

# Youtube enfrenta un exitoso «problema»: el tipo de video que analizan eliminar de la plataforma

07/09/2023



**YouTube tiene en sus «Shorts» uno de los formatos más utilizados** por los creadores de contenido, así también como el empleado por los usuarios. Tal es el impacto que tienen los clips en formato vertical que algunos mandos de la compañía **temen que les saque el protagonismo a los videos con el formato largo**, el clásico de la plataforma.

Además, hay un punto destacado en la preocupación y es que **los videos largos son los que más dinero generan para la plataforma como para los autores**. Ante esta amenaza para el producto principal, los directivos de la firma debaten qué hacer con el tipo de contenido que se asemeja a los TikToks.


✘ *YouTube estudia qué hacer con los shorts. Foto: Unsplash*

Según los datos que entregó YouTube en los primeros días de agosto, **los «Shorts» tienen más de 2.000 millones de visitas de usuarios registrados por mes.** La particularidad del formato es que son de corta duración y son grabados o publicados en formato vertical.

Financial Times publicó una versión que hace foco en lo dicho por fuentes familiarizadas con la plataforma. Allí, mencionaron que las últimas reuniones estratégicas que se desarrolló en YouTube **tuvieron como centro el debate de ideas en base al crecimiento de la audiencia de «Shorts» que a su vez impacta en la baja de los usuarios que observan videos largos.**

Está claro que otras redes sociales apuestan por un formato similar a los videos cortos. Ya sea TikTok, líder en audiencias, como Instagram y Facebook con los «reels», **encontraron un importante tráfico de usuarios que optan por ver videoclips de menor duración que los que aparecen en YouTube en su formato tradicional.**

Fuente – Canal 26

 ***YouTube Shorts, el exitoso problema de la plataforma. Foto: Youtube.***

Una ventaja que aparece para los contenidos del tipo de «Shorts» es que, al tener el mismo formato vertical y breve, **permite que el mismo archivo se comparta en diversas redes sociales con mayor facilidad.** Un dato revelado por el personal de la plataforma indica que, más allá de los gustos de los usuarios, los creadores también optan por los clips cortos ya que las marcas se verían más destacadas en poco tiempo.

El lado negativo para **YouTube** es que el video extenso permite ingresar varias publicidades en una misma publicación, algo que no ocurre con los «Shorts». Las estadísticas que maneja la

plataforma indica que **los clips largos obtienen un mayor porcentaje de clicks en anuncios publicitarios**, algo que genera ganancias tanto para la empresa como para los que deciden publicitar allí.