

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



PRODUCCIÓN DEL CANAL DE YOUTUBE “BOBO CULTO” Y SU DIFUSIÓN DIGITAL

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Fernando Manuel Cornejo Bravo

Código 20082157

Asesora

Ana Caroline Cruz Valencia

Lima – Perú

Junio de 2021

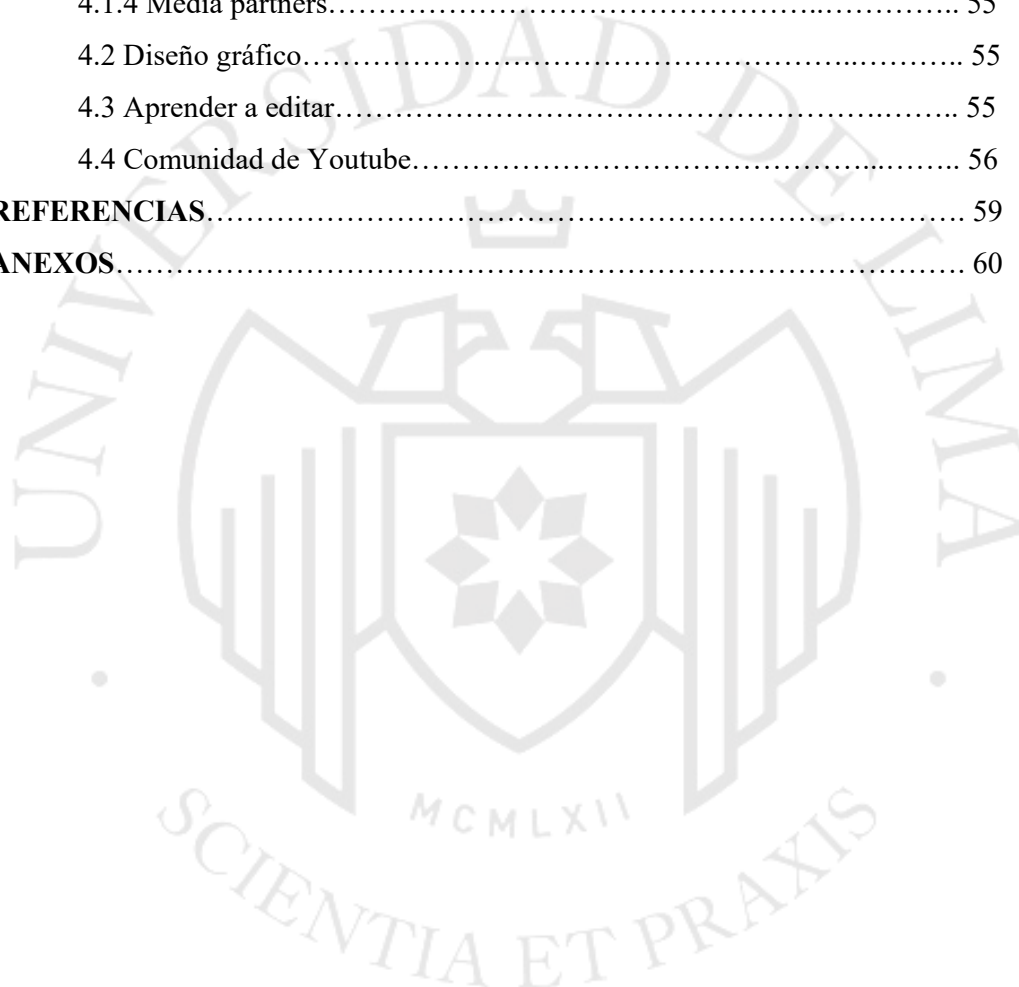


**PRODUCCIÓN DEL CANAL DE YOUTUBE
“BOBO CULTO” Y SU DIFUSIÓN DIGITAL**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	9
ABSTRACT	10
1. PRESENTACIÓN	11
1.1 MATERIAL PRODUCIDO.....	14
2. ANTECEDENTES	15
2.1 PÚBLICO OBJETIVO.....	17
3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL	20
3.1 PRE-PRODUCCIÓN.....	20
3.1.1 El concepto.....	20
3.1.2 El estilo de Bobo Cuto.....	21
3.1.3 La elección de la obra.....	21
3.1.4 El guion.....	22
3.1.5 El footage.....	24
3.1.6 El audio.....	24
3.1.7 Los videos/ las imágenes.....	24
3.1.8 ¿Qué es el strike y la desmonetización?	25
3.2 PRODUCCIÓN.....	25
3.2.1 La locución.....	25
3.2.2 La portada del video.....	26
3.3 POST-PRODUCCIÓN.....	26
3.3.1 La edición.....	26
3.3.2 Herramientas y programas.....	26
3.4 DIFUSIÓN DIGITAL.....	28
3.4.1 Facebook.....	28
3.4.2 Instagram.....	34
3.4.3 Twitter.....	38
3.4.4 Tik Tok.....	39
3.5 CONSTRUCCIÓN DE LA AUDIENCIA.....	40
3.5.1 Etapa de prueba.....	40
3.5.2 Segunda etapa: La comunidad de Saint Seiya.....	43
3.5.3 Tercera etapa: Los VERSUS de Bobo Culto.....	46

3.5.4 Otras listas de reproducción.....	49
3.6 LOGROS Y RESULTADOS.....	50
4. LECCIONES APRENDIDAS.....	53
4.1 Proyecciones a futuro.....	53
4.1.1 Nuevos horizontes: Twitch y las transmisiones en vivo.....	54
4.1.2 Colaboraciones con otros Youtubers.....	54
4.1.3 Los miembros del canal.....	54
4.1.4 Media partners.....	55
4.2 Diseño gráfico.....	55
4.3 Aprender a editar.....	55
4.4 Comunidad de Youtube.....	56
REFERENCIAS.....	59
ANEXOS.....	60



ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.....	16
FIGURA 2.....	17
FIGURA 3.....	18
FIGURA 4.....	18
FIGURA 5.....	24
FIGURA 6.....	28
FIGURA 7.....	29
FIGURA 8.....	29
FIGURA 9.....	30
FIGURA 10.....	30
FIGURA 11.....	30
FIGURA 12.....	31
FIGURA 13.....	31
FIGURA 14.....	32
FIGURA 15.....	32
FIGURA 16.....	32
FIGURA 17.....	33
FIGURA 18.....	33
FIGURA 19.....	34
FIGURA 20.....	34
FIGURA 21.....	34
FIGURA 22.....	35
FIGURA 23.....	35
FIGURA 24.....	36
FIGURA 25.....	36
FIGURA 26.....	37
FIGURA 27.....	38
FIGURA 28.....	39
FIGURA 29.....	40
FIGURA 30.....	40
FIGURA 31.....	41

FIGURA 32.....	41
FIGURA 33.....	42
FIGURA 34.....	42
FIGURA 35.....	43
FIGURA 36.....	44
FIGURA 37.....	45
FIGURA 38.....	46
FIGURA 39.....	47
FIGURA 40.....	47
FIGURA 41.....	48
FIGURA 42.....	49
FIGURA 43.....	49
FIGURA 44.....	49
FIGURA 45.....	50
FIGURA 46.....	51
FIGURA 47.....	52



ÍNDICE DE ANEXOS

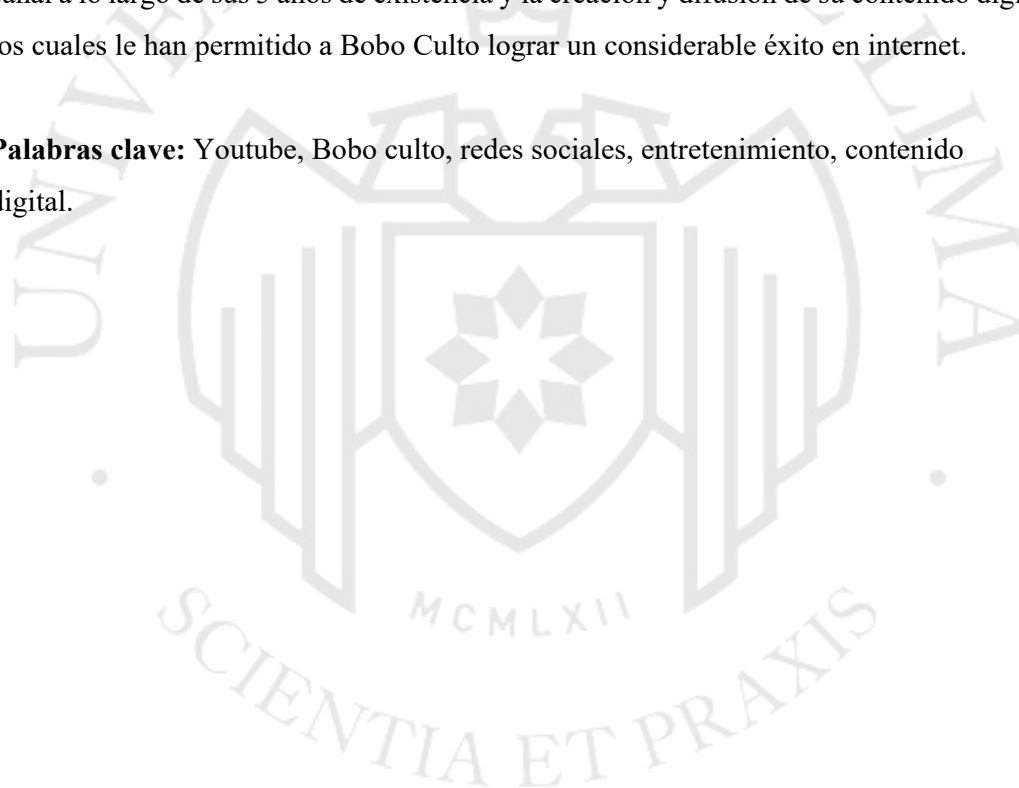
Anexo 1: Guion – Godzilla vs. Cthulhu.....	60
Anexo 2: Botón de plata de Bobo Culto.....	68
Anexo 3: Carta de felicitación de Youtube.....	69
Anexo 4: Cuadro comparativo: RRSS de Bobo Culto.....	70



RESUMEN

El canal de Youtube Bobo Culto es un espacio en internet que tiene como objetivo principal revisar obras artísticas del mundo del entretenimiento como películas, series, cómics y videojuegos. Mediante el análisis, la creatividad y una buena dosis de humor este canal ha conseguido hasta la fecha 232 mil suscriptores alrededor del mundo y más de 36 millones de visualizaciones acumuladas. Habiendo lanzado su primer video en febrero del 2016, Bobo Culto ha conseguido mucha aceptación y un gran número de seguidores, específicamente en Latinoamérica. En este trabajo se presentará la producción audiovisual del canal de Youtube Bobo Culto, la evolución que ha tenido este canal a lo largo de sus 5 años de existencia y la creación y difusión de su contenido digital los cuales le han permitido a Bobo Culto lograr un considerable éxito en internet.

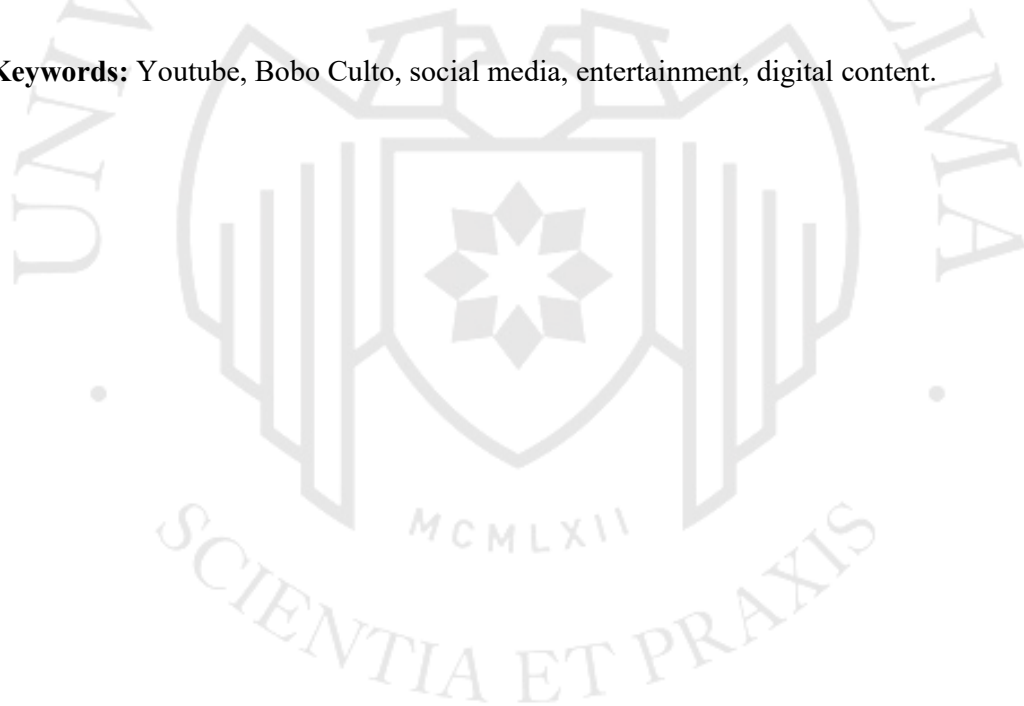
Palabras clave: Youtube, Bobo culto, redes sociales, entretenimiento, contenido digital.



ABSTRACT

The YouTube channel Bobo Culto is a space on the internet whose main objective is to review artistic works from the world of entertainment such as movies, series, comics and video games. Through analysis, creativity and a good dose of humor, this channel has achieved 228 thousand subscribers around the world to date and more than 36 million accumulated views. Having released his first video in February 2016, Bobo Culto has achieved a lot of acceptance and a large following, specifically in Latin America. In this work, the audiovisual production of the YouTube channel Bobo Culto will be presented, the evolution that this channel has had throughout its 5 years of existence and the creation and dissemination of its digital content, which have allowed Bobo Culto to achieve a considerable success on the internet.

Keywords: Youtube, Bobo Culto, social media, entertainment, digital content.



1. PRESENTACIÓN

¿QUÉ ES BOBO CULTO?

Bobo Culto es un canal de Youtube que cuenta con 232 mil suscriptores, más de 36 millones de vistas acumuladas y el botón de plata como reconocimiento por parte de Youtube al superar la barrera de los 100 mil suscriptores. Desde el lanzamiento de su primer video, en febrero del 2016, este canal ha obtenido un considerable éxito en Latinoamérica y sin duda ha generado impacto con su contenido digital, el cual apunta a un público amante del cine, las series, los cómics y los videojuegos.

Desde un inicio estaba planeado que Bobo Culto sería un canal en Youtube pero a modo de prueba primero se manifestó como un fan page en Facebook a finales del 2015, como una página que realizaba reseñas escritas y compartía imágenes o videos sobre obras de culto. Este fan page sirvió como una plataforma para impulsar y promover los videos publicados en Youtube, y hasta la fecha sigue cumpliendo esa tarea. Más adelante ahondaremos en las redes sociales de este proyecto.

El nombre del canal surge de una extraña y curiosa anécdota: Hace mucho tiempo solía usar un polo que tenía escrito las palabras “Heart Cult”, traducido al español “Corazón Culto”. En la jerga peruana suele referirse al corazón como “bobo” y así por casualidad me encontré ante una dicotomía: **Bobo Culto**. Una persona boba o de corto entendimiento y una persona culta o leída. Me pareció interesante esta contradicción y decidí nombrar al canal con estas palabras. En esencia Bobo Culto revisa y analiza obras artísticas de culto. Este concepto “de culto” en un inicio fue usado con el propósito de revisar exclusivamente películas. Como se mencionó anteriormente Bobo Culto comenzó en Facebook y fue en este espacio donde el proyecto se manifestó como una web de información y lugar de recomendación de películas de culto. Pero ¿qué es una película de culto? Andrés Mego (2012) de la revista “*La ventana indiscreta*” de la Universidad de Lima lo explica detalladamente en su artículo “Anatomía de un filme de culto”¹. Según este interesante análisis todo film de culto debe cumplir estas características:

¹ https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ventana_indiscreta/article/view/982/944

“*Visión*: Películas con propensión por la transgresión en todas sus formas ya sea por audacia o por descuido. Mientras más difícil sea clasificarla, compararla con otras cintas, juzgarla como buena o mala, mejores posibilidades tendrá de devenir en culto. *Gusto*: Las películas de culto deben tener appeal, un no-sé-qué encantador. Muchas veces este encanto es incluso contrario a lo que pretendían sus autores. *Intención*: Muchas películas de culto son impulsadas por la intención de ir a contracorriente.” (p.3)

Andrés Mego también menciona la importancia del tiempo como una característica esencial de los filmes de culto:

“El nacimiento de un filme de culto, la realización de la película, es solamente un punto de partida, muchas veces tiros al aire de sus creadores, pero luego de años o décadas de fricción con espectadores y contextos es que obtendrá dicho estatus.”(p.3)

Finalmente Mego también explica que la comunidad es la que al final decide cuál es una película de culto y cuál no. En su artículo menciona algunos ejemplos como los fanáticos de “Star Wars” o “Harry Potter”, o para ser menos mainstream los fans de “The Rocky Horror Picture Show”. Estas comunidades crean una red de veneración que incluye, convenciones, coleccionismo de figuras y hasta proyecciones exclusivas para fans. Algo irónico si nos ponemos a pensar, ya que la esencia de una película de culto es ser transgresora, underground, trata de ir en contra del sistema y lo convencional como concepto. Pero al final logra su status de culto gracias a una gran comunidad, gracias a un gran grupo de gente que la entendió y la volvió popular.

Este artículo resume muy bien la esencia de un film de culto y fue específicamente este concepto con el cual Bobo Culto se manifestó inicialmente: Recomendar e informar sobre películas de culto a través de Facebook. Películas como “La Naranja Mecánica”, “Re-Animator”, “The Thing”, entre otras catalogadas como cintas de culto fueron analizadas y recomendadas en el fan page del proyecto. Con el pasar del tiempo este concepto inicial fue variando y poco a poco se dejaron de analizar exclusivamente películas de culto. Series, animes, mangas, cómics, videojuegos y otros tipos de manifestaciones artísticas también empezaron a ser revisadas en este proyecto.

Por esto mismo el concepto de Bobo Culto fue variando de “analizar películas de culto” a “analizar obras que dejaron huella en la cultura popular”. Este último concepto permitió abrir el panorama del proyecto, dio un mayor espacio para poder escoger obras de todo tipo y hasta la fecha sigue vigente. En esencia Bobo Culto revisa obras artísticas que han dejado huella en la cultura popular, desde el siglo XX en adelante.

El *contenido digital*² de este proyecto ha ido variando a lo largo de los años y el canal ha tenido distintos formatos y secciones, ha ido evolucionando. Inicialmente en 2016 Bobo Culto subía videos enfocados más en el análisis de obras artísticas con formatos como “El Documental” o el “20 Cosas”, que recopilaba 20 curiosidades sobre películas y series. También realizó resúmenes sobre la vida de algunos personajes ficticios en el formato de video “Background: La historia de...”.

Para el 2017 surgieron los “VERSUS” (sección más vista en el canal) y los “Manga VS.Anime”, un formato que mostraba las diferencias entre los mangas japoneses y sus adaptaciones en la pantalla chica (TV). Conforme pasaron los años algunos formatos fueron desapareciendo y otros nuevos llegaron. En 2020 surgió la sección “Habilidades y Poderes” la cual resume historias de personajes cinematográficos pero enfocándose en sus capacidades de combate y en el mismo año el “TORNEO VERSUS” dio cierre a la saga de videos “VERSUS” que inició en 2017. Actualmente hay una renovación en el contenido el cual apunta más al humor y a los tops de películas o series. Bobo Culto es un canal con diversas secciones y diferentes tipos de videos pero siempre ha mantenido su esencia y un estilo propio a lo largo de los años.

Aquí muestro tan solo una pequeña lista de mis obras favoritas, desde películas hasta videojuegos, la mayoría de estas obras han sido analizadas en el canal:

Películas: El club de la pelea (1999), El bueno, el feo y el malo (1966), La naranja mecánica (1971), Hombre muerto (1995), Rocky (1976), La cosa (1982), Blade runner (1982), El señor de los anillos: La comunidad del anillo (2001), Star Wars (1977), El Topo (1970), The Dark Knight (2008), Dr. Strangelove (1964).

² <https://www.informeticplus.com/que-son-los-contenidos-digitales>

Anime/manga: Cowboy bebop (1998), Berserk (1989), Gantz (2000), Rurouni Kenshin (1996), Dragon Ball Z (1989), FLCL/Fooly Cooly (2000), Neon Genesis Evangelion (1995), Gundam Wing (1995), Saber Marionette J (1996), Akira (1988), La Princesa Mononoke (1997), Hellsing (2001).

Videojuegos: Metal Gear Solid (1998), Shadow Of The Colossus (2005), Resident Evil 4 (2005), Pokémon Yellow (1998), StarCraft (1998), Twisted Metal 4 (1999), God Of War (2005), Tony Hawk's Pro Skater 2 (2000), Donkey Kong Country 2 (1995), Pro Evolution Soccer (2010), Diablo II (2000), Street Fighter II (1991).

OBJETIVOS:

En la presente investigación analizaremos la producción audiovisual del canal de Youtube Bobo Culto, la difusión de su contenido digital y la evolución que ha tenido a lo largo de sus 5 años de existencia.

Objetivo general:

- Analizar la producción de contenido digital del canal de Youtube Bobo Culto, el cual posee 232 mil suscriptores y más de 36 millones de visualizaciones acumuladas.

Objetivos secundarios:

- Analizar la evolución del canal: el contenido digital, el público y las herramientas de comunicación. (interacción, diálogo y debate)
- Analizar el diseño y la difusión de contenido digital en las redes sociales.

1.1 MATERIAL PRODUCIDO:

El canal de Youtube Bobo Culto cuenta con un total de 149 videos publicados hasta la fecha. Todo el material audiovisual realizado a través de los últimos 5 años se encuentra disponible en este link: <https://www.youtube.com/boboculto>

2. ANTECEDENTES

Youtube es una de las páginas web más importantes y revolucionarias de la historia. Desde su creación en el año 2005 ha obtenido un enorme éxito a nivel mundial. A la fecha cuenta con una audiencia de 2291 millones de usuarios y es la segunda red social más grande del planeta siendo superada únicamente por *Facebook*. Sus creadores, Steve Chen, Chad Hurley, y Jawed Karim crearon Youtube pensando en una necesidad más que en un negocio: Compartir el video de una fiesta a la cual asistieron pero el cual pesaba mucho para ser enviado por correo. En 2006, *Google* vio el enorme potencial de esta plataforma y la compró por 1650 millones de dólares. Desde el lanzamiento del primer video a la plataforma, “Me At The Zoo” (El cual fue subido por el mismo Jawed Karim, cofundador de la empresa) Youtube no ha parado de crecer y se ha convertido en una gran ventana para los creadores de contenido digital, para las empresas y para cualquier persona que cuente con el tiempo y la disposición para subir sus propios videos y mostrarse al mundo entero. Perú es uno de los países latinoamericanos que más utiliza esta plataforma: 10 millones de usuarios registrados. (Folou, 2020) En 2020 con la indeseada llegada del covid-19 y la consecuente pandemia las personas han aumentado su tiempo de navegación en Youtube y en las redes sociales en general.

Dentro de esta plataforma existen muchos creadores de contenido digital a quienes se les etiqueta como “*Youtubers*”, este término si bien es muy general tan solo desea definir a un grupo de personas que en esencia suben videos regularmente a esta web. La docente Tatiana Hidalgo (2017) en “El Fenómeno Youtuber y su expansión transmedia” señala:

“Hablar de un *Youtuber* es referirse, en términos generales, a cualquier persona que tenga abierto un canal en la red social *YouTube* y que lo utilice mediante la publicación de videos y comentarios, con el objetivo de conseguir un mayor número de visitas y, por ende, mejorar los datos de audiencia” (p.3)

Hay muchos rubros dentro del gran grupo de Youtubers. Desde personas que hacen tutoriales de cómo arreglar cosas en casa, actores, humoristas, cantantes, críticos, cocineros, astrónomos, etc.

En esencia, ser “Youtuber” significa subir contenido (videos) a tu canal de manera regular, al menos uno o dos videos al mes y tener una audiencia que apoye este contenido. Ahora hablemos del caso de Bobo Culto. Este canal surgió inicialmente como un espacio en internet que revisaba obras artísticas y se limitaba al mero análisis de la trama y los personajes de dichas obras. Con el paso del tiempo hubo una evolución en el contenido del canal.

Inicialmente hubo una gran influencia de dos canales latinoamericanos en la primera ola de videos realizados por Bobo Culto en el año 2016: Dross Rotzank (21 M de suscriptores) y Jackincongruente (675 K suscriptores). El primero se centra en el terror como tópico principal y el segundo en el análisis de obras cinematográficas. Al comienzo Bobo Culto realizaba videos variados, desde curiosidades de películas hasta tops sobre personajes ficticios, con este tipo de contenido empezó a llamar la atención dentro de Youtube pero realmente despegó gracias a dos secciones específicas: **El Manga VS. El Anime de Saint Seiya** y los **VERSUS** entre personajes ficticios. La primera sección era en esencia una comparativa entre la animación de Saint Seiya (conocida en Latinoamérica como “Caballeros del Zodiaco”) y su manga (cómic japonés). Realmente existen muchas diferencias entre ambas obras y en cierto punto cada una toma caminos diferentes en su argumento. Latinoamérica es uno de los lugares donde más éxito tuvo esta serie (En Francia el anime fue muy popular también) y sobre todo entre los jóvenes nacidos en los 90. Fue esta sección la que hizo despegar a Bobo Culto dentro de Youtube.

Portada del Manga VS. Anime de Saint Seiya (Parte 1):



Figura 1

A la par del lanzamiento del “Manga VS. El Anime” también hubo una sección que empezó a crecer por su cuenta.

VERSUS fue un proyecto que surgió por la curiosidad de enfrentar a dos personajes ficticios y los cuales nunca se habían topado cara a cara en ningún momento. **Depredador VS. La Cosa** fue el primer versus de Bobo Culto. En esencia este tipo de videos analiza primero la historia de cada personaje, sus cualidades físicas y sus armas o poderes. Luego del análisis se desarrolla un guion, una historia en donde ambas criaturas se enfrentan y finalmente se determina a un ganador luego de la narración de esta batalla ficticia. Este video generó 80 mil vistas en 2 meses y fue muy bien recibido por la joven comunidad latinoamericana en Youtube. Actualmente tiene 1,8 millones de visualizaciones.

Portada de Depredador VS. La Cosa:



Figura 2

2.1 PÚBLICO OBJETIVO:

El público objetivo al cual apunto son los consumidores de películas, series y videojuegos. Se tratan de personas que tienen un gusto por la cultura Geek. Gracias a la herramienta Youtube Analytics he podido encontrar estos datos interesantes. En el primer cuadro vemos las regiones geográficas donde Bobo Culto obtiene sus visualizaciones. En primer lugar se encuentra el país de México con un contundente 37.4%. Le sigue Argentina muy atrás con un 13.0%, luego Perú, Colombia y finalmente Chile. Estos 5 países son los que más ven mis videos.

Regiones geográficas principales ▲

Visualizaciones · Desde siempre



Figura 3

En este segundo cuadro observamos las visualizaciones totales por sexo y las edades de mi público:

Edad y sexo

Visualizaciones · Desde siempre

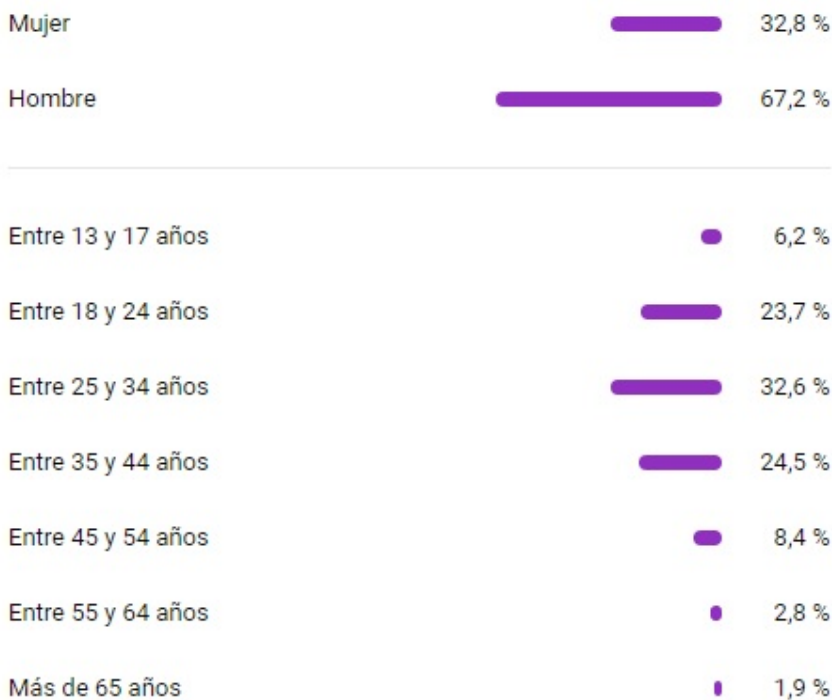


Figura 4

Las personas que ven Bobo Culto son en su mayoría hombres (67.2%) pero también hay un buen porcentaje de mujeres que consumen lo que ofrece el canal (32.8%).

El hecho de que la gran mayoría de suscriptores de Bobo Culto sean de México puede tener una explicación cuantitativa. Si nos basamos en la web “Think With Google³”, que ofrece estadísticas gratuitas de consumidores y tendencias, según este análisis los cibernautas mexicanos son grandes consumidores de Youtube en Latinoamérica:

1. El 79% de los internautas mexicanos es usuario en YouTube.
2. De ellos, el 47% son millennials y el 53% tienen uno o más hijos.
3. Solo en México, YouTube ya registra 16.99 millones de visitantes únicos al mes.
4. En total, los mexicanos pasan en YouTube mensualmente 129.78 millones de horas.
5. De hecho, de media cada usuario mexicano pasa en YouTube 07h: 38m: 20s al mes.
6. El número de videos vistos al mes por los mexicanos (sólo en YouTube) es 1.90 mil millones.
7. Cada mexicano ve aproximadamente 112 videos al mes.

En el apartado de las “edades” hay una mayor variedad pero el grueso del porcentaje está entre los 18 y 44 años (80.8%). El grupo mayoritario se encuentra entre los 25 y 34 años de edad. Sacando a la luz esta información es notorio que el gusto por la cultura Geek (el cine, los cómics, las series, los videojuegos) no tiene una edad definida.

³ https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-419/?utm_medium=sem&utm_source=paid-media&utm_team=twg-pe&utm_campaign=pe-es-201809-sem-twg-subscriptions&gclid=EAIaIQobChMI69-Et7TK8QIVFCM4Ch2B-gLoEAAAYASAAEgKJnFD_BwE&gclsrc=aw.ds

3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL

¿CÓMO TRABAJA BOBO CULTO?

A continuación se explicará la realización de los videos para el canal. Este proceso se divide en 3 partes esenciales, muy conocidas dentro del mundo audiovisual: **La pre-producción, la producción y la post-producción.**

3.1 PRE-PRODUCCIÓN:

3.1.1 El Concepto:

Este apartado es el inicio de todo. La crítica y el análisis de obras artísticas es el concepto del canal pero siempre le doy un valor agregado, detalles que convierten el video en algo más que una reseña o un mero análisis. Mucho influye la creatividad y el humor en este proceso. Las bromas, los chistes y las referencias culturales son tácticas para despertar emociones en mis suscriptores quienes poseen un lado muy Geek⁴ al igual que yo. Según la web significados.com los geeks son:

“Personas que adoran lo nuevo y más avanzado en tecnología, en este sentido, son grandes consumidores de este tipo de productos, como tablets, teléfonos inteligentes, computadoras, etc. Son amantes de las expresiones de cultura popular, como el cine, el cómic, la literatura, las series de televisión y los videojuegos, sobre todo cuando abordan temas como la ciencia ficción y el género fantástico”. (Significados, 2015)

Por otro lado, el énfasis, las ganas de hablar de una película o una serie y la narración que he desarrollado a lo largo de los años también forman parte del estilo de Bobo Culto. Este estilo se ha venido desarrollando y de la mano se ha afianzado con conocimiento, experiencia y una gran cantidad de películas y series vistas. Bobo Culto es un canal que ha revisado muchísimas obras artísticas pero siempre con un estilo propio: Ácido, crítico, humorístico y en algunas ocasiones emotivo.

⁴ <https://www.significados.com/geek/>

Parte de este estilo también fue influenciado por otros Youtubers. Dross Rotzank y Jackincongruente son dos canales de Youtube con temáticas diferentes, el primero enfocado en el terror y la investigación de casos paranormales y el segundo especializado en curiosidades de películas. La narración y la manera de presentar mis videos estuvieron fuertemente influenciados por estos canales, sobre todo al inicio, cuando Bobo Culto recién empezaba a subir sus primeros videos a la plataforma.

3.1.2 El estilo de Bobo Culto:

Hay diversas influencias que han formado de alguna manera el estilo que tengo a la hora de realizar mis videos. Personalmente me atrae mucho el misterio, el terror y las obras de ciencia ficción. Una de mis películas favoritas de todos los tiempos es "The Thing", creo que hay una buena dosis de terror en Bobo Culto. Pero por otro lado también soy muy fanático de "Fight Club", una película que en esencia es una crítica a la sociedad consumista. Ese tipo de películas que critican o cuestionan lo establecido también formaron mi estilo. Creo que inconscientemente genero controversia mediante mis opiniones cuando realmente solo deseo dar mi punto de vista. Siento que parte de mi estilo tiene que ver con eso, con el hecho de involucrar e invitar al espectador a un debate. Prueba de ello son la enorme cantidad de comentarios en mis videos. Hay mucha discusión pero también hay mucho aprecio y valoración de parte del público. En definitiva ser directo me ha servido bastante para atraer a mi audiencia.

3.1.3 La elección de la obra:

Antes de desarrollar un video lo primero es encontrar una obra. La elección de la obra en cuestión primero tiene que ver con un interés propio, con un gusto propio, con las ganas de hablar sobre una película, o serie específica. Si esta obra también es del gusto de mi audiencia en buena hora pero lo principal es que me agrada a mi. Felizmente, con el pasar de los años he reunido a una comunidad que tiene gustos similares a los míos. De alguna manera yo le hablo a mi generación a través de mis videos. Muchos de los temas que toco están directamente relacionados con la edad de mis suscriptores. El grupo mayoritario se encuentra entre los 25 y 34 años, son mis contemporáneos, que han crecido viendo las series y películas que yo también veía. Es un mecanismo interesante en donde la nostalgia también juega un papel importante. El recordar alguna serie, alguna película o videojuego y generar un nuevo punto de vista sobre el mismo forman parte de la esencia de Bobo Culto. Todo esto es tomado en cuenta a la hora de elegir una obra.

Una vez elegida la película, serie, libro o videojuego viene la gran pregunta: ¿Qué voy a analizar de esta obra? Aquí surgen diversas ideas y formatos para desarrollar el video. Puede ser un top de cualquier tipo, curiosidades, análisis de la trama y sus personajes, comparaciones con otra obra, hipótesis y teorías sobre como continuaría la trama de una franquicia, etc. Para el desarrollo completo de un video también es necesario mantener una rutina para consumir películas, series, animes, libros o videojuegos. En este sentido, yo por lo general siempre intento ver al menos una película o dos capítulos de una serie diarias. Leo al menos 45 minutos diarios de cómics, mangas japoneses o algún libro de literatura fantástica. Esta sería mi rutina común pero si el video que pienso realizar demanda más análisis, suelo aumentar el tiempo de esta rutina sobre todo analizando los aspectos que quiero desarrollar en el video.

Cuando se trata de videojuegos, intento completar uno al mes, dependiendo de su dificultad esto puede tomar menos o más tiempo. También recorro a internet para conseguir más información sobre las obras que analizo. Este análisis abarca páginas web, blogs e inclusive canales de Youtube que han tocado el tema anteriormente y sobre todo de manera amplia. Trato de conseguir la mayor cantidad de información posible para luego introducir sobre ella mi opinión, mi guion y en líneas definitivas mi análisis personal sobre la obra.

3.1.4 El Guion:

El guion es la base de cada video de Bobo Culto. Muy pocas veces se improvisa frente al micrófono, por lo general siempre armo un guion en Word con todo lo que voy a decir. El guion se divide en tres partes: **La introducción, el cuerpo y las conclusiones**. Un armazón clásico. Gracias a la experiencia que he acumulado con los años he descubierto la duración aproximada de un video tan solo tomando en cuenta el guion. Una hoja escrita puede significar 3 minutos de locución o 3 minutos de video, pues las imágenes van amarradas con la locución, es decir, lo que se explica o se narra con palabras se ve referenciado al mismo tiempo en la pantalla con videos o imágenes de la obra analizada.

Bobo Culto ha subido a Youtube videos de hasta una hora pero por lo general el rango de duración de estos trabajos suele oscilar entre los 8 y 15 minutos aproximadamente.

En el guion se apunta todo, no solo la narración sino también los efectos de sonido, las escenas referenciales y hasta los memes o chistes que van a incluirse en cada momento del video. Suelo subrayar con colores diferentes estos agregados para diferenciarlos de la locución principal. La base que obtuve en redacción de guiones viene de la Universidad de Lima. Del curso “análisis del guion” pude entender la importancia de algunos conceptos básicos como “el conflicto” o la “sinopsis”, sin embargo, este conocimiento se ha venido reforzando con autoaprendizaje y experiencia. Destaco un video del canal de Youtube “Dross Rotzank” (Perturbando a Internet: Cómo trabaja Dross) En este material audiovisual, este Youtuber explica detalladamente como realiza un video para su canal. Dentro del apartado del guion pude rescatar un consejo muy interesante: escribir todo en mayúsculas. De esta forma la narración es más sencilla para el Youtuber pues puede leer y hacer la locución de una manera más cómoda. Además de este video en específico también he aprendido mucho viendo a otros Youtubers, viendo reseñas de todo tipo y sobre todo enfocándome en la forma en la cual estos creadores de contenido presentan sus videos mediante la narración.

Destaco a otros dos Youtubers que también me han influenciado: DayoScript y Las reviews de Camilo, canales que realizan mayormente reseñas de videojuegos y cine.

De DayoScript pude descubrir una nueva forma para hacer reseñas sobre obras artísticas. Su manera de narrar y enfrentarse a un tema, el guion y su humor están muy bien balanceados y no solo te entretiene con su contenido sino que también aprendes mucho sobre videojuegos y cine a través de sus reseñas. Por su parte, la influencia que obtuve de “Las Reviews de Camilo” tiene que ver con un tema musical y estético. La forma de editar sus videos, las disolvencias que utiliza en los mismos, los efectos de sonido y sobre todo la música que descubrí con este canal significó un verdadero aprendizaje.

Guion del VERSUS: Godzilla VS. Cthulhu (Ejemplo de cómo subrayo mis guiones)

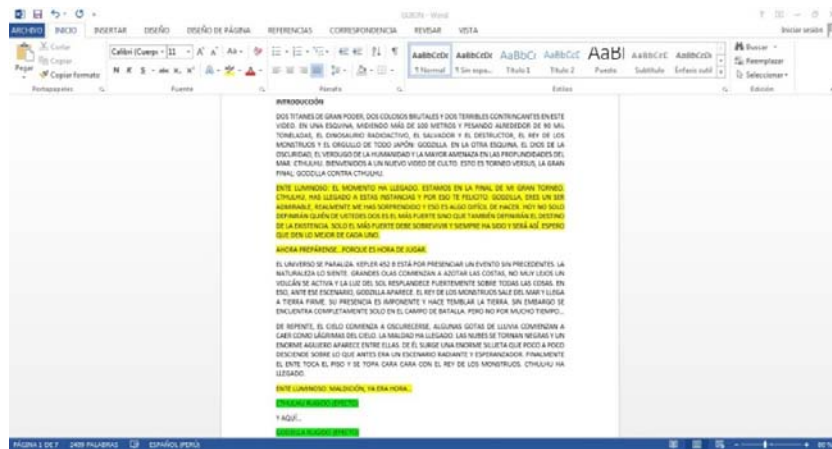


Figura 5

3.1.5 El footage:

En este apartado se encuentran todos los materiales audiovisuales que requiere el video. Las escenas referenciales (películas, series, etc.), las imágenes, la música, los efectos de sonido y los efectos de video. Es en esta parte donde se toma muy en cuenta el famoso copyright.

3.1.6 El audio:

Respecto a la música, Youtube ofrece un **banco de audio**⁵ extenso para los creadores, yo utilizo siempre música de esta fuente para no tener problemas con los derechos de autor. Aquí una descripción de esta facilidad que otorga Youtube: “La Biblioteca de audio de Youtube ofrece efectos de sonido y música de producción sin derechos de autor que puedes utilizar en tus vídeos. La biblioteca de audio se encuentra exclusivamente en Youtube Studio.”

3.1.7 Los videos /las imágenes:

En el tema visual, las escenas y las imágenes pueden representar una traba para la monetización del video pero siempre hay formas de evitar el famoso strike o la desmonetización.

⁵ <https://studio.youtube.com/>

3.1.8 ¿Qué es el strike⁶ y la desmonetización?

La página Support Google que ayuda con información valiosa a los Youtubers y creadores de contenido lo explica de la siguiente manera:

“Las faltas (strikes) por incumplimiento de los derechos de autor (copyright) pueden afectar la capacidad de monetizar contenido (ganar dinero con la publicidad mostrada en tus videos) Si recibes 3 faltas (3 strikes) por incumplimiento de los derechos de autor, sucederá lo siguiente:

- Tu cuenta, así como todos los canales asociados a ella, estarán sujetos a rescisión.
- Se quitarán todos los videos que subiste a la cuenta.
- No podrás crear canales nuevos.” (Support Google)

Existen algunas alternativas para evitar este tipo de problemas: Usar pocos segundos de una escena específica, cortar el audio de las escenas o colocar filtros encima de las imágenes pueden servir para que tu video no sea desmonetizado, bloqueado (tu video no podrá ser visto por nadie) o en el peor de los casos reciba un strike. Valgan verdades Youtube a veces es una ruleta rusa y nunca se sabe cuándo un video tuyo será bloqueado o desmonetizado. Para los Youtubers como Bobo Culto esto es pan de cada día. Una vez realizado el guion y habiendo almacenado el footage para armar el video viene la segunda etapa: La producción.

3.2 PRODUCCIÓN:

3.2.1 La locución:

La locución es en esencia la producción de cada uno de los videos de Bobo Culto. Soy un Youtuber que utiliza la narración y en ocasiones la actuación de voz para compartir mis opiniones, contar historias o hablar con mi audiencia sobre algún tema específico.

⁶ <https://support.google.com/youtube/answer/2814000?hl=es-419#zippy=%2Cqu%C3%A9-sucede-cuando-recibes-una-falta-por-incumplimiento-de-los-derechos-de-autor>

De vez en cuando aparezco frente a la cámara o realizo grabaciones caseras de bajo presupuesto para generar intriga con mi imagen, simplemente para darle un toque humorístico al asunto pero en esencia la narración es mi especialidad y lo que usualmente realizo en cada uno de mis trabajos.

3.2.2 La portada del video:

Durante esta misma etapa también se desarrolla la portada del video, es decir la imagen que se aprecia antes de hacer click en el video publicado en Youtube, también mejor conocido como el *Thumbnail*⁷. Este trabajo lo realizo en Adobe Photoshop con imágenes descargadas de internet y en ocasiones también utilizo fotografías mías dentro de las portadas. Hay un proceso diferente con cada Thumbnail pero esencialmente el procedimiento consiste en descargar imágenes en formato PNG o JPG de la obra a analizar, luego subirlas al programa Photoshop en donde se le sumará un título (tipografía) que resumirá el concepto del video. Finalmente se agregan capas para adornar la portada de tal forma que se vea llamativa, utilizando herramientas como: Pinceles, sombras, contraste de color, iluminación, escalas de tamaño, máscaras y recortes, entre otras herramientas que ofrece Photoshop.

3.3 POST-PRODUCCIÓN:

3.3.1 La edición:

La última etapa para realizar estos videos es la edición, tanto de audio como de video. Este sin duda es el proceso más trabajoso. Dependiendo de la duración del video, la cantidad de tiempo de edición puede variar pero por lo general para un video de 7 a 10 minutos la edición suele durar entre 8 y 10 horas aproximadamente.

3.3.2 Herramientas y programas:

Cuando el proyecto inició las únicas herramientas con las que se contaba eran una laptop Lenovo y un micrófono Blue Snowball, el cual fue comprado en MercadoLibre.

Realmente no existe una tienda física de Blue Microphones en Perú, por lo que internet terminó salvándome en esa ocasión.

⁷ <https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/redes-sociales/que-son-los-thumbnails/>

Esta marca es muy conocida y altamente recomendada entre los Youtubers pero lo que finalmente me convenció para comprar este micrófono fue el video: “Perturbando a Internet” del Youtuber Dross Rotzank.

Como expliqué anteriormente en este video, Ángel David Revilla (Dross) explica cómo realiza sus trabajos detalladamente. En una parte de este extenso material audiovisual él comenta que comenzó su carrera en Youtube con el micrófono Blue Snowball y mostró la calidad del mismo en dicho video. Este tutorial fue el que determino la compra de este micrófono el cual aún sigo usando para narrar mis videos.

Al poco tiempo de conseguir el micrófono lo que hice fue comprarme el paquete completo de Adobe en la tienda “Compu Palace Miraflores”. A partir de ahí y con esas herramientas se subió el primer video de Bobo Culto a Youtube: Background – La Historia de Spike Spiegel (Cowboy Bebop). Con el pasar de los años he ido adquiriendo otros dispositivos y programas. A continuación resumo los que utilizo en la actualidad:

Hardware

- . Laptop Lenovo Core i5 – Windows 7
- . Micrófono Blue Snowball
- . Celular Samsung Galaxy A30
- . Webcam Logitech C922
- . Audífonos Sony.

Software

- . Adobe Photoshop
- . Adobe Premiere
- . Adobe After Effects
- . Adobe Illustrator
- . Audacity (grabación y edición de audio)
- . Word 2013

3.4 DIFUSIÓN DIGITAL:

La difusión digital en Bobo Culto ha tenido un proceso evolutivo y que se ha ido adaptando a los cambios digitales y a las nuevas herramientas y tendencias de las redes sociales. En un principio la única red social que complementaba al canal era Facebook. Luego se sumó Instagram, Twitter y últimamente Tik Tok. Estas 4 redes sociales no solo comparten los videos del canal a modo de difusión sino que también funcionan independientemente y cada una posee características únicas en su contenido digital. A continuación detallaré el trabajo que realizo en cada red social y cómo han venido funcionando y cumpliendo sus labores de promover el canal principal.

3.4.1 FACEBOOK: 4923 seguidores

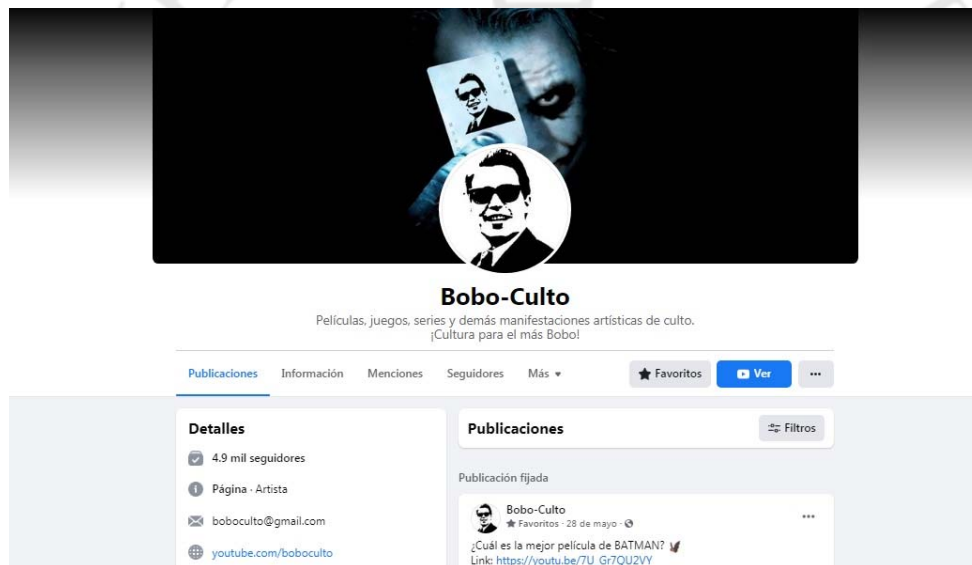


Figura 6

La primera red social que tuvo Bobo Culto. En un primer momento los posts que compartía el fan page eran de 2 tipos: **Ficha técnica** de obras artísticas y **las reseñas escritas**. La primera, como su nombre lo dice, era más que nada una imagen que presentaba datos generales sobre obras de culto: Año de lanzamiento, dirección, una frase memorable de la obra, etc. La reseña escrita era esencialmente un análisis sobre una obra en cuestión, escrita en primera persona y con algunos tintes humorísticos y sarcásticos. Aquí muestro dos screenshots de ambos formatos:

Reseña escrita de Deadpool

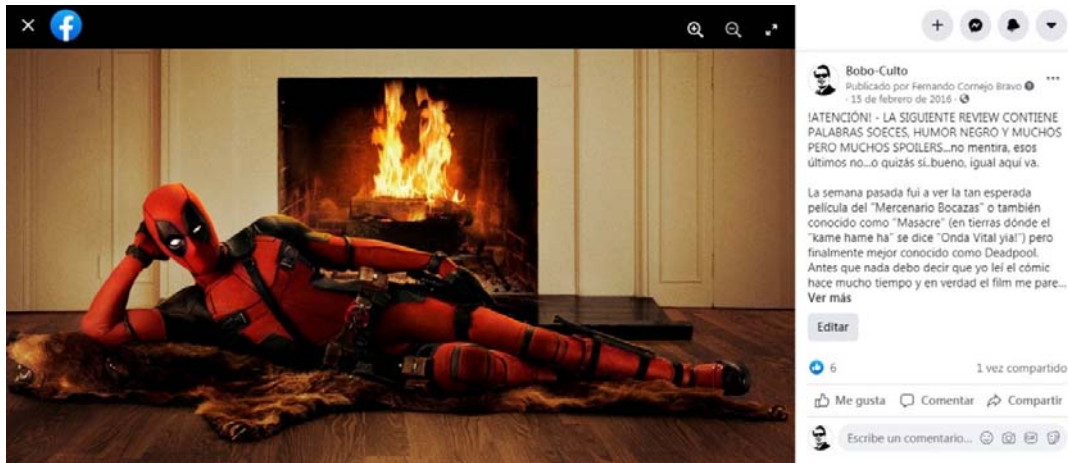


Figura 7

La ficha técnica de Donnie Darko:

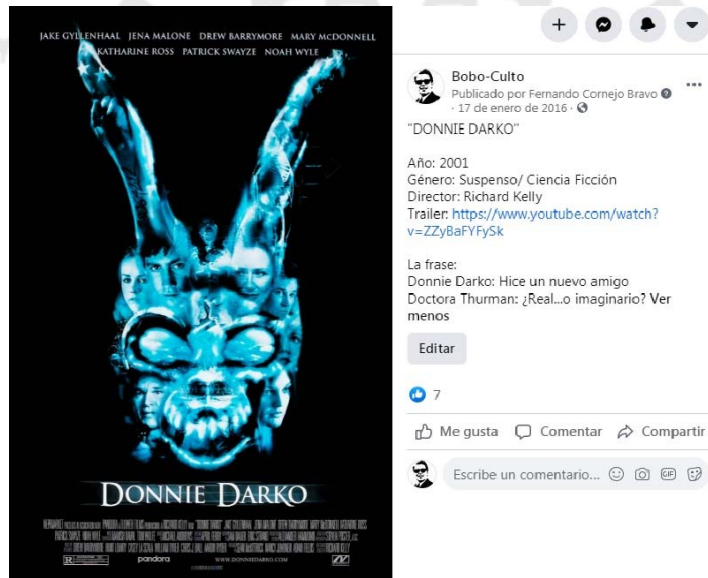


Figura 8

Conforme el canal fue creciendo y conforme el tiempo iba pasando se agregaron nuevos formatos y nuevas ideas para el fan page. Bobo Culto siempre fue una página de crítica pero también una fuente de información. Noticias sobre películas, series o videojuegos son compartidas en Facebook con el objetivo de mantener a la audiencia informada sobre sus obras artísticas favoritas.

Ejemplos:



Figuras 9 y 10

Por otro lado, como mencioné anteriormente, el concepto del canal también está ligado al humor. En el fan page también se publican memes sobre algunas obras artísticas:



Figura 11

Nota: A veces utilizo mi logo para memes coyunturales.

Bobo-Culto
Publicado por Fernando Cornejo Bravo · 9 de abril de 2020 ·
Solo para conocedores...



Bobo-Culto
27 de junio de 2018 ·
Ustedes...lol



45

3 comentarios 1 vez compartido

Ver estadísticas

Promoción no disponible

129

45 comentarios 131 veces compartido

Figuras 12 y 13



Facebook le sirve a Bobo Culto como una plataforma amplia para generar contenido digital que complementa al canal principal. Este fan page también genera posts de intriga para que los seguidores adivinen de qué tratará el siguiente video y pocos días después se sube la portada con los links para acceder a dicho video:



Figuras 14 y 15

“Habilidades y poderes” es una sección en donde analizo la historia de un personaje ficticio y explico sus capacidades físicas y aptitudes para la pelea. En este caso particular analicé al personaje principal de la saga Matrix, “Neo”. Estos posts no solo generan reacciones sino comentarios participativos e interacciones. El objetivo es promover el material del canal principal mediante un contenido digital específico. Dentro de las secciones del canal, el formato VERSUS es uno de los más consumidos y que más interacciones alberga. Aquí muestro algunos ejemplos de contenido digital para esta sección específica del canal:

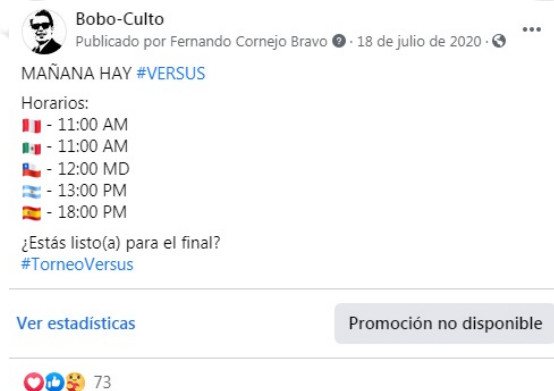
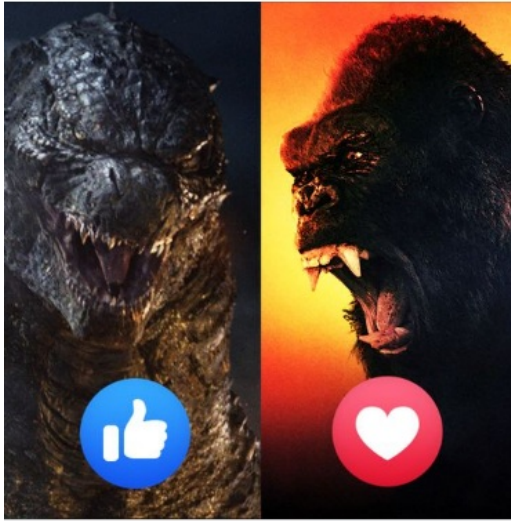


Figura 16

¡#REACCIONA!
¿Quién ganará la 2da. semifinal del #TORNEOVERSUS?
#GodzillaVSKingKong



Ver estadísticas

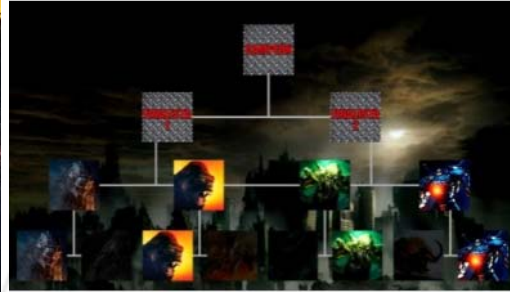
Promoción no disponible

602

118 comentarios 9 veces compartido

Bobo-Culto
Publicado por Fernando Cornejo Bravo · 24 de junio de 2020 ·

#SEMIFINALES
¿Quién será el campeón del enigmático #TORNEOVERSUS?
#COMENTA



Ver estadísticas

Promoción no disponible

59

36 comentarios

Me gusta

Comentar

Compartir

Más relevantes

Escribe un comentario...

Alejandro Gonzalez
Godzilla

Figuras 17 y 18



3.4.2 INSTAGRAM: 1520 seguidores

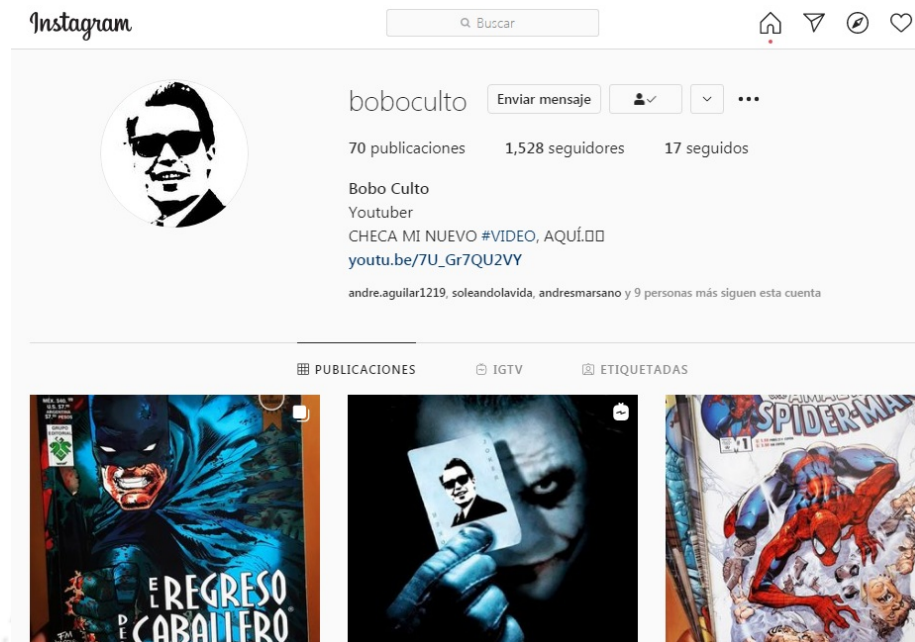


Figura 19

Instagram es una red social con otro tipo de enfoque. Desde el lado publicitario sirve para promocionar el canal a través de fotografías y en algunas ocasiones videos. Es más libre en su contenido pero no se aleja del concepto central de Bobo Culto: Hablar sobre obras artísticas que han generado impacto en la cultura popular y analizarlas con un estilo distintivo.

Suelo subir fotografías mías para promocionar el canal vestido específicamente con terno y lentes oscuros, como si fuera un director de películas de antaño. Tomé referencias de algunos directores para el desarrollo de este look como Stanley Kubrick, Pier Paolo Pasolini o Ed Wood (interpretado por Johnny Deep).



Figuras 20 y 21



Figura 22

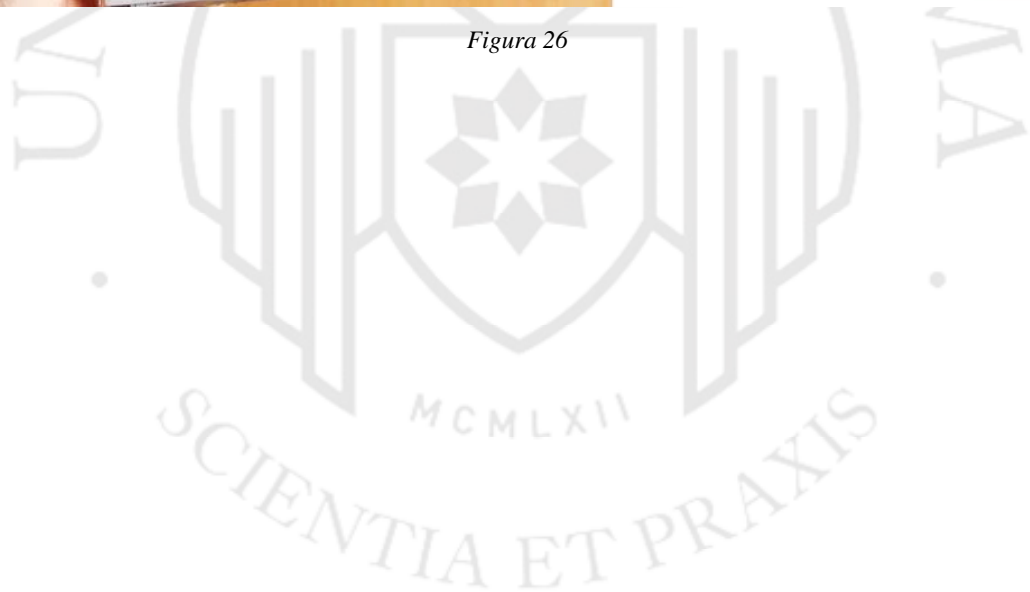
Por otro lado en Instagram también subo fotografías sobre material “Geek”, colecciones mías o productos que he comprado a lo largo de los años. Cuando se trata del lanzamiento de un nuevo video el proceso de promoción es: Poner el link del video en mi perfil de IG, acto seguido subir una historia invitando a mis seguidores a hacer click en mi bio para poder ver el nuevo video. Finalmente, subo un arte realizado en Photoshop y ajustado a las medidas/formato de Instagram. Aquí algunos ejemplos de lo anterior mencionado:



Figura 23



Figura 26



3.4.3 TWITTER: 315 Seguidores



Figura 27

Esta red social cumple las mismas funciones que la página de Facebook. En teoría es una réplica de la promoción generada en el fan page de Bobo Culto. Su objetivo es promover los nuevos videos mediante links compartidos y hashtags. En ocasiones suelo usar esta red social como un medio para charlar con mi audiencia de manera más coloquial, sin tanto formalismo de por medio. Simplemente opiniones cortas sobre temas de interés propio.

3.4.4 TIK TOK: 135 seguidores

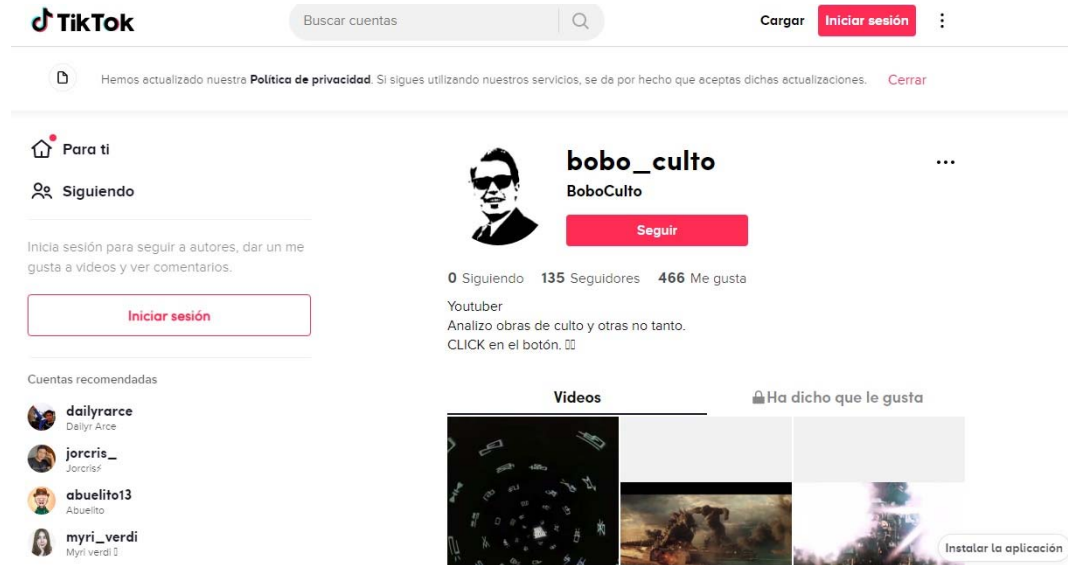


Figura 28

Es la nueva plataforma a la cual Bobo Culto se ha unido. Este perfil está en proceso de remodelación. Se está buscando un contenido específico para esta red y que a la vez funcione. Los posts que se han subido hasta ahora son principalmente avances de los nuevos videos que duran un minuto aproximadamente. Son videos cortos que muestran solo una parte, lo que considero yo lo más interesante o llamativo de los trabajos subidos al canal. A final de cada video hay una invitación para ingresar al canal de Bobo Culto en Youtube y ver el material completo.

En líneas resumidas Bobo Culto viene trabajando con 4 redes sociales regularmente activas, cada una apuesta por algo diferente en su contenido o intenta llevar una independencia a nivel de contenido digital. Cada una de estas redes alimenta al canal principal en Youtube y sirven a su vez como una fuente de información y entretenimiento.

3.5 CONSTRUCCIÓN DE LA AUDIENCIA:



Figura 29

Actualmente el canal cuenta con más de 232,000 suscriptores. La construcción de la audiencia de Bobo Culto pasó por varias etapas antes de llegar a esta cantidad de seguidores. A continuación se mostrará el avance y el crecimiento que tuvo este espacio en internet a lo largo de su historia y sobre todo se mostrarán los momentos clave en el desarrollo de su audiencia.

3.5.1 Etapa de prueba (2016):

La primera etapa duró aproximadamente 1 año. Fue un periodo de prueba en donde Bobo Culto subió videos con formatos predefinidos (20 cosas, El Documental, Background y Tops) pero que no se enfocaban en una franquicia específica. Es decir, se realizaron videos de todo tipo, desde análisis de personajes pertenecientes al mundo del cómic, pasando por curiosidades de películas y llegando a tops sobre animación japonesa. En este cuadro podemos ver la primera docena de videos que fueron subidos al canal en orden cronológico:

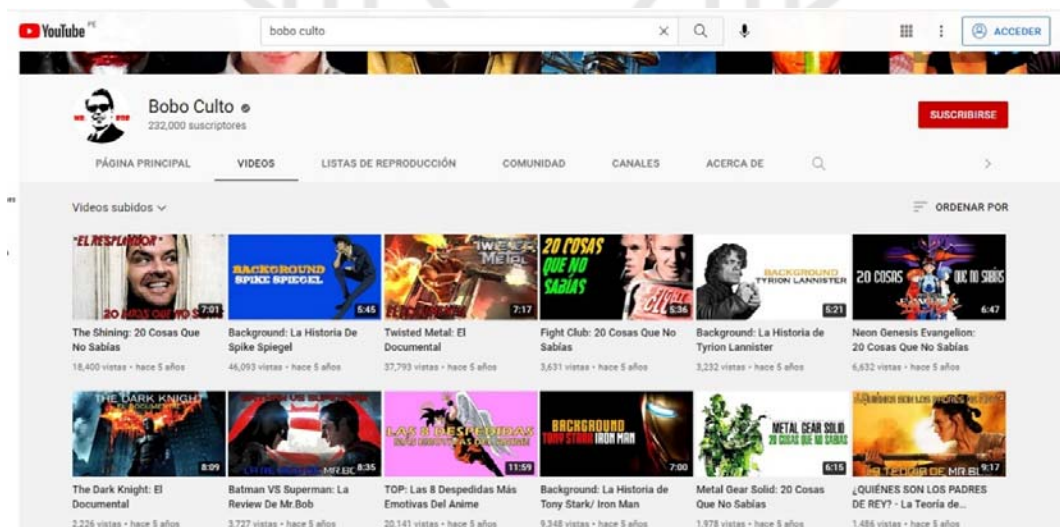


Figura 30

El primer pequeño “logro” de Bobo Culto fue un video-top sobre los personajes más poderosos de la Tierra Media pertenecientes a la obra literaria de J.R.R Tolkien.

Este video se lanzó en mayo del 2016 pero no fue sino hasta noviembre del mismo año cuando realmente empezó a generar impacto en la comunidad latinoamericana de Youtube. El video “Los 8 seres más poderosos de la Tierra Media” alcanzó las 10,300 visualizaciones el 17 de noviembre del 2016 y significó el primer gran logro del canal.



Figura 31

Gracias al impacto que generó este video, Bobo Culto recibió diversas propuestas de parte de sus nuevos suscriptores que pedían un nuevo video-top con un estilo similar. En ese contexto surgieron muchas sugerencias en la caja de comentarios pero una en específico llamó mi atención:



Figura 32

Particularmente siempre fui un fan de la franquicia “Saint Seiya” y me intereso tanto esta propuesta que finalmente la convertí en un video: Los 8 Caballeros del Zodiaco más poderosos.

Este top fue el primer gran éxito del canal. Como podemos ver en este cuadro estadístico (proveniente de Youtube Studio), “Los 8 caballeros del zodiaco más poderosos” consiguió 721,600 visualizaciones y 356 suscriptores en un lapso de 2 meses. Un avance significativo en comparación al video-top realizado sobre la tierra media.



Figura 33

Al finalizar el 2016 Bobo Culto consiguió 9300 suscriptores luego de la denominada “etapa de prueba”. Estos son los datos recogidos sobre la audiencia que en ese momento seguía y consumía los videos del canal:

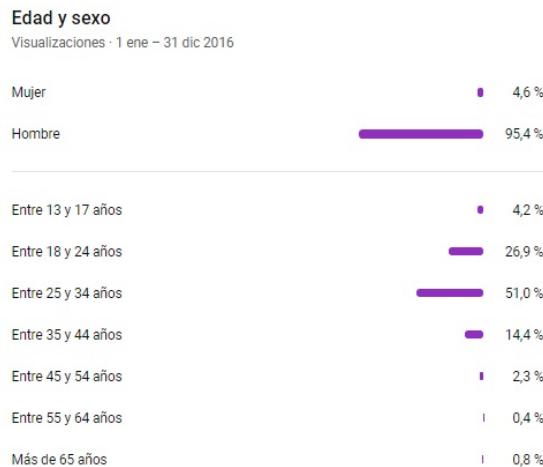


Figura 34

El grupo mayoritario pertenecía al rango de 25 a 34 años (más del 50%) y el 95,4% eran hombres. Este dato estadístico iría cambiando con el tiempo pero se deduce del mismo que la mayoría de seguidores de Bobo Culto, en sus inicios, eran personas que nacieron en los años 90 o finales de los 80, con gustos similares por el anime y específicamente por Saint Seiya, que fue el primer tema o tópico que generó impacto en el canal.

Gracias al éxito de este video comencé a preparar una nueva sección en el canal, la primera lista de reproducción que hizo despegar a Bobo Culto en la plataforma: El Manga VS. El Anime de Saint Seiya. Un grupo de videos que analizaba las diferencias entre la animación japonesa y el manga o cómic japonés de la franquicia.

3.5.2 Segunda etapa - “La comunidad de Saint Seiya llega a Bobo Culto” (2017):

En los años 90 Saint Seiya fue un fenómeno cultural en Latinoamérica. Esta manga japonés creado por Masami Kurumada se convirtió en un rotundo éxito por este lado del mundo. Su historia, sus personajes, sus peleas y su increíble banda sonora cautivaron a una generación completa. Gracias a su serie animada, la franquicia de Saint Seiya consiguió una gran base de fans en el continente y el Perú no fue la excepción. Luego del éxito del video-top “Los 8 caballeros del zodiaco más poderosos” se desarrolló una agenda completa para lanzar una serie de videos sobre la franquicia. El Manga VS. El Anime nació como una curiosidad por conocer las diferencias entre el cómic y la serie animada de Saint Seiya pero realmente se convirtió en algo mucho más grande.

Mediante el Storytelling, la ambientación musical, la edición de imágenes y un análisis completo de la historia, esta lista de reproducción atrajo a una enorme cantidad de seguidores de la franquicia en toda Latinoamérica. El Manga VS. El Anime no solo se convirtió en una lista de reproducción con muchas visualizaciones sino que además se convirtió en un punto de encuentro, una sala de reunión, un foro donde los fans latinoamericanos de Saint Seiya se juntaban para conversar y mostrar sus puntos de vista sobre su tan apreciada serie. En el siguiente cuadro podemos ver que la primera parte del Manga VS. El Anime de Saint Seiya consiguió 38,600 visualizaciones y 524 suscriptores en tan solo 1 mes:



Figura 35

A la par también se desarrolló una estrategia de difusión digital para este segmento, específicamente en el fan page de Bobo Culto. Hubo una retroalimentación entre ambas redes, pidiendo a los seguidores que dieran like tanto al video lanzado en Youtube como a los posts de Facebook y al mismo tiempo se pedía apoyar estos trabajos mediante comentarios, likes y compartidos. Todo de manera orgánica, es decir sin inversión en publicidad. En el siguiente cuadro podemos ver la cantidad de reacciones, compartidos y comentarios del post sobre la sexta parte del Manga VS. El Anime de Saint Seiya. Todas las reacciones, comentarios y compartidos fueron netamente orgánicos:



Figura 36

En líneas resumidas, Saint Seiya significó la construcción del primer gran grupo de suscriptores del canal. Una lista de videos que se hicieron con mucho esfuerzo y cariño y que tuvieron el apoyo de una gran comunidad amante de la franquicia. En el año 2017, El Manga VS. El Anime de Saint Seiya obtuvo **514,600 reproducciones acumuladas**.

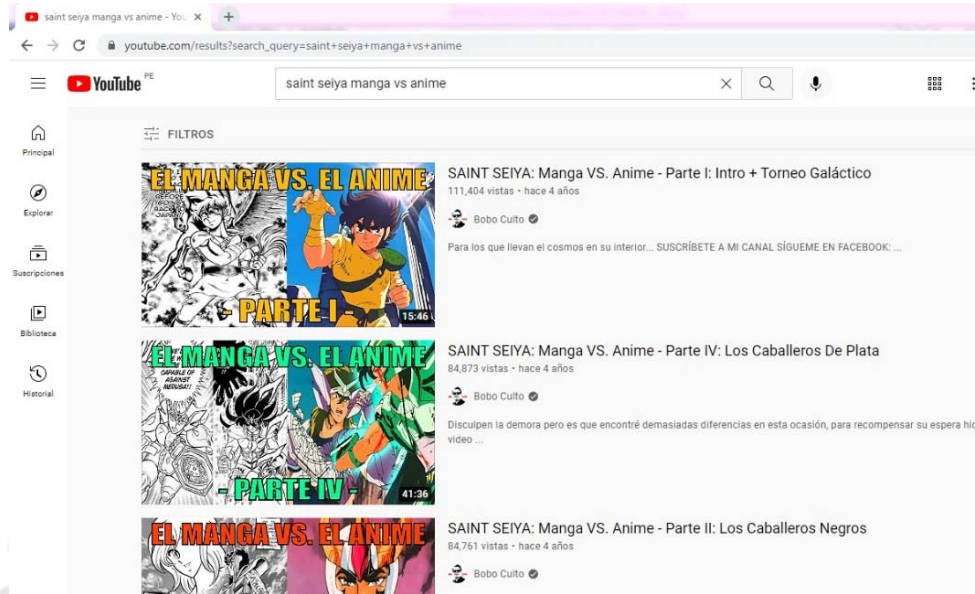


Figura 37



3.5.3 Tercera etapa: Los VERSUS de Bobo Culto (2016-2020):

Saint Seiya fue el primer gran paso para que Bobo Culto se diera a conocer en Youtube pero aún más exitoso fue el formato VERSUS. Esta lista de reproducción nació como una curiosidad cinéfila: ¿qué pasaría si el “Depredador” se enfrentará a “La Cosa”?

Mediante el Storytelling, un análisis completo de los personajes y sus franquicias y una musicalización acorde para una batalla, VERSUS se convirtió en la saga de videos más exitosa del canal por un amplio margen. El primer video de este tipo fue “Depredador VS. La Cosa”, que en esencia es una hipótesis, un punto de vista transformado en una historia o guion, el cuál determinaba cuál de ambos monstruos era el más poderoso. Este trabajo fue subido a Youtube el 17 de septiembre del año 2016 pero no fue sino hasta diciembre del mismo año cuando realmente despegó. Igual que en el caso del video-top sobre la Tierra Media, Depredador VS. La Cosa fue un video que demoró en crecer pero esa espera valió la pena.

En el siguiente cuadro podemos ver la curva de crecimiento que tuvo este video. Alcanzó las 95,273 visualizaciones el 17 de diciembre del 2016 y consiguió 290 suscriptores en un lapso de 3 meses:

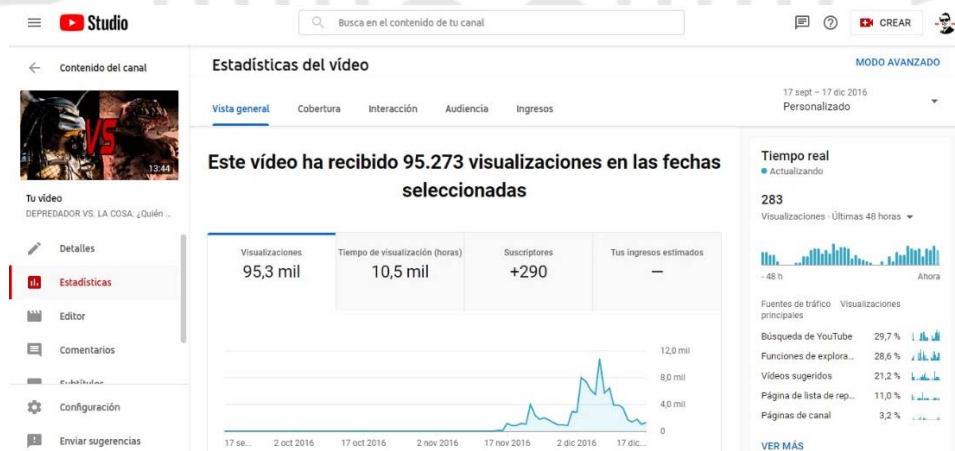


Figura 38

Gracias al éxito de este primer VERSUS, se lanzó una secuela con otros protagonistas: **Godzilla VS. Cloverfield**. Este video tuvo mejores números que su antecesor. En tan solo 1 mes consiguió 152,364 visualizaciones y 191 nuevos suscriptores.



Figura 39

Por otro lado el público que consumía el formato VERSUS era diferente al de Saint Seiya. En este cuadro podemos ver un cambio considerable en las estadísticas del público consumidor. En comparación a “El Manga VS. El Anime de Saint Seiya”, VERSUS atrajo a más mujeres (+20%) y a un público más juvenil. Hubo un aumento considerable en el rango de “13 a 17 años” (+9,5%), el grupo de “18 a 24 años” también creció (+2,4%) y el rango de “25 a 34 años” se redujo en un 35.2%.



Figura 40

Los VERSUS fueron el “plato fuerte” del canal por mucho tiempo, no solo por la gran expectativa que generaban o la enorme cantidad de visualizaciones que producían sino también por la dificultad y el largo proceso que suponía crear uno de estos videos. Los VERSUS eran realmente un trabajo completo, denso y sumamente detallista.

Desde la concepción de una historia atrayente para el público consumidor, pasando por una narración emotiva, una edición de sonido, imágenes y musicalización compleja, VERSUS realmente significó una odisea en el aspecto audiovisual. Es por esta razón que dichos videos se subían cada 2 meses aproximadamente. Aquí podemos observar las portadas de los 5 VERSUS que fueron lanzados en el año 2017, estos consiguieron **2,734,300 visualizaciones acumuladas** durante ese mismo año:



Figura 41

La saga de videos VERSUS llegó a su fin en el año 2020 con la realización del “**Torneo VERSUS**” que cerró exitosamente una gran etapa del canal. A la fecha esta lista de reproducción ha acumulado **28,697,041 visualizaciones**.

En resumen, la construcción de la audiencia de Bobo Culto se debe principalmente y gracias a los formatos **Manga VS. Anime** y **VERSUS** respectivamente. Ambas listas de reproducción fueron claves para que el canal consiga un éxito considerable en Youtube.

3.5.4 Otras listas de reproducción y las edades de sus espectadores:

20 Cosas:

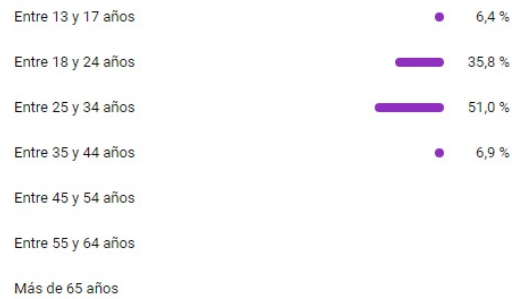


Figura 42

Reseñas de Mr.Bob:



Figura 43

Habilidades y poderes:

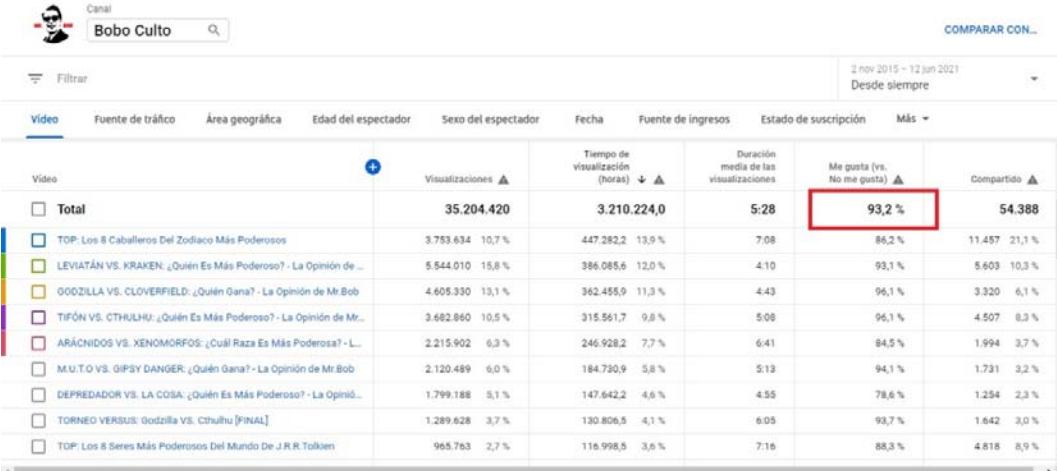


Figura 44

3.6 LOGROS Y RESULTADOS:

En un primer momento no imaginé que Bobo Culto tendría tanta aceptación de parte del público. La competencia entre los reviewers o reseñadores latinoamericanos en Youtube es muy fuerte y sobre todo amplia. Sin embargo, creo que he sabido conectar con una audiencia que comparte los mismos gustos que yo. A través de mis opiniones, a través de mis historias (Storytelling) y a través de mi voz he podido reunir a una gran comunidad que respalda mis trabajos. Ha sido un proceso de error y aprendizaje, de conocimientos obtenidos, de innovación y creación de nuevos formatos y también de esfuerzo y tiempo invertido. Todo esto ha generado grandes resultados para el canal y algunos de ellos los mostraré a continuación. Bobo Culto ha reunido a una gran comunidad gracias a Youtube. 232 mil suscriptores y más de 36 millones de visualizaciones son el reflejo de 5 años de trabajo continuo tanto en la creación del contenido digital como en la difusión del mismo. A continuación muestro algunos cuadros estadísticos sobre el alcance y la aceptación que ha tenido el canal a través de estos 5 años de existencia.

Primer cuadro: *Los likes vs. Los dislikes.*



Video	Visualizaciones	Tiempo de visualización (horas)	Duración media de las visualizaciones	Me gusta (vs. No me gusta)	Compartido
<input type="checkbox"/> Total	35.204.420	3.210.224,0	5:28	93,2 %	54.388
<input type="checkbox"/> TOP: Los 8 Caballeros Del Zodíaco Más Poderosos	3.783.634 10,7 %	447.282,2 13,9 %	7:08	86,2 %	11.457 21,1 %
<input type="checkbox"/> LEVIATÁN VS. KRAKEN: ¿Quién Es Más Poderoso? - La Opinión de...	5.544.010 15,8 %	386.085,6 12,0 %	-4:10	93,1 %	5.603 10,3 %
<input type="checkbox"/> GODZILLA VS. CLOVERFIELD: ¿Quién Gana? - La Opinión de Mr Bob	4.605.330 13,1 %	362.455,9 11,3 %	4:43	96,1 %	3.320 6,1 %
<input type="checkbox"/> TIFÓN VS. CTHULHU: ¿Quién Es Más Poderoso? - La Opinión de Mr...	3.682.860 10,5 %	315.561,7 9,8 %	5:06	96,1 %	4.507 8,3 %
<input type="checkbox"/> ARÁCNIDOS VS. XENOMORFOS: ¿Cuál Raza Es Más Poderosa? - L...	2.215.902 6,3 %	246.928,2 7,7 %	6:41	84,5 %	1.994 3,7 %
<input type="checkbox"/> M.U.T.O VS. GIPSY DANGER: ¿Quién Gana? - La Opinión de Mr Bob	2.120.489 6,0 %	184.730,9 5,8 %	5:13	94,1 %	1.731 3,2 %
<input type="checkbox"/> DEPREDADOR VS. LA COSA: ¿Quién Es Más Poderoso? - La Opinión...	1.799.188 5,1 %	147.642,2 4,6 %	4:55	78,6 %	1.254 2,3 %
<input type="checkbox"/> TORNEO VERSUS: Godzilla VS. Cthulhu [FINAL]	1.289.628 3,7 %	130.806,5 4,1 %	6:09	93,7 %	1.642 3,0 %
<input type="checkbox"/> TOP: Los 8 Seres Más Poderosos Del Mundo De J.R.R. Tolkien	965.763 2,7 %	116.998,5 3,6 %	7:16	88,3 %	4.818 8,9 %

Figura 45

De todas las reacciones acumuladas en las 36,660,009 visualizaciones que ha conseguido el canal a lo largo de su historia, el 93,2% son “me gusta” y el 6,8% son “no me gusta”. Esto refleja que Bobo Culto posee una gran aceptación y es del gusto de la amplia mayoría de sus espectadores. 93,2% de toda la gente que ha visto los videos del canal han dado su aprobación y han demostrado interés por el contenido presentado.

Es importante resaltar que de estas 36 millones de vistas, 28 millones pertenecen a los videos VERSUS, lo que convierte esta estadística en algo más interesante. Este tipo de videos enfrentan a dos grandes grupos de fanáticos quienes desean que su personaje favorito gane la batalla.

Cuando uno de estos personajes pierde, sus fanáticos suelen dejar un “no me gusta” o al menos un comentario negativo hacia el video, esto es por fanatismo o simplemente por no estar de acuerdo con las conclusiones del video. En el caso de Bobo Culto esta situación se ha dado incontables veces pero es importante resaltar que poco a poco fue ganando más aceptación, la cual se tradujo en “me gustas” y comentarios positivos. A la larga el resultado de la pelea ya no era tan importante para los espectadores del canal. Aún si el personaje favorito de muchos perdía la batalla, ellos dejaban sus likes y comentarios positivos por todo el esfuerzo y el tiempo invertido para la publicación del video. El 93% de aprobación es un reflejo del agradecimiento de los espectadores hacia el contenido que ofrece el canal.

Este otro cuadro muestra el resumen de Bobo Culto en el año 2016, año en el cual debutó en Youtube. Podemos ver que consiguió 855,901 visualizaciones, 110,300 horas en tiempo de visualización, 9300 suscriptores y 318 dólares obtenidos gracias a Google Adsense. Actualmente estos números han mejorado bastante.



Figura 46

Este otro cuadro es del año 2018. Podemos ver que los números han ido en aumento, la curva de crecimiento no ha parado: 7.3 millones de visualizaciones, 688 mil horas de reproducción, 50,700 suscriptores nuevos y 1512 dólares obtenidos en ganancias.



Figura 47

En el 2020 Bobo Culto obtuvo 9,3 millones de visualizaciones, más de 54 mil suscriptores y el tiempo de visualización fue de 765,000 horas. El mejor año del canal hasta la fecha. El contenido que he venido ofreciendo ha sido atractivo para los usuarios de Youtube y los resultados han superado gratamente mis propias expectativas. En el lado económico Bobo Culto comenzó a generar ingresos con Google AdSense a partir del segundo año de su creación (2017). Un promedio entre 300 y 400 soles mensuales. Conforme el canal obtuvo más visualizaciones y suscriptores los ingresos también fueron aumentando. Para el 2019, Bobo Culto recibía un aproximado entre 500 y 900 soles mensuales gracias a la publicidad que Youtube colocaba en sus videos. En 2020, el año con el mejor rendimiento hasta la fecha, los ingresos crecieron aún más, un aproximado entre 1000 y 1500 soles mensuales. En esencia los ingresos del canal dependen exclusivamente de la cantidad de visualizaciones que obtienen los videos mensualmente y la variedad de anuncios publicitarios que Youtube decide colocar en estos mismos trabajos.

4. LECCIONES APRENDIDAS

Durante estos 5 años de vida que tiene el canal he aprendido varias cosas, tanto en el lado profesional como en el lado personal. Bobo Culto ha significado una gran ventana para exponer mi punto de vista sobre el arte del entretenimiento. Se trata de un proyecto en donde he venido desarrollando un estilo propio a la hora de analizar obras artísticas. En el lado personal me ha servido para generar contactos, amistades del extranjero, una audiencia que me apoya constantemente y en líneas resumidas una comunidad que comparte mis gustos por el arte y ve en mí a un confiable creador de contenido que siempre innova su material con tal de entretenerlos y brindarles información perteneciente al mundo Geek.

4.1 Proyecciones a futuro:

Luego de finalizar la saga VERSUS, la sección que más vistas y suscripciones le han valido al canal, Bobo Culto ha empezado a ver otros horizontes y formular nuevas propuestas de contenido digital. En cierto punto los videos VERSUS llegaron a un tope, a una cima en cuanto a número de visualizaciones y suscriptores. Por lo tanto el canal está empezando a tomar un nuevo rumbo creativo que le permita a su vez generar contenido digital de una manera más continua. Los videos del TORNEO VERSUS demandaban un gran tiempo de realización, aproximadamente se subía uno al mes. De ahora en adelante Bobo Culto empezará a subir al menos dos videos mensuales como parte de esta renovación general. Por otro lado la propuesta creativa ahora apunta exclusivamente al mundo del cine como temática principal. No es ninguna sorpresa que el *streaming*⁸ y las transmisiones en vivo también formen parte de la nueva propuesta creativa de Bobo Culto ya que ambos formatos están dando la hora en las redes sociales y su consumo ha venido aumentando considerablemente desde el año 2020 a causa de la pandemia global. Decir que el camino para renovar el canal será algo sencillo es una gran falacia, es difícil abandonar la etiqueta del “Youtuber que hacía los VERSUS” pero es un paso necesario y sobre todo obligatorio si Bobo Culto desea seguir creciendo.

⁸ <https://espanol.verizon.com/info/definitions/streaming/>

Es necesario reinventarse, es necesario adaptarse a los cambios y pienso que es muy importante demostrar y sobre todo demostrarse uno asimismo que no es un perro de un solo truco, siempre hay un as bajo la manga.

Aquí presento 4 ideas que se vienen desarrollando para darle una renovación completa al contenido digital que ofrece Bobo Culto:

4.1.1 Nuevos horizontes - Twitch y las transmisiones en vivo:

No es un misterio que Twitch está dando la hora en internet. Actualmente esta plataforma posee una audiencia promedio de 2,5 millones de personas y genera 30 millones de visitas diarias. Lo que más se ofrece en esta web son los famosos “gameplays”. De hecho, existe una exacerbada oferta de este formato y solo los creadores de contenido más populares han podido sacar provecho del mismo. Bobo Culto está planeando ingresar a Twitch pero con su estilo, es decir: Hablando, revisando y comentando sobre obras de culto y del entretenimiento en general. La idea es expandir la temática de Bobo Culto a Twitch y mostrarme al público mediante transmisiones en vivo, como un host o presentador que interactúa con su audiencia, intercambiando información, generando debate y dando a conocer sus opiniones sobre la cultura geek.

4.1.2 Colaboraciones con otros Youtubers:

Otra estrategia para que el canal crezca es realizar colaboraciones con otros Youtubers de habla hispana. Ha habido casos de Youtubers que han crecido mucho con este tipo de videos. Uno que se me viene a la mente es el de **Alvinsch** y **Jaime Altozano**. Ambos son Youtubers que hablan de música, ese es su tópico principal. Realizaron algunas colaboraciones hace algún tiempo y el resultado fue muy positivo. Cuento con algunos colegas Youtubers que podrían apoyarme en esta iniciativa.

4.1.3 Los miembros del canal:

Para que un canal crezca y se profesionalice también necesita del apoyo de su audiencia. “Miembros del canal” es una nueva propuesta que viene ofreciendo Youtube en donde los suscriptores más fieles le dan al creador de contenido un apoyo económico a cambio de un servicio exclusivo.

Precisamente **videos exclusivos**. En reiteradas ocasiones, por temas de tiempo, no he podido realizar muchos videos que mis suscriptores me han solicitado. Mediante “Miembros del canal” los verdaderos fans de Bobo Culto podrán acceder a aquellos videos exclusivos que hubiesen querido ver hace mucho tiempo, como por ejemplo la continuación del Manga VS. El Anime de Saint Seiya. “Miembros del canal” se trata de un crowdfunding como lo podría ser Patreon. Esto podrá generar más ingresos económicos para el canal y a su vez yo podré invertir en mejores equipos, los cuales me permitirán subir videos con mayor frecuencia y con una mejor calidad.

4.1.4 Media partners – Mediacube:

Mediacube es una empresa que trabaja con creadores de contenido. Son como una especie de “managers” de Youtubers. Pueden apoyarte en tu trabajo, mediante el desarrollo de portadas, creación de banners, renovación de contenido, entre otras cosas. Recientemente Mediacube me contactó por correo electrónico con la intención de crear una colaboración. Me parece una propuesta interesante y de la cual me estoy informando actualmente. Sin dudas es una idea que está en consideración.

Por otro lado, en el aspecto audiovisual y técnico he aprendido mucho y he descubierto nuevas herramientas y programas que me han servido para mejorar la calidad de mi proyecto.

4.2 Diseño gráfico:

Photoshop es una de las herramientas de las cuales he aprendido más. El desarrollo de mis portadas, los posts en mi página de Facebook, edición de fotografías, tipografía, la importancia del brillo y el contraste son tan solo algunas de las tantas cosas que he aprendido gracias a este programa.

4.3 Aprender a editar:

Adobe Premiere es mi programa favorito para editar videos. Al comienzo solo sabía cortar y pegar escenas pero poco a poco empecé a descubrir herramientas significativas para editar mis videos. Desde los efectos de audio, efectos de video, escalas, disolvencias, ajustes de color, etc.

Respecto al audio, el programa Audacity me ha servido bastante para producir mis grabaciones de voz. Adobe After Effects también ha sido importante para desarrollar animaciones para mi canal.

En la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima obtuve una buena base de conocimientos audiovisuales y también he sido autodidacta en este proceso de aprendizaje del mundo audiovisual. Me he guiado varias veces del mismo Youtube para poder aprender nuevas cosas al momento de la edición y la producción audiovisual. Los tutoriales me han servido bastante durante este proceso de aprendizaje y la aplicación de las herramientas audiovisuales para generar contenido digital.

4.4 Comunidad de Youtube:

Dos cosas importantes que descubrí durante el crecimiento de mi proyecto fueron: **El comportamiento de la comunidad y el comportamiento de Youtube mismo**. Si bien he conseguido crear una comunidad que apoya y sigue mis videos también he conseguido lo otro: haters y críticos destructivos.

Aprendí de este segundo grupo que no siempre vas a ser del agrado de todos y por más que hagas tu mayor esfuerzo en sacar un video, que para ti es impecable, lo cierto es que siempre obtendrás críticas de esta plataforma. Hay que tener piel gruesa en este sentido y saber recibir los comentarios negativos o destructivos de una audiencia que simplemente no gusta de tu contenido o no está de acuerdo con tus opiniones. Viéndolo en retrospectiva, en varias ocasiones he tenido que lidiar con usuarios agresivos que simplemente me atacan por alguna opinión que expresé en alguno de mis videos. Esto se traduce en comentarios negativos e inclusive insultantes. Bobo Culto siempre está abierto al debate pero también censura las agresiones directas sin fundamento alguno y que únicamente producen hate (odio). A través de una herramienta que proporciona Youtube a sus creadores, algunas veces he tenido que silenciar a varios usuarios/haters que solo buscan agredir y no debatir. Uno de los slogans de Bobo Culto es “tus comentarios siempre son bienvenidos”, se trata de una frase que invita al usuario a generar un debate constructivo y una crítica con fundamento. Los comentarios siempre son recibidos dentro del marco del respeto y esto está mencionado en la descripción del canal.

El público que genera críticas constructivas por otro lado es mucho más valioso y siempre es bueno leer lo que escriben, ver sus opiniones y rescatar aquellos consejos que te dan para mejorar tu contenido. He tenido suerte en este apartado porque mi canal supera el 93% de aprobación (Likes vs. Dislikes) y esto demuestra que se han hecho bien las cosas en estos 5 años, hay una gran aceptación del contenido que ofrezco y hay una comunidad que lo apoya.

Me percaté también que una audiencia muy joven era gran consumidora de mi canal. Niños y adolescentes entre 7 y 15 años se han convertido en un grupo fiel a Bobo Culto. Si bien, una buena parte de ellos no aparecen en las estadísticas de suscripción no significa que sea un grupo inexistente. Este grupo de jóvenes principalmente llegaron gracias a los videos VERSUS, la sección más popular de mi canal. Espero continuar atrayéndolos con mi contenido.

En líneas resumidas el vínculo que he formado con mi audiencia fue creciendo con el paso del tiempo. Mucho sirvió el hecho de comunicarme con ellos mediante mis otras redes sociales, léase Facebook, Instagram, Twitter o la pestaña de comunidad ubicada en mi propio canal de Youtube. Siempre he estado atento a lo que comentan mis seguidores. Comparto con ellos mis opiniones respecto a las obras que he visto. Soy directo, si no me gustó la última película de Batman se los hago saber, no quiero engañarlos, quiero decirles: No gasten su dinero en eso. Varias veces compartimos opiniones similares pero también hemos tenido buenos debates y discusiones. Personalmente me veo como un hermano mayor para ellos, que les dice las cosas sin tapujos y los fastidia (en el buen sentido) de vez en cuando para ver sus reacciones.

Respecto al comportamiento de Youtube es más un análisis personal sobre esta plataforma y mis experiencias más significativas con la misma. Youtube es una web maravillosa por todo lo que ofrece. Es una gran ventana para los creadores de contenido digital pero también tiene falencias desde mi punto de vista.

Al tratarse básicamente de un monopolio, pues ninguna web está siquiera cerca de competir con ella, Youtube toma provecho de la situación y suele imponer reglas muy drásticas tanto para los creadores de contenido como para su audiencia.

La desmonetización, el bloqueo de videos y el copyright sin duda han sido experiencias negativas en mi desarrollo como Youtuber pero esto no implica que deje de hacer lo que hago. Trato de adaptarme al movimiento, a las nuevas normas y reglas de esta plataforma. Pienso que es en la “adaptación” donde uno puede resurgir y diferenciarse del resto. Como dice un buen dicho: Quien no se adapta, muere. Está pasando en las redes sociales, está pasando en el mundo y en todo ámbito. Las cosas cambian, la gente cambia, la tecnología cambia y uno tiene que adaptarse a este cambio.



REFERENCIAS

- Mego, A. (2012). Anatomía de un filme de culto. *La Ventana Indiscreta*. https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ventana_indiscreta/article/view/982/944
- Folou. (14 de noviembre de 2020). *Así creció Youtube en Latinoamérica en 2020*. <https://folou.co/internet/youtube-audiencias-latinoamerica/>
- Think With Google. (Agosto de 2017). *Cómo ven Youtube en México*. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-419/estrategias-de-marketing/video/como-ven-youtube-en-mexico/>
- Hidalgo-Marí, T., & Segarra-Saavedra, J. (2017). El fenómeno youtuber y su expansión transmedia. Análisis del empoderamiento juvenil en redes sociales. *Fonseca, Journal of Communication*, 15(15), 43-56. <https://doi.org/10.14201/fjc2017154356>
- Bonilla-C & Ovalles-L. (2017). *El impacto de Youtube en los Milenians*. <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/124>
- Digital Guide Ionos. (9 de mayo de 2019). *Thumbnails: Pequeñas imágenes con gran poder*. <https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/redes-sociales/que-son-los-thumbnails/>
- Significados.com. (2015). *¿Qué es Geek?*. <https://www.significados.com/geek/>
- Informe TIC Fácil. *¿Qué son los contenidos digitales?*. <https://www.informeticplus.com/que-son-los-contenidos-digitales>
- Verizon español. *¿Qué es streaming? Definición, significado y explicación*. <https://espanol.verizon.com/info/definitions/streaming/>
- Producción Audiovisual. (15 de julio de 2017). *18 datos sobre el consumo de Youtube en México*. <https://produccionaudiovisual.com/59roducción-video-digital/consumo-youtube-mexico/>
- Support Google. (2021). *Conceptos básicos sobre las faltas por incumplimiento de los derechos de autor*. <https://support.google.com/youtube/answer/2814000?hl=es-419#zippy=%2Cqu%C3%A9-sucede-cuando-recibes-una-falta-por-incumplimiento-de-los-derechos-de-autor>

ANEXOS

ANEXO 1: Guion de Godzilla VS. Cthulhu

DOS TITANES DE GRAN PODER, DOS COLOSOS BRUTALES Y DOS TERRIBLES CONTRINCANTES EN ESTE VIDEO. EN UNA ESQUINA, MIDIENDO MÁS DE 100 METROS Y PESANDO ALREDEDOR DE 90 MIL TONELADAS, EL DINOSAURIO RADIOACTIVO, EL SALVADOR Y EL DESTRUCTOR, EL REY DE LOS MONSTRUOS Y EL ORGULLO DE TODO JAPÓN: GODZILLA. EN LA OTRA ESQUINA, EL DIOS DE LA OSCURIDAD, EL VERDUGO DE LA HUMANIDAD Y LA MAYOR AMENAZA EN LAS PROFUNDIDADES DEL MAR: CTHULHU. BIENVENIDOS A UN NUEVO VIDEO DE CULTO. ESTO ES TORNEO VERSUS, LA GRAN FINAL: GODZILLA CONTRA CTHULHU.

ENTE LUMINOSO: EL MOMENTO HA LLEGADO. ESTAMOS EN LA FINAL DE MI GRAN TORNEO. CTHULHU, HAS LLEGADO A ESTAS INSTANCIAS Y POR ESO TE FELICITO. GODZILLA, ERES UN SER ADMIRABLE, REALMENTE ME HAS SORPRENDIDO Y ESO ES ALGO DIFÍCIL DE HACER. HOY NO SOLO DEFINIRÁN QUIÉN DE USTEDES DOS ES EL MÁS FUERTE SINO QUE TAMBIÉN DEFINIRÁN EL DESTINO DE LA EXISTENCIA. SOLO EL MÁS FUERTE DEBE SOBREVIVIR Y SIEMPRE HA SIDO Y SERÁ ASÍ. ESPERO QUE DEN LO MEJOR DE CADA UNO.

AHORA PREPÁRENSE...PORQUE ES HORA DE JUGAR.

EL UNIVERSO SE PARALIZA. KEPLER 452 B ESTÁ POR PRESENCIAR UN EVENTO SIN PRECEDENTES. LA NATURALEZA LO SIENTE. GRANDES OLAS COMIENZAN A AZOTAR LAS COSTAS, NO MUY LEJOS UN VOLCÁN SE ACTIVA Y LA LUZ DEL SOL RESPLANDECE FUERTEMENTE SOBRE TODAS LAS COSAS. EN ESO, ANTE ESE ESCENARIO, GODZILLA APARECE. EL REY DE LOS MONSTRUOS SALE DEL MAR Y LLEGA A TIERRA FIRME. SU PRESENCIA ES IMPONENTE Y HACE TEMBLAR LA TIERRA. SIN EMBARGO SE ENCUENTRA COMPLETAMENTE SOLO EN EL CAMPO DE BATALLA. PERO NO POR MUCHO TIEMPO... DE REPENTE, EL CIELO COMIENZA A OSCURECERSE, ALGUNAS GOTAS DE LLUVIA COMIENZAN A CAER COMO LÁGRIMAS DEL CIELO. LA MALDAD HA LLEGADO. LAS NUBES SE TORNAN NEGRAS Y UN ENORME AGUJERO APARECE ENTRE ELLAS. DE ÉL SURGE UNA ENORME SILUETA QUE POCO A POCO DESCENDE SOBRE LO QUE ANTES ERA UN ESCENARIO RADIANTE Y ESPERANZADOR. FINALMENTE EL ENTE TOCA EL PISO Y SE TOPA CARA CARA CON EL REY DE LOS MONSTRUOS. CTHULHU HA LLEGADO.

ENTE LUMINOSO: MALDICIÓN, YA ERA HORA...

CTHULHU RUGIDO

Y AQUÍ...

GODZILLA RUGIDO

EMPIEZA LA BATALLA.

GODZILLA TOMA LA INICIATIVA Y SE ABALANZA CONTRA CTHULHU, UN IMPACTO DE PROPORCIONES BÍBLICAS HACE RETUMBAR EL CAMPO DE BATALLA. EL DIOS OSCURO HA AGUANTADO LA EMBESTIDA DE GODZILLA.

CTHULHU ESTÁ A LA DEFENSIVA. GODZILLA RÁPIDAMENTE DA UN GIRO BRUTAL Y CON SU ENORME COLA ATACA AL PRIMIGENIO PERO ÉSTE ESQUIVA EL GOLPE. SIN DEMORAS UN CONTUNDENTE RAYO PSÍQUICO CAE DE LLENO SOBRE GODZILLA Y LO LANZA VARIOS KILÓMETROS A LA REDONDA EMPOTRÁNDOLO CONTRA UNA MONTAÑA QUE ES PULVERIZADA INSTANTÁNEAMENTE. EL REY DE LOS MONSTRUOS HA RECIBIDO UN BUEN DAÑO PERO SE REICORPORA DE MANERA RÁPIDA.

CTHULHU VUELA DIRECTAMENTE HACIA GODZILLA CON LA INTENCIÓN DE ARROLLARLO PERO EL REY DE LOS MONSTRUOS LIBERA UN ALIENTO ATÓMICO FULMINANTE, EL RAYO CAE DE LLENO SOBRE CTHULHU, SIN EMBARGO, EL DIOS PRIMIGENIO SIGUE AVANZANDO. GODZILLA INCREMENTA EL PODER DEL ALIENTO ATÓMICO PERO CTHULHU NO DETIENE SU AVANCE, FINALMENTE EL DIOS OSCURO ALCANZA A GODZILLA Y CON SUS MANOS LE CIERRA LA BOCA Y ACTO SEGUIDO LE APLICA UN CABEZAZO BRUTAL. EL REY DE LOS MONSTRUOS CAE AL SUELO.

CTHULHU: ...DÉBIL

CTHULHU SE PREPARA PARA PISOTEAR AL REY DE LOS MONSTRUOS PERO...

RUGIDO DE GODZILLA (EFECTO DE CHOQUE)

GODZILLA SE LEVANTA FURIOSO Y ATRAPA A CTHULHU CON SUS BRAZOS Y POR SI FUERA POCO LE MUERDE EL HOMBRO IZQUIERDO, CTHULHU LANZA UN ALARIDO DE DOLOR, NO PUEDE LIBERARSE. GODZILLA CARGA A CTHULHU Y LO EMPOTRA DIRECTAMENTE CONTRA UNA DE LAS MONTAÑAS MÁS CERCANAS, EL DIOS OSCURO HA CAÍDO. GODZILLA APROVECHA LA SITUACIÓN Y LANZA UN POTENTE ALIENTO ATÓMICO DIRECTAMENTE SOBRE CTHULHU, LA LUZ DEL RAYO HACE RESPLANDECER EL CAMPO DE BATALLA.

ENTE LUMINOSO: EXCELENTE INICIO, VAMOS MUÉSTRENME MÁS

GODZILLA HA TUMBUADO A CTHULHU, QUIEN SE ENCUENTRA DEBAJO DE LOS ESCOMBROS, EL POLVO SE DISIPA LENTAMENTE. EL KAIJU SE PREPARA PARA LANZAR OTRO ALIENTO ATÓMICO PERO EN ESE INSTANTE...

RUGIDO DE CTHULHU

CTHULHU REACCIONA Y ESTIRA SU BRAZO, AGRANDÁNDOLO BRUTALMENTE. SU ENORME EXTREMIDAD SALE DEL POLVO Y AGARRA AL REY DE LOS MONSTRUOS POR EL CUELLO. GODZILLA ESTÁ EN PROBLEMAS. CTHULHU AGRANDA SU BRAZO AÚN MÁS Y ELEVA A GODZILLA POR LOS AIRES, EL DINOSAURIO NO PUEDE SAFARSE. CTHULHU SALE FINALMENTE DE LOS ESCOMBROS Y EN UN ATAQUE FEROS AZOTA A GODZILLA CONTRA EL SUELO GENERANDO UNA COLISIÓN ASOMBROSA.

GODZILLA RUGIDO/ CHOQUE DESTRUCCIÓN

GODZILLA HA CAÍDO, CTHULHU SE REICORPORA Y SUELTA UN RUGIDO DE SUPERIORIDAD. ¿EL REY DE LOS MONSTRUOS HA SIDO VENCIDO?

CORAZÓN LATIDOS/ ENTE LUMINOSO: AHORA SE VIENE LO BUENO.

GODZILLA BURNING APARECE EN EL CAMPO DE BATALLA. EL MEDIO AMBIENTE SE CONVIERTE EN UN INFIERNO, EL PISO COMIENZA A DERRETIRSE Y CTHULHU SE SORPRENDE. EL DIOS PRIMIGENIO UTILIZA SUS PODERES PSÍQUICOS Y LANZA ROCAS DE ENORME TAMAÑO CONTRA GODZILLA PERO ÉSTAS SE DESINTEGRAN ANTES DE TOCARLO. EL CALOR ES INDESCRIPCIÓN. CTHULHU ESTÁ EN PROBLEMAS. GODZILLA UTILIZA SU PULSO NUCLEAR. LA ONDA DE CALOR IMPACTA AL DIOS OSCURO PERO NO LO MATA. LA RADIACIÓN ES ENORME PERO LA PIEL DE CTHULHU TODAVÍA RESISTE. EN ESO GODZILLA LANZA UN SEGUNDO PULSO NUCLEAR, AHORA SÍ EL DAÑO ES TREMENDO. CTHULHU COMIENZA A DERRETIRSE, ESTÁ POR REACCIONAR PERO GODZILLA VUELVE A LIBERAR OTRO PULSO NUCLEAR DE ESCALAS ATROCES. EL DAÑO ES INIMAGINABLE. FINALMENTE CTHULHU ES DESTRUIDO.

GODZILLA RUGIDO

GODZILLA HA BORRADO A CTHULHU DEL MAPA Y LANZA UN ALARIDO DE VICTORIA.

ENTE LUMINOSO: ¿EN SERIO CREES QUE HAS GANADO?

CTHULHU RISA

CTHULHU SE REGENERA. GODZILLA SE QUEDA EN SHOCK, EL DIOS OSCURO VUELVE A RECONSTRUIRSE COMO POR ARTE DE MAGIA, ES UN SER REALMENTE TEMIBLE. EL REY DE LOS MONSTRUOS VUELVE A LANZAR UN PULSO NUCLEAR PERO CTHULHU SE REGENERA CON MAYOR VELOCIDAD Y A SU VEZ SE HACE MÁS GRANDE. GODZILLA INCREMENTA LA DOSIS PERO EL PRIMIGENIO ES IMPARABLE. CTHULHU DUPLICA SU TAMAÑO Y CON UN RAYO PSÍQUICO MANDA A VOLAR A GODZILLA EN SU ESTADO BURNING: UNA IMAGEN SIN PRECEDENTES. GODZILLA HA RECIBIDO UN DAÑO TREMENDO Y ESTÁ EN SERIOS APRIETOS. CTHULHU NO PIERDE EL TIEMPO, SE ACERCA DONDE GODZILLA Y EN UN ACTO APOCALÍPTICO LO GOLPEA DIRECTAMENTE CON SU ENORME PUÑO, GENERANDO UN CRÁTER MONSTRUOSO EN EL SUELO. GODZILLA ESTÁ AL BORDE DE LA MUERTE. CTHULHU SE PREPARA PARA LANZAR OTRO GOLPE PERO EN ESO ALGO SUCEDE...

CTHULHU RUGIDO

CTHULHU REGRESA A SU TAMAÑO ORIGINAL, ¿QUÉ ES LO QUE HA PASADO?

ENTE LUMINOSO: JA JA JA SONÓ LA CAMPANA.

CTHULHU RUGIDO

ENTE LUMINOSO: ¿ACASO LO HAS OLVIDADO? NO ESTAMOS EN TU DIMENSIÓN PRIMIGENIO. NO PUEDES LIBERAR TODO TU PODER AQUÍ. PERO CREO QUE ESO NO SERÁ NECESARIO. OBSERVA.

GODZILLA YACE INERTE SOBRE EL CAMPO DE BATALLA Y HA PERDIDO EL ESTADO BURNING.

ENTE LUMINOSO: FUE UNA BATALLA INCREÍBLE PERO HASTA AQUÍ LLEGASTE GODZILLA.

CRÉASE O NO, ESTE ES EL FIN DEL REY DE LOS MONSTRUOS.

CANCIÓN DE LA NATURALEZA/PAZ/ FLORES/

ENTE LUMINOSO: NO PUEDE SER...

EL PLANETA REACCIONA, LA NATURALEZA SE EXPANDE, LA ENERGÍA VITAL DE KEPLER 452-B SE PRONUNCIA ANTE ESTE EVENTO Y UN TERREMOTO SALVAJE EMPIEZA A SACUDIR EL CAMPO DE BATALLA, ¿QUÉ ESTÁ PASANDO?

ENTE LUMINOSO: ¿QUÉ SIGNIFICA ESTE PODER? ¿DE DÓNDE VIENE?

GODZILLA RUGIDO/EFEECTO DE EXPLOSIÓN

EL REY DE LOS MONSTRUOS SE PONE DE PIE Y CON UNA NUEVA TRANSFORMACIÓN: GODZILLA EARTH APARECE EN EL CAMPO DE BATALLA. LA FUERZA DE LA NATURALEZA HA HABLADO Y ES AHORA CTHULHU QUIEN SE QUEDA EN SHOCK.

ENTE LUMINOSO: AHORA LO ENTIENDO. GODZILLA ES LA IRA DEL PLANETA TIERRA Y AHORA LA IRA DE ESTE PLANETA. ESTO ES MAGNÍFICO. ¿QUÉ HARÁS AHORA CTHULHU?

CTHULHU ENFADADO LANZA UN ATAQUE PSÍQUICO DIRECTAMENTE HACIA GODZILLA PERO ES INEFICAZ. UN ESCUDO ELECTROMAGNÉTICO RODEA AL REY DE LOS MONSTRUOS. CTHULHU INSISTE CON LOS RAYOS PERO NO SIRVEN DE NADA EN ESO GODZILLA ACTIVA SU CORTADOR PLASMA. CON UN GIRO SUPERSÓNICO DE SU COLA, GODZILLA GENERA UNA ONDA DE CHOQUE ATROZ E INSTANTÁNEAMENTE CORTA AL DIOS OSCURO POR LA MITAD. CTHULHU VUELVE A RECONSTRUIRSE PERO SU REGENERACIÓN AHORA ES MUCHO MÁS LENTA QUE ANTES. GODZILLA EARTH COMIENZA A CAMINAR Y SE ACERCA A CTHULHU. EL TAMAÑO DEL REY DE LOS MONSTRUOS SE HA TRIPLICADO. EL DIOS PRIMIGENIO ESTÁ EN SERIOS APRIETOS.

ENTE LUMINOSO: AHORA SERÍA EL MOMENTO INDICADO CTHULHU.

CTHULHU LEVANTA VARIAS ROCAS DE ENORME TAMAÑO Y LAS LANZA VIOLENTAMENTE CONTRA GODZILLA PERO NUEVAMENTE EL ESCUDO ELECTROMAGNÉTICO PROTEGE AL KAIJU. SIN APUROS OTRO CORTADOR PLASMA CAE DE LLENO CONTRA EL DIOS OSCURO. AL TRATAR DE ESQUIVARLO CTHULHU HA PERDIDO SU BRAZO IZQUIERDO Y LA REGENERACIÓN ES CADA VEZ MÁS LENTA. GODZILLA SE PREPARA PARA ATACAR NUEVAMENTE PERO EN ESE MOMENTO...

CTHULHU RISA EXTENSA

EL CIELO SE TORNA ROJO, LA OSCURIDAD SE ESPARCE EN EL PLANETA KEPLER. CTHULHU SE RÍE MALICIOSAMENTE. GODZILLA LO MIRA SERIO.

CTHULHU: ESTABA ESPERANDO ESTO...

LA REALIDAD ES ALTERADA COMPLETAMENTE Y EL INFIERNO HACE SU APARICIÓN. CTHULHU HA LLEVADO A GODZILLA A SU DIMENSIÓN. UN PANDEMONIO ESPANTOSO SE CONVIERTE AHORA EN EL NUEVO CAMPO DE BATALLA. SOMBRAS, PESADILLAS Y SUFRIMIENTO RODEAN A LOS DOS COLOSOS. PERO GODZILLA SE MANTIENE CALMADO. EN ESO CTHULHU COMIENZA A CRECER, SI ANTES SU IMAGEN ERA TERRORÍFICA AHORA ES SENCILLAMENTE PERTURBADORA: UNA PESADILLA VIVIENTE. EL DIOS PRIMIGENIO VUELVE A SER MÁS GRANDE QUE GODZILLA Y ESTA VEZ TRIPLICA SU TAMAÑO. AMBOS COLOSOS SE PREPARAN PARA EL ÚLTIMO ASALTO.

ENTE LUMINOSO: PERFECTO, AHORA LOS DOS HAN LIBERADO TODO SU PODER. PUES BIEN, ¡QUE EMPIECE EL ÚLTIMO ROUND!

CTHULHU RUGIDO GODZILLA RUGIDO

CTHULHU SE ABALANZA CONTRA GODZILLA Y LE PROPINA UN PUÑETAZO BRUTAL, EL REY DE LOS MONSTRUOS POR FIN RECIBE UN DAÑO CERTERO PERO AGUANTA COMO UNA PEQUEÑA ROCA.

GODZILLA LANZA UN RUGIDO FERAZ Y HACE ESTALLAR A CTHULHU, LA ONDA OSCILATORIA GENERA UN DAÑO BRUTAL CONTRA EL DIOS OSCURO PERO ÉSTE SE RECONSTRUYE RÁPIDAMENTE. SU DIMENSIÓN HA ELEVADO SU CAPACIDAD DE REGENERACIÓN AL MÁXIMO. CTHULHU LEVANTA CIENTAS DE ROCAS GIGANTESCAS CON PURO PODER PSÍQUICO Y LAS LANZA COMO UNA LLUVIA DE METEORITOS CONTRA GODZILLA. EL REY DE LOS MONSTRUOS ELEVA SU ESCUDO ELECTROMAGNÉTICO A TOPE Y PULVERIZA TODOS LOS PROYECTILES. ACTO SEGUIDO, GODZILLA ACTIVA SU CORTADOR PLASMA. SU COLA SE MUEVE A UNA VELOCIDAD IMPERCEPTIBLE. EL REY DE LOS MONSTRUOS ATACA SIN CESAR. CTHULHU RECIBE UN DAÑO TREMENDO. LA COLA DE GODZILLA ESTÁ SUPERANDO LA BARRERA DEL SONIDO, GENERANDO ONDAS DE CHOQUE INIMAGINABLES. LA PELEA ESTÁ DESTRUYENDO TODO A SU PASO. CTHULHU LANZA UN ATAQUE PSÍQUICO FERAZ Y LOGRA CORTAR LA PIERNA DE GODZILLA EARTH PERO EN ESO...

ENTE LUMINOSO: IMPRESIONANTE...

GODZILLA LA REGENERA INSTANTÁNEAMENTE. SUS TEJIDOS METÁLICOS SE RENUEVAN COMO POR ARTE DE MAGIA. CTHULHU VUELVE A GOLPEAR A GODZILLA CON PURA FUERZA BRUTA, ESTA VEZ EL REY DE LOS MONSTRUOS CAE ARRODILLADO Y LANZA UN ALARIDO DE DOLOR. CTHULHU INSISTE CON LOS GOLPES PERO GODZILLA ACTIVA SU CORTADOR PLASMA Y ALEJA A CTHULHU DE SU PERÍMETRO.

LAS ONDAS DE CHOQUE COMIENZAN A DESTRUIR A CTHULHU Y NO LE PERMITEN AVANZAR. PEDAZOS DE CARNE CAEN Y VUELVEN A REGENERARSE EN UNA ESCENA REPUGNANTE. EN ESO CTHULHU SE ELEVA POR LOS AIRES.

ENTE LUMINOSO: ¿QUÉ PLANEAS HACER?

CTHULU RISA

CTHULHU ABRE UN PORTAL HACIA OTRA DIMENSIÓN. UN AGUJERO NEGRO DE MAGNITUDES BÍBLICAS APARECE EN EL CIELO Y EMPIEZA A TRAGARSE ABSOLUTAMENTE TODO.

CTHULHU: VOY A GOZAR CON TU MUERTE...

ENTE LUMINOSO: MALDITO, TIENE UN PODER REALMENTE ATROZ...

GODZILLA COMIENZA A SER SUCCIONADO POR EL ENORME PORTAL DIMENSIONAL. SU VOLUMINOSO CUERPO DE 100 MIL TONELADAS EMPIEZA A SER ARRASTRADO LENTAMENTE.

ENTE LUMINOSO: SI GODZILLA ES TRAGADO POR ESE AGUJERO SERÁ DESINTEGRADO. ES UN HECHO, ESE ES EL ATAQUE MÁS PODEROSO DE CTHULHU.

CTHULHU AUMENTA EL PODER DEL PORTAL DIMENSIONAL. NUNCA ANTES HABÍA LLEGADO A ESTOS LÍMITES. GODZILLA COMIENZA A ELEVARSE PERO EN ESO...

GODZILLA RUGIDO/ EFECTO DE ESTANCAR LA COLA EN LA TIERRA.

GODZILLA ENTIERRA SU ENORME COLA EN EL PISO Y SE AFERRA FUERTEMENTE.

CTHULHU: ...

EL REY DE LOS MONSTRUOS PREPARA SU ÚLTIMO ATAQUE. CTHULHU HA CONCENTRADO TODO SU PODER EN EL AGUJERO NEGRO, SIN EMBARGO SE LAS INGENIA PARA LANZAR VARIOS ATAQUES PSÍQUICOS CONTRA GODZILLA.

EL REY DE LOS MONSTRUOS SUFRE DE DOLOR PERO COMIENZA A CARGAR SU ATAQUE. EL PORTAL DIMENSIONAL ESTÁ DESPELLEJANDO A GODZILLA Y TODO LO QUE LO RODEA PERO SU REGENERACIÓN LO AYUDA AL MISMO TIEMPO. CTHULHU LANZA UN ATAQUE PSÍQUICO MORTAL.

GODZILLA RUGIDO.

ENTE LUMINOSO: ESTA DIMENSIÓN NO AGUANTARÁ MÁS...

GODZILLA LANZA SU ALIENTO ATÓMICO AL MÁXIMO PODER Y FINALMENTE...

EXPLOSION GIGANTE

TODO REGRESA A LA NORMALIDAD. LO QUE ANTES ERA PESADILLAS Y OSCURIDAD AHORA ES KEPLER 452 B. LA DIMENSIÓN INFERNAL HA DESPARECIDO AL IGUAL QUE CTHULHU. FINALMENTE GODZILLA HA VENCIDO.

ENTE LUMINOSO: TE FELICITO GODZILLA.

GODZILLA RUGIDO

ENTE LUMINOSO: TÚ ERES EL CAMPEÓN DE MI TORNEO

GODZILLA: ...

ENTE LUMINOSO: ESO QUIERE DECIR QUE ERES EL SER MÁS FUERTE Y POR ENDE EL ÚNICO QUE DEBE SOBREVIVIR.

GODZILLA RUGIDO

ENTE LUMINOSO: JA JA JA... SI GUSTAS PUEDES QUEDARTE CON ESTA PLANETA, PERO...

GODZILLA: ...

ENTE LUMINOSO: EL RESTO DEL UNIVERSO ME PERTENECE.

GODZILLA RUGIDO

ENTE LUMINOSO: ASÍ ES. AHORA MISMO VERÁS QUE NO ES UNA LOCURA LO QUE YO DIGO. AHORA SABRÁS QUE LA EXISTENCIA ES ABSURDA Y VACÍA CUANDO YA LO HAS PRESENCIADO TODO. OBSERVA BIEN...

EFFECTO DE TELETRANSPORTACIÓN

EL ENTE LUMINOSO HA TELETRANSPORTADO A GODZILLA A UN PLANETA LLENO DE VEGETACIÓN... Y VIDA.

ESTE PLANETA SE VE HERMOSO, ¿VERDAD? POSIBLEMENTE ESTOS SERES EVOLUCIONARÁN Y ALCANZARÁN UN GRADO DE CONOCIMIENTO DIGNO.

GODZILLA: ...

ENTE LUMINOSO PERO LUEGO HABRÁ UNA GUERRA Y FINALMENTE SE AUTODESTRUIRÁN.

GODZILLA: ...

ENTE LUMINOSO: ES MEJOR AHORRARLES EL SUFRIMIENTO.

EFFECTO EXPLOSIÓN

UN RAYO LUZ CAE DESDE EL CIELO E IMPACTA BRUTALMENTE EN EL SUELO. EL ENTE LUMINOSO HA INICIADO LA DESTRUCCIÓN DEL PLANETA.

GODZILLA RUGIDO

ENTE LUMINOSO: JAJA ¿NO TE GUSTAN LAS EXPLOSIONES? EN 5 MINUTOS ESTE PLANETA DEJARÁ DE EXISTIR.

GODZILLA ACTIVA SU CORTADOR PLASMA Y ATACA AL ENTE LUMINOSO.

EFFECTO DE TELETRANSPORTACIÓN

GODZILLA Y EL ENTE LUMINOSO HAN REGRESADO A KEPLER 452 B

ENTE LUMINOSO: POR LO VISTO NO COMPARTES MI SENTIDO DEL HUMOR.

GODZILLA SE ABALANZA CONTRA EL ENTE LUMINOSO Y LO ATACA CON SU GIGANTESCA COLA PERO...

ENTE LUMINOSO: MONSTRUO ILUSO...

EL ENTE LUMINOSO HA DETENIDO EL GOLPE DE GODZILLA CON UNA SOLA MANO.

ENTE LUMINOSO: ME ABURRES, MEJOR...MUERE DE UNA VEZ.

GODZILLA RUGIDO/ EFECTO DESTRUCCIÓN

UNA LUZ INTENSA HA GOLPEADO A GODZILLA Y LO HA DEJADO INCONSCIENTE SOBRE EL PISO. ¿SERÁ EL FIN DEL REY LOS MONSTRUOS? Y SOBRE TODO ¿SERÁ ÉSTE EL FINAL DE LA EXISTENCIA?

ENTE LUMINOSO: AHORA ES EL MOMENTO... DE BRILLAR. JA JA JA JA

CONTINUARÁ...

ANEXO 2: Botón de plata de Bobo Culto por alcanzar los 100k suscriptores.



ANEXO 3: Carta de felicitación de Youtube por alcanzar los 100 mil suscriptores.



ANEXO 4: Cuadro comparativo: RRSS de Bobo Culto



				
232,000 suscriptores	1519 seguidores	4936 seguidores	317 seguidores	137 seguidores
2 videos al mes	8 publicaciones al mes	15 publicaciones al mes	10 publicaciones al mes	2 videos al mes

