

Los Edutubers como una alternativa de consulta educativa durante la pandemia COVID-19

Edutubers as an alternative educational consultation during the COVID-19 pandemic.

Emiliano Cervantes González
emiliano.cervantes@uaq.mx

Ma Sandra Hernández López
ma.sandra.hernandez@uaq.mx

Juan Fernando García Trejo
fernando.garcia@uaq.mx

RESUMEN

A finales de febrero del 2020 las escuelas de todo el país cerraron y dejaron al alumnado de todos los niveles sin clases por la pandemia COVID-19. Los padres de familia tuvieron que organizar su estilo de vida y cuidar a sus hijos en casa. El ámbito laboral para los adultos también cambió ya que plazas comerciales, empresas y negocios de todo tipo empezaron a cerrar. La opción para todos fue la de trabajar y tomar clases desde casa. Se seleccionaron los canales educativos encontrados en la lista de *Social Blade* dentro de los mejores 100 de México. Se analizaron las visualizaciones y el tipo de contenido producido por estos canales educativos durante la pandemia. Los resultados mostraron que cuatro de los seis canales encontrados tiene contenido educativo infantil de edades de 1 a 6 años y son de dibujos animados. Las visualizaciones incrementaron hasta el 694% durante el encierro y empezó a disminuir con la vacunación y la apertura de las escuelas. Se discute la posibilidad de que estos canales mantengan el número de suscriptores y que las visualizaciones continúen si los niños asisten a clases presenciales.

Palabras clave: Edutubers, COVID-19 y educación, consulta de videos, incremento de visualizaciones.

ABSTRACT

At the end of February 2019, schools across the country closed and left students of all levels without classes due to the COVID-19 pandemic. Parents had to organize their lifestyle and take care of their children at home. The workplace for adults also changed as shopping malls, companies and businesses of all kinds began to close. The option for everyone was to work and take classes from home. The educational channels found in the Social Blade list within the top 100 in Mexico were selected. The views and the type of content produced by these educational channels during the pandemic were analyzed. The results showed that four of the six channels found have educational content for children aged 1 to 6 years and are cartoons. The views increased to 694% during the confinement and began to decrease with vaccination and the opening of schools. The possibility that these channels maintain the number of subscribers and that the visualizations continue if the children attend face-to-face classes is discussed.

Keywords: Edutubers, COVID-19 and education, video consultation, increase in views.

INTRODUCCIÓN

Nuestro país al igual que todo el mundo, no estaba preparado para el SARS COVID-19. Se vivió un encierro a partir de que la Secretaría de Salud determinará que ésta era la mejor fórmula contra un virus incontrolable, altamente contagioso y mortal. Sus efectos rápidamente afectaron la economía y la cotidianidad de millones de mexicanos y por supuesto que el ámbito educativo también tuvo que alinearse a las políticas públicas, de esta forma se pondría entredicho que las instituciones tendrían que replantear la forma de educar.

A inicios de marzo del 2020 las escuelas cerraron y comenzaron a difundir información que sólo indicaba una temporalidad incierta. Se percibían unas semanas o quizá los meses restantes al ciclo escolar hasta julio del 2020. Posiblemente nadie imaginaba que apenas en estos meses de mayo 2021 se hable del regreso a clases de manera “presencial”. En poco más de un año el sistema educativo cambió y evolucionó hacia la apropiación de la tecnología de forma inevitable.

La tecnología educativa era utilizada en los salones de clase prácticamente en

la utilización del cañón mediante un ordenador presentando diapositivas. Las plataformas digitales para aula extendida rara vez se utilizaban y si acaso era para repositorios. Los videos educativos de YouTube eran presentados en el aula para ser comentados por el docente y los alumnos. Varios estudios avalaban el uso de videos educativos en el aula porque demostraban un aumento significativo en el nivel de aprendizaje. Ramírez (2010), realizó pruebas con alumnos de primaria y logró probar que el alumnado potenció su aprendizaje visual, su motivación y su creatividad con el apoyo de la Web 2.0 y videos de YouTube.

La tendencia hacia incorporar tecnologías informáticas en los entornos educativos fue frecuente e inició una línea de investigación dirigida a la comunicación Mediada por Computadora (CMC). Ramírez-Ochoa (2016) visualiza la posibilidad de Youtube.EDU como una herramienta educativa de calidad.

METODOLOGÍA Y OBJETIVO

Se consultó la base de datos Social Blade durante mayo-junio de 2021 para identificar los 100 mejores videos de YouTube de México. Se ordenaron mediante el método de clasificación Social Blade (SB). En los 100 mejores se seleccionaron los videos clasificados como educativos y se encontraron 6 canales con esos criterios. En la misma página web de Social Blade se obtuvieron datos estadísticos de cada canal y se analizó el aumento de suscriptores, visualizaciones por semana y por mes desde inicio de la pandemia hasta la fecha. Por último, fue analizado el contenido de los canales seleccionados en YouTube.

El puntaje SB consiste en medir la influencia de un canal en función de diferentes métricas que son: el recuento promedio de vistas y la cantidad de widgets en otros canales. Los rangos se asignan con letras y símbolos positivos y negativos. Los rangos de canales más influyentes siguen el orden: A +, A, A-; B+, B, B- y así sucesivamente. El puntaje SB no considera sólo el indicador número de suscriptores o el número de visitas por separado, ya que estos indicadores son imprecisos porque puede haber canales con millones de suscriptores y sin tener reproducciones reales. (Socialblade, s/f).

El objetivo consistió en identificar qué canales educativos son los que tienen puntaje SB alto que les permite estar dentro de los 100 mejores de México.

Analizar de forma cuantitativa las estadísticas y cualitativa los contenidos de estos canales, para evaluar la influencia y el crecimiento de las visualizaciones durante el COVID-19.

Preguntas para analizar

¿Qué canales son los que están dentro de la lista de los 100 mejores de México con el criterio de puntaje SB?

¿Qué tipo de contenido es el que general los canales educativos encontrados?

¿Qué índices de visualizaciones tuvieron durante la pandemia?

¿El número de visualizaciones tiene una relación con la pandemia?

RESULTADOS

Los 100 videos educativos con más subscriptores pueden ser visualizados en la página *Social Blade* y se pueden seleccionar los videos de habla hispana, pero el número de subscriptores no tendría una relación directa con el objetivo del estudio que es identificar los canales educativos que han incrementado directamente sus visualizaciones durante la pandemia en México. Así que la opción adecuada fue clasificar en la página los resultados de acuerdo con los 100 mejores videos de México en el listado *SB Rank*. En la siguiente tabla (1) se muestran los 6 videos educativos encontrados en la lista de los mejores 100 del puntaje SB en México.

TABLA 1. LOS MEJORES 100 CANALES EDUCATIVOS DE MÉXICO SEGÚN EL PUNTAJE SB

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. ACTUALIZADO HASTA EL 17/06/21

No.	SB G	CANAL	SUSCRIP	VISTAS	MÉXICO	EDUCACIÓN	SUBIDO	FECHA
4º	A	BabyBus - Canciones Infantiles & Cuentos	18.5M	9, 841,059,493	9	15	759	19/03/18
9º	A	Blippi Español	11.2 M	5, 597,602,987	33	35	204	13/01/17
39º	A-	Universidad Tecnológica de México	35.4 mil	314,835,298	11,613	34, 348	658	22/01/10

No.	SB G	CANAL	SUSCRIP	VISTAS	MÉXICO	EDUCACIÓN	SUBIDO	FECHA
49°	A-	Pinkfong en español - Canciones Infantiles	8.8 M	3,506,330,962	51	50	1,038	16/03/16
51°	A-	Moonbug Kids en Español - Canciones Infantiles	3.66 M	1,118,784,333	170	239	1,199	16/03/17
60°	A-	KidsFirst – Español Latino	5.21 M	1,677,130,741	112	136	1,172	03/05/19

DESCRIPCIÓN DE LA TABLA

La primera columna indica la posición en la que se encuentra el canal dentro de los mejores 100. Se observa en el listado que todos tienen letra A o A- en el grado de SB. Esta letra significa el nivel de reproducciones que el canal tiene actualmente y el nivel de influencia. Se encuentran 5 de 6 canales con contenidos educativos infantiles dedicados para niños de preescolar y primeros años de primaria. El número de suscriptores es variado, pero todos los infantiles rebasan los 3 millones. En las visualizaciones se observa que de igual forma los infantiles rebasan el billón. En México se posicionan dentro de los primeros 170 y en el rango de clasificación mundial de educación se encuentran entre los primeros 239. Sus contenidos son relativamente frecuentes y a excepción del canal no infantil, tienen una antigüedad de 2 a 5 años.

DESCRIPCIÓN DE LOS VIDEOS

BabyBus - Canciones Infantiles & Cuentos

Suscriptores 18.5 Millones

Reproducciones 9, 841, 059, 493

Inicia el 19/03/18

Descripción propia:

BabyBus es un canal diseñado especialmente para los niños entre 2 y 5 años de edad, en donde encontrarás varias canciones infantiles, videos de dibujo animado 2D & 3D, cuentos y otros contenidos divertidos para los niños preescolares. Los Niños Pueden aprender mucho por estos videos, como buenos modales, hábitos saludables, números, colores, formas y mucho más!

- *Pensar Independientemente*
- *Construir Confianza en sí mismo*
- *Respetar a Los Demás*
- *Explorar El Mundo*

Nos centramos en cubrir las necesidades educativas de los más jóvenes. Nuestro propósito es fomentar el interés por el aprendizaje y acompañar tanto a padres como hijos durante esta etapa tan especial (BabyBus, 2018).

Es un canal que produce videos sobre historias cotidianas, sus personajes principales son dos osos panda niño y niña. Otros personajes salen según la historia, estos pueden ser un zorro, un pingüino, una jirafa, etc. La idea principal educativa es entretener a los preescolares con historias divertidas que les enseñan valores y buenos hábitos. Es frecuente el uso de canciones para describir objetos, colores y comportamientos humanos. Es una empresa de California, Estados Unidos que ha incursionado en varios países. Sus dibujos animados se traducen en varios idiomas (ver tabla 1).

TABLA 2. DESCRIPCIÓN DEL CANAL BABYBUS

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA Y DATOS ESTIMADOS DE *SOCIAL BLADE*

VIDEO MÁS POPULAR	PROMEDIO DURACIÓN	TIPO	ARGUMENTACIÓN
La Máquina Expendedora Mágica Dibujos Animados Infantiles Kiki y Sus Amigos (6:05 min). 166 M	<ul style="list-style-type: none"> • 2:22 min. A • 1:08 hrs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dibujos animados • Canciones 	Valores sociales Sumas Canciones
Ganancias estimadas en dólares americanos			
Semanal: 15.2 a 243 mil	Mensual: \$65.2 mil a \$1M	Anual: \$782.9 mil a \$12.5 M	

En las visualizaciones se encontró que hubo un repunte importante del 7 de enero con 28,952,898 al 26 de agosto con 124,803,130 en el 2019. Lo que representa un crecimiento gradual hasta del 331 % los primeros seis meses Covid-19. Además, se observa que el incremento de visualizaciones se mantuvo más alto durante doce meses de la pandemia. El 24 de enero de 2021 se nota un decremento con respecto al 26 de agosto 2019 del -31% pero aún así sigue en 75, 803, 622 lo cual es más del 300% que meses previos de la pandemia. El cierre de la muestra termina el 7 de junio con 48,532,848 lo que hace suponer que el canal seguirá con un 68% mayor que en el 7 de enero del 2019 (ver figura 1).



FIGURA 1. VISUALIZACIONES DE VIDEO BABY BUS

FUENTE: MODIFICACIÓN PROPIA Y FIGURA EXTRAIDA DE *SOCIAL BLADE* (2021)

Blippi Español
Subscriptores 11.2 Millones
Reproducciones 5,597,602,987
Inicia el 13/01/17

Descripción propia:

Blippi Español. Canciones infantiles y videos para niños en español (Blippi, 2017).

El creador y productor del canal se llama Stephen John Grossman nació el 27 de mayo de 1988 en Ellensburg, Washington, E.U. Se le considera un animador y educador infantil, su principal ocupación es como creador de videos en YouTube que también es su principal fuente de ingreso. Además, produce contenidos en Hulu y Amazon Video (Wikipedia, s/f-d). Stephen interpreta a un personaje llamado Blippi el cual tiene una personalidad infantil que siempre busca satisfacer su curiosidad. Él se viste con un gorro azul y naranja, una camisa azul, tirantes y moño naranjas. Su videos se han sido traducido al español y su canal en México es exitoso.

En su videos se enseñan colores y números; partes del cuerpo, nombres de animales, figuras y formas; texturas y densidades de objetos. Es común que visite lugares diferentes para mostrar como son y lo que se puede aprender ahí. Este canal tiene otro de reciente creación (23 de septiembre del 2020) el cual cuenta con 33 subscriptores y sólo 9 videos, llamado “Blippi en Español” y el canal que se revisa aquí es el de “Blippi Español”. (ver tabla 2).

TABLA 3. DESCRIPCIÓN DEL CANAL BLIPPI ESPAÑOL

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA Y DATOS ESTIMADOS DE *SOCIAL BLADE*

VÍDEO MÁS POPULAR	PROMEDIO DURACIÓN	TIPO	ARGUMENTACIÓN
Blippi Español Aprende en el Patio de Juegos Videos Educativos para Niños y Infantiles (12:40 min). 344 M – 06/06/18	<ul style="list-style-type: none"> • 2:03 min. A • 1:23 hrs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actor • Diálogos • Situaciones • Lugares 	<ul style="list-style-type: none"> Valores sociales Juegos Exploraciones Canciones
Ganancias estimadas en dólares americanos			
Semanal: \$8.8 a 140 mil	Mensual: \$37.6 mil a \$600 mil	Anual: \$450.7 mil a \$7.9 M	

En el canal de Blippi se observa que durante la pandemia hubo altibajos en el número de visualizaciones. El punto más alto previo al COVID-19 no lo ha logrado recuperar desde el 14 de enero del 2019 que tuvo 42,633,612 reproducciones. El punto más alto durante la pandemia fue el 26 de agosto del 2019 con 39,695,653 y el más bajo fue el 12 de agosto con 20,777,751. Durante la pandemia el canal tuvo 30,236,702 vistas en promedio contra 32,410,694 previas al COVID-19 lo que significó un decremento del -7% (ver figura 2).



FIGURA 2. VISUALIZACIONES DE VIDEOS BLIPPI

FUENTE: MODIFICACIÓN PROPIA Y FIGURA EXTRAIDA DE *SOCIAL BLADE* (2021)

Universidad Tecnológica de México

Subscriptores 35.4 mil

Reproducciones 314,835,238

Inicia el 22/01/10

Descripción propia:

UNITEC, la Universidad Tecnológica de México, es una de las mejores instituciones educativas de todo el país. Cuenta con 10 Campus repartidos por todo México, en los que se imparten todo tipo de licenciaturas, ingenierías, maestrías y preparatoria, de la mano de los mejores profesionales del sector educativo. Existen tres modalidades para estudiar en la UNITEC, ya que se puede hacer con la modalidad presencial, la modalidad ejecutiva o incluso la modalidad en línea.

Si necesitas ayuda para estudiar, UNITEC ofrece planes para fomentar el acceso a los estudios que se desean completar gracias a las becas y los financiamientos UNITEC, adecuados para todas las necesidades de los estudiantes.

Los más de 50 años que UNITEC lleva formando a estudiantes de todo México y sus 190.000 egresados son los mejores indicadores para confiar en la profesionalidad, los valores y el nivel educativo de esta institución (UNITEC, 2010).

Es un canal creado por la Universidad Tecnológica de México UNITEC, suben videos promocionales de las licenciaturas que ofrece la institución, de entrevistas con egresados que cuentan sus experiencias contenidos. Consejos para aprender a ejercitarse y recetas de cocina durante la pandemia, presentación del campus y clases en línea. Los videos son protagonizados por egresados, administrativos, docentes y algunos alumnos. Es un canal que se ha posicionado con un puntaje alto dentro de los canales que generan más visualizaciones (ver tabla 3).

TABLA 4. DESCRIPCIÓN DEL CANAL UNITEC

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA Y DATOS ESTIMADOS DE *SOCIAL BLADE*

VÍDEO MÁS POPULAR	PROMEDIO DURACIÓN	TIPO	ARGUMENTACIÓN
Elige estudiar una Licenciatura en Enfermería - UNITEC (0:17 seg). 71 M - 03/04/17	• 0:26 seg.	• Conferencias	Promoción
	A	• Pláticas	Entrevistas
	• 1:08 hrs.	• Difusión	Consejos
		• cortos	
Ganancias estimadas en dólares americanos			
Semanal: \$708 a 11 mil	Mensual: \$3 mil a \$48.6 mil		Anual: \$36.4 mil a \$582.7 mil

En este canal hubo incrementos y decrementos paulatinos de visualizaciones durante el año de pandemia. En enero 2019 tuvo 4, 550, 481, logró tener 6, 433, 762 el 16 de julio de 2019 que significó un 41%. Sin embargo, tuvo -19, 860, 712 en julio 6 del 2020 tiempo de COVID-19. Se observa que el punto alto del 2021 fue el 18 de enero con 4,896,642 y lograron subir a 38,886,043 el 10 de mayo lo que significó un 694%. Esta relación pudo haberse originado por una planeación de difusión del canal entre el alumnado. Otra opción es que, por tener videos tan breves, de menos de un minuto, pueden posicionarse como comerciales.

Este aumento tan significativo tuvo una caída tan bien de la misma magnitud y el canal posiciona sus visualizaciones el 7 de junio de 2021 en 4,768,124 sólo un 5% más previo a la pandemia. En este canal estará subiendo y bajando por lapsos el número de reproducciones y la pandemia no ha sido un factor importante para sus visualizaciones, si no campañas propias al interior de la empresa (ver figura 3).



FIGURA 3. VISUALIZACIONES DE VIDEOS UNITEC

FUENTE: MODIFICACIÓN PROPIA Y FIGURA EXTRAIDA DE *SOCIAL BLADE* (2021)

Pinkfong en español - Canciones Infantiles

Subscriptores 8.8 M

Reproducciones 3,506,330,962

Inicia el 16/03/16

Descripción propia

Bienvenidos al canal oficial de Youtube de Pinkfong. Ven y disfruta de los divertidísimos videos educativos de Pinkfong en la que dejó enamorado a millones de niños por todo el mundo. Suscríbete a nuestro canal para ver y escuchar los mejores cuentos y canciones preferidos de los niños, incluyendo rimas infantiles, canciones de fonéticas, números, nanas(canciones de cuna), clásico para niños, cuentos de hadas y muchos más! (Pinkfong, 2016).

Pinkfong es parte de la empresa educativa *SmartStudy* de Corea del Sur. *Pinkfong* llega a los niños con canciones infantiles, la más famosa es *Baby Shark* con más de ocho mil millones de visitas en YouTube (Wikipedia, s/f-c). Su canal fue traducido al habla hispana y está registrado como mexicano. Su personaje principal es un zorro rosado con corona amarilla del cual proviene el nombre *Pinkfong*. Es una compañía con diferentes productos como juegos y aplicaciones para niños. Su página *web* tiene un programa con actividades semanales para aprender hábitos, letras, números y rimas (Pinkfong, s/f).

Tabla 5. DESCRIPCIÓN DEL CANAL PINKFONG EN ESPAÑOL.

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA Y DATOS ESTIMADOS DE SOCIAL BLADE

VIDEO MÁS POPULAR	PROMEDIO DURACIÓN	TIPO	ARGUMENTACIÓN
Mono Pícaro Mono Animales PINKFONG Canciones Infantiles (1:19 seg). 283 M – 05/08/17	<ul style="list-style-type: none"> • 1: 00 min. A • 1:03 hrs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dibujos animados • Subtitulado • Animales • Bichos 	<ul style="list-style-type: none"> Fábulas Tradiciones Cuentos, bailes Dinosaurios
Ganancias estimadas en dólares americanos			
Semanal: \$3.5 a 56.3 mil	Mensual: \$15.1 a \$241.5 mil	Anual: \$181.1 mil a \$2.9 M	

El 4 de febrero de 2019 el canal tenía 13,704,209, unos meses después en julio 15 incrementó a 29, 800, 803 (117%). En el 2020 para febrero 17 tuvo 31, 627, 495 (6%), para mayo 4 33266847 (5%). Por último, se observa para mayo 29 del 2021 visualizaciones de 22, 076, 569 (-34%). Al parecer la tendencia de visualizaciones se mantendrá en el incremento logrado de febrero 2019 y mayo del 2021 (61%), pero no se prevé un repunte como durante el Covid-19 de hasta 33 millones. El canal para el último conteo del 14 de junio de 2021 tuvo 13,147,368 lo que lo ubica con un -4% previo a la pandemia (ver figura 4).



FIGURA 4. VISUALIZACIONES DE VIDEOS PINKFONG

FUENTE: MODIFICACIÓN PROPIA Y FIGURA EXTRAIDA DE SOCIAL BLADE (2021)

MoonBug Kids en español - Canciones Infantiles

Subscriptores 3.66 M

Reproducciones 1,120,203,545

Inicia el 16/03/17

Descripción propia

Moonbug TV cartoons & kids songs es el mejor sitio para encontrar sus videos infantiles favoritos como dibujos animados, canciones para niños y más. Únete a Mia, Jacus, Morphle y el resto de sus amigos en Moonbug TV para aventuras divertidas, aprender y cantar. ¡Hay videos nuevos cada semana con aún más amigos de Moonbug por llegar! (Moonbug-Kids, 2019).

El canal pertenece a la compañía Londinense *Moonbug Entertainment*. Su canal ha sido traducido a 26 idiomas y el de habla hispana se encuentra registrado como mexicano. La compañía tiene en su propiedad a los canales infantiles más influyentes de YouTube, es dueña de los canales Cocomelon (A++, 113 M de subscriptores y Little Baby Bum (A, 36.5 M) y series como Mia's Magic Playground y My Magic Pet Morphle y su programación de Moonbug se distribuye en más de 100 plataformas (Wikipedia, s/f-a) .

En su canal incluyen videos de Blippi, Mr Bean, Little Baby Bum, Morphle. Su personaje principal es un dibujo animado rojo esférico con pequeñas patas, manos y unas orejas alargadas. Los videos de menor visualizaciones tienen 800 mil (ver tabla 5).

TABLA 6. DESCRIPCIÓN DEL CANAL MOONBUG EN ESPAÑOL.

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA Y DATOS ESTIMADOS DE SOCIAL BLADE

VIDEO MÁS POPULAR	PROMEDIO DURACIÓN	TIPO	ARGUMENTACIÓN
Morphle en Español Morphle está solo y llora Caricaturas para Niños Caricaturas en Español (30:29 min). 80 M – 12/10/19	<ul style="list-style-type: none"> • 2:05 min. A • 1:04 hrs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Caricaturas • Personajes 	<ul style="list-style-type: none"> Historias Valores Cuentos Canciones
Ganancias estimadas en dólares americanos			
Semanal: \$0	Mensual: \$0	Anual: \$0	

Moonbug en español tuvo incremento significativo de reproducciones durante la pandemia y logró un repunte importante. En el 2019, el 18 de febrero tenía 2,416,074 y el 15 de junio incrementó a 8,283,526 (243%). En el 2020 tuvo tres aumentos: El 24 de febrero 13,351,764 (61%), el 6 de abril 15,271,877 (14%) y el 20 de agosto 15,879,715 (4%). Para el 2021 todo seguía en aumento y parecía no frenar, el 1 de febrero llegó a 17,031,280 (7%), lo que en total significaba un aumento del 330%. Sin embargo, el 14 de junio de 2021 ha tenido una caída de -72,765,184 lo que representa un -527% con respecto al último aumento del 7%. En las páginas de Social Blade y Noxinfluencer no se registran ingresos actuales y las visualizaciones han caído hasta -285,564,936 (Noxinfluencer, 2021; Social-Blade, 2021), lo cual ubica al canal con grandes pérdidas y el aumento logrado durante la pandemia parece haber terminado (ver figura 5).

Moonbug por ser una empresa internacional, podrá volver a generar reproducciones en un tiempo breve, Social Blade muestra un gráfico donde se observa dicho repunte, pero será un porceso que le tomará 18 meses (ver figura 6).

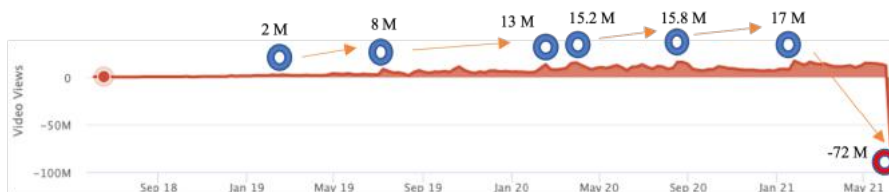


FIGURA 5. VISUALIZACIONES DE VIDEOS MOONBUG

FUENTE: MODIFICACIÓN PROPIA Y FIGURA EXTRAÍDA DE SOCIAL BLADE (2021)

Kids First - Español Latino

Subscriptores 5.22 M

Reproducciones 1,677,130,741

Inicia el 03/05/19

Descripción propia

Bienvenidos a Nuestro Canal!

Aquí encontrarás los videos de dibujos animados más populares para niños, personajes como Peppa Pig, la Cerdita los encontrarás en nuestro canal! (Kids-First, 2019).

Es un canal de la empresa Peppa Pig © Astley Baker Davies Ltd. Inició como una serie de dibujos animados en Gran Bretaña en el 2004 se transmite en español

desde el 2010 y ha pasado por diferentes canales como *Disney Junior*, *Boomerang* y *Discovery Kids* en México para Latinoamérica (Wikipedia, s/f-b). En el canal de *Kids First* se encuentran también los canales de Peppa Pig en Español Latino – Canal oficial (18.4 M) y el El Pequeño Reino de Ben y Holly - Español Latino (1.21 M). Sus videos son caricaturas de Peppa Pig, los héroes en pijamas, *My Little Pony* y *Play-Doh*.

TABLA 7. DESCRIPCIÓN DEL CANAL KIDS FIRST – ESPAÑOL LATINO

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA Y DATOS ESTIMADOS DE SOCIAL BLADE

VIDEO MÁS POPULAR	PROMEDIO DURACIÓN	TIPO	ARGUMENTACIÓN
Kids First - Peppa Pig en Español - Nuevo Episodio 2x20 - Español Latino (5:11 min). 132 M – 08/06/19	<ul style="list-style-type: none"> • 5:12 min. A • 1:06 hrs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Caricaturas • Series • Aventuras • Personajes 	<ul style="list-style-type: none"> Moralejas Valores
Ganancias estimadas en dólares americanos			
Semanal: \$3.2 a 50.8 mil	Mensual: \$13.6 a \$217.6 mil	Anual: \$162.2 mil a \$2.6 M	

Cuando inició el canal el 21 de mayo del 2019 contaba con 3,638, y en dos meses ya con la pandemia el 22 de Julio 17,459,003 (479,807%) lo cual fue un crecimiento enorme. El 23 de septiembre del 2019 estaba en 15,039,102 lo cual fue el aproximado de toda la pandemia. Entrando el 2020, el 17 de febrero 31,447,828 (80%), el 20 de agosto bajó a 4,878,729 (-84%) y para el 9 de noviembre llegó a 18,290,700 (275%). En el 2021 el 8 de marzo llegó a 20,477,380 (12%) y el 7 de junio bajó a 11,842,320 (-42%). Por las estadísticas el canal ya no tendrá un repunte tan alto como el del 9 de noviembre del 2020 y por el contrario, podría ir bajando. Entre el punto del 23 de septiembre del 2019 y el del 7 junio del 2021 hay -21% menos de visualizaciones.



FIGURA 7. VISUALIZACIONES DE VIDEOS DE KIDS FIRST

FUENTE: MODIFICACIÓN PROPIA Y FIGURA EXTRAIDA DE *SOCIAL BLADE* (2021)

CONCLUSIONES

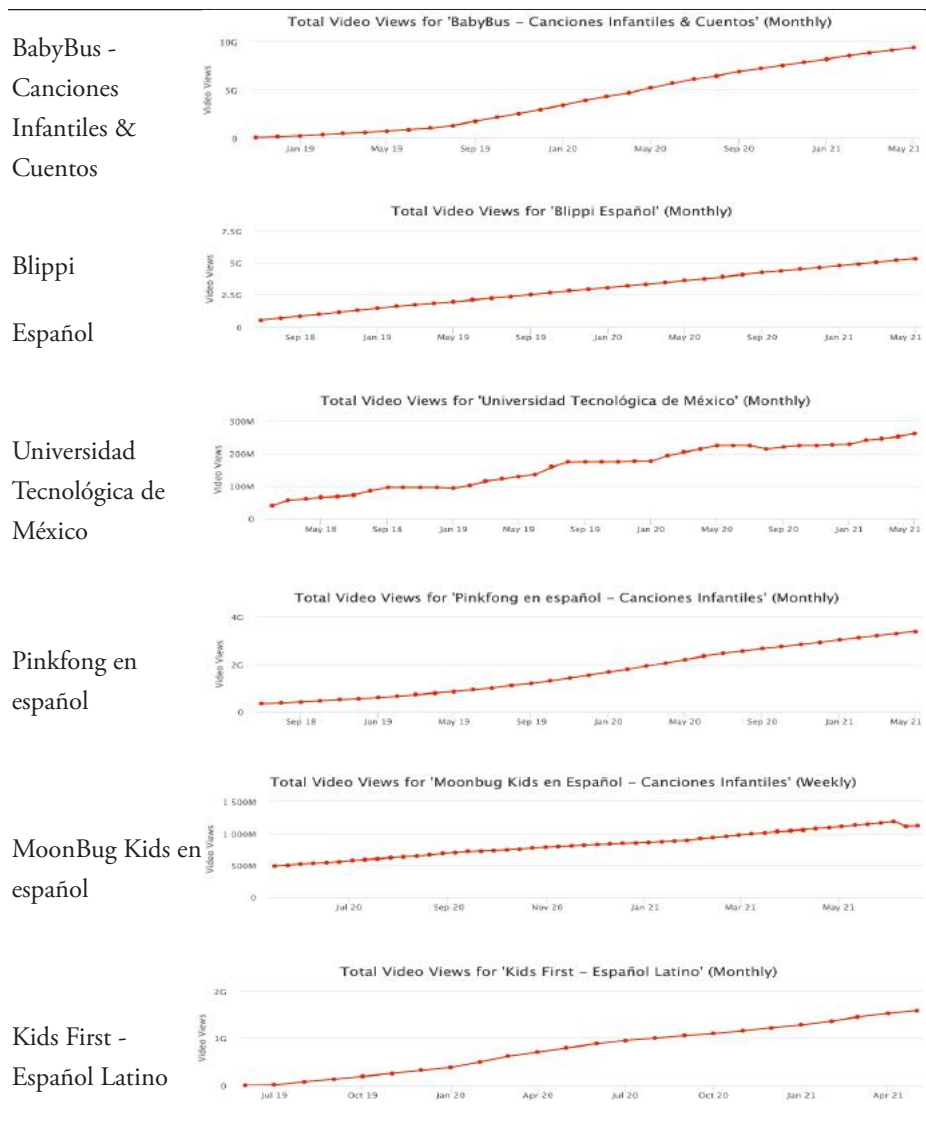
YouTube incrementó sus reproducciones y el aumento de suscriptores durante la pandemia COVID-19. El número de canales con más de un millón de suscriptores aumentó más de un 65 % del 2020 al 2021 (YouTube, 2021). Los suscriptores se traducen en seguidores que frecuentemente visualizan los videos de los canales que siguen. A su vez, las visualizaciones se traducen en ingresos económicos para los canales.

Los resultados mostraron que durante el COVID-19 hubo un incremento en las visualizaciones de los 6 canales seleccionados con porcentajes de: UNITEC 694%, BabyBus 331%, MoonBug Kids 243%, PinkFog 117%, Kids First 80% y Blippi Español 5%. Estos incrementos tuvieron altibajos, pero los índices en general se mantuvieron más altos que en previo a la pandemia.

El canal que logró subir el número de visualizaciones durante el COVID-19 y lo mantiene es BabyBus (68%). El que volverá a los números que tenía antes es UNITEC (5%). Los que disminuirán son MoonBug Kids en español (-527%), Blippi Español (-7%) y PinkFog (-4%). Esto de acuerdo con las estadísticas actuales de Social Blade que fueron analizadas durante el estudio. Sin embargo, las proyecciones de visualizaciones por mes indicaron una confiabilidad estadística de Social Blade hacia estos 6 canales como se muestra en la tabla 7.

Los canales si subieron en número de suscriptores y visualizaciones durante la pandemia, ahora que termina parecen ir bajando los números. Las empresas analizadas tuvieron ingresos mayores de los que tenían y ayudaron a que los niños estuvieran entretenidos en los hogares con contenidos creativos y educativos.

TABLA 8. PROYECCIONES DE VISUALIZACIONES EN LOS CANALES EDUCATIVOS
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON GRÁFICOS DE SOCIAL BLADE (14 JUNIO DE 2021)



BIBLIOGRAFÍA

- BabyBus. (2018). *BabyBus - Canciones Infantiles & Cuentos* -. YouTube. <https://www.youtube.com/c/BabyBusCancionesInfantilesCuentos/about>
- Blippi. (2017). *Blippi Español*. YouTube. <https://www.youtube.com/c/BlippiEspañol/about>
- Kids-First. (2019). *Kids First - Español Latino*. YouTube. https://www.youtube.com/channel/UCJO_xCXaz346UcIboT1w0bg/about
- Moonbug-Kids. (2019). *Moonbug Kids en Español - Canciones Infantiles*. YouTube. https://www.youtube.com/channel/UCYo0G9FDJHHH8T9kyy_0mLA/about
- Noxinfluencer. (2021). *Moonbug Kids en Español - Canciones Infantiles YouTube Stats, Channel Stats, YouTube Insight & Channel Report*. https://es.noxinfluencer.com/youtube/channel/UCYo0G9FDJHHH8T9kyy_0mLA
- Pinkfong. (s/f). *#StayHome with Pinkfong*. Recuperado el 11 de mayo de 2021, de <https://www.pinkfong.com/singplaylearnathome/es/>
- Pinkfong. (2016). *Pinkfong en español - Canciones Infantiles* -. YouTube. <https://www.youtube.com/c/PinkfongES/about>
- Ramírez-Ochoa, M. I. (2016). Posibilidades del uso educativo de youtube. *Ra Ximhai*, 12(6), 537–546. <http://www.redalyc.org/pdf/461/46148194036.pdf>
<https://www.redalyc.org/pdf/461/46148194036.pdf>
- Ramírez, A. (2010). YouTube y el desarrollo de competencias básicas. Una experiencia de investigación en el aula. *Congreso Euro-Iberoamericano de Alfabetización Mediática y Culturas Digitales, 2010*, 12. <https://idus.us.es/handle/11441/56507>
http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/adjuntos/youtube_y_el_desarrollo_de_competencias_basicas_una_experiencia_de_investigacion_en_el_aula.pdf
- Social-Blade. (2021). *Moonbug Kids en Español - Canciones Infantiles's YouTube Stats (Summary Profile)*. https://socialblade.com/youtube/channel/UCYo0G9FDJHHH8T9kyy_0mLA/monthly
- Socialblade. (s/f). *What is SB Rank (Socialblade Rank) - Frequently Asked Questions (FAQ)*. Recuperado el 10 de mayo de 2021, de <https://socialblade.com/youtube/help/what-is-sbrank-all-about>

- UNITEC. (2010). *Universidad Tecnológica de México*. YouTube. <https://www.youtube.com/c/unitec/about>
- Wikipedia. (s/f-a). *Moonbug Entertainment*. Recuperado el 11 de mayo de 2021, de https://en.wikipedia.org/wiki/Moonbug_Entertainment#cite_note-8
- Wikipedia. (s/f-b). *Peppa Pig*. Recuperado el 10 de mayo de 2021, de https://es.wikipedia.org/wiki/Peppa_Pig
- Wikipedia. (s/f-c). *Pinkfong*. Recuperado el 10 de mayo de 2021, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Pinkfong>
- Wikipedia. (s/f-d). *Stevin John*. Recuperado el 10 de mayo de 2021, de https://en.wikipedia.org/wiki/Stevin_John
- YouTube. (2021). *Prensa*. <https://www.youtube.com/intl/es/about/press/>