

¿QUÉ ES SER UN YOUTUBER?

Laura León Kanashiro (lrleon@ulima.edu.pe)
<https://bit.ly/2HzAHQ8>

Docente investigadora de la Universidad de Lima. Actualmente estudia el doctorado de antropología en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Es *master of science* en tecnologías de información y comunicación para el desarrollo por la Universidad de Manchester, Reino Unido.

Para descargar más información:





Un niño de siete años me comentó: "Si Youtube fuera un planeta, yo viviría ahí". A partir de la aproximación que hemos tenido con mi equipo de investigación a niños y adolescentes para analizar su acercamiento, devoción y consumo intensivo de Youtube, nos quedó la duda de qué hacen en esta plataforma y quiénes de ellos se consideran **youtubers**.

Aquí haremos una introducción de lo que es el fenómeno **youtuber** y Youtube en general, y luego comentar lo que hemos estado investigando. El plan es responder las siguientes preguntas: ¿qué es Youtube?, ¿qué es ser **youtuber**?, ¿existen o no los niños y adolescentes **youtubers**? y, de ser así, ¿quiénes son y qué aprenden en la práctica de creación de videos?

¿Qué es Youtube?

Youtube fue creado en el 2005. Es un medio social de videos y es el segundo portal más visitado en Internet después de Google. Los niños y adolescentes lo usan como un buscador de información: en vez de plantear la pregunta o hacer su búsqueda en Google lo que hacen es buscar en Youtube. De esta manera el consumo de niños y adolescentes es intensivo.

Trescientas horas de video son subidas cada minuto a Youtube y tiene más de 1 billón de usuarios, que representa un tercio de los navegantes en Internet. Todas estas cifras hablan de la importancia de estudiar Youtube en la cultura infantil y adolescente contemporánea.

Youtube puede ser entendido desde tres enfoques: primero, desde el consumo; segundo, desde la producción; y tercero, desde el enfoque de la interacción.

En cuanto a lo primero, sabemos que hay una inmensa cantidad y diversidad de videos en Youtube. Encontramos canciones infantiles que son reproducidas una y otra vez, práctica usual de los niños pequeños; videos traídos de otras industrias culturales como el cine, la música o los videoclips. Existen videos con contenido positivo y negativo y es parte de la alfabetización mediática discernir qué tipo de contenido estamos enfrentando. Esta es una tarea que tenemos desde las aulas: que nuestros niños puedan discernir el tipo de videos que les ayudan y qué otros no mucho.

El segundo enfoque es el de Youtube como un espacio para la difusión de videos propios, aquellos que son producidos y creados por personas como nosotras usuarias de esta plataforma; o aquellos que siendo **youtubers** o simplemente grabando clips aportan a este gran repositorio de videos.

Por último, el tercer enfoque se refiere a Youtube como espacio de interacción, donde los usuarios con un dedo arriba o abajo expresan su gusto o disgusto por un video. También hay video reacciones, respuestas a videos que están publicados y que van configurando un espacio de interacción, comunicación y diálogo del emisor con la audiencia, y entre la audiencia misma.

¿Qué es un **youtuber**?

Los **youtubers** actualmente se han convertido en referentes culturales, son agentes importantes de la cultura popular contemporánea, especialmente para niños y jóvenes. Ellos se han construido como celebridades, no lejanas, sino las que a través de un lenguaje cotidiano, algunas veces simple o soez, se relacionan con estos niños y jóvenes tratando de construir o simular una relación cercana y cotidiana. Además, tienen mucha conciencia de la audiencia y que gracias a ella están en ese lugar donde están.

Para entender y graficar más claramente qué es un **youtuber** voy a nombrar algunos de los más populares: el número uno es PewDiePie que tiene sesenta millones de suscriptores, el segundo con más usuarios suscritos es el chileno Germán Garmendia, y el tercero es el español elrubiusOMG.

Estos tres **youtubers** han publicado libros y tienen todo un modelo de negocio asociado a sus canales, con esto les quiero decir que además de una pasión o un interés por un tema específico hay también un modelo de negocio detrás de los **youtubers**, especialmente de los más importantes y populares. Algo relevante también es la presencia de videojuegos y del lenguaje en clave de humor.

Otros **youtubers** populares son FernanFloo, salvadoreño; Yuya, mexicana; y Vegeta777. FernanFloo y Vegeta son **gamers**: hacen videos de videojuegos. Los peruanos también están presentes. Mox y Andynsane, por ejemplo, seleccionan algunos videos que les parecen relevantes y entretenidos para su audiencia y hacen retos y bromas a las personas, son **youtubers** de entretenimiento con clave de humor. Tenemos también a dos **fashion vloggers** peruanas: Whatthechic y Mafer Neyra. TheDaarick28 es videogamer y Franda realiza parodias de videoclips famosos.

Quiero entrar en la descripción de los tipos de videos que abundan y que son consumidos por los niños y los jóvenes en Youtube.

El primero es el de **gameplay**, que es una sesión o partida de videojuegos; los **youtubers gamers** publican una sesión de su videojuego para mostrar habilidades o trucos a su audiencia, finalmente buscan entretener, pero este tipo de videos es sumamente importante en la cultura **youtuber**.



Luego tenemos los **unboxing**, directamente dirigido a los niños, tal vez a los más pequeños. El **unboxing** es simplemente mostrar el proceso de sacar de la caja un producto que llega a las manos de niños o adultos. Por ejemplo, hay unas muñequitas LOL que son unas pelotas pequeñas que adentro tienen una sorpresa. También son populares los videos de **unboxing** de los huevos Kinder; es la emoción de ver un huevo Kinder y qué hay dentro.

Los tutoriales o videos Do It Yourself o DIY son bastante importantes para los jóvenes y los adolescentes. Hace unos días el profesor Carlos Scolari publicó en la revista **Anfibia** un artículo titulado "Lo aprendí en un tutorial". Y es que Youtube se ha convertido en una fuente de aprendizaje informal, sobre todo a partir de este tipo de videos. Con los tutoriales los niños y los jóvenes aprenden a maquillarse, cocinar, reparar cosas sencillas y complejas, programar y muchas otras prácticas cotidianas y no tan cotidianas; es una fuente importante de aprendizaje.

También hay muchos tutoriales de música, por ejemplo, sobre cómo aprender a tocar un instrumento musical. Los **booktubers** son jóvenes críticos literarios que promueven la lectura en su audiencia. Están los **fashion vloggers**, aquellos que se dedican a explorar la moda, los nuevos productos, accesorios, ropa y más. Ligado al de moda están los canales o videos de estilo de vida; hay muchos tipos, están los que promueven un estilo de vida vegana y dan recetas, dicen los beneficios de ser vegano y demás; también hay videos de yoga, vida saludable, cómo ser fitness; hay videos de paternidad y cómo es el estilo de vida de los padres contemporáneos, y otros estilos de vida promovidos a través de este tipo de videos.

¿Y los niños y adolescentes dónde están?

¡Ellos también son **youtubers**! Ellos son una evidencia de esta infancia y adolescencia contemporánea: son agentes de cambio, con intereses concretos, que se expresan, que tienen una voz, que tienen algo que decir, que son protagonistas pero que, además, también están inmersos en una lógica de mercado.

Si nos ponemos a pensar en estos videos de **unboxing** o de modas, todos están enmarcados en una lógica audiovisual. Los niños y adolescentes también son muy conscientes de la lógica de la cultura Youtube; ellos están pensando en cómo atraer más audiencia.

¿Qué aprenden los *niños y adolescentes* youtubers?

Les voy a hablar de algunos resultados de una investigación que sigue en curso: solo fueron cuatro casos de niños de 7 a 11 años. A través de la observación directa y participativa de la práctica y creación de videos, además de conversar con los niños, hemos identificado varios aprendizajes interesantes de comentar.

Lo más evidente son aquellas destrezas y habilidades técnicas de la práctica de producir un video: ser conscientes de la iluminación, sombras, ruidos, las preferencias de un espacio abierto o uno cerrado, la presencia de otras personas, el encuadre, crear un guion, la habilidad de grabar y ser creativos, porque muchas veces ellos se graban a sí mismos, entonces deben pensar cómo poner la cámara, si detrás de libros o comprar un parante, o si les piden a sus papás que los ayuden, a los amigos, etcétera. También está la posproducción, si bien de los cuatro no todos editaban sabían de su importancia para hacer un video entretenido y que finalmente atraiga a más audiencia. ¡Pensemos que son niños de 7 a 11 años que ya saben editar videos!

Además, está el componente de la difusión del video, donde creativamente ellos arman estrategias para difundirlos, y adaptan a su propia realidad las estrategias que ellos ven en otros **youtubers**, por ejemplo, los concursos. Si bien no todos pueden regalar un iPhone, como en el caso de los más famosos de otros países, sí hacen concursos de colaboraciones, de mandar saludos, siempre adaptado a su realidad de niños y adolescentes.



Otro aspecto relevante es la importancia de los padres en este proceso; siendo niños pequeños los papás son muy importantes para iniciarlos en este mundo: son los papás que les enseñan lo básico de la edición y luego ellos despegan a través de tutoriales, de los amigos y desarrollan cada vez más esa destreza. No es cierta esta idea o mito de los “nativos digitales” que vienen al mundo con un set de habilidades cargado bajo el brazo, sabiendo hacerlo todo en Internet. Los papás son importantes para iniciar estas destrezas o habilidades digitales audiovisuales.

En mi investigación es muy importante escuchar y recoger la voz de los niños y adolescentes, para conocer desde su perspectiva qué significado tiene ser **youtubers**, el saber manejar estos medios digitales y qué es lo que ellos consideran que están aprendiendo. Los **youtubers** afirman que hay un tipo de impacto en su vida **offline**; la práctica de ser **youtuber**, de explorar este mundo digital, desde la interacción social hasta otros tipos de prácticas digitales, no solamente en video, lleva algún tipo de cambio en su vida personal y social.