

Plataformas y Redes sociales: YouTube

Hebe Amicarelli; Natalí Lambert Cordero

CAECE, Argentina

hebe_ami937@hotmail.com; natus_lambert@hotmail.com

Innovación Tecnológica en las Organizaciones

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo investigar sobre una plataforma digital y realizar una descripción sobre la misma. Se comenzará presentando a la plataforma, con sus características propias como así también la cantidad de usuarios que la utilizan en el mundo y en nuestro país, y el modo de utilización que se la da. YouTube es una plataforma que brinda videos informativos, históricos, culturales como también ofrece películas, documentales, etc. Actualmente centenares de marcas utilizan YouTube para publicitar su marca, utilizando diversos modelos de publicidad. Entre la diversidad de marcas que se pueden hallar en YouTube, hay casos particulares que se transformaron en casos exitosos, como el cortometraje “ConexiónReal” protagonizado por Guillermo y Nicolás Francella, el cual comenzó a transmitirse por YouTube y luego a ser seleccionado para participar en el Festival de Cannes.

Palabras clave: tecnología, plataforma, usuarios, marcas.

Introducción

Para la realización del presente trabajo, se realizará una búsqueda de información en diversos sitios web, los cuales nos brindaran información para emprender dicho trabajo de investigación. Además el objetivo como equipo de trabajo es conocer la importancia que tienen las tecnologías de información para las Relaciones Públicas como también para el área de Publicidad. Todo Licenciado en Relaciones Públicas deberá comenzar a visualizar escenarios en los que los medios sociales se vuelven una ventaja para comunicar a sus clientes con su mercado. Para la Publicidad las tecnologías de información son fundamentales a la hora de promocionar una marca, ya que tienen un alcance masivo, sin generar grandes costos.

Desarrollo

YouTube es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir videos. Aloja una variedad de clips de películas, programas de televisión y videos musicales, así como contenidos amateur como videoblogs. A pesar de las reglas de YouTube contra subir videos con todos los derechos reservados, este material existe en abundancia.

Fue creado por tres antiguos empleados de PayPal (empresa que pertenece al sector del comercio electrónico) el 14 de febrero de 2005. En el 2006 YouTube fue adquirido por Google Inc. a cambio de 1650 millones de

dólares¹ y ahora opera como una de sus filiales. Actualmente es el sitio web de su tipo más utilizado en internet.

YouTube usa un reproductor en línea basado en HTML5, que YouTube incorporó poco después de que la W3C lo presentara y que es soportado por los navegadores web más difundidos. Antiguamente su reproductor funcionaba con Adobe Flash, pero esta herramienta fue desechada en 2016. Los enlaces a videos de YouTube pueden ser también insertados en blogs y sitios electrónicos personales incrustando cierto código HTML.

El sitio YouTube tiene como idioma predeterminado el inglés, pero está disponible en 54 idiomas más.²

Actualmente YouTube cuenta con más de mil millones de usuarios (casi un tercio de las personas conectadas a Internet), que miran cientos de millones de horas de videos en YouTube y generan miles de millones de visitas todos los días en todo el mundo.³

YouTube en general, e incluso solo YouTube para dispositivos móviles, llega a más adultos de 18 a 34 años y de 18 a 49 años que cualquier proveedor de televisión por cable.⁴

Uno de los países que lidera el ranking de usuarios de Youtube es Argentina, ya que el 89,6% de los internautas argentinos tiene participación en el canal de videos.⁵

En sus comienzos, quienes eran visitantes frecuentes de Youtube eran personas mayores

a los 30 años, que buscaban videos musicales como también películas. Actualmente, los usuarios que más visitan el canal de videos rondan entre los 15 y 25 años.

YouTube ha tenido un gran impacto en la cultura popular. El sitio se convirtió en un medio de difusión tan popular para la difusión de fenómenos de Internet de todo tipo que incluso ha sido utilizado por importantes personalidades como Tony Blair, quien publicó allí su mensaje de felicitación al presidente de Francia, Nicolas Sarkozy, cuando éste resultó elegido. El sitio es también un medio de promoción para artistas y políticos en campaña electoral que cuentan con un espacio o canal (*channel*) propio; tal es el caso de *Citizen Tube*, un espacio donde los políticos en campaña para las elecciones de Estados Unidos exponen en blogs de video sus propuestas y comentarios. De igual manera, la Comisión Europea puso en marcha un espacio dentro de YouTube para comunicarse con los ciudadanos.⁶

Proceso de implementación de la innovación

Luego de que la empresa Nike en octubre del 2006, colocara un *spot* protagonizado por Ronaldinho, grandes compañías empezaron a sentirse atraídas por YouTube.⁷

A partir del año 2011 se comenzó el proyecto "YouTube Partner", el cual consiste en otorgar ingresos reales por medio de Google AdSense o "networks" que son empresas que

¹http://usatoday30.usatoday.com/tech/news/2006-10-11-youtube-karim_x.htm

²<http://imgur.com/5or6g6B>

³<http://www.californiachronicle.com/articles/view/>

⁴http://tn.com.ar/tecno/f5/los-argentinos-lideran-el-ranking-de-usuarios-de-youtube_076689

⁵ Idem nota anterior

⁶<http://news.google.es/news/url?sa=T&ct=es/2-0&fd=R&url=http://www.lavanguardia.es/lv24h/20070629/51368870965.html&cid=1155041801&ei=ux-KRvmXFoP20QG-qpSqDA>

⁷ <http://content.time.com/time/magazine/article/html>

pagan los usuarios con mayor audiencia de YouTube, referidos como *YouTubers*. Sólo empresas de medios con domicilio en Estados Unidos con representación en YouTube son candidatos para ser networks. Ésta característica ha permitido que las empresas de medios y usuarios independientes que reciben grandes cantidades de reproducciones sean capaces de recibir un ingreso económico, con el fin de mejorar la calidad del trabajo.

A los que forman parte de este contrato se les da la opción de incluir anuncios en el vídeo, con la finalidad de obtener ingresos por parte de los anunciantes que invierten por publicidad dentro de los vídeos almacenados en esta página web.

Actualmente cada vez son más las marcas que utilizan YouTube para distribuir el contenido de la marca personal o comercial. Pocas son las marcas que conocen la visión y todas las herramientas que brinda YouTube, por ende la empresa se focalizan en la realización de diversos encuentros con empresas o YouTubers para aprovechar y explotar el potencial de YouTube.

Cabe destacar que el tiempo promedio que un usuario dura consumiendo contenido de videos en YouTube, es mucho mayor que lo que dura leyendo una publicación de Facebook o Twitter. Esto demuestra cierta ventaja para las marcas que se apoyan en YouTube. Además, la utilización de YouTube es fácil y práctica ya que el contenido en YouTube carga con mayor velocidad que los videos compartidos en redes sociales.

Una marca utiliza YouTube para distribuir contenido propio en video, y existen diversas maneras de que las marcas compartan contenido propio en esta red.

El streaming es una de las opciones que YouTube brinda para transmitir contenidos en vivo, en conexión con sus perfiles pero las marcas no saben aprovecharla. Comúnmente se utiliza para eventos, lanzamientos como así también para conferencias.⁸

YouTube como fuentes de contenido para marcas es otra de las maneras en que la marca comparte su contenido. Más allá de que el contenido no sea de tu marca, en YouTube se encuentran videos útiles para la audiencia.

Otra manera que las marcas pueden compartir contenido es utilizando la publicidad directa de marcas en YouTube llamado TrueView InStream Preroll y Banners display. La misma permite que la marca coloque anuncios de imágenes, textos o videos en YouTube. Dicha modalidad muchas veces resulta intolerable porque aparece al comienzo del video. Las marcas podrían aprovechar este modelo de publicidad porque estas pueden realizar anuncios de tipo display, apareciendo la imagen superpuesta en la sección inferior o lateral derecho del video.

Una última manera en que las marcas pueden compartir su contenido es a través del apoyo de influencers, ya sean bloggers (cualquier persona que podría decirse que se dedica a desarrollar un blog con interés de comunicar algo, o ser simplemente apasionados), tuiteros (quien es miembro de una aplicación gratuita de microblogging que reúne las ventajas de blogs, redes sociales y mensajería instantánea permitiéndoles estar en contacto en tiempo real con personas de su interés a través de breves mensajes de textos o tweets) o instagrammers (usuarios que comparten lo que ven a través de Instagram), que

⁸<http://dalealaweb.com/2014/09/youtube-marcas-uso-potencial-ejemplos/>

comparten mensajes para promocionar la marca, siendo el influencers quien se vista con la marca o simplemente hable sobre la marca. Lo primordial es que esa persona tenga presencia en YouTube y que tenga una numerosa cantidad de visitas, y haya realizado interacciones en diversos videos.

Toda marca al utilizar YouTube, elabora un video el cual se sube al canal y luego se comparte en Facebook, Twitter, etc. Dentro del contenido de marcas en YouTube, se puede encontrar el típico comercial que la marca transmite por televisión y que también lo comparte en YouTube. También la marca puede crear toda una lista de reproducciones de sus comerciales desde sus comienzos hasta la actualidad.

Resultados

YouTube tiene una herramienta llamada Analytics la cual facilita evaluar el rendimiento del video, por la cantidad de vistos que ha tenido.

Un caso de una marca que se considere éxito en YouTube fue el cortometraje dirigido por José Cicala y Nicolás Cuño, protagonizado por Guillermo y Nicolás Francella. El cortometraje realizado en campaña de la marca de indumentaria Key Biscayne tiene como objetivo, despertar la conciencia sobre el uso responsable de la tecnología. La idea principal de la realización del cortometraje surge del director cuando detecta que había “interferencias tecnológicas con las cuales ya se había acostumbrado a convivir y no era consciente de las situaciones que se estaba perdiendo por estar conectado a la tecnología” explica Nicolás Cuño.

Por ende decidió modificar hábitos para vivir mejor, es decir, usar la tecnología de forma tal de beneficiarse y no tenerla en contra. José Cicala toma el compromiso de contratar a un padre e hijo a protagonizar el cortometraje titulado “ConexiónReal” para hacer reflexionar sobre la naturalización del desencuentro, el ensimismamiento y el autismo social que ocasiona el mal uso de la tecnología.

“ConexiónReal” fue difundido en un principio a través de la plataforma YouTube, con la idea de llegar a los consumidores de la marca y conseguir nuevos clientes. El detalle que no deja de ser mínimo, es que se viralizó el cortometraje por YouTube, y hace meses ha sido seleccionado para proyectarse en la sección Blood Window en el Festival de Cannes, por lo tanto es considerado un caso de éxito para YouTube.⁹

Conclusiones o discusión abierta

Al concluir con el desarrollo trabajo tomamos consciencia sobre la importancia y la utilización acerca de la plataforma digital YouTube, siendo conocida en el mundo entero, permitiendo sin ningún tipo de dificultad conocer culturas, idiomas, tradiciones, simplemente clickeando sobre el link y poder conocer de forma digital, a través de YouTube. Más allá del uso didáctico que ofrece YouTube, actualmente es utilizado por empresas para mantenerse conectadas más allá de la distancia física que las separe. Las tecnologías de información, si son bien utilizadas, beneficiarán a la empresa o a la persona que se publicite, en caso contrario,

⁹<https://loqueva.com/conexion-real-corto-key-biscayne-francella/>

afectará totalmente produciéndose así, una quiebra en la empresa de la marca.

Referencias

<http://dalealaweb.com/2014/09/youtube-marcas-uso-potencial-ejemplos/>

<https://loqueva.com/conexion-real-corto-key-biscayne-francella/>

https://support.google.com/displayspecs/?topic=4588474&_ga=1.104229120.1460085635.1473445302#topic=4588474

http://tn.com.ar/tecno/f5/los-argentinos-lideran-el-ranking-de-usuarios-de-youtube_076689

<https://www.youtube.com/yt/advertise/es-419/index.html>