

“Lo subí una noche y a los tres días tenía millones de visitas”, recuerda protagonista del hit “Adiós tía Paty”

Ranking: los 10 videos chilenos más vistos en los 20 años de YouTube

Top ten: videos chilenos en YouTube

“Reflejan esa idiosincrasia y picardía nacional que no llegaba a la televisión tradicional”, comenta doctor en comunicación.

Nombre del video en YouTube	Total de visualizaciones a la fecha	¿Cuándo fue subido a YouTube?
1. ¡Papá bájame!	14.308.959	18 de octubre de 2008
2. Adiós tía Paty, adiós tía Lela	8.840.961	24 de noviembre de 2012
3. Papá, me están Estafandooo	4.223.158	21 de julio de 2014
4. 42 frases del Censo	4.210.724	9 de abril de 2012
5. La Junta, el Jordan 23	4.182.983	26 de mayo de 2022
6. Di la verdad Rosa	3.332.245	28 de febrero de 2013
7. Mario, el niño vendedor de Cartagena	1.441.895	28 de julio de 2017
8. El perro que roba empanadas	1.064.378	12 de septiembre de 2017
9. El Tarro	289.871	26 de junio de 2016
10. Cómo encontrar un chileno	247.433	24 de marzo de 2018

Fuente: YouTube.

VALENTINA ESPEJO

Si YouTube fuera una persona, sería un joven que la semana pasada cumplió 20 años y que creció en plena explosión de internet, el mundo digital y las redes sociales. El 23 de abril de 2005 se subió el primer video público: “Me at the zoo”, de apenas 19 segundos de duración y grabado por uno de los creadores de la plataforma que hoy suma más de 20 mil millones de videos publicados.

En Chile, YouTube ha popularizado videos virales como “Gangnam Style” y el canal de Germán Garmendía, HolaSoyGerman: hoy el chileno tiene 34 años y es considerado uno de los youtubers más influyentes de habla hispana.

Una infinidad de datos, cifras, hits, tipos de contenidos y formatos suman y siguen. La tabla que acompaña esta nota muestra los 10 videos chilenos más vistos a lo largo de estas dos décadas (hasta ahora).

¿El número 1? “¡Papa bájame!”, del 2008, donde un padre distraído por una entrevista columpia a una niña que termina pegándose un costalazo: suma 14,3 millones de visualizaciones (<https://goo.su/1USeD>).

Cultura pop

El doctor en comunicación Alejandro Morales Vargas, académico de la Facultad de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, revisó el compilado de virales de YouTube locales. “En general se viralizaron por su espontaneidad y porque reflejan esa idiosincrasia y picardía nacional que no llegaba a la televisión tradicional. Con los videos caseros de YouTube pueden alcanzar audiencias masivas por la identificación y el reconocimiento que generan en la gente”.

¿Sus favoritos? “Adiós tía Paty, adiós



Patricia Muratori, directora de YouTube en América Latina.

tía Lela” (<https://goo.su/woQU>): “Tiene los ingredientes de una estructura narrativa clásica en que se presentan los personajes y la dulzura de la voz de la madre aumenta la tensión, anticipándonos el giro dramático que tendría con su reacción. Genera risa, pero también empatía con la inocencia de los niños. Por eso gustó tanto”.

En segundo lugar elige las “42 frases del Censo”: “Creado por una agencia con la finalidad de viralizarse, es de los primeros videos que, con humor y una actuación muy natural, recoge nuevos

elementos de la cultura popular chilena contemporánea, lo que generó un alto grado de identificación. De alguna manera acercó el proceso del Censo a la gente, sin ser una estrategia planificada por el INE.

Alegría y gratitud

Jacqueline Carriel tenía 40 años cuando saltó a la fama en internet tras protagonizar el video viral “Adiós tía Paty, adiós tía Lela”. En la actualidad tiene 52 años y trabaja como inspectora en un colegio de la comuna de Niquén, en la Región de Nuble. Era noviembre de 2012. “Yo no comprendía del todo lo que estaba ocurriendo. No tenía mucha experiencia con redes sociales, así que al principio no entendía bien el alcance de todo. Con el tiempo fui tomando conciencia de lo que significaba”.

“Pienso en lo increíble que es la tecnología y el poder de las redes sociales. En su momento, jamás entendí cómo se compartía un video ni cómo se volvía viral. Recuerdo que lo subí una noche, y a los tres o cuatro días ya tenía millones de visitas”, cuenta.

Mirar hacia atrás le provoca “pura alegría y gratitud, porque logré muchas cosas que nunca imaginé. Hice un comercial para el gobierno, compuse una canción para un cortometraje y hasta el mes pasado grabé un comercial para Sencillito”.

“A mí me costó al principio entender el nuevo fenómeno que era YouTube en ese entonces. Antes no sabíamos lo que era la viralización de contenido, lo que hoy en día es común. Me enorgullece el impacto social que tuvo, también el sentirse querido por muchas personas, que incluso se inspiraron en esas ideas o formato de contenido para hacer sus propios videos”, dice el actor Jorge “Coke” Santana, protagonista del viral “42 frases del censo” (<https://goo.su/KilZuXc>).

Doblaje automático

Patricia Muratori es directora de YouTube en América Latina, hace diez años trabaja en Google y hace dos dirige en la región la principal plataforma de videos en línea a nivel global.

Define YouTube como “un ecosistema impulsado por la colaboración entre los creadores de contenido o ‘emprendedores creativos’, la audiencia (usuarios que consumen ese material) y los anunciantes”. Primero fueron los videos caseros y de música, luego tutoriales, vlogs personales, documentales y contenido de entretenimiento y comedia. “Ahora están los cortos (shorts), las transmisiones en vivo o live que pueden durar una o 10 horas, también contenido sobre cultura y aprendizaje escolar, podcast o video podcast”.

Recalca que los contenidos y formatos evolucionaron para adaptarse a diferentes dispositivos: “Esto es algo que es único en YouTube, porque es multiformato, multicontenido, multidispositivo”. En su opinión, “la creatividad humana combinada con la tecnología a través de inteligencia artificial (IA) “puede alcanzar cosas que no podemos siquiera imaginar”. Por ejemplo, la nueva herramienta de doblaje automático de YouTube, que genera pistas de audio traducidas a diferentes idiomas para que los videos sean más accesibles para usuarios de todo el mundo.

Sobre sus desafíos, la ejecutiva dice que los focos están puestos en “fortalecer la plataforma, manteniéndola abierta, democrática, accesible, y relevante para todos, mientras se aprovecha la tecnología y la IA para mejorar las herramientas y oportunidades para los creadores. El objetivo es que esta industria creativa se consolide cada vez más como un sector importante en la economía de cada país”.