

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.

Basándose en elementos del texto, ¿cómo explica el éxito de la nueva afición de los jóvenes ? Responda en 80 palabras (+/-10%).

Los niños **anhelan** (*aspirer à*) **hacerse** « youtubers », es decir colgar on line videos que **enganchen** (*rendre accro*) **a** miles de seguidores. Este fenómeno **arrasa** (*fait des ravages= triunfar con rotundidad*)...

De hecho, **crecen** (*grandir*) **estando acostumbrados al** (*en étant habitués à*) entorno **digital** (*environnement numérique*), que **acaba condicionando** (*finir par conditionner*) sus relaciones sociales : allí tienen **a** sus modelos y amigos. Los adultos legitiman su gusto, que consideran una expresión artística, y no **dudan en** (*ne pas à hésiter à*) perfeccionar proponiéndoles cursos.

El sueño (*le rêve*) infantil **se vuelve cada vez más** real, pero las motivaciones **no son del todo** (*ne pas être tout à fait*) inocentes, **pues** (*car*) muchos elaboran sus videos **en pos de** (*en quête de*) **fama o lucro** (*renommée ou enrichissement*).

88 palabras