

En el 2004, Jawed Karim y sus colegas Chad Hurley y Steve Chen se frustraron al buscar, sin éxito, algún tipo de documentación en video de dos acontecimientos que marcaron ese año, aunque de maneras muy distintas: el tsunami del océano Índico y el incidente que tuvo la cantante Janet Jackson con su vestimenta en el *show* de medio tiempo que ella y Justin Timberlake compartieron en el súper tazón.

Inspirados por sus propias necesidades comienzan a trabajar, en la cochera de una oficina, en un proyecto revolucionario, sin saber el alcance que lograrían. Un proyecto que cambiaría el mundo para siempre: YouTube.

La plataforma de videos llegó a las manos y ojos del público en 2005. Para el año siguiente el proyecto ya había adquirido tanto furor (65 mil nuevos videos agregados y 100 millones de videos vistos al mes) que los visionarios recibieron 1.6 miles de millones de dólares al realizar la enajenación de su empresa de cochera con Google.

Al siguiente año YouTube introdujo la posibilidad de añadir comerciales a los videos y así nació la ahora famosa “monetización”, a través de la cual se le presenta a las marcas la posibilidad de ser expuestas al creciente *rating* de la página, pero lo más revolucionario es que se le comenzó a dar la oportunidad



Foto: opinion.com.bo

Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, los creadores de YouTube.

a los generadores de contenido de vivir sólo de hacer videos. Fue esto, en gran parte, lo que marcó el punto sin retorno de la plataforma; con la opción de ganar más dinero entre más visitantes tuvieran sus canales, los autores comenzaron a producir videos cada vez más atrayentes y entretenidos. De ahí el crecimiento fue exponencial.

Los comerciales en Youtube tienen 84 por ciento más posibilidad de mantener la atención del espectador que en la televisión. Además, en ocasiones se les paga a los creadores por realizar reseñas para dar a conocer productos. Más de 50 mil años de reseñas de diversos artículos han sido vistos en dispositivos móviles en los últimos dos años.

ALCANCES

Actualmente YouTube es el segundo buscador más grande del mundo, y el segundo sitio de Internet más transitado. Además, cada hora se suben 400 horas de contenido, se ven colectivamente más de 46 mil años de material por año y tiene aproximadamente 1.9 mil millones de usuarios mensuales activos inscritos en la página. Más del 70 por ciento de lo que se ve en esta plataforma es desde un dispositivo móvil y está disponible en más de 91 países y en 80 lenguajes diferentes.

La red social llegó para cambiar el punto de vista de las generaciones de jóvenes y para revolucionar el entretenimiento, la educación, la política, la economía, el periodismo y la cultura mundial en general. Sin embargo, es muy debatido qué tanto bien y qué tanto mal ha traído para la gente, sobre todo para las mentes jóvenes, es decir, para el futuro del planeta.

YouTube es reconocido en muchos casos por su contenido “basura” y por ser de las plataformas en las que los usuarios son más agresivos en los comentarios. Así como por su cultura de la “cancelación” (cuando algún creador hace algo que a sus seguidores no les parece y es linchado en línea por medio de comentarios) y del drama o ataques que se dan entre autores. Todo esto se ha vuelto parte fundamental de lo que



YouTube Space, en Nueva York, donde veteranos y novatos youtubers se reúnen para crear nuevo contenido. Foto: EFE