

# YouTube, un nuevo espacio para la crítica cinematográfica. Análisis de los canales más populares en lengua castellana

Isaac López-Redondo<sup>1</sup>  
Julieti Sussi de Oliveira<sup>2</sup>

Recibido: 14/11/2023  
Aceptado por pares: 13/04/2024

Enviado a pares: 14/12/2023  
Aprobado: 10/05/2024

DOI: 10.5294/pacla.2024.27.4.13

## Para citar este artículo / to reference this article / para citar este artigo

López-Redondo, I. y Oliveira, J. S. (2025). YouTube, un nuevo espacio para la crítica cinematográfica. Análisis de los canales más populares en lengua castellana. *Palabra Clave*, 27(4), e27413. <https://doi.org/10.5294/pacla.2024.27.4.13>

## Resumen

La crítica cinematográfica tradicional ha encontrado un nuevo espacio de difusión en YouTube. En él, a sus características propias ha sumado la interacción y la participación activa de los usuarios y generado un nuevo contenido de carácter audiovisual, con un lenguaje más ameno y entretenido, pero sin olvidar los rasgos habituales del género. Los datos han sido obtenidos a partir del análisis de contenido de los cuatro canales de crítica cinematográfica en lengua castellana con más actividad y mayor número de seguidores. Esta plataforma, donde el crítico demuestra un profundo conocimiento sobre la materia, favorece la cercanía con el público a través de un formato audiovisual innovador que viene a cubrir el vacío existente en la televisión tradicional sobre cinematografía en general y sobre crítica en particular.

## Palabras clave

Cine; consumo audiovisual; crítica cinematográfica; redes sociales; YouTube.

---

1 [✉ https://orcid.org/0000-0001-9426-6683](https://orcid.org/0000-0001-9426-6683). Universidad de Sevilla, España. [ilopez6@us.es](mailto:ilopez6@us.es)

2 <https://orcid.org/0000-0003-4476-7791>. Universidad de Sevilla, España. [jdeoliveira@us.es](mailto:jdeoliveira@us.es)

# YouTube, a new space for film criticism. Analysis of the most popular channels in the Spanish language

## **Abstract**

Traditional film criticism has found a new space for dissemination on YouTube, where, in addition to its own characteristics, it has added the interaction and active participation of users, generating new audiovisual content, with a more entertaining language, but without forgetting the usual features of the genre. The data were obtained from the content analysis of the four Spanish-language film review channels with the most activity and the largest number of followers. This platform, where the critic demonstrates a deep knowledge of the subject, favours closeness with the public through an innovative audiovisual format that fills the existing gap in traditional television about film in general and about criticism in particular.

## **Keywords**

Cinema; audiovisual consumption; film criticism; social networks; YouTube.

# YouTube, um novo espaço para a crítica cinematográfica. Análise dos canais mais populares em língua espanhola

## **Resumo**

A crítica cinematográfica tradicional encontrou um novo espaço de divulgação no YouTube. Ali, além de suas características próprias, agregou a interação e a participação ativa dos usuários e gerou novos conteúdos audiovisuais, com uma linguagem mais lúdica e divertida, mas sem esquecer as características habituais do gênero. Os dados foram obtidos a partir da análise de conteúdo dos quatro canais de crítica cinematográfica em espanhol com maior atividade e maior número de seguidores. Essa plataforma, na qual o crítico demonstra um profundo conhecimento do assunto, favorece a proximidade com o público por meio de um formato audiovisual inovador que preenche a lacuna existente na televisão tradicional sobre cinema em geral e sobre crítica em particular.

## **Palavras-chave**

Cinema; consumo audiovisual; crítica cinematográfica; redes sociais; YouTube.

La crítica es uno de los géneros periodísticos con un mayor influjo en las audiencias. Además de informar, la crítica también forma. Relacionada en un primer momento con la literatura, es en la década de 1950 cuando este género periodístico se adentra en el cine. La revista *Cahiers du Cinema* albergó en sus páginas textos de directores como André Bazin, Jean-Luc Godard, François Trauffaut o Érih Rohmer, donde empezaron a escribir sobre la industria cinematográfica (Noguera, 2012, p. 6). Los integrantes del movimiento artístico Nouvelle Vague utilizaron las revistas especializadas como plataformas para hablar de la realización y el análisis del cine. Buscaban profundizar sobre el lenguaje audiovisual y ofrecer un texto creativo que sirviera de mediador entre el público y la obra.

La profesión de crítico se convirtió en una aspiración intelectual y una forma de retroalimentación para el sector cinematográfico. Tradicionalmente realizada por expertos conocedores del área cinematográfica y con espacio en revistas especializadas en cine, la crítica ha ido ganando peso en la prensa generalista con el paso del tiempo. En algunos medios se intercambia la presencia de periodistas especializados en cine y expertos cinematográficos que escriben sobre cine con la función de difundir, ayudar a conocer y reflexionar sobre las películas. Los medios de comunicación guardan también una estrecha relación con las distribuidoras de cine, lo que ha desembocado en una mayor presencia de la crítica en la prensa generalista, especialmente los viernes, día de estrenos en la cartelera.

Con la aparición de las plataformas en directo (*streaming*), no solo ha cambiado el modo de ver una película, sino que la crítica también se ha adaptado a este escenario de convergencia mediática (Scolari, 2008). A la vez, los nuevos formatos han favorecido la creación de escenarios donde las audiencias comparten impresiones sobre las películas. El espectador gana espacio para dar su opinión y valorar la obra. YouTube, creado en 2005, es la mayor plataforma de vídeos, con una audiencia de más de mil millones de usuarios únicos al mes (The YouTube Team, 2013) en la que se puede crear, compartir y comentar contenido. Para el cine, la plataforma funciona como un canal de difusión de películas, pero también como un espacio donde educarse e informarse.

La presente investigación aborda la crítica cinematográfica presente en YouTube. Para ello, centraremos la mirada en determinados canales que abordan la temática del cine y que cuentan con una lista de contenidos identificados específicamente como “crítica”. Se trata, en definitiva, de analizar la crítica cinematográfica en YouTube y comparar sus rasgos con los de la crítica tradicional, publicada fundamentalmente en la prensa escrita.

## La democratización cultural de YouTube

Desde su nacimiento en 2005, YouTube ha tenido una fuerte influencia en el consumo y en la producción de contenido audiovisual. Se ha convertido en la mayor plataforma de vídeos a nivel mundial, con más de dos mil millones de horas de vídeo reproducidas y más de 500 horas de contenido subidas cada minuto (YouTube, 2023). Es la segunda web con mayor tráfico, solo por detrás de Google. En el mercado español, tiene un protagonismo evidente, al ser la web más visitada por los internautas, con 29.821.000 usuarios (EGM, 2023).

Para comprender los cambios en la manera de consumir contenido audiovisual, es esencial tener en cuenta algunos elementos que favorecen este contexto: el papel del usuario, que pasa de ser un simple consumidor a convertirse en un productor de contenidos o prosumidor digital (Freire, 2018); la transformación del sistema mediático actual (Establés *et al.*, 2019), y los nuevos modelos de negocio. De este modo, gracias a las características de YouTube, el usuario ha dejado de ser un espectador pasivo para convertirse en un impulsor de contenido cultural y un productor de información y opinión (Suárez-Álvarez y García-Jiménez, 2021; Yucra-Quispe *et al.*, 2022). En lo que respecta a la industria cinematográfica, se ha creado un espacio en el que se comparte, se difunde y se abre a la discusión, al mismo tiempo que se expande el relato cinematográfico (Vidal-Mestre y Freire-Sánchez, 2022). Para el cine, las posibilidades que ofrecen las redes sociales parecen “adaptar su necesidad de participación y su sentido de comunidad a la época contemporánea, lo que le proporciona nuevas funciones e implicaciones” (Sedeño, 2013, p. 13).

En esta plataforma es posible encontrar a *youtubers* que ofrecen de manera constante contenido cinematográfico con valor informativo, educativo e incluso creaciones propias (Deuze y Prenger, 2019). La profesionalización de estos creadores de contenido influye en la proyección del sector del cine, gracias a la amplitud de su alcance y la repercusión de sus contenidos (Vidal-Mestre y Freire-Sánchez, 2022). Muchos canales cuentan con miles de suscriptores y presentan diversas tipologías de contenido, con similitudes entre usuarios aficionados (*amateur*), semiprofesionales y profesionales (Díaz-Lucena *et al.*, 2022).

Entre los canales de temática cinematográfica prevalecen narrativas que mezclan el contenido de la industria del cine, el componente creativo del creador y lo impulsado por el fenómeno *fandom*, lo que acerca el cine al público y expande el relato original del producto (Vidal-Mestre y Freire-Sánchez, 2022). YouTube ha creado un espacio para la opinión y la información sobre el cine y, como red social, una de sus características principales es ampliar el alcance y el acceso. Tras analizar ocho canales de *youtubers* que tratan temas cinematográficos y que tienen miles de seguidores, Iribarren (2020, p. 107) afirma que “existe un cruce discursivo entre aquellos que se centran en la dimensión estética del cine, los que consideran al cine como un fenómeno social a analizar y aquellos que lo abordan desde el punto de vista del entretenimiento cotidiano”. Entre los canales analizados se incluyen directores, guionistas, estudiantes de cine y fotografía, así como humoristas.

El éxito de las redes sociales y el consumo de información por Internet se ha expandido y ello crea un escenario diverso de voces que ha llevado a la desconfianza en el ámbito profesional de la crítica. Según Santos (2014), la crítica está cediendo espacio a formatos híbridos que se basan en la lógica del consumo, el servicio y el entretenimiento. El aumento de blogs y sitios web especializados, donde hay gran cantidad de comentarios sobre cine, está contribuyendo a popularizar la idea de que cualquiera puede ser crítico (Noguera, 2012). A pesar de que se ha ampliado el espacio para la crítica y esto ha llevado a una democratización cultural, se ha notado un empobrecimiento conceptual en los criterios de valoración (Faro,

2012). Este fenómeno coincide con la idea de Bamba (2005), que sostiene que la producción discursiva en Internet es un proceso de apropiación del significado de una película y del derecho a opinar sobre ella, al mismo tiempo que busca deslegitimar las esferas tradicionales e instituciones de juicio valorativo. Según Sedeño (2013, p. 9), el éxito de estos formatos se debe a que los cinéfilos tienden a confiar en la opinión de un público afín, por lo que “no es sorprendente que busquen recomendaciones en blogs o que los propios usuarios decidan escribir sus críticas inspiradas en otros”. A su vez, ciertos críticos aficionados expresan sus sentimientos y opiniones sobre las películas analizadas en YouTube haciendo uso de recursos audiovisuales como música, efectos sonoros o elementos gráficos variados (Wollmer *et al.*, 2013).

La presente investigación tiene como objetivo analizar la crítica cinematográfica en YouTube. El propósito es determinar si se mantienen los enfoques tradicionales de la prensa escrita y la televisión o si se pueden identificar cambios o evoluciones en la crítica como género. Para lograr esto, es esencial comprender primero la teoría detrás de este género periodístico.

## La crítica cinematográfica

El cine y el periodismo mantienen una relación muy estrecha. El periodismo cultural, como una especialización dentro de las prácticas periodísticas, se dedica a informar y reflexionar sobre el amplio campo de las artes y la cultura. Según Pastoriza (2006, p. 9), “el periodismo es, de manera destacada, una forma de cultura porque en gran medida la difunde y la fomenta, la recrea, la crea y, además, siempre termina convirtiéndose en un documento para la historia, otra de las grandes manifestaciones de la cultura”. En el ámbito cinematográfico, el periodismo desempeña un papel activo que adopta conceptos y códigos lingüísticos propios del área. El espacio dedicado a la cultura en la prensa cumple la función de difundir la producción simbólica de una sociedad. En este sentido, el periodismo se atribuye este derecho “basándose en reglamentaciones, prescripciones, privilegios y omisiones que definen espacios de conocimiento y redes específicas de circulación de textos artísticos y discursos sobre ellos” (Barei, 1999, p. 50).

La crítica es un formato de excelencia en el periodismo cultural, dado su carácter reflexivo en la difusión de obras (Lourenço y Centeno, 2021). Este formato exige un conocimiento profundo de la obra y de su autor, así como una reflexión sobre su contenido (Santos, 2012), pues implica desarrollar juicios de valor sobre la obra (Cardoso y Cunha, 2004). Barei (1999, p. 51) recuerda que tanto el periodista especializado como el experto poseen un conocimiento disciplinario y actúan como mediadores entre el público, los autores y la industria cinematográfica. “Tienen la capacidad de hacer visibles ciertos textos a nivel social o de pasar por alto producciones importantes”, matiza. La crítica cinematográfica tiene la responsabilidad de explorar y analizar en profundidad aspectos como la narrativa, el estilo visual, la interpretación de los actores, el contexto cultural y social, y otros elementos que componen una película. Debe ofrecer al lector una perspectiva enriquecedora que vaya más allá de la simple opinión personal del crítico, al mismo tiempo que considera el valor artístico y cultural de la obra. Es esencial que la crítica cinematográfica conserve su independencia y no se deje influir en exceso por las dinámicas comerciales de la industria, lo que podría comprometer su integridad y su capacidad de proporcionar una evaluación crítica objetiva.

La crítica, como género periodístico, se define como “la reseña valorativa de una obra humana, literaria o artística, así como de un espectáculo” (Morán, 1988, p. 13). En cuanto al tipo de texto empleado en la elaboración de una crítica, destaca el estilo personal del periodista, su riqueza léxica y la forma en que emplea un lenguaje persuasivo. Además, se destacan los recursos lingüísticos y retóricos utilizados en la construcción de la crítica (Esqueda y Noguera, 2011).

En ese sentido, Yanes (2004) identifica cinco tipos de crítica periodística: analítica, laudatoria, descriptiva, expositiva y estética. Según el autor, la crítica analítica profundiza en toda la obra y prevalece un tono informativo. La crítica laudatoria elogia excesivamente algún aspecto específico de la obra. En la crítica descriptiva, la descripción es más prominente que la valoración. La crítica expositiva se centra en el creador de la obra o en su repercusión social, cultural y artística. Por último, la crítica estética se en-

foca en la historia de la obra o de su autor sin describir, analizar o exponer ninguna parte específica de ella.

La crítica cinematográfica puede ser elaborada tanto por periodistas como por profesionales o estudiosos del cine. Como señala Gómez, “un crítico puede ser un intelectual desde el periodismo, desde la literatura, pero también cineasta, videasta o expresar con el cuerpo y con el lenguaje de las imágenes, de tal modo que se torna necesario ampliar la acción de la escritura a todos los lenguajes que adopta el ser humano para la comunicación” (2016, p. 34). De acuerdo con Morán (1988), sin una base mínima de formación o una clara vocación en este ámbito, el resultado no será una crítica en sí, sino más bien una reseña informativa que carecerá de la aportación del periodista en el terreno de la opinión.

La evolución tecnológica de los medios de comunicación no debe ser vista como una barrera para la crítica. Según Gómez (2016), la crítica tiene la capacidad de desarrollar enunciados en varios formatos y con diversos enfoques, siempre y cuando esta creatividad esté respaldada por un profundo conocimiento de los aspectos intelectuales, sociales, culturales y políticos relevantes (Gómez, 2016, p. 30). En la misma línea, Mayoral (2013, p. 307) destaca las oportunidades que ofrecen los medios digitales para la crítica, eliminando los desafíos que podrían surgir debido a la especialización de la audiencia. Además, señala las ventajas del sonido y las imágenes en este contexto. El autor también destaca el surgimiento de nuevas fórmulas narrativas y estructurales “que han roto con los modelos tradicionales tanto de la prensa escrita como de la televisión”.

## Metodología

Esta investigación es de tipo mixto, cuantitativa y cualitativa, con un alcance descriptivo analítico, ya que busca especificar propiedades y características del fenómeno analizado (Hernández *et al.*, 2014, p. 92). Como herramienta metodológica, empleamos el análisis de contenido, siguiendo a autores como Krippendorff (2004), quien lo define como un conjunto de procesos para extraer y procesar datos relevantes de mensajes, textos o discursos. De este modo, se pueden sacar a la luz y aportar nuevos conocimientos a un tema.

Para la selección de la muestra de canales de YouTube se han establecido las siguientes características: que sean en lengua castellana, que la temática principal en ellos sea el cine, que tengan contenido identificado como crítica cinematográfica, que el *youtuber* sea periodista cinematográfico o experto en cine; que dichos canales estén actualizados; que cuenten con más de 50.000 suscriptores y contengan más de 100 vídeos. Es importante señalar que la recogida de la muestra no sigue un muestreo probabilístico. En su lugar, hemos realizado una serie de búsquedas dentro de la plataforma YouTube y hemos encontrado cuatro perfiles que cumplen con las características establecidas. Los cuatro perfiles seleccionados son los siguientes: Gaby Meza (@Fuera de Foco), Lara Noguera (@Elengy Cine), Alejandro G. Calvo (@SensaCineSpain) y Néstor Bentancor (@Nestor Cine).

Para el análisis de contenido, se ha establecido un periodo temporal de un año, desde julio de 2022 hasta julio de 2023, con el propósito de abarcar un lapso amplio y actual. Para delimitar la muestra, se han seleccionado los vídeos identificados como “críticas” con más visualizaciones a lo largo de cada mes en cada uno de los canales, lo que suma un total de 52 críticas. Cada una de las críticas ha sido analizada a partir de una ficha formada por las siguientes variables que se adaptan a este objeto de estudio y que pueden observarse en la Tabla 1.

**Tabla 1. Definición de las variables de análisis**

Variables de análisis	Descripción
Interactividad del canal	Número de “Me gusta”, comentarios, visualizaciones y suscriptores.
Interactividad de la crítica	Número de “Me gusta”, comentarios y visualizaciones.
Formación del crítico	Periodista especializado. Experto en cine.
Tipo de producción analizada	Película. Serie.
Recursos audiovisuales	Música, efectos sonoros, recursos gráficos, imágenes de la película.
Lenguaje	Formal, coloquial, humor, interacción con el público.
Género	Acción, drama, ciencia ficción, romance, comedia, terror, fantasía, <i>suspense</i> , musical, aventura, catástrofe, aventura.

VARIABLES DE ANÁLISIS	DESCRIPCIÓN
País de origen	
Plataforma de estreno	Cines. Plataformas de <i>streaming</i> . Festivales.
Características de la crítica cinematográfica	Informa sobre el contenido. Orienta sobre: autor, director, biografía, trayectoria, obra anterior. Analiza los personajes. Analiza la interpretación de los actores. Género. Música, calidad de los efectos especiales, fotografía. Analiza el estilo y el lenguaje. Analiza la época, ámbitos en los que se desarrolla la acción. Relaciona con el contexto histórico actual. Reflexiona sobre los valores morales, intelectuales, ideológicos, narrativa, guion, historia. Emite una opinión sobre la obra. Puntúa la película.

Fuente: elaboración propia, 2023.

## Resultados

### Formación del crítico e interactividad del canal

Como se puede observar en la Tabla 1, los cuatro canales analizados tienen una antigüedad que varía entre los 9 y los 14 años, han mantenido una frecuencia constante de publicación desde su creación y tienen una distribución geográfica que abarca España, México y Estados Unidos, lo que demuestra el relevante alcance de la lengua española en el ámbito del cine.

En cuanto a la formación de los *youtubers*, hemos identificado a dos periodistas especializados en cine y a dos expertos profesionales del sector cinematográfico. Alejandro Calvo es crítico y periodista cinematográfico con una amplia experiencia en revistas especializadas en cine en España y es el editor del portal digital SensaCine, creado en 2008. La mexicana Gaby Meza es crítica, productora audiovisual y creadora de contenido. Posee una licenciatura en cine y televisión, con énfasis en dirección y sonido. En 2011, creó @FueradeFoco, que se ha convertido en uno de los portales digitales más importantes especializados en cine en México. A su vez, Néstor Bentancor es periodista, crítico de cine y televisión y, además, ejer-

ce como vicepresidente de la Hollywood Critics Association desde 2009. Fundó el portal digital DESDEHOLLIWOOD.COM, especializado en cine en inglés y en español y tiene como público objetivo a la población latina en los Estados Unidos. La cuenta de YouTube que administra está relacionada con el portal y sirve como una extensión para la difusión de sus contenidos. Estos portales contienen publicaciones que abordan la actualidad informativa a través de noticias, entrevistas, análisis y críticas de cine y series. Por otro lado, Laura Noguera, de @ElengyCine, es la única que no tiene un portal digital de cine asociado a su canal de YouTube. Es formada en comunicación audiovisual y colabora como crítica para la revista *Fila Siete*, especializada en crítica de cine y series.

**Tabla 2. Datos de los canales analizados**

	@Fueradefoco	@ElengyCine	@SensaCine	@NestorCine
Youtuber	Gaby Meza	Lara Noguera	Alejandro G. Calvo	Nestor Betancur
Formación	Productora audiovisual	Comunicación audiovisual	Periodista	Periodista
Fecha de inicio	2011	2014	2009	2015
País	México	España	España	Estados Unidos
Total de videos	1,4 K	1,7 K	870	2,3 K
Listas de reproducción	13	13	21	8
Suscripciones	1,2 M	80 K	441 K	59,4 K
Visualizaciones	202.026.441	11.032.888	95.114.184	15.402.170

Fuente: elaboración propia, 2023.

Las principales diferencias se observan en los datos de interactividad del canal. En primer lugar, en cuanto a las visualizaciones totales acumuladas, el canal de Lara Noguera presenta el menor índice de visualizaciones: 11 millones, en comparación con los 95 millones del canal de Alejandro G. Calvo y los 202 millones que registra el canal de Gaby Meza. Los datos de suscripción también presentan cifras desiguales. Lara Noguera alcanza la cifra de 1.200 suscriptores, mientras que en el segundo puesto se encuentra Alejandro G. Calvo con 441.000 suscriptores. Los otros canales no llegan a los 100.000 suscriptores.

Es interesante destacar que los canales con más suscriptores: @FueradeFoco y @SensaCine, también son los que poseen más visualizaciones, como se puede observar en la Tabla 1. A pesar de su antigüedad, estos canales han publicado un menor número de videos en comparación con otros. Esto sugiere que tener una mayor cantidad de videos no necesariamente se traduce en un mayor número de reproducciones o en una base de seguidores que consumen el contenido del canal de manera regular. De hecho, @NestorCine, el canal más reciente, es el que tiene más contenido, con 2.300 videos, en contraste con los 870 videos de @SensaCine, el canal más antiguo.

Es notable que los canales más longevos también tienen mayor número de suscripciones, por lo que cabría suponer, en este caso, que la antigüedad del canal es uno de los factores relacionados con el número de visualizaciones y la fidelidad del público.

### Interactividad de las críticas analizadas

A partir del criterio de selección de las críticas más visualizadas cada mes durante un año, se ha llevado a cabo el análisis de contenido. En la Tabla 3 se pueden observar los indicadores de interactividad de las críticas seleccionadas.

**Tabla 3. Indicadores de interactividad**

	@Fueradefoco	@ElengyCine	@SensaCine	@NestorCine
No. de críticas: julio de 2022 - julio de 2023	84	71	138	100
Visualizaciones	709.247	308.003	77.781	29.223
“Me gusta”	34 K	14 K	3,8 K	1,3 K
Comentarios	7.516	967	371	167

Fuente: elaboración propia, 2023.

Se ha podido constatar que el mayor número de visualizaciones de la crítica está directamente relacionado con la cantidad de “Me gusta” y de comentarios. Se trata, además, del contenido que genera una mayor participación de la audiencia en el canal. Las diferencias en el número de vi-

sualizaciones siguen el patrón de la interactividad total del canal. Los dos canales con mayor número de suscriptores son los que reciben más visualizaciones en el contenido. De esta manera, @FueradeFoco duplica el número de visualizaciones en las críticas, en comparación con @SensaCine. Una vez más, se observa que los canales que tienen una mayor cantidad de contenido producido, como @ElengyCine y @NestorCine, son los que tienen menos visualizaciones.

Se ha observado una coincidencia interesante entre las críticas que han generado más visualizaciones. En el caso de @SensaCine y @ElengyCine, ambos canales de origen español, el contenido que ha generado una mayor interacción del público durante el período fue la crítica de la película *Oppenheimer*, publicada en julio de 2023. Además, se nota una repetición en el contenido analizado. Las películas *Avatar* y *John Wick* han sido analizadas por los cuatro críticos, mientras que *Thor: Love and Thunder*, *The Whale*, *The Flash*, *Oppenheimer*, *Black Adam*, *Spider-Man: a través del Spiderverso*, *Barbie*, *Wakanda Forever*, *Guardianes de la Galaxia* y *Blonde* se repiten en al menos dos ocasiones en las críticas seleccionadas. Cabe destacar que todas estas películas son conocidas por su gran éxito en taquilla. Esto sugiere que la búsqueda de críticas está relacionada con el interés en obras exitosas y populares.

## Género y país de origen

En su gran mayoría, las películas analizadas en las críticas son de origen estadounidense: en total 48. Se ha identificado la crítica de dos filmes españoles, *Cerdita* e *Iratí*, ambas analizadas por Lara Noguera, además de una película mexicana y una alemana, analizadas por Alejandro G. Calvo. En cuanto a los géneros de las películas, los que más se repiten son acción y drama. Esto refleja un enfoque en géneros cinematográficos más populares y ampliamente consumidos por el público.

## Tipos de plataforma

El 76,9 % de las películas analizadas constituyen estrenos en salas de cine. Sin embargo, un 17,3 % proviene de películas estrenadas en plataformas de *streaming*, sin pasar por las salas de cine. Además, algunas críticas corres-

ponden a películas vistas en festivales. Esto es especialmente destacable en el caso de Alejandro G. Calvo, quien suele cubrir este tipo de eventos, o de Néstor Betancor, que acude a festivales celebrados en Hollywood. También se han identificado críticas de series dentro de la muestra. De las 52 críticas analizadas, cinco pertenecen a series exhibidas en plataformas de *streaming*: Netflix, HBO y Amazon. Estas series incluyen títulos como *The Last of Us*, *El Señor de los Anillos: Los Anillos del Poder*, 1899 y *The Sandman*. Esto demuestra la diversidad de contenido analizado en las críticas y la creciente importancia de las series en el ámbito del audiovisual.

### **Características de la crítica**

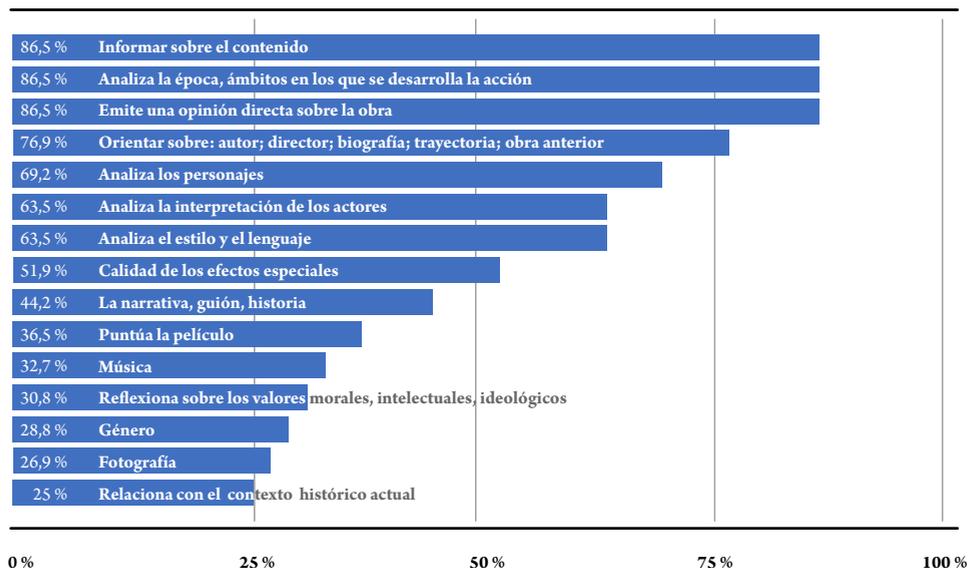
El presente apartado se centra en analizar el contenido de las críticas publicadas en los cuatro perfiles seleccionados, teniendo como referencia las principales características del género, esbozadas en el marco teórico. Teniendo en cuenta que la crítica en la prensa es un género de opinión que viene firmado por el autor y este suele ser un experto en cine o un periodista especializado, los *youtubers*, en este caso, cumplen los dos requisitos. Dos de ellos son periodistas especializados en cine y dos tienen formación en comunicación audiovisual y dirección de cine y televisión.

Como se puede observar en la Figura 1, las críticas analizadas siguen las características tradicionales del género. En el 86,5% de los casos, la crítica ofrece información sobre el contenido de la obra. En ese sentido, en tres de los canales los críticos contextualizan y sitúan la película e informan sobre el elenco o la dirección. Sin embargo, en el canal @NestorCine todas las críticas se inician con la sinopsis de la película y los nombres de los directores, actores o productores, algo que se asemeja a la tradicional ficha que acompaña a la crítica en la prensa escrita.

Emitir un juicio sobre la obra es también una característica propia del género. Esto ocurre en la totalidad de las críticas analizadas (52). Sin embargo, cambia mucho la forma de hacerlo en el caso de Gaby Meza y Lara Noguera, cuyas opiniones son mucho más directas. Esto se aprecia, por ejemplo, en el uso de adjetivos, en expresiones como esta: “Otros de los pilares que sostienen esta magnífica película”, en referencia a *Cerdita*, pelícu-

la de Carlota Pereda, o “esta sin duda es una película especial”, sobre *Thor: Love Thunder*. Estos dos canales también son los únicos que otorgan una puntuación a las películas. En el caso de @FueraDeFoco, la puntuación se mide en estrellas, y en el caso de @ElengyCine, se numera de 0 a 10.

**Figura 1. Características de la crítica cinematográfica**



Fuente: elaboración propia, 2023.

En las críticas de Alejandro G. Calvo y Néstor Bentancor no hay puntuación de las películas. La opinión se expresa a lo largo de toda la crítica. Alejandro G. Calvo suele comentar lo que dijeron otros críticos sobre la película y posicionarse en contra o a favor. Su opinión es más matizada, más argumentada y explicativa. “Cuanto más quieren hacer parecer lo digital a la imagen real, más feo lo hacen. Asusta pensar que va a haber más pelis. Pero es una peli importante y hay que verla”, comenta este crítico sobre *Avatar, el sentido del agua*. Las críticas de Néstor Betancor siguen una estructura clara y semejante: en todos los vídeos empieza hablando de lo positivo de la película, sigue con lo neutro y concluye con lo negativo.

Orientar sobre el director y su trayectoria ha sido la tercera característica que más veces se ha repetido: un 76,9% (40). La siguiente caracte-

rística más contabilizada es el análisis de los personajes, que ha aparecido en un 69,2% (33) de las críticas. En la mayoría de los casos son valoraciones sobre la importancia de la construcción, la presentación y el desarrollo de los personajes en la película. En la crítica de *The Whale*, Lara Noguera hace la siguiente observación sobre lo que, según ella, tiene un papel relevante en la película: “La casa de Charlie representa su propia cárcel, la luz es otro personaje de la peli”.

Tanto el análisis del estilo y lenguaje como el que se centra en la interpretación de los actores ocupan un mismo espacio: un 63,5% de las críticas (33). Donde más veces se han identificado estas características ha sido en las críticas de Gaby Meza, concretamente en 11 de las 13 publicadas, mientras que Alejandro G. Calvo lo hace en nueve críticas y Lara Noguera en siete. El que menos veces se ha detenido en analizar estas características es Néstor Betancourt (5). Estos resultados cobran sentido, si los relacionamos con la formación del crítico. Gaby Meza es experta en dirección y sonido de cine y televisión. Esto se puede observar en sus críticas, pues pone especial atención en elementos de la obra como el espacio, el ritmo, el movimiento, el sonido, el montaje, la iluminación, el tono, el color, etc., que añaden a la historia significados implícitos, generados por la puesta en escena.

Otros de los elementos que la crítica suele tener en cuenta son el uso de los efectos especiales: 51,9% (27) y la música: 32,7% (17). En el primer caso, su frecuencia se puede justificar debido al tipo de películas analizadas. La crítica de la película *Avatar 2*, estrenada en diciembre de 2022, fue una de las más visionadas en los cuatro canales, y se centró especialmente en los efectos y la calidad digital; como afirma el crítico Néstor Betancourt: “es el mejor 3D que he visto en mi vida. Sostiene el efecto de principio al fin”. En muchos casos, estos dos elementos están relacionados en la crítica. Como podemos ver en el comentario de Lara Noguera, sobre la película *Thor: Love and Thunder*.

Hay un elemento que salta a la vista, de hecho, te ataca directamente, porque es una de las entregas de Marvel Studios más llamativas visualmente. Los efectos visuales están presentes casi que en todos y cada uno de los planos de esta película, lo cual es una auténtica

burrada. El director se atreve a ponernos en situaciones de lo más pintorescas. A eso hay que añadir la evolución de la música de Thor Ragnarok que comienzo con esa maravillosa canción, *Immigrant Song* de Led Zeppelin y aquí tenemos una evolución de todo eso, dejándonos muchos temas, sobre todo de la banda Guns N' Roses, así como otras referencias a otras músicas de rock. Estos efectos visuales, acompañados de esta fantástica música, nos dejaron algunas de las secuencias más espectaculares de la película.

Asimismo, se han observado una serie de características muy propias de la crítica cinematográfica que tienen por objetivo interpretar la película y ponerla en relación con el entorno, con su trasfondo de influencia en la sociedad y el lugar que ocupa en el devenir histórico que la precede y que la conforma. De ese modo, un 46,2% de las críticas analiza la época, el ámbito donde se desarrolla la acción, y un 25% de ellas busca las relaciones del ámbito con el contexto histórico actual.

El ejercicio racional, reflexivo y analítico sobre los valores morales, intelectuales e ideológicos de las películas también se ha observado en diversos vídeos; puntualmente, en 30,8% de ellos. Esas características tienen más espacio en las críticas de Lara Noguera y Gaby Meza. Por ejemplo, en el caso de la película *Pinocho* de Guillermo del Toro, Lara Noguera apunta los valores ideológicos del fascismo de Mussolini retratados en la película. A su vez, Gaby Meza señala el machismo presente en la película *Dragon Ball Super: Super Hero*, algo que quizás no se tenía en cuenta en las primeras películas de la saga, pero que, en el contexto de la sociedad actual, pueden resultar bastante agresivo, como, por ejemplo, en el diálogo de los personajes: “Vamos a secuestrar la hija y también la madre, si está buena”. También es Gaby Meza quien señala en repetidas ocasiones el reflejo del colonialismo americano en las películas. En el caso de *Black Panther: Wakanda Forever* comenta: “la película pone el foco en los colonizadores. Si uno quiere que los latinos salgamos ganando, pues que hagamos nuestras propias películas”. Néstor Betancor, en su crítica de esta misma película, señala también el tema de colonizadores contra colonizados. En referencia a los valores feministas de la película, apunta: “mujeres lidiando con el poder en situaciones complicadas y mostrando diferentes posturas que no es simplemente, ‘oh vamos a ponernos todas en contra de los hombres’”.

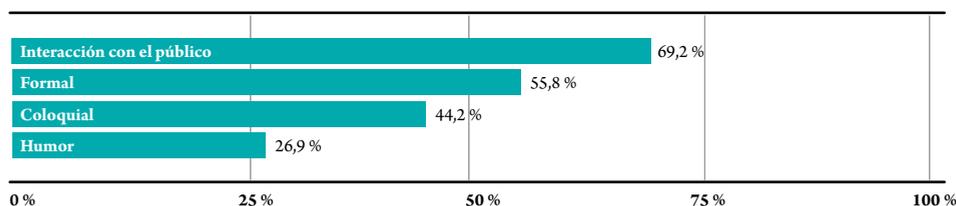
Las demás características varían de acuerdo con el estilo de cada crítico. Néstor Betancor es el que más se centra en analizar y opinar sobre la narrativa y el guion. Hasta nueve veces, por ejemplo, sobre la película *Ant-Man*, sobre la que el crítico afirma: “pasa lo que pasa porque le conviene al escritor. Es falta de nutriente para el cerebro, intentan compensarlo con calorías vacías para el corazón. Una obra de teatro de secundaria”. Mientras que en las críticas de Alejandro G. Calvo y Gaby Meza esa característica se repite cinco veces, en la crítica de Lara Noguera solo se da en cuatro ocasiones.

## El lenguaje del crítico

En la mayoría de las críticas se ha observado el uso de un lenguaje formal: 55,8% (29), con un vocabulario técnico relacionado con la cinematografía –con términos como “planos”, “encuadre”, “guion”– y dirigido a un público más especializado. Sin embargo, también es muy utilizado el lenguaje coloquial: 44,2% (23), con expresiones más amigables, metáforas y frecuentes opiniones personales. El humor se emplea en un 26,9% de las críticas (14). En el caso de Alejandro G. Calvo, hay declaraciones del tipo: “era como leer el BOE”, en referencia a *Thor: Love and Thunder*, o el siguiente comentario en la crítica de *Avatar 2*: “esta mandanga que yo he visto”.

Uno de los aspectos más llamativos del lenguaje es el uso de la función apelativa, buscando una reacción o respuesta del público. Esto ocurre en un 69,2 % de los videos. Esta función se repite constantemente en forma de acercamiento al usuario o espectador, preguntándole qué le ha parecido la película, incitando a dejar comentarios o a seguir el canal.

**Figura 2. Lenguaje del crítico**



Fuente: elaboración propia, 2023.

El lenguaje utilizado para dar título a las críticas también es diferente en cada caso. En YouTube, por título, entendemos el nombre que identifica a cada vídeo. En este apartado, hemos de señalar que solo en los vídeos de Gaby Meza se mantiene un formato de titular de crítica tradicional, es decir, breve, argumentativo y/o valorativo. Los demás críticos apenas utilizan el término “crítica” y el nombre de la película.

## Recursos narrativos

En su mayoría, los recursos narrativos empleados en los vídeos son recursos gráficos que indican el nombre del canal, el logotipo, el nombre del *youtuber*, la puntuación de la película, otras redes sociales del crítico o del canal o como reclamo para pedir suscripción al canal de YouTube. En el caso de Gaby Meza se emplean grafismos también para señalar algunas frases o palabras de la crítica. Lara Noguera cierra la crítica en pantalla completa con una frase opinativa sobre la película.

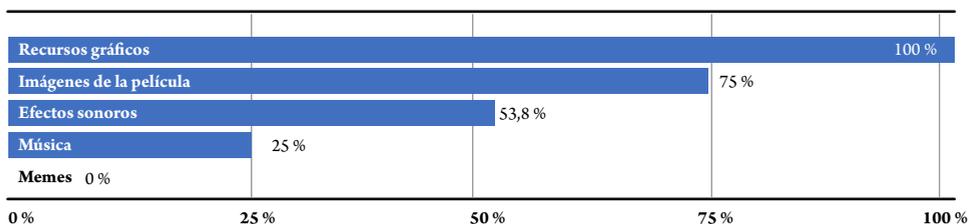
El canal del Néstor Betancor es el que menos recursos narrativos audiovisuales usa. Su canal se caracteriza por un fondo rojo, imitando una cortina, y el cartel de la película. Únicamente utiliza recursos gráficos como la palabra crítica o para señalar el género del vídeo y el logotipo del canal.

Insertar recortes de la película mientras se la analiza y comenta es el segundo recurso más empleado, pues aparece en un 75% de los vídeos. Alejandro G. Calvo siempre inicia la crítica con parte del tráiler de la película. A su vez, Lara Noguera y Gaby Meza insertan cortes de esta a lo largo del vídeo. Los efectos sonoros son utilizados en un 53,8% de las ocasiones, sobre todo en el caso de Gaby Meza, que los usa siempre al final del video para despedirse. La música como recurso narrativo ha sido empleada por Lara Noguera, siempre para cerrar el vídeo junto con una frase que ratifica la opinión sobre la película.

## Discusiones y conclusiones

Esta investigación partió de preguntar si la crítica cinematográfica presente en YouTube ha roto con las formas clásicas del género usadas en los me-

### Figura 3. Recursos audiovisuales



Fuente: elaboración propia, 2023.

dios tradicionales. A partir del análisis de los resultados, hemos determinado que la combinación de la crítica cinematográfica tradicional con los formatos propios de la plataforma YouTube –con las características de la comunicación digital: la interacción y la participación activas de los usuarios– ha generado un nuevo contenido audiovisual, con un lenguaje más ameno y entretenido, pero sin romper con las principales características del género.

En cuanto al primer objetivo, hemos de señalar que YouTube tiene un papel relevante en la difusión y la promoción de los contenidos cinematográficos en la era digital. La crítica cinematográfica especializada cuenta con una gran demanda por parte del público en esta plataforma, y eso se puede demostrar con los resultados del análisis de los cuatro canales seleccionados, dadas sus cifras de audiencia, con millones de visualizaciones y suscriptores. Esto subraya la importancia de YouTube como un medio efectivo para llegar a la audiencia interesada en críticas cinematográficas en lengua española. Además, la distribución geográfica de los canales demuestra el alcance global del idioma español en el ámbito del cine.

Los cuatro canales analizados tienen un número importante de seguidores, pero los más significativos son los canales de Gaby Meza, que llega al millón, y el de Alejandro G. Calvo, con más de medio millón de seguidores. Ambos son editores de portales digitales de cine en México y España. Esto señala la importancia que tiene el uso de YouTube para la difusión de contenidos y la captación de audiencias en los medios de comunicación. A pesar de existir una variedad de contenidos de cine en dicha platafor-

ma, hay un vacío de crítica de cine profesional en España y, sobre todo, en la prensa cultural española y las publicaciones especializadas en cine. Esto supone una cesión de este espacio a *youtubers* sin formación especializada que, en muchos casos, abordan el cine de forma comercial o simplemente como entretenimiento.

En cuanto a la calidad de la crítica en YouTube, teniendo en cuenta los resultados obtenidos, hemos de concluir que los canales responden a las características tradicionales del género de la crítica cinematográfica. La mayoría de estos espacios se centran en proporcionar información sobre la película, dar opiniones sobre la obra, ponerla en contexto identificando al director y su trayectoria, analizar los personajes y el estilo del lenguaje en la película, además de examinar los efectos especiales y la música utilizada. Esta conformidad con las características del género sugiere que los críticos en YouTube están repitiendo las maneras habituales de la crítica cinematográfica.

Uno de los elementos esenciales para dotar de calidad a la crítica cinematográfica es la formación del crítico. A diferencia de otros canales de esta temática administrados por *youtubers*, los cuatro canales estudiados son administrados por profesionales del ámbito del cine o por periodistas cinematográficos especializados. Tal y como afirmaba Barei (1999), ambos están habilitados para mediar entre el público y la industria cinematográfica.

Los contenidos demuestran un conocimiento en profundidad de la obra por parte del crítico, otra de las importantes características del género, en consonancia con Santos (2012). El estilo de la crítica realizada por Gaby Meza y Lara Noguera se puede definir como estético, enfocado en la historia de la obra y de su autor. Alejandro G. Calvo adopta un estilo de crítica expositiva, centrándose más en el director de la obra y en su repercusión social y cultural. Por último, Néstor Betancor realiza una crítica de estilo descriptivo, donde la descripción tiene más espacio que la valoración. Se confirman así los tipos de críticas definidos por Yanes (2004).

La interactividad del público en YouTube está directamente relacionada con el número de visualizaciones de las críticas. Los canales con más

suscriptores suelen recibir tener más visualizaciones y un público más participativo. Además, las críticas de películas populares tienden a generar más interacción. Esto sugiere que la audiencia busca críticas de películas exitosas, lo que hace prevalecer el cine comercial de Hollywood por encima de otras tendencias en el séptimo arte. La presencia de películas españolas es poca y solo se han encontrado críticas sobre ellas en el canal de Lara Noguera, en concreto sobre *Irati* y *Cerdita*.

En cuanto al cuarto objetivo, se concluye que existe una preocupación por utilizar una variedad de recursos gráficos y narrativos, tales como cortes de la película y efectos sonoros que cuidan la puesta en escena del canal y sirven para enriquecer la crítica. Los elementos visuales se usan de forma efectiva. Cada crítico tiene un estilo único de presentación, con diferencias en la forma de dar título a la crítica y en el lenguaje y los recursos visuales empleados. Estos elementos ayudan a mantener el interés de la audiencia y aportan una dimensión adicional a las críticas.

En definitiva, y dando respuesta a nuestra pregunta de partida, la investigación revela que YouTube ha desempeñado un papel significativo en la difusión de la crítica cinematográfica en lengua española, manteniendo las características tradicionales del género. La interactividad del público y las preferencias por películas populares son factores clave en el éxito de los canales de crítica cinematográfica. Los críticos utilizan una amplia variedad de recursos narrativos para enriquecer sus videos y ofrecer una experiencia única a su audiencia. Estos hallazgos demuestran la importancia de YouTube en la evolución de la crítica cinematográfica y su capacidad para llegar a una audiencia global. Ayudan a democratizar el conocimiento y el aprendizaje sobre de la industria cinematográfica y lo hacen accesible y gratuito a cualquier usuario. Además de democratizar el acceso, así se promueve la formación y la educación en este ámbito. Por último, hemos de destacar cómo YouTube favorece la cercanía del crítico con el público a través de un formato audiovisual innovador, lo que enriquece la cultura audiovisual y cinematográfica, sobre todo si tenemos en cuenta la escasa presencia de espacios para la crítica de cine en la televisión tradicional.

## Referencias

- Bamba, M. (2005). A ciber-cinefilia e outras práticas espectatoriais mediadas pela Internet. Intercom. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da comunicação.
- Barrei, S. (1999). Periodismo cultural: crítica y escritura. *Ámbitos*, 2, 46-60. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.1999.i02.04>
- Berlanga Fernández, I., Fernández-Ramírez, L. (2020). Cine e youtubers: nuevas audiencias, nuevas experiencias. *Tsafiqui*, 15, 45-56. <https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v11i15.806>
- Cardoso e Cunha, T. (2004). *Argumentação e crítica*. Minerva.
- Díaz-Lucena, A., Álvarez Monzoncillo, J. y Mora de la Torre, V. (2022). YouTube y el nuevo rumbo de la prensa española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 47-67. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1549>
- Deuze, M. y Prenger, M. (2019). Making media: Production, practices, and professions. En Dueze, M. y Prenger, M. (eds.), *Making media: Production, Practices, and Professions* (pp. 11-28). Amsterdam University Press.
- Del Pozo M. (1970). *En cine y su crítica*. Universidad de Navarra.
- EGM. (2022). Estudio General de Medios, 2ª ola 2023. <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>.
- Establés, M. J., Guerrero-Pico, M. y Contreras-Espinosa, R. S. (2019). Gamers, writers and social media influencers: professionalization processes among teenagers. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 214-236. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1328>

- Esqueda-Verano, L. y Noguera, T. M. (2011). El papel de la crítica cinematográfica en el panorama audiovisual contemporáneo. En Sierra Sánchez, J. y Liberal Ormaechea, S. (coords.), *Reflexiones científicas sobre cine, publicidad y género desde la perspectiva audiovisual* (pp. 89-106). Fragua.
- Faro, J. S. (2012). Jornalismo e crítica da cultura: a urgência da nova identidade. *Revista Fronteiras. Estudos Mediáticos*, 14(3), 192-198. <https://doi.org/10.4013/fem.2012.143.02>
- Freire, A. (2018). *La nueva narrativa transmedia de la generación Google Kids*. UOC.
- Gómez, L. (2016). *Crítica e historia. El periodismo y la crítica en la cultura. Cuaderno de cátedra*. EPC.
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill.
- Iribarren, L. A. (2020) Configuraciones discursivas de la crítica cinematográfica en YouTube. En Tassara, M. y Martínez Mendoza, R. (coords.), *Comunicación mediática, publicidad y digitalidades* (pp. 103-112). IASS.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage.
- Lourenço, J. y Centeno, J. M. (2021). A cobertura jornalística do cinema: géneros e discursos jornalísticos nos media portugueses em 2019. *Media & Jornalismo*, 21(38), 223-239. [https://doi.org/10.14195/2183-5462\\_38\\_11](https://doi.org/10.14195/2183-5462_38_11)
- Mayoral, J. (2013). *Redacción periodística. Medios, géneros y formatos*. Síntesis.
- Morán Torres, E. (1988). *Géneros del periodismo de opinión. Crítica, comentario, columna editorial*. Eúnsa.

- Noguera, M. (2012). El arte de la buena crítica de cine. *Perspectivas del Mundo de la Comunicación*, 72, 6-8.
- Vidal-Mestre, M. y Freire-Sánchez, A. (2022). Creadora, antiheroína y gamer: el triple rol de las nativas digitales en la industria del videojuego y sus redes sociales. En Del Olmo Arriaga, J. L., Ruiz Viñals, C. y Vázquez, M., *Mujeres y redes sociales*. Eúnsa Astrolabio.
- Rodríguez Pastoriza, F. (2006). *Periodismo cultural*. Síntesis.
- Santos Silva, D. (2012). *Cultura & jornalismo cultural: Tendências e desafios no contexto das indústrias culturais e criativas*. Media XXI.
- Santos Silva, D. (2014). A nova dimensão performativa do jornalismo cultural. Contributos do Roteiro e da Review. En Baptista, C. (ed.), *Cultura na Primeira Página: O lugar da Cultura no Jornalismo Contemporâneo* (pp. 37-49). Caderno de Reflexões.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.
- Sedeño Valdellós, M. (2013). Nueva cinefilia: reflexiones sobre la transformación de las prácticas cinéfilas por las nuevas tecnologías de la contemporaneidad. *Razón y Palabra*, 83, 1-13.
- Suárez-Álvarez, R. y García-Jiménez, A. (2021). Centennials en TikTok: tipología de vídeos. Análisis y comparativa España-Gran Bretaña por género, edad y nacionalidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 1-22. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1503>
- Wollmer, M., Weninger, F., Knaup, T., Schuller, B., Sun, C., Sagae, K. y Morency, L.-P. (2013). YouTube movie reviews: Sentiment analysis in an audio-visual context. *IEEE Intelligent Systems*, 28(3), 46-53. <https://doi.org/10.1109/MIS.2013.34>

Yucra-Quispe, L. M., Espinoza-Montoya, C., Núñez-Pacheco, R. y Agueda, I. (2022). De consumidores a prosumidores: la narrativa transmedia en dos juegos móviles para adolescentes y jóvenes. *Revista de Comunicación*, 21(1), 433-450. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A22>

The YouTube Team (2013). YouTube hits a billion monthly users. [YouTube Official Blog], 21 de marzo.

Yanes Mesa, R. (2004). *Géneros periodísticos y géneros anexos*. Fragua.

YouTube. (2023). YouTube Official Blog. <https://blog.youtube/press/>