

# YouTube anuncia la monetización de Shorts

YouTube ha anunciado el nuevo programa de monetización que pondrá a disposición de los creadores de contenido que optarán por el formato de vídeo corto denominado Short, y la herramienta con la que resuelve los problemas con las licencias musicales.

La compañía lanzó en 2007 el Programa para Partners de YouTube (YPP) con el que compartió sus ingresos con los creadores de contenido y les permitió ganar dinero con su trabajo. En los tres últimos años, YouTube ha pagado más de 50.000 millones de dólares (unos 50.434 millones de euros) a creadores, artistas y empresas de contenido multimedia.

Este programa se ha ampliado para ofrecer diez métodos de monetización, y desde principios de 2023 admitirá el formato Shorts, siempre que los creadores y artistas superan un umbral de mil suscriptores y 10 millones de visualizaciones de Shorts en un periodo de 90 días.

YPP también incorporará un nuevo nivel con requisitos reducidos, que presentará a los creadores «que se encuentran en una etapa más temprana de su trayectoria en YouTube» funciones de Financiación por Fans, como Super Thanks, Super Chat, Super Stickers y Miembros del canal, independientemente del formato que utilicen.

Aparte de estas novedades, la compañía ha aclarado que sus «criterios actuales no van a cambiar», es decir, los creadores de contenido podrán solicitar formar parte del YPP cuando alcancen mil suscriptores horas y 4.000 de visualización, como detallado el vicepresidente de Productos de Creadores de YouTube, Amjad Hanif, en un comunicado.

## MONETIZACIÓN DE CORTOS

Los vídeos de formato corto han crecido en popularidad en YouTube, donde ya tienen más de 30.000 millones de visualizaciones diarias y 1.500 millones de usuarios conectados cada mes. Para apoyar a los creadores que apuestan por este formato, han anunciado un Fondo de Shorts temporal.

El reparto de ingresos de Shorts se basará en los anuncios que se mostrarán entre los vídeos en el 'feed' de Shorts. «Los ingresos que se obtienen cada mes con estos anuncios se irán

acumulando y se utilizarán para recompensar a los creadores de Shorts y ayudarles a cubrir los costes de las licencias musicales», explica el directivo.

Los creadores se quedarán con el 45 por ciento de los ingresos de la suma total asignada a ellos. Este reparto se realizará en función del número de visualizaciones de Shorts de cada creador con respecto al total de visualizaciones, independientemente de que utilicen música o no en sus vídeos.

«En lugar de un fondo fijo, queremos reforzar nuestro compromiso con el modelo de reparto de ingresos que ha impulsado la economía de los creadores y les ha permitido sacar partido del éxito de la plataforma», ha expresado Hanif.

Asimismo, YouTube va a iniciar la beta de Super Thanks para Shorts, una herramienta que permite a los creadores pueden interactuar con sus seguidores a través de comentarios de Super Thanks que estos compran y quedan fijados en la sección de comentarios. Y planean vincular las marcas con los creadores de Shorts dentro de YouTube BrandConnect.

## **LICENCIAS MUSICALES**

Por otro lado, y para resolver el problema de las licencias musicales, YouTube ha anunciado que redefinirá la forma de añadir música a los vídeos de los creadores. Para ello, ha implementado Creator Music dentro de YouTube Studio

Esta herramienta da acceso a los creadores a un catálogo de canciones para sus vídeos de formato largo. Actualmente se encuentra en versión beta en Estados Unidos y llegará a más países en 2023.

«Los creadores podrán comprar licencias musicales de alta calidad y asequibles sin que ello afecte a su capacidad de monetización. Obtendrán el mismo porcentaje de ingresos que en los vídeos sin música», asegura la compañía. Además, los creadores que no quieran pagar por una licencia podrán utilizar canciones y compartir sus ingresos con el artista de la canción y los titulares de derechos asociados.

Con información de [PortalTic](#)