuario, de forma que, después de que nos registramos en la plataforma, introducimos y aprobamos la información correspondiente, el canal mostrará el nombre de nuestra cuenta, así como una breve descripción personal.

Una vez que tenemos nuestro canal de YouTube, podemos comenzar a cargar en él los videos que vayamos creando, y dado que este sitio nos ofrece la posibilidad de explorarlo como si fuese una red social más, podemos buscar y encontrar a otros usuarios a los que les gustan los mismos tipos de vídeos que a nosotros, y descubrir lo que están viendo.

Ahora bien. A nuestro canal de YouTube lo podemos personalizar, y según Natalia de la Peña Frade, especialista en marketing de contenidos, existen ocho claves para configurarlo:

- Primeramente, debemos verificar el canal de YouTube, es decir, se verifica un número de teléfono para que YouTube compruebe, entre otras cosas, que somos un ser humano.
- La segunda clave indica gestionar las imágenes de perfil y de fondo o cabecera. Sobre la imagen de perfil podemos manifestar que será la que está asociada a nuestra cuenta de Google, pero si queremos cambiarla, tenemos que tener en cuenta que la imagen se ve con forma de círculo en muchos dispositivos, con un tamaño de 98 píxeles de diámetro, por eso, debemos procurar que ningún elemento de la misma se vea cortado. Por su parte, la imagen de cabecera es importante para lograr la identidad visual de nuestro canal de YouTube y para exponer nuestra marca personal. A través de la imagen de cabecera o de fondo, quien visite nuestro canal podrá conocer más acerca de nosotros, como por ejemplo, nuestros objetivos, el tipo de contenido que producimos y mucho más,

y si el diseño es atractivo, tendremos una gran posibilidad de que este usuario regrese para ver otros vídeos.

- La tercera clave es crear una buena descripción para nuestro canal de YouTube. Para esto, antes de ponernos a añadir o modificar cualquier contenido, tenemos que tener muy claro qué es lo que vamos a poner. Así que primero crearemos la descripción y después veremos cómo añadirla. Para escribir nuestra descripción debemos utilizar nuestras palabras clave pero, a la vez, emplear un lenguaje lo más natural posible. Tenemos que intentar que nuestras expresiones coincidan con la forma de expresarse de los usuarios. De esta manera, cuando alguien utilice el buscador de YouTube para encontrar contenidos sobre nuestra temática, tendremos más posibilidades de que nuestro canal se muestre en los resultados de búsqueda. Asimismo, al momento de redactar la descripción, tenemos que pensar en el posicionamiento y en la legibilidad, es decir, conseguir que el texto guste tanto al usuario como al algoritmo que va a posicionar nuestro canal en los resultados. De igual manera, debemos asegurarnos que el texto enganche al usuario desde el primer momento, ya que pocos de ellos seguirán leyendo si no les atrae lo que ven. Además, podemos agregar emoticones para hacerlo más atractivo, y justo debajo de la descripción podemos añadir una dirección de email para comunicaciones comerciales, configurar el país o añadir enlaces. Allí podemos poner los enlaces a nuestra web y redes sociales.
- Otra clave para configurar nuestro canal de YouTube es personalizar la URL. Para acceder a nuestro canal, el enlace por defecto es una sucesión de letras y números sin sentido. Obviamente sería mucho mejor si pudiésemos personalizarlo con nuestro nombre o el de nuestra marca personal. Según Peña Frade, una URL personalizada tiene muchas ventajas, ya que además de incluir nuestra palabra clave, es mucho más amigable y fácil de recordar. No obstante, solo podemos personalizarla si cumplimos los siguientes requisitos: Que nuestra cuenta tenga más de 30 días de antigüedad, haber incluido una foto de icono de canal y una imagen de cabecera de canal, que nuestro canal tenga más de 100 suscriptores
- La siguiente clave sostiene añadir los *hashtag* de nuestro tema, es decir, nuestras palabras clave
- Otra clave es añadir una marca de agua para mejorar la gestión de marca, ya que agregando nuestra marca de agua a nuestros videos no sólo mejoraremos nuestra imagen de marca, sino que además evitaremos que nos lo puedan robar, es decir, que otros los emitan sin mencionarnos como autor.



- Activar la recomendación de canales es otra clave, ya que dicha activación permitirá que nuestro canal aparezca como “contenido recomendado” cuando otros usuarios estén viendo vídeos parecidos a los nuestros, o visitando un canal de la misma temática que el nuestro. Sin embargo, hay quien lo desaconseja, ya que no podremos controlar en qué canales se muestra la recomendación, pero en general, sirve para difundir nuestro contenido.
- La última clave de Peña Frade es habilitar los comentarios en nuestro canal para que los usuarios puedan comentar y, a su vez, debemos animarlos a hacerlo siempre que tengamos ocasión. Este punto es esencial, ya que sería un gran desperdicio tener el canal y no utilizar los comentarios, dado que estos son los que le dan vida al mismo. Al habilitarlos, podremos seleccionar si queremos que se muestren los comentarios automáticamente cuando los escriban o preferimos aprobarlos primero.

### **Claves para optimizar al máximo los videos**

Una vez que tengamos nuestro canal de YouTube personalizado, llega el momento de subir nuestros videos. De acuerdo con Natalia de la Peña Frade, existen diversas claves para optimizar al máximo los videos que vayamos subiendo. Conozcámoslas juntos.

- Escribir una buena descripción para cada video es fundamental para ayudar al posicionamiento del mismo. Para lograrlo debemos utilizar nuestras mejores palabras clave y hacer el texto más atractivo agregando algún emoji. En este punto es importante tener en cuenta que en las descripciones de los videos solo se ve la primera frase, ya que son visibles 150 caracteres, y si el usuario quiere seguir leyendo, tiene que hacer clic en “Mostrar más”. Por dicho motivo, Peña Frade recomienda hacer esos primeros 150 caracteres lo más atractivos posible, e incluir el enlace de suscripción a nuestro canal.
- Otra clave es añadir subtítulos o la transcripción de nuestro video. Esto es importante ya que con estos hacemos posible que personas sordas o con dificultades auditivas puedan consumir el contenido, y también porque el posicionamiento se ve reforzado.
- La siguiente clave de Peña Frade es establecer una imagen como miniatura del video. Cuando subimos un video, se generan automáticamente tres sugerencias de miniatura, pero si ninguna es lo suficientemente buena, podemos crear una imagen específicamente para esto y podemos subirla.

- Crear listas de reproducción de nuestros vídeos también es clave. Cuando ya tengamos varios videos, es importante que los clasifiquemos por temas o por áreas de interés, pensando siempre en la comodidad del usuario. La ventaja de las listas de reproducción es que los videos se van reproduciendo uno a continuación de otro, y si el usuario está interesado en nuestro tema, es posible que termine viendo más de uno.
- También es fundamental añadir tarjetas a nuestros videos. Pero... ¿qué es una tarjeta? Es una especie de llamada a la acción, y sirve para tratar de llevar al usuario a otro contenido, como por ejemplo, a otro vídeo, otra lista de reproducción, otro canal, etc. La tarjeta se mostrará al inicio del video en la esquina superior derecha durante unos segundos y después queda el icono de “información” visible durante todo el video. Si en cualquier momento el usuario quiere hacer clic sobre la tarjeta, ahí tiene el enlace disponible.
- Además, debemos añadir una pantalla final, que sirve para llevar al usuario a otro contenido. Las opciones son video, lista de reproducción o canal, y enlaces para los miembros del Programa de socios de YouTube. Según Peña Frade, lo ideal es enlazar otro video o lista de reproducción, es decir, cuando está terminando el video, es el mejor momento para sugerir otro nuevo.
- Por último, es importante promocionar y compartir nuestros videos cada vez que los subamos. Cuando terminamos de subir un video, se muestra el enlace del mismo, el código para insertarlo y los botones para compartirlo en redes sociales. No nos limitemos a subir el video y ya, debemos hacer correr la voz. Así optimizaremos el esfuerzo que hayamos hecho para crearlo.

## **Suscriptores**

Ahora bien. Los usuarios pueden suscribirse a nuestro canal de YouTube, convirtiéndose así, de esta manera, en nuestros suscriptores. Con ellos podremos maximizar nuestro alcance orgánico.

Si nuestro objetivo es ganar dinero en YouTube, es necesario alcanzar ciertas metas de suscriptores para acceder a muchas de las funciones de monetización. Por ejemplo, necesitamos al menos 1.000 suscriptores para convertirnos en Partner de YouTube y comenzar a obtener ingresos de los anuncios.

Cuanto más suscriptores tengamos, más subiremos en la escala de “niveles de ventajas” de YouTube.

Según el copywriter James Mulvey, para poder obtener suscriptores, podemos tener en cuenta los siguientes consejos:

- En primer lugar, pedirle a nuestros espectadores que se suscriban. Muchas veces, nuestra audiencia simplemente necesita un recordatorio. El gran botón rojo de suscripción es omnipresente, pero no está de más señalarles la campana para activar las notificaciones cada vez que subamos un video nuevo. En el caso de que ya estemos haciendo esto, debemos demostrarles por qué vale la pena suscribirse a nuestro canal.
- También podemos terminar nuestros videos mencionando el video en el que estamos trabajando a continuación, ya que suscribirse a un canal de YouTube es un acto de anticipación, y los espectadores que acaban de ver de qué se trata nuestra marca personal están preparados para querer más, si hemos hecho bien nuestro trabajo. Crear expectativa alrededor de nuestro nuevo video, y dejar en claro por qué no se lo pueden perder, es la forma más orgánica de motivar a las personas a suscribirse
- Interactuar con nuestra audiencia y hacer amigos es otro consejo de Mulvey, ya que si establecemos relaciones con nuestros espectadores, es más probable que quieran seguir viendo nuestro trabajo. Para lograrlo podemos responder a los comentarios, seguir sus canales, etc. Además, una vez que hayamos hecho estas conexiones, nuestra propia audiencia nos proporcionará muchas ideas gratis de contenido para nuestro próximo video.
- Llevar a cabo un concurso también nos ayuda. Los pasos clave incluyen elegir un premio que sea importante para nuestra audiencia y pedirle a los espectadores que se suscriban y activen las notificaciones para participar.
- Asimismo, podemos celebrar nuestras metas de suscriptores, agradeciéndoles a todas las personas que nos llevaron a alcanzar un número redondo.
- Publicar videos en un horario constante también es fundamental, aunque, como aprendimos anteriormente, cada influencer tiene que encontrar sus días y horarios para publicar. Esto podemos hallarlo a prueba y error, es decir, subiendo nuestros videos en distintos días y horarios e ir probando qué nos conviene.
- Asociarnos con otros canales es otra recomendación de Mulvey, y este punto se relaciona con el hacer amigos. Es importante que usemos nuestras conexiones para asociarnos con otros creadores de YouTube para que así ambos podamos aprovechar el público del otro. Nuestra audiencia confía en nuestras

recomendaciones y sus audiencias confían en las tuyas, así que debemos aprovechar.

- El último punto, y el más difícil, es asociarse con celebridades. Esto, obviamente, nos dará aún más popularidad y nos traerá muchísimas más visualizaciones y suscripciones, pero no es nada fácil lograrlo.

## **Planear videos**

Antes de armar un video para subir a nuestro canal de YouTube, es importante planear el mismo. Pero... ¿cómo? De acuerdo con Sonia Alicia, creadora de contenidos y experta marketing en YouTube, tenemos que seguir los siguientes pasos:

- En primer lugar, debemos seleccionar las categorías de nuestro canal. Por ejemplo, si tenemos un canal de comidas, podemos seleccionar las categorías de comida vegana, comida vegetariana, comida oriental, etc. Esto nos va a permitir tener más ideas a la hora de crear el contenido.
- El segundo paso es buscar ideas de qué contenido podemos crear a partir de estas categorías. En este punto no tenemos que complicarnos ni desesperarnos: podemos buscar en foros, en blogs, en grupos de Facebook, etc., y anotar de qué hablan las personas, qué temas les interesan, cuáles son sus problemas y necesidades
- El siguiente paso es hacer la investigación, es decir, saber exactamente si ese contenido lo necesitan las personas que nos siguen y las que lo están buscando en YouTube, o si por el contrario, no vale la pena hacer un contenido tan específico porque no hay nadie interesado en esos videos. Para hacer esta investigación podemos utilizar distintas herramientas, como por ejemplo, *keyword planner*, de Google, para poder saber si es un tema que muchas personas están buscando o si ya hay muchos youtubers hablando sobre esos temas.
- Una vez que tenemos nuestros temas elegidos, y que sabemos cuáles son esos temas que van a tener mejores resultados en las búsquedas, el paso que sigue es elegir cuáles son las fechas en las que vamos a publicar el contenido. Por lo general, los youtubers publican una vez por semana, pero como aprendimos, esto va a depender de cada persona.
- El siguiente paso es planear todo el video, es decir, tenemos que saber qué vamos a hacer, si necesitamos algún material o equipo de grabación específico, entre otros. Sonia Alicia recomienda tener todo anotado, por ejemplo, en el caso de que queramos hacer un video con recomendaciones, podemos tener escrito cada uno

de los consejos que vamos a dar; o también podemos planear la grabación, ya que, por ejemplo, capaz podemos grabar más de un video en un día, y además podemos planificar qué día vamos a editar los mismos.

- Por último, tenemos que planear qué días vamos a publicar el contenido, es decir, tener esas fechas delimitadas. Algunos youtubers les dicen a sus seguidores cuáles son los días para que ellos esperen y sepan cuándo van a volver a ver un video, pero otros prefieren mantener esas fechas en privado y no decirles a sus seguidores cuándo se va a publicar el próximo video.

Ahora bien. Al momento de grabar nuestros videos para YouTube, es necesario prestar atención a la iluminación, a diversas cuestiones de la cámara, entre otros.

Acerca de la iluminación, Sonia Alicia brinda los siguientes consejos sobre cómo iluminar el ambiente en el que vamos a realizar nuestro video:

- En primer lugar, debemos evitar tener iluminación de más. Dado que muchas veces grabamos en lugares oscuros, lo que hacemos es ponernos muchas luces, pensando que eso nos va a dar más calidad en el video. Sin embargo, tener exceso de iluminación no es igual a calidad. La idea es que la luz quede “difuminada”. Para lograrlo, podemos hacer que la luz rebote en una pared blanca frente a nosotros. Esto hará que la luz se vea más natural.
- Otro consejo es tener varios ángulos de luz, ya que tener una luz de frente nos quitará profundidad, es decir, todos nuestros rasgos se verán exactamente iguales, no habrá dimensión y no habrá profundidad. Para poder obtener profundidad, necesitamos luz y sombra, y si tenemos una luz uniforme, no vamos a tener sombras suficientes para crear la profundidad. ¿Cómo se soluciona este problema? Debemos correr la luz hacia un costado, es decir, no tenemos que poner la luz frente a nosotros, sino de un costado, y que ilumine tres cuartos de nuestra cara. De esta manera, podremos tener sombras en la nariz, en la pera, etc. No obstante, nos quedaría solo una parte de la cara iluminada, y la otra con más sombra. Para resolver esta cuestión, debemos poner una luz en el lado de la cara que, hasta el momento, quedaba con sombra. Pero ojo, esta luz tiene que estar más alejada que la primera.
- El siguiente consejo de Sonia Alicia es apagar las luces superiores, ya que estas pueden marcar sombras debajo de los ojos, dado que la luz llega de arriba hacia abajo

- Una última recomendación es iluminar el fondo, ya que si este no está bien iluminado, es muy probable que nos mezclemos con él. Esta luz nos va a dar cierta dimensión entre el fondo y nuestro cuerpo.

En cuanto a la grabación y posicionamiento de las cámaras, la especialista en YouTube y creadora de contenidos recomienda:

- Antes de comenzar a grabar, debemos acomodar el espacio en el que vamos a hacer nuestro video, es decir, colocar las luces y acomodar la cámara
- Una vez que tengamos listo nuestro set de grabación, debemos revisar la toma. ¿Qué quiere decir esto? Chequear que la cámara tenga batería y comprobar que tenemos espacio en la tarjeta de memoria de nuestra cámara o espacio suficiente en nuestro celular. Una vez que corroboramos estas cosas, podemos comenzar a grabar
- Cuando terminamos la grabación, lo que tenemos que hacer es revisarlo, es decir, chequear si se escucha bien el audio, ver si está desenfocado, entre otros. Es decir, debemos asegurarnos que el video que grabamos, funciona.
- El último paso es tomar miniaturas para los videos. Pero... ¿qué son las miniaturas? Son las portadas que aparecen antes de hacer clic en los videos. Podemos poner como miniatura cualquier foto que queramos o que ya tengamos de antes, o si no podemos sacar una foto que no esté en el video, es decir, que no sea una captura de pantalla del video para que la fotografía se vea con mejor calidad.

## **Cómo ser un youtuber exitoso**

Según la copywriter Alexandra Carranza, tenemos que tener en cuenta las siguientes cuestiones:

- El primer punto, como ya lo mencionamos, es ser constante, ya que a nuestros seguidores les gusta saber de nosotros y ver de manera frecuente nuestro contenido. Si no somos constantes, pese a tener las características de un youtuber, los mejores equipos, el mejor contenido y la creatividad, no tendremos tantos suscriptores y todo esto será en vano.
- También es importante promover nuestras redes sociales, es decir, dar a conocer en nuestro Instagram o Twitter nuestro canal de YouTube, para poder garantizarnos una comunidad sólida.

- Otra recomendación es enfocarnos en un tipo de contenido, como por ejemplo, maquillaje, moda, videojuegos, cine, viajes, gastronomía, etc. Debemos enfocarnos en un solo tipo de contenido y hablarle a ese público en YouTube. Pero si lo que queremos es crear contenido de varios temas, debemos comenzar por planificar y dosificar dicho contenido, para evitar que los usuarios se confundan
- Hacer colaboraciones también es importante, y dado que una de las características de un youtuber es ser creativo, podemos buscar la opción de colaborar con algún youtuber que esté a nuestro mismo nivel para así expandir nuestro contenido a más público
- Ser auténtico también es fundamental para ser un youtuber exitoso. Es decir, debemos mostrar quién somos verdaderamente, qué nos pone feliz, qué nos desagrada, etc., pero siempre siendo respetuosos, para que nuestra comunidad en YouTube valore realmente cada uno de nuestros puntos de vista.
- Cuidar nuestro aspecto personal es otro consejo de Carranza, ya que no sabemos cuántas personas nos verán en nuestro canal de Youtube. Por dicho motivo, es importante estar siempre presentable al momento de grabar nuestros videos, así nuestras cualidades de youtuber no pasarán a segundo plano. Esto no nos exige usar ropa de marcas lujosas, sino solo estar listos como si fuéramos a conocer a cualquiera de nuestros seguidores.
- Ser profesional es otro punto, por eso debemos enfocarnos en los detalles al momento de pensar en un nuevo contenido. Por ejemplo, desde el fondo que usaremos para grabar nuestros videos de YouTube hasta la edición, pasando por las miniaturas, la música que usemos, etc. Esto garantizará que se muestre nuestro sello personal en cada uno de nuestros videos.
- Otra recomendación para ser un buen youtuber es hacer una guía de lo que vamos a decir, o sea, antes de grabar un video, debemos elaborar una guía para que no nos perdamos al comenzar. Un guion es importante para que todo salga ordenado y, sobre todo, para que sea más sencillo al momento de editar nuestros videos para YouTube, dado que el éxito no solo depende de nuestros dotes y características, sino también de nuestra preparación en cada video.
- Prestar atención a las tendencias de YouTube también es esencial. Cada día salen nuevas tendencias que favorecen los videos con este contenido, haciendo que se posicionen en las búsquedas frecuentes de YouTube. No obstante, debemos recordar no forzar a hacer algo que quizás no funcione con nuestro público.

- Otra recomendación es investigar cada vez más sobre YouTube, es decir, capacitarnos. Carranza recomienda usar *YouTube Creator Academy*, una plataforma creada por YouTube para todos los creadores de contenido que quieran aprender mucho más sobre esta red social y destacar sus cualidades de youtuber
- Responder los comentarios de los usuarios también nos ayuda, ya que nos da la posibilidad de interactuar y sentirnos cada vez más cerca a nuestra comunidad en YouTube. Por ello, debemos asignarnos un tiempo al día para poder hacerlo y para escuchar siempre las recomendaciones que nos den nuestros suscriptores
- Por último, debemos producir videos que impacten en los primeros dos minutos, ya que la capacidad de atención de un espectador disminuye significativamente cada segundo después de dos minutos. En ese sentido, debemos hacer uso de nuestras cualidades de youtuber y brindar respuestas que son perfectamente fáciles de entender en el menor tiempo posible. Recordemos que el tiempo es valioso, y las personas siempre tienen en cuenta este aspecto al momento de visualizar un contenido en YouTube. Por lo tanto, debemos mantener nuestras explicaciones precisas y nuestros videos concisos.

### **Youtubers famosos**

Uno de los canales con mayores suscriptores en Youtube es PewDiePie, un humorista sueco que tiene más de 100 millones de seguidores. En su canal, publica videos en los que hace comentarios mientras juega diversos videojuegos y también comparte videos de comedia.

Mariand Castrejón Castañeda, más conocida como Yuya, es una youtuber mexicana que tiene 25 millones de suscriptores. En su canal publica videos en los que brinda diversos consejos de belleza y maquillaje, muestra peinados, recomienda productos de maquillaje, y habla sobre tendencias de moda.

Patry Jordan es la española que está detrás del canal de YouTube llamado "Gym virtual", que tiene más de 12 millones de seguidores. Según ella, su pasión por el deporte la impulsó a querer acercarlo a la gente. Por ese motivo, comenzó a subir videos para conocer la plataforma de YouTube y para compartir su conocimiento. Todos los lunes a las 18 horas, esta youtuber brinda una clase de entrenamiento en vivo, por 7 euros al mes.



El madrileño Miguel Bernal Montes, más conocido como Mikecrack, es un youtuber que tiene más de 30 millones de suscriptores en su canal y es conocido por sus publicar videos de humor jugando videojuegos, como Roblox Minecraf o Fall Guys, así como por sus animaciones y parodias musicales. Asimismo, Mikecrack, además del jugador, es también el nombre del perrito amarillo que protagoniza las parodias y animaciones del canal.

Tyler Blevins, mayormente conocido como Ninja, es un jugador de videojuegos profesional y celebridad de internet estadounidense que tiene más de 23 millones de suscriptores en su canal. En el mismo sube videos jugando a populares juegos, como Fortnite o Apex Legend, siempre haciendo peculiares comentarios.

El argentino Jorge Pinarello es el creador del canal de YouTube llamado “Te lo resumo así nomás”, en el que sube videos con resúmenes de series, películas y programas de televisión. Con más de 6 millones de suscriptores, Pinarello se encarga de hacer resúmenes con una estética, una forma, un lenguaje y unos códigos muy particulares.

También podemos nombrar al canal Like Nastya, que está liderado por Anastasia Radzinskaya, una nena ucraniana de apenas 8 años. El canal original tiene más de 85 millones de suscriptores, y la versión en español, más de 30 millones. Anastasia fue diagnosticada con parálisis cerebral, y los médicos aconsejaron como terapia que trabajara frente a una cámara: hoy en día es una estrella mundial de Youtube.

Luisito Comunica es un youtuber mexicano que tiene más de 38 millones de suscriptores en su canal, en el que comparte videos sobre los diversos viajes que hace alrededor del mundo, y se centra en mostrar las culturas e historias de todos los sitios que visita.

El chileno Germán Garmendía, también conocido como JuegaGerman, posee más de 45 millones de seguidores en su canal de YouTube, que en un principio estaba especializado en los videojuegos, pero se ha expandido a otros contenidos cómicos. Anteriormente tenía otro canal, HolaSoyGerman, pero lleva años sin subir nada allí.

Por último vamos a nombrar a Vegetta777, un youtuber español que se caracteriza por subir videos jugando a “Minecraft”, “Saint's Row” y “Battlefield”. Asimismo, crea narrativas e historias elaboradas para los personajes de sus videojuegos, y posee más de 32 millones de suscriptores en su canal

## Algoritmo de YouTube

Como aprendimos anteriormente, YouTube tiene más de 2.000 millones de usuarios activos alrededor del mundo, que ven constantemente videos en dicha plataforma.

Ahora bien. YouTube tiene un **algoritmo**, que según la escritora canadiense Paige Cooper, “es el sistema de recomendación que decide qué videos son los que YouTube les sugiere a esos más de 2.000 millones de usuarios”.

Entre su creación, en el año 2005, y el 2011, el único criterio que tomaba en cuenta el algoritmo de YouTube para rankear videos era el total de veces que alguien daba clic en la opción “reproducir un video”. Es decir, que durante muchos años el algoritmo de YouTube recomendó los videos que atraían la mayor cantidad de vistas o clics.

Luego, en el 2012, se cambió el sistema de recomendaciones para recompensar la interacción en vez de los clics, es decir, se comenzó a apoyar el tiempo que dedicaban las personas a ver cada video, así como el tiempo empleado en la plataforma en general, ya que cuando las personas encuentran videos valiosos e interesantes, los ven por más tiempo, tal vez incluso hasta el final.

Este nuevo algoritmo llevó a algunos creadores a tratar de hacer sus videos más cortos para aumentar las probabilidades de que los espectadores lo vieran hasta el final, mientras que otros hicieron sus videos más largos para incrementar el tiempo de reproducción en general.

Más adelante, en el 2015, YouTube empezó a medir la satisfacción del espectador directamente con encuestas a usuarios, y también empezó a priorizar las métricas de respuestas directas, como “compartir”, “me gusta” y “no me gusta”.

YouTube es muy transparente con la lógica del algoritmo desde el 2015. Esta plataforma no se encarga de juzgar si nuestro video es bueno o no, eso lo decidirá el *engagement* que tenga, especialmente los comentarios. En base a esto, la inteligencia artificial nos recomendará cosas que sean afines a nuestros intereses.

De acuerdo con Cooper, el algoritmo de YouTube en el año 2021, selecciona videos para los espectadores con dos objetivos en mente: encontrar el video correcto para cada espectador, y atraparlos para que los sigan viendo.

Según YouTube, en el año 2021, la página de inicio y los videos sugeridos fueron las principales fuentes de tráfico para la mayoría de los canales. A excepción de los videos explicativos o instructivos, que son los que frecuentemente obtienen la mayor parte del tráfico de las búsquedas.

Entonces ahora nos preguntamos... ¿cómo logramos que el algoritmo de YouTube recomiende nuestros videos y nos ayude a obtener más me gusta y suscriptores?

Para mejorar el alcance orgánico en YouTube, Cooper recomienda seguir estos pasos:

- Primeramente, hacer nuestra investigación de palabras clave. Una vez que las tengamos, las podemos usar en el nombre del archivo del video, en el video del título, en la descripción del video de YouTube, y en el guion del video. En el lugar en el que no necesitamos poner estas palabras es en las etiquetas, ya que tienen un papel mínimo en el descubrimiento de videos
- El segundo paso es lograr que les sea imposible a las personas no hacer clic en nuestra miniatura. Para esto podemos subir una miniatura personalizada, escribir un título que genere intriga, y recordar que la primera oración de la descripción aparecerá en las búsquedas, por lo que debe ser interesante y relevante.
- El siguiente consejo de Cooper es hacer que las personas se queden mirando nuestros videos. Para esto podemos usar tarjetas, pantallas finales, listas de reproducción, marcas de agua para que puedan suscribirse, entre otros.
- También es recomendable atraer a los espectadores de otras fuentes, ya que las visualizaciones que no provienen del algoritmo de YouTube, de todos modos, le pueden informar al algoritmo nuestro éxito. Por ejemplo, los anuncios de YouTube, los sitios externos, la promoción cruzada en las redes sociales y las asociaciones con otros canales o marcas pueden ayudarnos a obtener visitas y suscriptores, según nuestra estrategia.
- El siguiente consejo es interactuar con los comentarios y con otros canales, ya que, como aprendimos anteriormente, para que nuestra audiencia crezca, debemos nutrir las relaciones con nuestros espectadores. Construir relaciones con ellos y otros creadores puede formar puentes que nos ayudarán durante todo el camino
- Darle a las personas lo que quieren también es importante, y en tiempos de saturación de contenido, las personas quieren calidad. El algoritmo le da prioridad a la satisfacción de cada usuario individual, así que debemos encontrar nuestro nicho y enfocarnos en él.
- Por último, es esencial evolucionar al experimentar, es decir, estar atento a las tendencias de Google y dejar espacio para la experimentación, lo que significa que no nos quedaremos atrás cuando las modas pasen. Debemos darnos valor sabiendo que si un experimento resulta ser un fracaso rotundo, ese video de bajo

rendimiento no le quitará rango a nuestro canal ni a nuestros videos futuros de ninguna manera.

## **YouTube Analytics**

¿Alguna vez escucharon hablar sobre este? **YouTube Analytics** es una herramienta con la que se puede analizar todo el contenido de nuestros videos y la repercusión que estos tienen. Dado el crecimiento de la plataforma, en la actualidad forma parte de YouTube Studio, el panel de control principal de YouTube.

Las funcionalidades de YouTube se dividen en tres grandes grupos:

- Descripción general
- Informes de reproducciones
- Interacción con la audiencia

La descripción general es el resumen de la actividad de los distintos videos de nuestro canal, e incluye, entre otros datos, el número de reproducciones totales, el número total de minutos vistos, el número total de suscriptores, y el lugar desde donde accede cada uno de ellos.

En los informes de reproducciones se analizan y segmentan las características de los usuarios que han realizado cada una de las reproducciones de nuestros vídeos, lo que nos permite saber el sexo y rango de edad de las visitas de nuestro video, la ubicación geográfica, el dispositivo y navegador desde el que se conectan, y la duración media de las reproducciones.

Por su parte, la interacción con la audiencia sirve para saber cómo la audiencia está reaccionando ante el impacto de nuestros videos, su interacción con nosotros y el grado de viralidad alcanzado por cada pieza audiovisual. Esta herramienta nos brinda informes sobre el número total de visitas, la contabilización de los “me gusta” y “no me gusta”, el número de favoritos, los compartidos, y el número de clics realizados por los usuarios sobre las anotaciones incrustadas en los videos.

Con todos estos datos, la herramienta genera diversos informes muy claros y visuales con el resumen de los mismos, para que nosotros podamos, de un solo vistazo, comprobar los resultados y tendencias de nuestros videos y de nuestro canal. Es decir, nos permite

analizar detalladamente los resultados obtenidos para no solamente determinar la eficacia de nuestras campañas en YouTube, sino también para llevar a cabo, en caso de ser necesario, diversos ajustes para su optimización.