

Youtube se lanza a la caza de plataformas de videos cortos

La gerencia de YouTube dio a conocer la disponibilidad de un fondo de 100 millones de dólares para pagar a los creadores de contenido que realicen videos exitosos en su nueva característica de videos cortos «Shorts», en momentos en que la plataforma busca atraer a más usuarios influyentes.

«El fondo se lanzará en los próximos meses y pagará a los creadores este año y en 2022», dijo YouTube.

La inversión se da en momentos en que las plataformas compiten por atraer a jóvenes creadores que están construyendo una enorme base de seguidores -y un potencial de grandes ganancias- al filmar rutinas cortas de comedia y baile.

La aplicación TikTok inició la tendencia de videos cortos virales y fue copiada rápidamente por otros, como «Reels» de Instagram -propiedad de Facebook-, «Spotlight» de Snapchat y «Shorts» de YouTube.

La plataforma de videos en internet dijo que el nuevo fondo pagará cada mes a miles de creadores cuyos videos atraigan a la mayor cantidad de espectadores en «Shorts».

YouTube agregó que comenzará a probar la incorporación de publicidad en «Shorts».

A medida que aumenta la competencia en el mercado de funciones de videos cortos, las plataformas han usado fondos para creadores como una forma de atraer a más usuarios.

TikTok lanzó un fondo para creadores en julio y posteriormente aumentó su financiamiento a 1.000 millones de dólares en Estados Unidos en tres años. Snap reparte 1 millón de dólares al día entre los usuarios que publican contenido destacado en Spotlight.

Con información de Reuters