De profesión, "youtuber" - Levante Castelló - 13/03/2016

De profesión, «youtuber»

▶ Cada vez es mayor el número de personas que viven de subir vídeos a Internet

GRADO DE PERIODISMO UJI

CURSO 2015/16

AMINA EL MAALOUMI/E. MEDINA CASTELLÓ

■ Vivimos en una sociedad de exposición, donde el valor de compartir nuestros hechos cada vez tiene una mayor importancia. Es tal la magnitud de este valor que a cuantas más personas llegue nuestra información, mejor resulta. Y es que no es de extrañar. Queremos opinar, compartir y difundir y no nos conformamos con hacerlo a pequeña escala queremos la mayor repercusión posible.

Esta creciente pasión por compartir nuestra información se inició con el auge de las redes sociales. Facebook, creado en 2007, dio el pistoletazo de salida de este fenómeno. Se empezaba entonces a compartir las fotos con cientos de desconocidos. Pero esto no era suficiente, no nos bastaba con fotos y surgió YouTube, creado en 2005, con poca repercusión hasta 2008.

Y es que, ¿quién no ha visto un vídeo en esta plataforma o escuchado una canción? Pocos, por no decir nadie. Paso a paso fue creciendo la popularidad de esta emergente herramienta. Un sitio web de lo más sencillo. Su metodología, fácil: subir vídeos, poder comentarlos y cuantificar las visitas. Sencillo, ¿verdad? Pero muy ingenioso. Tan ingenioso que poco a poco muchas de las personas que subían vídeos, como entretenimiento, empezaron a cobrar por ello. Y empezó el boom. Lo que empezó como un hobby se acabó por convertir en una profesión. Youtuber. Así se denominan las personas que viven de subir vídeos al ya mundialmente conocido medio.

Pero, ¿cómo surgió este movimiento?, ¿cómo un chico que subía vídeos «tontos» poco a poco ha conseguido ganar dinero por ello? Parece surrealista, pero cierto.

Los presentadores de Youtubers en Comedy Central. LEVANTE-EMV

En un principio esta plataforma era utilizada por poca gente, prácticamente era pobre en contenidos, pero esa ansia del público por ver y escuchar vídeos caseros empezó a generar una gran expectación, lo que se tradujo en usuarios, visitas y por ende en fama. En popularidad. La plataforma creció y abrió con ello un abanico de posibilidades económicas para muchos de sus aficionados. Se introdujo la publicidad y los usuarios con más visitas empezaban a cobrar por sus vídeos en función de su audiencia. Había nacido una nueva profesión.

Youtube en España

En España, la actividad en YouTube empezó a crecer, con cierto retraso respecto a Estados Unidos, pero propició la aparición de youtubers españoles. Personas con ingenio que subían vídeos y eran muy visitados. Muchos de ellos relacionado con los videojuegos o con el humor. Pero la meta era la misma: recibir visitas. Y muchos de ellos lo consiguieron y ahora viven de ello. Elrubius, Willyrex, Staxx... chicos que ganan grandes cantidades de dinero gracias a lo que ellos mismos confiesan haber empezado como un hobby.

Pero, ¿existe un modo de lograr más visitas, un camino prefijado que lleve al éxito en YouTube? No parece que lo haya, o al menos, no todos los mencionados comparten un mismo patrón que les lleve al éxito. Pues la respuesta la tiene el público. Si al público le gusta, te verán, sino serás un 'alma en pena' vagando por el inmenso mundo de YouTube.

Unos años atrás, era impensable ganar dinero subiendo videos y que los viera la gente, pero cada vez sucede más. Aunque son pocos los que triunfan en el mundo youtuber, son cada vez más las personas que ven los vídeos de estos 'nuevos famosos', que a pesar de no tener ningún patrón de éxito consiguen que millones de personas vean sus vídeos.

Para que nos hagamos una idea el usuario «Vegeta777», un joven español que sube vídeos de videojuegos gana la escalofriante cantidad de 78.000 euros al mes –según las estadísticas de Youtube del 2012–. Se trata del youtuber mejor pagado de habla castellana, pero no es el único. Le siguen otros como «HolaSoyGerman», un chileno muy peculiar, quien trata temas sociales con humor y que gana alrededor de 44.000 euros, o «ElRubius» quien está acogiendo una fama mundial y mezcla la temática social con la gamer -juegos virtuales-, que cuenta con más de 11 millones de seguidores y gana la imponente cifra de 39.000 euros al mes.

Habilidad y técnica

Todos ellos tienen algo en común: el ingenio, la originalidad, la habilidad y, en mayor o menor medida, la técnica de jugar en ciertos juegos. Como Staxx, un chico de Borriol que empezó subiendo vídeos de sus partidas al famoso juego shooter –de disparos– llamado «Call of Duty». Su fama fue creciendo, por el boca a boca de los visitantes. Sus hazañas en los juegos de disparos le dieron popularidad a su canal y hoy en día es uno de los mejores jugadores de este juego. Así, ha llegado a ser uno de los youtubers españoles más conocidos. Aunque como él mismo confiesa: «nunca imaginas que tus vídeos vayan a tener tanta repercusión, lo haces como un hobby y esperas que le guste a la gente».

Parece que estamos ante una nueva profesión. Muchos ven disparatada la idea de considerar este hobby como una profesión, pero la realidad es otra. A día de hoy hay gente como Staxx que viven de ello. Y no viven precisamente mal. Muchos novatos en este campo han empezado a verlo como una salida laboral, como es el caso de Miguel García. Es un estudiante de periodismo que en sus ratos libres se dedica a realizar vídeos de humor y que poco a poco ha ido obteniendo más visitas. Miguel García, conocido como Maikol en su canal de Youtube, afirma que en esta plataforma ha visto una oportunidad de trabajo. Y es que las TIC -Tecnologías de la Comunicación y la Información- están creando nuevas salidas profesionales en las que se puede recabar grandes sumas de dinero si consiguen triunfar. En el caso de Maikol, su aventura en Youtube, no empezó como un hobby sino que vio en ella una buena manera de darse a conocer tras haber cursado la carrera de Comunicación Audiovisual.

«Engañar» a los seguidores

«Aquí para que se te reconozca debes de ser un experto en las apariencias», confiesa Miguel García. ¿Es cierto? ¿Visionamos a personas que se crean un papel, a un personaje a través del cual 'engañan' a sus seguidores? ¿O realmente es que YouTube saca la personalidad más recóndita de todos ellos? Los vídeos de esta plataforma dan la imagen de originalidad, se visionan bajo la etiqueta de la humildad y el ingenio de sus protagonistas, aunque no sabemos si es así. Entonces, ¿consumimos un producto adulterado como el que presenta la televisión? Sea como sea los usuarios no lo perciben así. Y es aquí donde reside el mérito de ésta herramienta, que se ha convertido en un trampolín a la fama y a los contratos de infarto.

Cansados de productos audiovisuales que han sucumbido al poder económico, buscamos un producto independiente, fresco, que nos convenza de que visionamos algo que ha surgido de una forma humilde, casi espontánea, con gran esfuerzo y mucha originalidad, aunque muchas veces no sea así. Buscamos un producto casero.

Ya sucedió con la exitosa serie española *Malviviendo*, en la que cinco chicos que cursaban la carrera de comunicación audiovisual extrajeron su ingenio para convertir sus ideas en una serie de humor –sin ánimo de lucro–. Sólo buscaban originar carcajadas. Pero, los platós, la fama y los contratos de publicidad adulteraron aquello que les caracterizaba, que les diferenciaba y poco a poco perdieron su carta de presentación.

Y es que el aspecto positivo de convertir lo que empezó siendo un hobby en un trabajo remunerado, con ingresos estratosféricos, tiene su lado negativo como es la pérdida de ese elemento que hacía especial a la plataforma, la independencia.

Parece que nadie escapa a las garras del poder económico y lo positivo para los youtubers, se ha convertido en algo reacio para la audiencia. Aunque siempre nos quedarán esos vídeos, que un día fueron virales, de caídas y sucesos graciosos que nos saquen una carcajada en un mal día.