

De pequeño quiero ser « youtuber », *El País*, 17/06/16

Hay ocho niños y dos niñas de entre 11 y 14 años sentados ante el ordenador el primer día de clase del curso de verano de la Universidad Francisco Vitoria, cerca de Madrid, para aprender a ser *youtuber*. Es decir, para abrir su propio canal en esta web audiovisual, grabar sus vídeos, editarlos y saber cómo montárselo para conseguir muchas visitas, seguidores y dinero. “Los niños de hoy ya no quieren ser futbolistas y sus ídolos no son cantantes de rock, son *youtubers*, quieren ser como ellos”, explica Patricia González, profesora del seminario y directora de *marketing* de 2btube, la principal empresa española de canales de Youtube. En julio han abierto este curso, dentro de un campamento de verano de Enforex, el primero de Europa.

La primera lección —“encuentra tu esencia”— enseña que la base es volcar en ello una pasión personal. “Lo que sepáis hacer bien, aunque sea bailar a la pata coja”, les explican. En Youtube vale todo. “Un *youtuber* es como un empresario, el canal es tu empresa y tienes que pensar lo que quieres vender”, les advierten. El esquema es: “Crea un canal-haz que te encuentren-consigue que se enganchen-gana fans”. Los chicos se presentan, todos parecen espabilados, y solo a tres les gusta el fútbol. La afición favorita de todos es la PlayStation. Su sueño, ser *youtuber*. Para divertir, según sus palabras. Las primeras preguntas son sobre cuándo se gana dinero, aunque es difícil, y mejor que lo hagan porque les gusta.

El acceso de los niños a tabletas y móviles —según un estudio del CIS, los hijos de más de la mitad de los encuestados había comenzado entre los 6 y los 11 años— ha creado una nueva audiencia: la infantil, pero autónoma, que elige lo que quiere ver. Controlados por sus padres, pero por su cuenta. Y ven a otros niños o adolescentes. Lo que hacen y lo que triunfa puede parecer absurdo, pero son sus gustos, sus códigos: niños construyendo con piezas de Lego, estrenando regalos, paseándose por jugueterías, probando material escolar, jugando al fútbol, monólogos de adolescentes e incluso recomendaciones de libros. Muchos son buenos comunicadores, tienen ya una familiaridad natural con la cámara, con un lenguaje propio, entre presentador y vendedor. Mueven mucho las manos; es curioso hasta dónde ha llegado la influencia del rap en el lenguaje corporal.

“No empiezan por el dinero, y además se lo desaconsejamos. Empiezan por pasarlo bien y para ellos hay una parte de afirmación, de encontrar gente con sus mismos gustos. La palabra que define esta generación es ‘seguir’, los seguidores”, opina Bastian Manintveld, holandés, presidente de 2btube. “Es como antes en el patio del colegio, pero a mayor escala. El que más llamaba la atención hoy es el que tiene más seguidores. Pero es diferente que cuando yo era joven. Ahora en las redes sociales es fácil encontrar gente que comparta tus gustos, tu círculo es el mundo, no el patio”. [...]

Antonio Muñoz de Mesa, actor y *blogger*, tiene desde 2014 un canal con su hijo de 10 años, Hugo Marker, dedicado al fútbol, y reconoce que piensa cada día en los dilemas éticos que plantea. “Soy muy consciente, lo que quiero es que tenga una infancia sana y el día que vea que no, cierro el canal”, explica. Él proviene del teatro y le ve la parte creativa, pero admite que las primeras dudas llegan cuando te llaman marcas para que les hagas publicidad, por ejemplo, abriendo cajas de zapatillas deportivas. Muñoz apunta que están pensando en donar lo que recauden a una ONG. Va casi por 170.000 seguidores. Con este canal y con otro personal suyo, gana cerca del sueldo medio bruto español, que está en torno a 1.800 euros. Conoció esta realidad por su hijo, porque él solo usaba Youtube para recetas de cocina y arreglar un grifo. Ahora hace dos vídeos al día y dedica a ellos unas seis horas.

Primera propuesta de TRANSICIÓN, [Axel GAY \(2ECS1\)](#)

En este artículo hemos visto cómo los niños pueden ser cautivados por los encantos (*être captivés par les attraits*) y las potenciales de las nuevas tecnologías (por ejemplo *Youtube*), y la importancia que ocupan en su vida y sus sueños, en detrimento de (*au détriment de*) la cultura, un ámbito que ya no les interesa mucho.

Así, ¿hasta qué punto las nuevas tecnologías trastornan (*chamboulent*) nuestra relación con la cultura?

Pistas de COMENTARIO PERSONAL

Demostrar que las nuevas tecnologías rompen y trastornan algunos códigos culturales y no contribuyen a la mejora (*amélioration*) / al enriquecimiento moral y cultural de la sociedad sino que más bien (*mais plutôt*) potencian la perversión de la sociedad, acentúa sus vicios (vices).

1) El universo digital potencia la desinformación, el saber superficial y la imbecilidad.

Ejemplos : figuras del periodismo como la directora de The Guardian recientemente alertan sobre las vertientes (*facettes*) de las redes sociales donde grupos de presión se organizan gracias al poder movilizador que brinda (*offrir*) internet para difundir informaciones falsas y manipular las opiniones de la gente, mientras que solo el periodismo profesional puede ofrecer informaciones contrastadas (*vérifiées*) capaces de explicar la complejidad del mundo. Javier Marías, escritor y periodista español contemporánea, se indigna ante la capacidad de contagio de las informaciones imbeciles gracias a internet, lo que lo lleva a hablar de « imbecilidad organizada ».

2) El universo digital potencia el reino del negocio y del consumismo (*consumérisme*). Se deshumanizan las relaciones y actividades sociales, el capitalismo lo rigo todo, todo se mueve hacia el lucro (*tout tourne autour de l'argent*).

Ejemplos : Marcas al acecho de (*à l'affût de*) los niños en Youtube para hacer publicidad solapada (*sournoise, cachée*) pidiéndoles que se graben (*se filmer*) abriendo regalos (se llama esta tendencia el

« unboxing »). // El consumerismo afecta incluso la cultura, lo que la altera profundamente : las nuevas tecnologías fomentan más que nunca la piratería, que permite que unos consumidores frenéticos de series o películas puedan **tragarse** (*s'avalier*) decenas de episodios **descargados** (*téléchargés*) ilegalmente **seguidos** (*à la suite*) en un día, se llama el « binge watching » (*visionnage en rafale*), sin ser capaces de recordar nada ni de sacar ninguna enseñanza de todo lo que vieron. [Ejemplo de Paul CRIL, 2ECS1)

- 3) **El universo digital potencia el reino del entretenimiento (amusement), del espectáculo**, que **se está pasando de la raya** (*dépasse les limites*). Ya hace algunos años el pensador italiano Rafael Simone retrataba a nuestra sociedad capitalista y consumista como un « monstruo amable » (*Le monstre doux*), donde las diversiones y la política espectáculo **están avasallándonos** (*nous asservir*). Las nuevas tecnologías multiplican las potencialidades de juego y su influencia. **Todo vale** (*tous les prétextes sont bons*) **con tal de** (*pourvu que/ à condition de*) jugar y divertirse.

Ejemplos : Nintendo no vio ningún inconveniente en colocar a sus Pókemones en lugares tan graves y simbólicos como el museo de la memoria sobre el Holocausto y los jugadores no vieron ningún inconveniente en cazarlos allí, hasta que los museos como Auschwitz reaccionaron severamente. // Resulta sorprendente ver la potencia movilizadora de un juego virtual (Pókemon juntó a millones de jugadores de la noche a la mañana) y ver que los problemas graves **que encara** (*auxquel le monde fait face*) el mundo (terrosismo, crisis de refugiados, clima etc.) no suscitan tanto interés **multitudinario** (*masivo*).

- 4) **El universo digital potencia el reino de la amoralidad y la irresponsabilidad.**

Ejemplos : La **facturación** (*chiffre d'affaires*) de Nintendo con Pókemon Go era sin lugar a dudas un **aliciente** (*aiguillon*) **mayor** que el respeto de la moral. // La penetración de la piratería en España es elevadísima, y es inútil tratar de razonar a los que bajan ilegalmente **cualquier** bien cultural (libro, peli, serie, canciones etc.) o los que crean las páginas web que permiten bajarlos ilegalmente, porque tienden a creer que la descarga ilegal es una **minucia** (*chose sans importance*), que la cultura **ha de ser** gratis, que el placer que **proporcionan** (*procurer*) no obliga a remunerar a los artistas creadores etc.

Conclusión

Así pues, bajo muchos aspectos, parece que la revolución tecnológica, en particular las potencialidades de la era digital, **están acarreando** (*entraîner*) una **involución**, un **retroceso** (*recul*) cultural.

Pero **le corresponde a cada uno responsabilizarse**, **evitar que** la cultura y el saber **sean** conculcados (*violés*) y alterados (*dénaturés*). Esto empieza por una educación, desde la niñez, para consumir la cultura y divertirse **con criterio** (*avec raison*), respetando reglas morales, para conocer los peligros de internet.

Posibles preguntas personales de entrevista

- **¿Tienes una cuenta Facebook, twitter... ¿cómo/ por qué la usas (o no)?**
- A Javier Marías le impactaron Baudelaire, Cervantés y otros artistas, a los que dice que haría cuanto estuviera en sus manos para ayudarlos a vivir de su arte. **¿Qué artista (músico, cantante etc.) te impacta ?**
- **¿Piensas que la cultura ha de ser gratuita ?**
- “La mayoría de los jóvenes y no tan jóvenes estadounidenses juzga **la descarga ilegal una “minucia” y su conciencia está tranquilísima**. No les importa que Kim Dotcom, el jefe de Megaupload, se hiciera multimillonario con el trabajo de otros; al contrario, adoran al presunto delincuente y explotador, el agradecimiento lo reservan para él”. **¿Qué opinas al respecto?**
- **¿Qué importancia tienes los ocios en tu vida? ¿Qué tipo de distracciones encuentras con las nuevas tecnologías ?**