Pon un vídeo en tu vida

Más de mil millones de usuarios únicos visitan cada mes YouTube, el portal de vídeos más famoso del mundo, que en menos de ocho años –surgió en febrero del año 2005– se ha convertido en el mayor escaparate audiovisual del mundo.

Y es que de vivir en una cultura audiovisual pasiva, en la que el espectador se sentaba delante de un televisor y como mucho tenía una oferta de varias decenas de canales de televisión, la llegada de YouTube ha propiciado la aparición de un espectador activo por dos razones. La primera es la posibilidad de buscar miles de vídeos entre una ingente cantidad de contenidos de todo tipo. La segunda es que muchos de esos espectadores se lanzaron ellos mismos a crear contenidos.

Y las cifras que ofrece YouTube dan buena prueba de ello. Cada mes se reproducen más de 6.000 millones de horas de vídeo en YouTube: casi una hora por cada persona del mundo y un 50% más que el año pasado. Otra cifra: cada minuto se suben 100 horas de vídeo sólo a este portal. Según datos de Nielsen, la empresa de medición de audiencias, YouTube llega a

más adultos de Estados Unidos de edades comprendidas entre los 18 y los 34 años que cualquier televisión por cable.

YouTube no fue el primero en inventar esta fórmula, ya que otros portales de vídeo como Vimeo habían nacido un año antes, pero su adquisición por Google en el año 2006 le ha dado una posición de liderazgo en este sector.

El fenómeno de visualizar vídeos más allá del televisor y en todo tipo de pantallas, desde la del ordenador a la del *smartphone*, sin olvidar las tabletas, ha propiciado una auténtica revolución en el sector audiovisual. La mitad del tráfico que genera internet tiene que ver con vídeos.

La aparición de estas páginas ha conseguido que el vídeo se convierta en una de las herramientas de marketing y promoción para una empresa más utilizada en la actualidad. No obstante, un estudio reciente publicado en el blog *hollybyte* destaca que los usuarios son un 64% más propensos a comprar tras ver un vídeo. Y otro dato aportado: el 52% de los consumidores aseguran que ver vídeos sobre productos refuerza su decisión de compra.

No es la única razón para editar vídeos. La difusión de la ciencia y la tecnología ha encontrado en el vídeo un auténtico aliado. Universidades de todo el mundo utilizan el vídeo como una manera de atraer estudiantes o de ofrecer contenidos educativos y formativos a sus estudiantes. Un caso cercano y espectacular es el canal creado por el profesor de la Universidad Politécnica de Cartagena, **Juan Medina**, en el que se puede encontrar la manera de resolver miles de fórmulas matemáticas y que ha conseguido la espectacular cifra de 34 millones de reproducciones (***www.youtube.com/user/juanmemol***).

Otro ejemplo de utilización es el que ha hecho la incubadora Cloud Incubator Hub, que desde que se creó hace ahora dos años ha subido a su canal (***www.youtube.com/user/CloudIncubatorHub***) casi medio centenar de vídeos en el que se pueden ver las actividades, cursos y presentaciones que ha realizado.

En definitiva, el vídeo se ha convertido en el contenido al que más tiempo dedican los internautas de todo el mundo.

Pedro García Raja
▸ director de Digital Dos Comunicación