

YouTube imita a Instagram y TikTok: la nueva actualización que ayudará a los creadores de contenido

28/03/2025



La plataforma de videos de **Google, YouTube**, continúa adaptándose a las tendencias globales de consumo de contenido breve. En esta ocasión, la compañía anunció una serie de cambios en la manera en que se contabilizan las visualizaciones de los **Shorts**, su alternativa a los populares **TikToks** y Reels de **Instagram**.

La modificación, que **entrará en vigor este 31 de marzo**, sigue el modelo de métricas ya utilizado por Instagram y TikTok, plataformas con las que YouTube ha tenido que competir en los últimos años.

El cambio principal consiste en la forma en que se contabilizan las **visualizaciones de los videos breves**. Hasta ahora, **YouTube** solo registraba una visualización cuando un

usuario mantenía el video en reproducción durante un tiempo específico.

Con el nuevo sistema, **el conteo de visualizaciones comenzará tan pronto como el video sea reproducido**, independientemente de su duración. Este cambio se alinea con el sistema de medición que ya emplean otras plataformas de contenido de formato corto, como **Instagram y TikTok**.

El objetivo de esta actualización es claro: **aumentar las estadísticas de visualización de los Shorts** y hacer que los creadores de contenido en **YouTube** sean más competitivos frente a los de otras plataformas.

✖ *Nueva función en YouTube Shorts. Foto: Unsplash.*

Aunque la plataforma señaló que las políticas de monetización no se verán afectadas, la nueva métrica ofrecerá a los creadores una **visión más clara y detallada sobre el rendimiento de sus contenidos**. Esta información será útil para orientar mejor sus estrategias de contenido, así como para presentar su trabajo a posibles marcas o agencias que buscan colaboraciones.

Google expresó que este cambio proporcionará una «**visión más completa**» **del alcance general de los creadores**, especialmente a aquellos que publican contenido en múltiples plataformas. Con una mejor visibilidad en los números de sus Shorts, los creadores **podrán aumentar sus oportunidades de monetización** y conseguir un mayor respaldo comercial.

contenido?

Aunque el nuevo sistema de conteo de visualizaciones parece diseñado para mejorar la competitividad de YouTube frente a sus rivales, también podría representar una oportunidad para que los creadores atraigan más atención hacia sus videos y **crezcan en la plataforma**.

De acuerdo con el sitio web de noticias de tecnología estadounidense ***The Verge***, el nuevo sistema busca **unificar las métricas** de YouTube con las de TikTok e Instagram, lo que, a su vez, puede hacer que las estadísticas sean más atractivas para las marcas que buscan llegar a audiencias más amplias.

Sin embargo, YouTube no descarta el valor de la métrica anterior. Los creadores aún podrán acceder a los datos de «**visualizaciones con interacción**», una opción que continuará disponible en el panel de análisis. Esto les permitirá seguir midiendo el rendimiento de sus videos según el método tradicional y compararlo con las nuevas métricas.

Fuente: TN