YouTube

Reporte de Cultura & Tendencias

La nueva ola de la animación

Cómo los animadores independientes en línea
están redefiniendo la industria del entretenimiento

Nuevos showrunners

Una competencia de canto a vida o muerte en un planeta alienígena. Un grupo de personajes atrapados en un mundo virtual de circo gobernado por un maniático líder de IA. Un inframundo en el que el infierno está sobrepoblado y los pecadores deben buscar la rehabilitación para llegar al cielo. Estas son las premisas de solo algunas de las series animadas que se originaron en YouTube en los últimos años y que han tenido un éxito masivo a nivel mundial.

En una época en la que los medios tradicionales están dominados por IPs preexistentes, los animadores independientes digitales son la excepción al crear personajes y relatos originales con comunidades de fans comprometidas, mostrando lo que se necesita para tener éxito en el entretenimiento actual.

61%

de los fans de la animación están de acuerdo en que les gusta ver series animadas creadas por animadores independientes para YouTube, tanto o más que las series creadas por un estudio importante.(1)

(1) Google/SmithGeiger, Encuesta de tendencias de YouTube, México, abril de 2025, n=733 fans de la animación activos en línea entre 14 y 49 años.

Para descubrir cómo los creadores están teniendo éxito con la animación independiente y qué significa esto para el entretenimiento en general, el equipo de Cultura y Tendencias de YouTube investigó tendencias de animación de todo el mundo, entrevistó a creadores destacados y recurrió a SmithGeiger para encuestar a miles de personas sobre cómo interactúan con los videos animados. Se encuestó a personas activas en línea de entre 14 y 49 años.

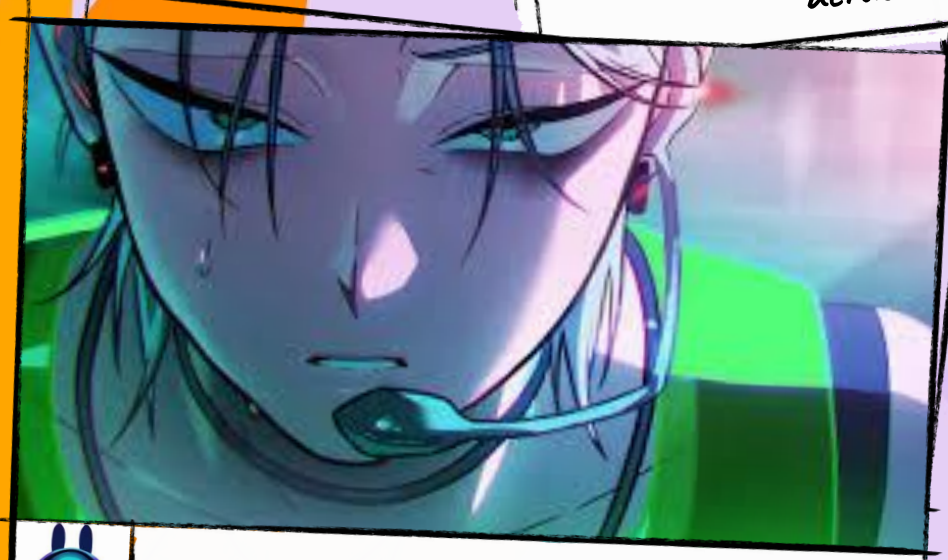


Crecimiento global

Hace unos años, habría sido una novedad ver videos de un programa animado coreano en las listas de videos más populares de YouTube en todo el mundo, desde EE.UU. y México hasta Francia y Japón. Sin embargo, eso es exactamente lo que logró el episodio “Final” de la serie “Alien Stage”, un programa que se estrenó en YouTube, en el 2025. Su éxito representa el tipo de alcance internacional que los creadores de animación están viendo hoy en día en espacios digitales y de forma acelerada.

EN UN ESCENARIO GLOBAL

“Alien Stage” usa un formato reconocido a nivel mundial (el programa de audiciones de supervivencia) para llegar a los fans internacionales y atraerlos.



@VIVINOS 2.9 M de suscriptores

Los videos con “Alien Stage” en el título recibieron más de 330 millones de vistas en 2025, de las cuales más del 90% provinieron de fuera de Corea.(2)

(2) Datos globales de YouTube, del 1 de enero al 15 de septiembre de 2025



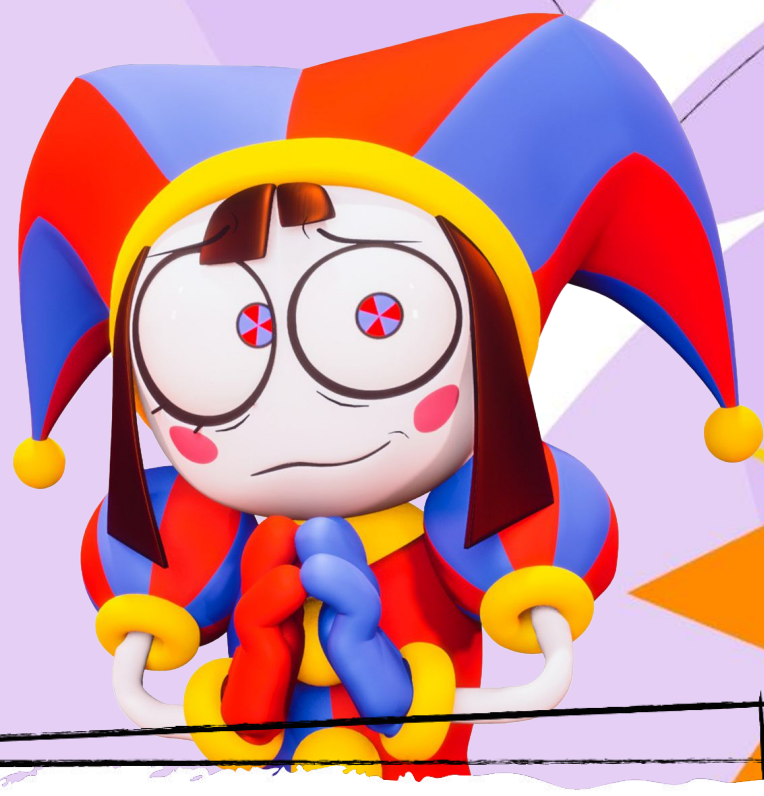
@PrimeVideo 8.9 M de suscriptores

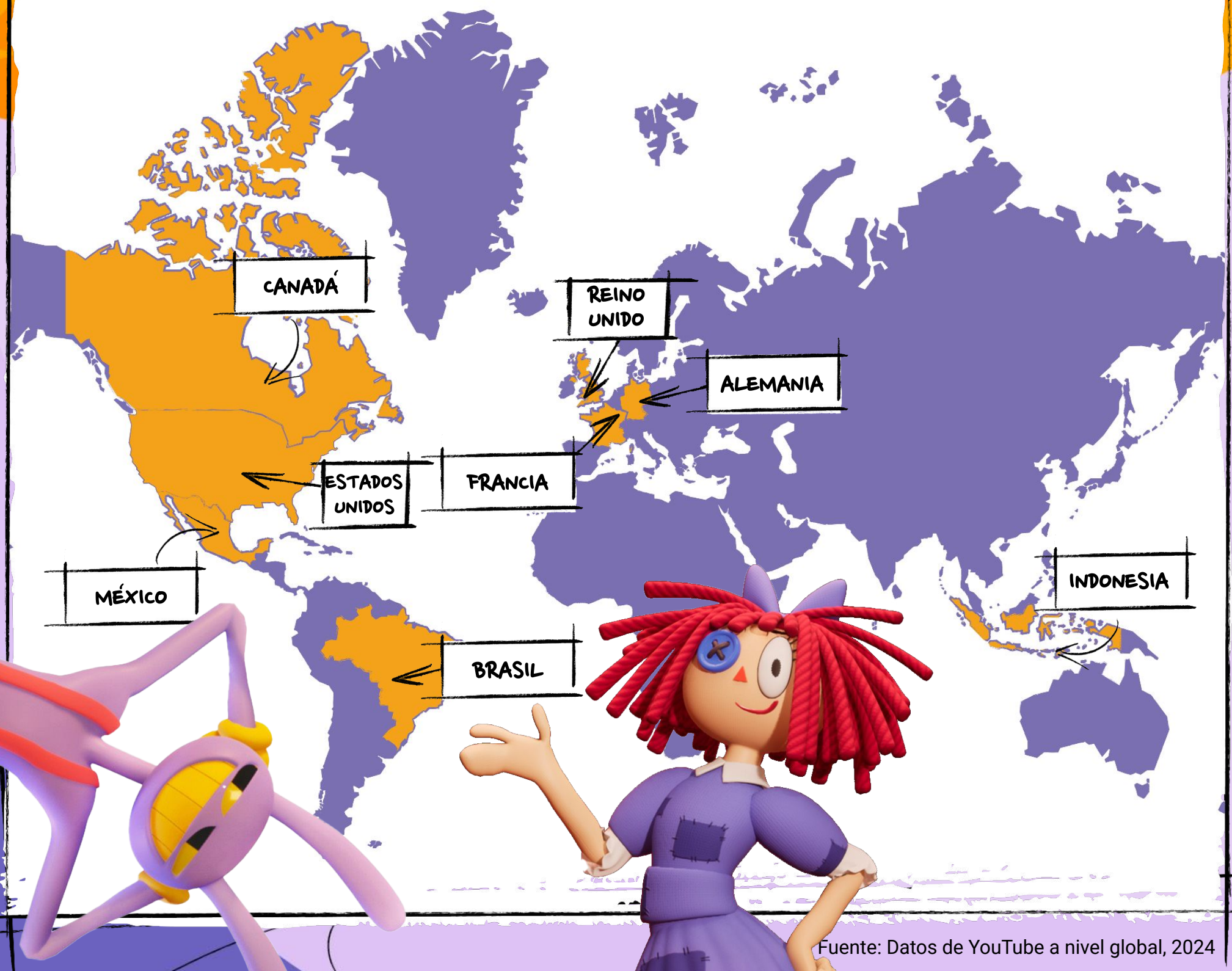
Además, las series de animación digitales no solo están triunfando en una plataforma. Muchas, como “Helluva Boss” y “Murder Drones”, ampliaron su presencia y adoptaron una estrategia de distribución híbrida: mantienen un espacio en YouTube, pero también suben episodios en servicios de alternativos de streaming. El crecimiento multiplataforma de estos programas sugiere lo que el público busca en el entretenimiento: nuevas formas de contar historias y nuevas IP, con personajes interculturales que desafían las convenciones y atraen a una generación que creció en línea.

Un logro global ‘Amazing’

A finales de 2024, después de lanzar solo cuatro episodios, “Amazing Digital Circus” apareció en las listas de temas en tendencia de YouTube en ocho de 12 países.



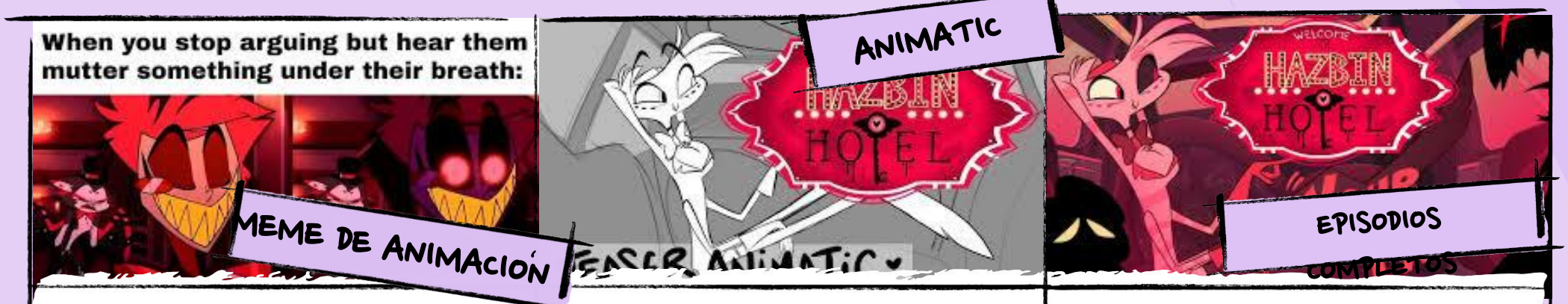




Fuente: Datos de YouTube a nivel global, 2024

Una nueva guía

Los animadores en línea están experimentando con una variedad de formatos de video que permiten una producción más rápida y una mayor participación del público. Si bien algunos de estos formatos reflejan el estado más pulido de las películas animadas convencionales, otros utilizan medios de producción menos costosos. Los videos de animación en YouTube suelen pertenecer a una de estas tres categorías:



Un meme de animación es una animación breve de un personaje, a menudo un OC o personaje original hecho por el creador, que canta o baila con una pieza de audio establecida. Estos memes sirven como una especie de plantilla para otros creadores y están diseñados para adaptarse y modificarse fácilmente.

En la animación tradicional, los animatics sirven como un paso preliminar del guión gráfico en el camino hacia la producción final. En YouTube, los creadores suelen considerar los animatics, que pueden incluir bocetos más toscos, como el producto final.

Para algunos animadores, los episodios individuales sirven como historias independientes, mientras que otros están destinados a medir el interés del público en una serie completa. Estos episodios completos suelen tener una calidad similar a la de un programa o película animada convencional, y a menudo se anuncian con avances o clips.

El 84% de los fans de la animación de entre 14 y 24 años miran memes de animación semanalmente o más. (3)

El 69% de los fans de la animación de entre 14 y 24 años miran animatics semanalmente o más. (4)

El 68% de los fans de la animación miran series animadas creadas para YouTube semanalmente o más. (5)

Los creadores de animación demuestran que el público actual está abierto a una variedad de estándares de producción. Las generaciones más jóvenes, que crecieron mirando varios formatos de video digital y usando apps como Blender y Alight Motion para crear animaciones, no hacen las mismas distinciones que las generaciones anteriores. Esto significa que las marcas y los creadores tienen la libertad de jugar con un espectro de formatos y probar conceptos en el mercado en una etapa más temprana del proceso de desarrollo.

(3)(4)(5) Google/SmithGeiger, Encuesta de tendencias de YouTube, México., abril de 2025, N=379 fans de la animación de la generación Z activos en línea entre 14 y 24 años; N=733 fans de la animación, activos en línea entre 14 y 49 años.

La vuelta al mundo en siete animaciones

Las animaciones innovadoras no se limitan a un solo género, formato o país de origen. Estos son los memes, programas y animaciones que están teniendo éxito en la actualidad.



@SpindleHorse
11.1 M de suscriptores

EE.UU.: "HELLUVA BOSS" (ANIMATICS + SERIE)

Vivienne Medrano, también conocida como Vivziepop, usa animatics en algunos avances y trailers de su programa, lo que les da a más de 11M de suscriptores un vistazo detrás de escena.(6)



@SociedadedaVirtude
691,000 suscriptores

BRASIL: "SOCIEDADE DA VIRTUDE" (SERIE)

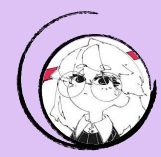
Desde su inicio en 2017, esta serie de comedia negra lanzó una versión en inglés del canal y se extendió a HBO Max y Adult Swim. El canal siguió creciendo y, solo en 2025, obtuvo más de un cuarto de las vistas que acumuló en toda su historia.(7)



@WastedSeries
642,000 suscriptores

ARGENTINA: "WASTED" (SERIE)

La serie argentina "Wasted" se inclina por la comedia negra y las identidades culturales de nicho, dos componentes que ayudaron al canal a superar los 625,000 suscriptores desde su lanzamiento en la primavera de 2024.(8)



@offsrambledegg
619,000 suscriptores

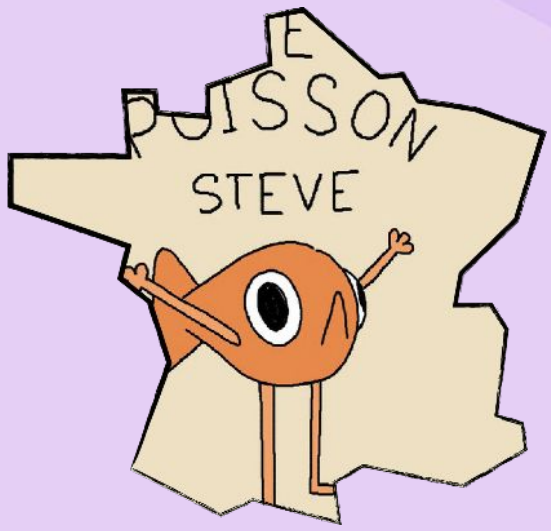
REINO UNIDO: "SMILE" (MEME)

El Short de OFF SCRIPT, en el que un personaje baila
al ritmo del sencillo "Smile" de Lily Allen, recibió más de 5.8 M de vistas y dio inicio a una tendencia de coreografías animadas.(9)



(6) Datos globales de YouTube, del 15 de abril de 2013 al 21 de octubre de 2025
(7) Datos globales de YouTube, del 1 de enero al 29 de septiembre de 2025
(8) Datos globales de YouTube, del 15 de abril de 2024 al 21 de octubre de 2025
(9) Datos globales de YouTube, del 22 de enero al 21 de octubre de 2025

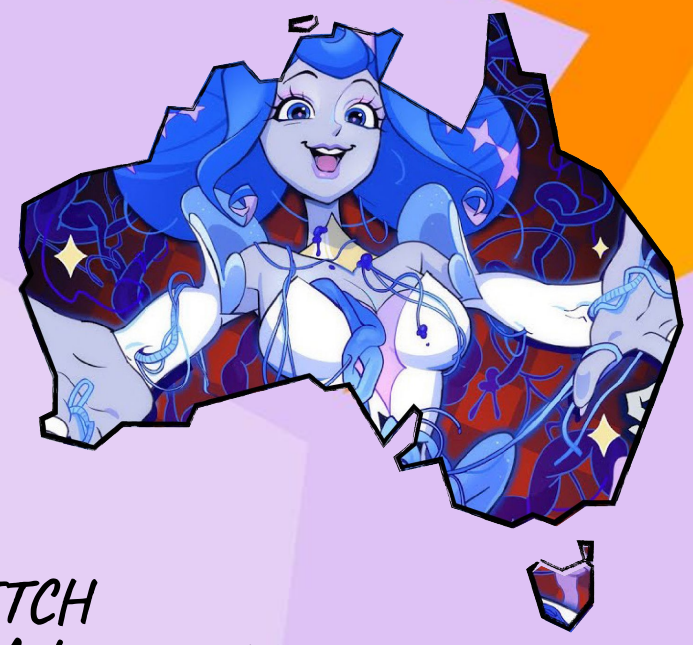
La vuelta al mundo en siete animaciones



@vigzvigz
39,900 suscriptores

FRANCIA: LE POISSON STEVE (MEME)

La animación, junto con una canción bastante pegadiza, creó una comunidad de fans ansiosa por hacer parodias del protagonista, un pez naranja animado. En los primeros 8 meses de 2025, hubo más de 95 millones de vistas de videos con “le poisson steve” en el título. (10)



@GLITCH
20.7M de suscriptores

AUSTRALIA: “KNIGHTS OF GUINEVERE” (SERIE)

El lanzamiento más reciente de Glitch Productions está teniendo un rápido éxito. En los primeros tres días después del lanzamiento, ya había más de 1,400 videos con "Knights of Guinevere" o "knightsofguinevere" en el título, que mostraban reacciones de los fans y animaciones. (12)

JAPÓN: “LEMON MELON COOKIE” (MEME)

La canción de Vocaloid de DJ TAK inspiró varios estilos animados de una tendencia de baile, lo que resultó en más de 14,000 personas usando el audio. (11)



@TAK_DRDR
362,000 suscriptores

Los memes, las series y las animaciones que están teniendo éxito en todo el mundo no siguen una fórmula clásica de narración. Cada uno está trazando su propio rumbo, desde cuentos de ciencia ficción distópicos hasta bailes inspirados en galletas, exhibiendo el tipo de variedad intercultural que atrae a los espectadores de hoy en día.

(10) Datos globales de YouTube, del 1 de enero al 15 de agosto de 2025.
(11) Datos globales de YouTube, del 15 de enero al 30 de septiembre de 2025.
(12) Datos de YouTube a nivel global, del 19 al 21 de enero de 2025.

Avances animados

Los animadores están agrandando sus proyectos con nuevas tecnologías que simplifican el alcance global, al mismo tiempo que emplean nuevos modelos económicos para lanzar series.

DERRIBANDO LAS BARRERAS DEL IDIOMA

Donde el idioma se consideraba un obstáculo para la accesibilidad generalizada, ahora es un beneficio. Las nuevas herramientas de doblaje y traducción automática permitieron que los usuarios de todo el mundo interactúen con videos en otros idiomas. En el proceso, descubren nuevas historias, personajes y creadores con sensibilidades culturales distintas, a menudo diferentes de las suyas y atractivas, en gran parte, por su novedad.

Las series animadas más exitosas aprovechan estas herramientas. Por ejemplo, el episodio piloto de “TADC” incluye subtítulos en 18 idiomas diferentes y pistas de audio alternativas en 21 idiomas. Por su parte, el programa japonés de cyberpunk “Milky Subway” cuenta con doblaje en 10 idiomas diferentes, desde hindi hasta español.



60% de los fans de la animación están de acuerdo en que miran series animadas en idiomas distintos al suyo.(13)

(13) Google/SmithGeiger, Encuesta de tendencias de YouTube, México., abril de 2025, n=733 fans de la animación activos en línea de entre 14 y 49 años.



@milkygalacticuniverse
1.05 M de suscriptores

Avances animados

DERRIBANDO LAS BARRERAS DEL IDIOMA

A medida que crece el interés por interactuar con creadores y artistas virtuales (avatares digitales animados con diferentes personalidades), muchos fans eligen expresar su admiración por estos creadores transformando historias compartidas por VTubers a tráves de transmisiones en vivo, en animaciones propias. Este fenómeno ayudó a que la VTuber japonesa Juufuutei Raden superara el millón de suscriptores.





61% de las personas de entre 14 y 24 años que vieron a un creador virtual en línea están de acuerdo en que es posible sentirse tan conectado con un creador o artista virtual como con uno real. (14)

(14) Google/SmithGeiger, YouTube Trends Survey, México, abril de 2025, n=500 fans de la animación activos en línea de entre 14 y 24 años.

UN NUEVO MODELO DE ESTUDIO

Estudios dirigidos por creadores, como Glitch Productions, demuestran lo que es posible cuando unen fuerzas para brindar a sus pares apoyo monetario, creativo y de marketing para desarrollar nuevos proyectos. Glitch contrata animadores independientes, a menudo obtenidos a través de YouTube, para crear series que se transmiten en su canal, al mismo tiempo que permite que los productores mantengan el control creativo.

La globalización está en el centro del auge de la animación independiente. **Hoy en día, el público está abierto a una mayor accesibilidad lingüística, la adopción de tendencias de origen internacional y creaciones de estudios globales que empoderan al talento en línea.**

STORY

Atractivo para el consumo Next-Gen:

Participación de los fans

La generación actual de adolescentes creció en un mundo en línea que se vio moldeado por el acceso a YouTube y a videojuegos de mundo abierto. Como resultado, tienen un conjunto único de expectativas sobre el entretenimiento. Una de estas es que puedan ser participantes activos y creen contenido que responda y se inspire en lo que miran. Los creadores exitosos de animación reconocen este interés y diseñan para él.



En algunos casos, esto significa producir contenido con el propósito de que los fans puedan convertir en remixes y memes. Por ejemplo, en el primer episodio de “The Amazing Digital Circus”, hay una escena en la que la protagonista, Pomni, abre una serie de puertas que conducen a diferentes habitaciones. Glitch publicó este fotograma en línea, pero cambió la habitación por una pantalla verde, anticipando que los fans lo convertirían en un meme. Esta acción ayudó a difundir orgánicamente el programa desde el día uno.

La participación de los fans también puede ocurrir de forma más espontánea. Vivienne Medrano, la creadora de “Hazbin Hotel” y “Helluva Boss”, convirtió una canción hecha por fans en un video musical. “Si es algo que puede aportar a la serie, me encanta colaborar con los fans que hacen este arte de una manera que puede elevarlo a algo un poco más real”, dice.

A medida que más fans contribuyen a los universos visuales de sus programas favoritos, multiplican el alcance potencial del programa y popularizan a los personajes. Las marcas y los creadores deberían tratar de fomentar las contribuciones de los fans en todas las etapas del proceso de producción.

Atractivo para el consumo Next-Gen:

Financiamento de los fans

Además de apoyarse en sus comunidades para difundir sus creaciones a través de los fans, los creadores de animación también están diversificando sus fuentes de ingresos y usando la financiación de los fans para convertir episodios piloto en series completas. Este es el modelo que siguen las series animadas que se lanzaron primero en YouTube, como “Dungeon Flippers” y “Far-Fetched”, que superaron sus objetivos de recaudación de fondos en Kickstarter.





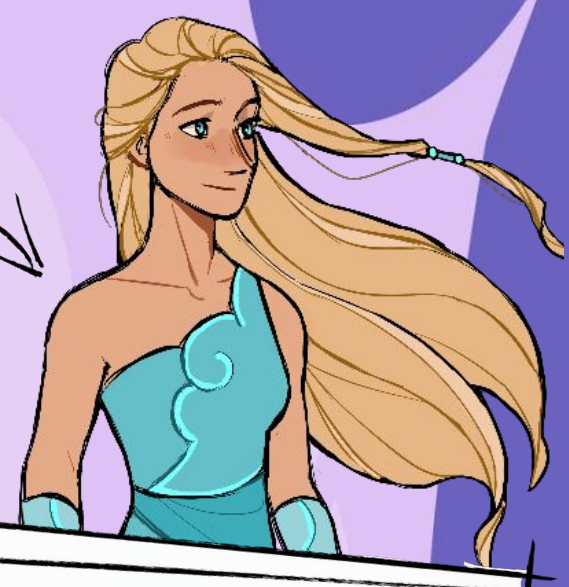
Otras series, como el programa espacial “MonkeyWrench”, que se desarrolla en toda la galaxia, ofrecen beneficios especiales a los miembros de su canal que pagan, como actualizaciones de animaciones cortas entre episodios que brindan una mirada a lo que está por venir.

En un mundo en el que un solo episodio de un programa tiene el poder de impulsar una comunidad de fans, es más fácil para los creadores comenzar a monetizar a través de medios secundarios desde el principio.

En lugar de esperar a ver el rendimiento de un nuevo programa, Glitch Productions apuesta por ellos y lanza productos relacionados para cada uno. “Por lo general, nos gusta convertir cada episodio que lanzamos en un espectáculo o un evento, y a este se vincula algún producto”, dice Kevin Lerdwichagul, cofundador y director general de la empresa. “Cada vez que alguien compra un artículo promocional, se financian más programas y episodios”.

“EPIC: The Musical”

Caso de éxito



Arte de Giulia Toneatto

“EPIC: The Musical”, una adaptación musical de “La Odisea” de Homero, es uno de los mejores ejemplos de un creador que cultiva una comunidad de fans. Los primeros videos del creador Jorge Rivera-Herrans se enfocaron principalmente en desarrollar las canciones del musical, pero rápidamente se dio cuenta de que entre sus usuarios había artistas talentosos que podían darle forma a su identidad visual. Sus contribuciones multiplicaron el impacto del musical: desde que comenzó, los videos relacionados con “EPIC: The Musical” han recibido más de 1,300 millones de vistas. (16)

En los primeros seis meses de 2025, se cargaron más de 4,000 videos relacionados con “EPIC: The Musical” y animatics.(17)

(17) Datos globales de YouTube, del 1 de enero al 30 de junio de 2025



Arte de julsunart

PASO 1

FOMENTAR LA PARTICIPACION DEL PUBLICO

Rivera-Herrans alentó a los fans a subir videos de audiciones y los mantuvo al tanto con actualizaciones sobre el desarrollo y fragmentos de canciones.

PASO 2

INTERACTÚA ACTIVAMENTE CON LOS FANS

Al notar que los fans imaginaban escenas y personajes y los convertían en animatics, Rivera-Herrans reconoció estas creaciones subiendo videos de reacción en su propio canal.

PASO 3

COMISIONAR CONTRIBUCIONES DE FANS

El creador buscó artistas de la comunidad de fans, comisionándolos para crear animatics oficiales para la serie. La fiesta de lanzamiento de la serie transmitida en vivo, presentó estos y se convirtió en su video de formato largo más visto.

(16) Datos de YouTube, Global, del 1 de agosto de 2021 al 4 de octubre de 2025.

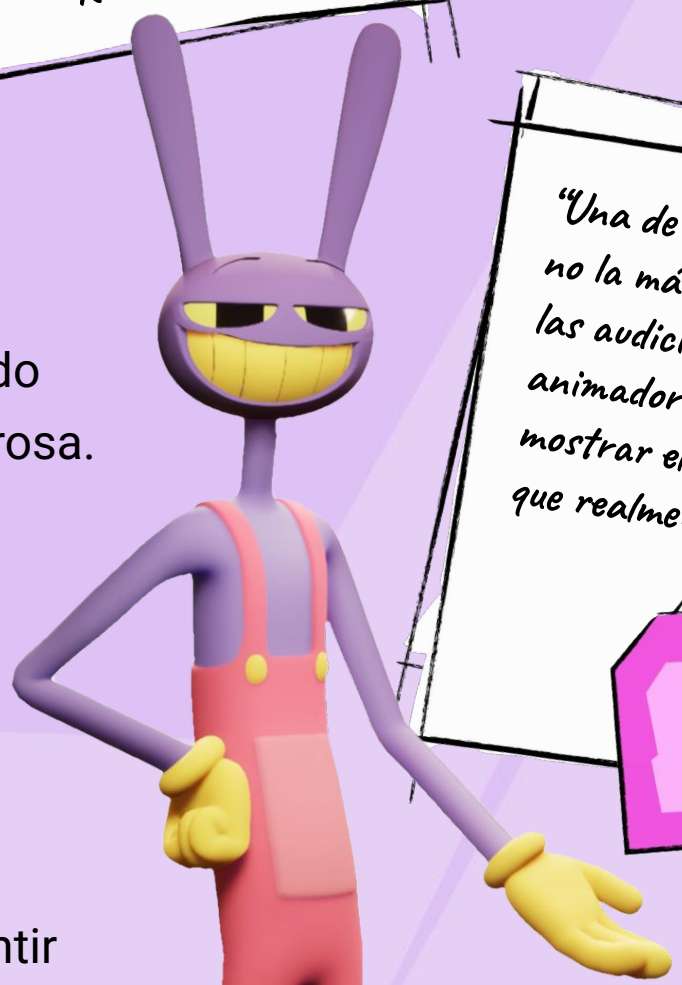
Qué trae el futuro

La creatividad demostrada por los animadores independientes no solo está transformando el ecosistema del entretenimiento en YouTube, sino que ya está cambiando a la industria en general, la cual se apresura a licenciar programas y a trabajar directamente con los creadores. Estos creadores están construyendo un modelo para abrirse paso, uno que muestra cómo sus procesos y métodos pueden ser adoptados e implementados por otros para alcanzar el éxito.

> "En última instancia, mi objetivo principal para la industria a través de todo esto es crear la cultura y la capacidad para que básicamente cualquiera pueda poner sus cosas en línea, conseguir un público, obtener apoyo y que la idea se haga realidad".
>
> Kevin Lerdwichagul

La oportunidad para las marcas y los creadores hoy significa lo siguiente:

1. Busca activamente contribuciones de los fans, tanto de contenido como de monetización.
2. Aprovecha las tendencias, los idiomas y los creadores internacionales
3. Diversifica los formatos de producción



> "Una de las cosas que hacen que EPIC sea especial, si no la más importante, es la comunidad. Hacer todas las audiciones en línea, conseguir todos estos animadores y artistas de animatics de la comunidad y mostrar el proceso durante años... todo eso junto creo que realmente nos ayudó a unirnos como comunidad".
>
> Jorge Rivera-Herrans

Por supuesto, detrás de todo esto hay una historia poderosa. Aunque las tecnologías evolucionen y los métodos de distribución cambien, los usuarios quieren narrativas nuevas con las que conectarse y personajes que puedan sentir como propios. La próxima ola de nuevas propiedades intelectuales comienza aquí.

YouTube