



**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**

**YOUTUBERS, MERCADO AUDIOVISUAL EN LA ERA DIGITAL**

**TRABAJO PRESENTADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE PREGRADO  
PERIODISMO Y OPINIÓN PÚBLICA**

**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO  
ESCUELA DE CIENCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PERIODISMO Y OPINIÓN PÚBLICA**

**PRESENTADO POR:**

**DIANA CAROLINA DE LOS ÁNGELES VERGEL PEREA**

**DIRECTOR:**

**EDUAR BARBOSA CARO**

**SEMESTRE II - 2020**

## **Objetivo general**

- Analizar el oficio de youtuber en Colombia, desde sus implicaciones sociales, políticas y económicas.

## **Objetivos específicos**

- Describir las actividades que realiza un youtuber para generar su contenido y analizar cómo estas afectan en su rutina de vida personal. Además de la formación que deben tener para ofrecer calidad en los productos audiovisuales.
- Enfatizar en los problemas psicológicos que sufren los creadores y consumidores de contenido.
- Visualizar a YouTube como una red social que ha ido evolucionando, a partir de las nuevas relaciones que se crean entre suscriptor-youtuber.

## **Justificación**

Es importante realizar este trabajo debido a la influencia que han tenido los youtubers en Latinoamérica, esto se puede observar en la cantidad de suscriptores que tiene cada uno de estos personajes. La juventud, más que todo, es la que más está sumergida en este tipo de contenido. Según Echeburúa, E., & De Corral, P en su texto *Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto*, los adolescentes están tan inmersos en este mundo virtual, que olvidan lo que está pasando a su alrededor. Es decir, los niños son fáciles de persuadir y en algunas ocasiones, terminan actuando como aquellas personas que están detrás de una pantalla, como si fueran sus propios amigos. Otra de las razones para realizar este reportaje, es analizar la manera en la que actualmente se están consumiendo las redes sociales. No solo es pertinente conocer las cifras, sino cómo ese tiempo que se invierte en internet puede influir en la salud mental de cualquier persona.

Llevando este tema a otro aspecto, el aporte que le hace al periodismo, es entender cómo los medios están afectando a los jóvenes en la forma de relacionarse. Es decir, por medio de lo que muestran, están creando ciertos hechos sociales que se convierten en “normales” para una sociedad, esto lo afirma el autor Cora Gamarnik en su *texto Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso*. Puede ser que para algunos la nueva

cotidianidad sea vestirse de “x” forma, como lo hace algún modelo o personaje famoso. Así se crean los estereotipos que pueden afectar el mundo en el que vivimos. Por ello, este trabajo quiere demostrar que las realidades que se exponen no siempre “existen”, sino son creadas para el entretenimiento de los demás.

De lo investigado, se pudo encontrar que la información es escasa. Por eso, este trabajo aportaría no solo al periodismo, sino a los interesados en el tema de los youtubers. A pesar de tener infinidad de vídeos en aquella plataforma, muchos de los creadores de contenido, tienen que pasar por un proceso antes de subir cualquier producto audiovisual. Además al convertirse en una figura pública tiene sus implicaciones, como tener que documentar la vida privada y el hecho de pasar menos tiempo con la familia, por los eventos y viajes a los que deben asistir. Todo es diferente, por eso muchos cambian para agradarle a la audiencia a la que se dirijan. Es un universo complicado, en el que hay que cuidar cada palabra para evitar ser juzgado o criticado.

## **Metodología**

El trabajo que se realizó es un reportaje que muestra el mundo de los youtubers en tres aspectos, social, económico y político. Para poder lograr la recolección de la información, se hicieron entrevistas, trabajo de campo y se enviaron derechos de petición a tres entidades. En primer lugar, se habló con el profesor experto en temas digitales, Daniel Barredo, quien contó sobre qué le espera a YouTube dentro de unos años. Luego se dialogó con Iván Urrea, economista, quien mencionó algunos detalles de cómo se mueve el mercado, las ganancias que se obtienen y su utilidad. También se abordó a varios youtubers para tratar sobre su vida y cómo ha sido este oficio desde su perspectiva. Por último, se conversó con Daniel Samper, actual rector de la primera Escuela de Youtubers en Latinoamérica. Además, se hicieron entrevistas, pero las fuentes mencionadas fueron las que le dan soporte a la investigación.

Se realizó trabajo de campo como estudiante en la Escuela de Youtubers, donde se pudo dialogar con los asistentes del programa, la psicóloga, los profesores, para entender a profundidad este mundo. El curso duró un mes, tiempo en el que iba analizando los comportamientos y la formación para convertirse en un creador de contenido.

También se radicaron tres derechos de petición: Cámara de Comercio, Ministerio de las TIC y Ministerio de Trabajo. La respuesta que obtuve fue la inexistencia de información. Solo en el primero que se menciona dieron detalles, pero insuficientes para esta investigación. Finalmente, en varias páginas se encontraron estadísticas que soportan lo que se encontró en cada uno de los apartados.

Como se ha mencionado, hay poca información al respecto, por ello, creería que lo más importante de este trabajo es demostrar cada uno de los aspectos involucrados en un mundo digital, el de los youtubers. Este oficio se ha convertido en uno de los más apetecidos por los jóvenes, donde con un clic te puedes conectar con alguien que puede tener tus mismos ideales. Este será uno de los temas a tocar, ya que, ahí es donde se evidencia la influencia que generan los youtubers en sus suscriptores.

## **YOUTUBERS, MERCADO AUDIOVISUAL EN LA ERA DIGITAL**

Actualmente, existen muchas plataformas virtuales donde cualquier persona puede interactuar, investigar, escuchar música y conversar unas cuantas horas. También, existen otras maneras de tener una conexión a través de las redes sociales, como por ejemplo los *youtubers*. Estas personas, son las que se encargan de crear contenido, asimismo, generar diversos sentimientos con tan solo un vídeo. Estos influencers logran captar toda la atención de su público, permitiendo que quienes los vean se persuadan y los idolatren por querer ser como ellos. Para la socióloga Ana María Lizcano, desarrolladora de marketing político en redes sociales, los jóvenes utilizan a los youtubers como una imagen a seguir, ya que en ocasiones, son el ícono de aquellas marcas que usan los adolescentes.

El texto “YouTubers y su influencia digital. Caso de estudio: Ecuador y Colombia” de María José González y Andrea Velásquez, habla en detalle sobre cómo los creadores de contenido se han convertido en una “revolución mediática”. Esto se debe a que los jóvenes están todo el tiempo involucrados con cada una de las actividades de estos influencers. De alguna manera, la privacidad deja de existir y pasaría a un segundo plano, prevalece el tener seguidores que estén a gusto con cada uno de los vídeos posteados.

Además, es importante ver cómo estos influencers intentan llamar la atención con sus historias de vida, para que sus suscriptores puedan sentirse identificados con estos problemas cotidianos, logrando así una conexión única. Esto se destaca en el texto *Análisis de la*

*narrativa audiovisual de los Youtubers y su impacto en los jóvenes colombianos* de Gómez, O. G, ya que aquí se puede entender de una mejor manera, cómo la audiencia es atrapada por medio de cada una de las palabras o vivencias contadas.

Para los creadores de contenido es importante tener una relación cercana con sus suscriptores. Para ello, realizan todo tipo de espectáculos, convivencias y eventos privados como el Club MediaFest, que según el periódico El Heraldó, es el primer festival internacional en Latinoamérica. Gracias a este espacio se han creado lazos fuertes. Por ejemplo, los seguidores de estos personajes organizan clubs de fans para no perder contacto entre ellos y ser los primeros en enterarse de cualquier novedad de su influencer



21 de septiembre 2018

favorito. Por eso, para Lucía Beltrán, más conocida como 'La Mona soy Yo', YouTube se ha convertido en una familia, donde se dan apoyo hasta en asuntos personales. Además, Laura Urrea, estudiante de antropología, quien constantemente consume todo tipo de vídeos de belleza, comedia y de estilo de vida, asegura que esta plataforma le ha servido para relajarse y sentirse en compañía con quienes tiene algunos gustos.

En esta red social algunas personas venden una vida que no tienen para todos. Quizá la personalidad que muestran detrás de una pantalla no es suficiente para ellos. Ahora cualquier persona puede subir contenido a esta plataforma, de modo que se vuelva viral para conseguir seguidores, dinero y fama. O simplemente utilizar este medio para divertir a quienes observen su trabajo digital.

## 1. BOOM DE LOS YOUTUBERS EN LATINOAMÉRICA

Germán Garmendia. Así se llama el primer youtuber de América del Sur. Este chileno subió su primer vídeo en el 2011, partiendo de este como el inicio de su carrera como youtuber. Contaba cómo era un día a día en su ciudad. Por ejemplo, en unos de sus productos audiovisuales *El transporte público y sus cosillas*, explicó cómo es montarse en el metro y qué puede pasar durante cada trayecto. También describió algunas situaciones a las que cualquier persona se puede enfrentar, como lo son: el colegio, el amor, la familia, etc. A

medida que fue evolucionando, el contenido adquiriría más calidad para mantener contenta a su audiencia. Esto fue lo que hizo que se convirtiera en el youtuber más famoso de Latinoamérica, al contar con más de 40 millones de seguidores, quienes le han dado este reconocimiento por hacerlos reír.

En una noticia de El País del 2013, el youtuber habla sobre la constancia que se debe tener para convertirse en una estrella de las redes con una frase contundente: “para triunfar hay que dormir poco”.

*Primer vídeo de YouTube de German Garmendia en el 2011*



Por ejemplo, para Keff Guzmán, creador de contenido sobre juegos, el proceso para ser el mejor youtuber es una tarea complicada. “No es fácil. Yo tengo amigos que tienen más de 1 millón de suscriptores y les ha tocado duro y más para vivir de esta plataforma”. Además, desde un buen

celular hasta las herramientas para la iluminación, deben tenerse en cuenta para realizar el mejor producto audiovisual.

¿Por qué un joven de 23 años querría hacer vídeos para YouTube?

En el mismo artículo de El País, afirman que el chileno se encontraba en una etapa de depresión por la muerte de su padre. Se refugió en esta plataforma de creación de contenido para reírse y despejar su mente. Asimismo, quiso sumergirse en ella, porque para él “si ver videos me alegraba, hacerlos probablemente me haría mejor”. Así fue como subió su primer producto audiovisual *Las cosas obvias de la vida*. Durante dos minutos habló de las situaciones perogrullas, es decir, que sobra hacer preguntas de lo que ya se sabe, porque el contexto dice lo que está pasando. Por ejemplo, cuando alguien se corta el cabello y el otro sabe que fue así, no necesita cuestionar la acción, porque lo está viendo.

Garmendia, actualmente cuenta con cuatro canales en YouTube. El primero es *HolaSoyGerman*, con el que creció, el segundo es *German Garmendia*, donde ha subido dos vídeos de sus productos musicales. El tercero se llama *StormToons*, donde subía contenido animado de sus vídeos originales, pero ya no se encuentran disponibles. El último canal es

*JuegaGerman*, donde se entretiene mientras enseña cómo pasar diferentes juegos, de acción, de simulación social, entre otros. Además, ha escrito dos libros, uno de ellos se llama *Di hola*, donde relata la historia de amor de un chico llamado “Oscar”, quien conoce a Natalie y cambia su vida por completo. Sin embargo, la muerte de esta chica le da otro giro a su vida. El otro libro es *#Chupaelperro: Uno que otro consejo para que no te pase lo que a un amigo*. “Trata sobre las cosas en las que he tenido experiencia en la vida, y este libro te puede servir para decir: Heeeey, no estoy solo en esto”, expuesto en la reseña de Google Books.

El boom de los youtubers en Colombia empezó aproximadamente en el 2012, cuando esta ola se expandió. Ricardo Fraile, experto en marketing digital, mencionó en uno de sus blogs lo difícil que fue impulsar a los youtubers para que realizaran pauta en diferentes marcas. Por ello, reunió a más de 20 creadores de contenido para participar en la emisora *Coca-Cola fm* y en un proyecto que patrocinaba la marca de gaseosas *Fanta*. A partir de allí, varios canales como *Nickelodeon*, y *MTV*, decidieron contactarlos para diferentes campañas. Como resultado, algunos de ellos fueron escogidos para actuar en *Soy Luna*, novela juvenil emitida en Disney Channel.



Los creadores de contenido han llegado a la plataforma por diferentes razones. Por ejemplo, la youtuber Pautips, inició por un gusto hacia el maquillaje, intentando que su público aprendiera con varios trucos que ella daba de su propia experiencia. Otros como Sebastián Villalobos y Mario Ruiz, empezaron a hacer sketches, videos chistosos, que tuvieron buena acogida por su audiencia.

Otro caso es la youtuber Nancy Loaiza. Empezó porque se sentía sola, ya que estaba en Australia, un país que queda a 16, 228 kilómetros de Colombia. Ella quiso prender su cámara e iniciar una aventura digital, para que otros pudieran conocer las experiencias que tenía en el día a día. “Si hago vídeos es para enseñarles sobre el tema del veganismo y sobre el medio

ambiente". Ese es el fin de la influencer, que su contenido impacte de buena manera para cambiar la sociedad.

En un artículo del periódico de El Tiempo llamado *El negocio de los reyes de YouTube en Colombia* publicado el 11 de febrero de 2015, se comenta cuáles son los creadores de contenido y cómo han logrado la fama por unos cuantos videos de diferentes temas. Allí especifica unos valores importantes, ya que algunos piensan que quienes suban contenido a esta plataforma serán millonarios. La verdad es que no. ¿Por qué? La página de este medio aclara: “YouTube define el pago por cada 1.000 visualizaciones verdaderas, es decir, el tiempo que el usuario dura viendo el video y de acuerdo con el flujo de publicidad 'online' en el país. Es así como el monto aproximado por cada 1.000 vistas es de US \$ 10 en Estados Unidos y US \$ 1,5 en Colombia.”

En el siguiente gráfico se aprecia los youtubers más populares en Latinoamérica, donde se confirma que Germán Garmendia es el que tiene más seguidores, ya que cuenta con más de cuarenta millones de suscriptores.

*YouTubers más relevantes en cada país de Latinoamérica en el 2020*



Además, Socialblade, página que se encarga de revisar las cifras de cada uno de los influencers, mencionó que Ami Rodríguez, Lulu99 y Pautips encabezan la lista de los creadores de contenido con mayor número de suscriptores en Colombia. De igual forma, en el 2019 por medio de varias noticias, informaron que Ami Rodríguez, había sido el primero en obtener diez millones de seguidores en su cuenta de YouTube. Finalizando octubre del 2020, está a punto de alcanzar los doce millones.

La constancia hace que las vistas incrementen, por lo tanto, los ingresos también. Además, el mismo artículo de El Tiempo, menciona que “escogen con precaución los videos y al ‘youtuber’ para incluir su publicidad, teniendo en cuenta la clase de público al que llegará la información y el alcance que tendrá”. Lo anterior, demuestra que las empresas quieren hacer pauta con aquellos influenciadores que tengan un buen alcance para vender sus productos. Esto quiere decir que si hay un creador de contenido que habla de deportes, lo más seguro es que Adidas, Nike, o Reebok lo contraten para patrocinar lo que ellos quieren. Claramente, las dos partes ganan, porque todo es un negocio.

Sin embargo, algunos youtubers no cuentan con la misma suerte. “El mundo de las redes sociales es muy complicado y están mostrando el lado bueno, pero nadie conoce el lado oscuro o deprimente. No todos están felices.” Así lo aclara, Lucía Beltrán, más conocida como La Mona soy Yo. Ella se frustra, porque para obtener dinero por hacer publicidad en sus redes, necesita cumplir con ciertos parámetros. En el dado caso que no tenga el apoyo suficiente de sus suscriptores, habrá perdido tiempo y ganas de seguir trabajando para las redes sociales.

Con base en la información del año 2019 de YouTube, ese contenido que se ve por más de 1.000 millones de horas se consume por medio de los dispositivos móviles en un 70%. Prácticamente, los adolescentes son quienes más están sumergidos en estas redes, donde pueden buscar todo tipo de contenido y sin saber si lo hacen acompañados de un adulto responsable. Esto es lo que mencionan en el texto *Redes sociales, identidad y adolescencia: nuevos retos educativos para la familia* de Ruiz-Corbella, M., & Juanas-Oliva, Á. Allí

expresan la importancia de verificar qué tipo de *Tiempo de visualizaciones diarias en YouTube* contenido están viendo los niños y cómo lo utilizan.

Ahora es más fácil estar conectado. Las personas tienen celulares, tabletas, portátiles, diferentes dispositivos electrónicos que los ayudan a estar pendientes de la última noticia o chisme. Según cifras de Google del 2017, el 87% de los

colombianos tienen una cuenta en YouTube. Eso quiere decir que, actualmente, casi la totalidad de habitantes del país pueden ingresar a esta red y utilizarla como un buscador.

A lo largo de los años, el modo de interacción ha cambiado, la red está en todos lados. El uso de YouTube se puede hacer de cualquier manera o dispositivo y según cifras de Google del 2017 el 75% lo hace desde su celular, el 49% lo hace acompañado y el 60% ve el contenido porque otros le enviaron un enlace.

Por eso YouTube trata de tener multiplicidad de temas. Por ejemplo, según cifras de Google, el 78% busca solo entretenerse, el 60% se interesa en aprender por estos vídeos y el 57% busca información de algún producto o servicio. Es como tener todo a la mano, pero con ciertas restricciones. Esto quiere decir, que las personas prefieren pasar un rato agradable en las redes para desconectarse de sus labores cotidianas.

Por otro lado, esta plataforma es utilizada como un método de estudio. Por ejemplo, el canal “julioprofe”, donde más de 3 millones de suscriptores estudian matemáticas y sus derivados, gracias a que este docente quiso compartir sus conocimientos. En los comentarios de sus vídeos, le agradecen por sus clases virtuales y por entender a la perfección.

Según cifras de Google para el 2017, el 60% de las personas han conocido marcas gracias a los anuncios que YouTube pone en diferentes momentos de las visualizaciones. He aquí por qué los youtubers de belleza, por ejemplo, ponen estas “propagandas” durante y antes de los vídeos, para así llamar la atención de su público, un tipo de estrategia que beneficia las dos partes. Además, 4 de cada 10 considera que las marcas son más creíbles.



YouTube ha evolucionado, tanto así, que hoy en día existen escuelas para formar a los nuevos creadores de contenido en esta plataforma.

## 2. ESCUELA DE YOUTUBERS, ENTRE LO DIGITAL Y LO CREATIVO

¿Sabía que existe una escuela para formar youtubers en Latinoamérica? Está ubicada en la capital de Colombia, Bogotá. Fue creada por el periodista y youtuber Daniel Samper Ospina junto al emprendedor Juan Abel Gutiérrez. Cuenta con un equipo de profesores especializados en el área de edición, expresión corporal, diseño, guion de vídeo y análisis de redes. Esta institución era una empresa llamada *Espacio 85*, donde funcionaba una productora de marketing de opinión del emprendedor, en la que, en algunas ocasiones, ofrecía clases de creación digital.

Samper y Gutiérrez querían organizar algo más grande, como un proyecto de creación de contenido, que ayudara no solo a los jóvenes sino a todos los interesados en saber cómo se mueve la onda digital.

“El fin de crear la Escuela fue para tener un laboratorio de creatividad y para que allí aprendieran

la técnica, la narrativa y ciertas herramientas de realización para hacer vídeos digitales”, según comenta Daniel Samper. Este sería el primer curso hecho en Latinoamérica, donde se puede cumplir el sueño de convertirse en un creador de contenido para YouTube.



A comienzos del 2020 planearon las clases para dar inicio el 17 de febrero. Los medios empezaron a cubrir la noticia de la apertura de este curso con titulares como “Inauguran primera escuela de youtubers en Latinoamérica”, “Daniel Samper monta su propia escuela de youtubers”, “Escuela de youtubers, una realidad dirigida por Daniel Samper”, etc. Las expectativas se cumplieron y se agotaron los cupos para esta primera promoción de “youtuber en un mes”. Por eso hubo dos grupos con 20 participantes cada uno, reuniéndose ambos en horas de la tarde.

Días anteriores al 17 de febrero, las instalaciones de la Escuela de Youtubers, mantenían un flujo constante de personas. Los asistentes querían saber cómo se iba a llevar este primer curso. ¿Cuál fue el costo para poder ingresar? 357.000 pesos colombianos. El precio fue pensado para que fuera accesible y pudieran aprender en tan poco tiempo, un mes.

Y así fue. Cada uno de los estudiantes de este curso tenía todas las ganas de aprender. Andrea Liévano de 32 años y relacionista pública, quiso unirse a esta aventura y formarse para hacer uso de las redes para manejar su empresa. “Creo que iba con una idea comercial en mi cabeza y salí con un nuevo canal de comunicación que no teníamos planeado dentro de la agencia”. Además, Paula Cuellar de 25 años y comunicadora social, siempre había querido ser youtuber de deportes y se animó a inscribirse para adquirir todas las herramientas necesarias para ser “la mejor” creadora de contenido en YouTube. Y uno de los factores más interesantes: la diversidad de edades, es decir, que en un salón de clase podía estar alguien de 15 años como de 60 años. “Para mí era muy bonito compartir con cada uno de ellos, porque formamos un vínculo muy fuerte y por eso aún nos seguimos hablando”, expresa Juliana Rueda de 38 años y psicóloga.

*Primera promoción de 'Youtuber en un mes' de la Escuela de Youtubers en Bogotá. 2020*

¿Cómo es una clase en la Escuela de Youtubers?



Las primeras dos sesiones fueron exigentes, porque primero se dictó la parte teórica, para llegar a la práctica con todos los conocimientos necesarios. Como yo viví aquella experiencia junto a los demás estudiantes, puedo decir que fue abrumador al principio. Aunque se tenga conocimiento en el área, hay ciertas herramientas que uno no sabe utilizar.

Todo fue pasando muy rápido junto al cronograma que se tenía planeado para cada una de las clases.

Durante cuatro semanas, los profesores se prepararon para que sus asistentes pudieran entender, a pesar de que no todos tenían el mismo conocimiento en redes. Desde el primer día estaban con la mente abierta para recibir toda la información que se necesitaba para convertirse en un youtuber. Lucía Beltrán, más conocida como La Mona soy yo, fue quien inició la clase, porque para entender este mundo detrás de una pantalla, se necesita conocer la historia que hay de cada aplicación. Como motivación, Samper quiso guardar este recuerdo con una fotografía, ya que era la primera promoción de la Escuela de Youtubers.

Así empezó esta aventura digital

De lunes a viernes por hora y media, nos sentábamos en las sillas del salón del segundo piso, un lugar acogedor. Las paredes blancas y el ambiente de los estudiantes y de los profesores, tenía un efecto positivo para querer aprender cada día más. “A mí me encantó desde el primer día, porque superó mis expectativas sobre el guion, la edición y todo lo que se debe tener en cuenta a la hora de publicar un vídeo”, expresó Frank Micolta, papá de Max, el perro youtuber. Gracias a su mascota, él quiso empezar en este camino digital, porque quiere mostrar las habilidades y ocurrencias del canino.

Aunque todos tenían diferentes motivos para realizar el curso, la intención era la misma, querer enriquecerse sobre el manejo de redes.

Después de una semana, empezaron las clases de ortografía y la explicación de cómo subir un vídeo a YouTube. Para que cada producto audiovisual quede bien, es importante seguir ciertos parámetros, además de saber cómo compartirlo en las redes sociales y que tenga un buen alcance. Por lo tanto, para todos los estudiantes, esta clase era primordial dependiendo del tema y del público al que se iban a dirigir cada uno. También fue clave aprender sobre colorimetría, dado que, dependiendo de lo que se quiere transmitir, uno escoge una tonalidad específica. Asimismo, el profesor a cargo mostró una aplicación, Canva, que es utilizada para crear la portada y el encabezado de la página en YouTube, además de otras funciones.

Faltando dos semanas para terminar el curso, solo quedaba por ver la clase sobre guion y de expresión corporal. En la primera que se menciona, también se vio todo el tema de ángulos, es decir, cómo cuadrar la cámara para tener una excelente toma de vídeo o de una sola foto. Con ello, se hicieron varios ejercicios para comprobar el conocimiento y poderlo aplicar en los vídeos que se iban a entregar como trabajo final. En la segunda clase que se nombra, la pena quedó atrás, porque era el momento de demostrar el artista que se lleva por dentro.

*Clases de expresión corporal en la Escuela de Youtubers*



Julieth Wilches, una joven de 22 años amante de los perros, era muy tímida frente a cualquier lente fotográfico. A medida que fueron pasando las clases con María Paula Cifuentes, actriz y profesora de expresión corporal, Wilches se sentía tan cómoda que podía hacer gestos sin pena alguna. “Algunos no nacimos para las cámaras, pero gracias a este curso, he logrado soltarme y ser más extrovertida. Les agradezco a todos por su apoyo”. Estas fueron algunas de las palabras de despedida, ya que se sentía como otra persona después de un arduo trabajo por un mes.

La penúltima sesión, la de edición, fue la más complicada para algunos, por ejemplo, para Astrid. Ella siendo una madre sin conocimiento alguno sobre redes, quiso explorar este mundo para ayudarle a su hijo con los trabajos de la universidad. “Fue maravilloso, yo estoy feliz, porque nunca me había enfrentado a una cámara y me encantó. Los profesores me ayudaron mucho y eso fue muy enriquecedor. Además de conocer personas de tantos saberes, fue lo mejor”, afirmó Astrid, una mujer extrovertida que no tuvo miedo a aprender.

*Graduación de la primera promoción de  
la Escuela de Youtubers. Marzo 14 del  
2020*



Uno de los profesores de la institución Mario Jaramillo, guionista español y periodista de 27 años, quiso compartir su experiencia. “Más que estudiantes, he tenido una familia, con los que al final he tenido un trato muy especial”. Y varios de los asistentes, como Astrid, afirmaron que Mario es aquel profesor que no deja que te derrumbes. Ese es el apoyo que todos necesitan cuando están iniciando en un mundo que poco se conoce. Quitar la barrera de profesor y alumno para unirse y entre todos aprender. No se trata de fama ni de dinero, sino el poder que tienes de alegrarle el día a alguien que la está pasando mal. Y eso lograron varios profesores, incluido Mario, que fue el merecedor de muchos aplausos.

¿Dónde hacen los ejercicios prácticos?

La Escuela cuenta con cinco salas de estudio que se acomodan al gusto de quienes deseen grabar cualquier tipo de contenido. En algunas ocasiones, hay un profesor brindando el apoyo

a aquellos que se sientan inseguros. En el primer piso se pueden encontrar las salas de grabación, espacios para relajarse, pensar y grabar con mucho estilo, dado que los colores resaltan toda la construcción. En el segundo nivel están otros espacios: la oficina del rector, el espacio de edición y un aula de clase. Además, cuenta con una terraza, para aquellos que son amigos del tabaco. Desde mi punto de vista como estudiante, la Escuela de Youtubers es como estar en casa, en un ambiente de compañerismo y de respeto. No importa tu raza ni tu género, eres alguien que quiere aprender.

*Una de las salas del primer piso de la Escuela de Youtubers.*



Sin embargo, existen otros cursos con un costo más elevado, ya que requieren de mucho más trabajo. Por ejemplo, hay varias formas de acceder a la Escuela. Daniel Samper ilustra un poco este panorama:

Talleres concretos de momentos de las redes. Por ejemplo, hace poco hicimos un taller para tiktokers, lo dictó una tiktokers muy popular en Colombia que se llama Mapusa. Ofrecemos talleres para padres, este lo vamos a hacer en alianza con Red PaPaz. Ofrecemos todo tipo de capacitaciones corporativas para empresas, para que los empleados sepan en qué consisten las redes sociales. Habrá también clases de creación digital con un coach, de edición, de diseño más profundas, en la medida que los alumnos que ingresen en el curso de “youtuber en un mes” vayan avanzando.



También hay otro tipo de talleres, como el de *youtuber para pensionados*. “Es impresionante cómo personas mayores de 70 años tienen la mente tan abierta como para aprender de estos mundos digitales y con humildad, permitir que una persona de 20 les enseñe” Señala Samper. Y si hay talleres para ellos, también los niños tienen su espacio los sábados. A pesar de las políticas que tiene YouTube, de no dejar que los menores de 18 años obtengan remuneración por los

vídeos, sus padres están dispuestos a apoyarlos en este oficio.

Asimismo, hay diferentes talleres que se ajustan a la medida de cada una de las personas que los tomen. Si los creadores de contenido no tienen los equipos para hacer un excelente vídeo, la Escuela de Youtubers alquila sus estudios de grabación. Hay todo tipo de planes que varían de precio, pero se ajustan a las necesidades de cada persona. Uno de estos es un *plan básico* que contiene 20 horas de préstamo, tres equipos de producción, por un valor de 450.000 pesos colombianos. Por eso, gracias a esta institución, la primera promoción de *Youtuber en un mes*, ha tomado la iniciativa de unirse a la familia de YouTube o a redes alternas, que les permiten estar conectados desde cualquier parte del mundo.

Este tipo de instituciones son creadas para que cualquier persona pueda conocer del mundo digital, además de los problemas que conlleva estar inmerso en una red social. Por ello, es fundamental hablar de aquellos aspectos donde los jóvenes se sienten atrapados dentro de una plataforma. En razón a lo anterior, este curso brinda el apoyo psicológico, para conocer los procesos que se deben llevar a cabo, para no convertirse en un adicto del contenido digital.

## **2.1 UNA MIRADA PSICOLÓGICA**

En una conferencia dictada en la Escuela de Youtubers, Charyk Lorena Quiroga Díaz, psicóloga y especialista en Gestión estratégica de proyectos, habló de varios aspectos que han marcado a los jóvenes por medio de las redes sociales. Y es importante tratar este tema, ya que algunos no saben cómo hacer el uso correcto de las diferentes páginas web y las adicciones que se puedan presentar. Charyk menciona que hay dos tipos de adicciones: como consumidor y como creador de contenido digital.

En un primer punto, hay que hablar sobre el impacto que tienen los malos comentarios y cómo estos afectan la autoestima de la persona que sube contenido a la red. La prioridad no son las reacciones que tiene un vídeo, sino qué huella deja en quien lo ve. Aunque los suscriptores, sean una herramienta para que el youtuber sepa si está subiendo lo que les gusta a los usuarios, también pueden recibir comentarios negativos y esto afectaría la autoestima. Por eso, hay que ignorar a estas personas que comúnmente son llamadas *haters*. Estas se encargan de hablar mal del contenido y de cualquier aspecto de la vida de los influencers.

Los youtubers sienten mucha presión cuando los critican, les dicen que no son buenos con lo que hacen, los ofenden por cómo se visten, por lo que son y por cómo se expresan. Todos estos factores conllevan a un efecto negativo en la personalidad y en el bienestar emocional.

Un ejemplo de ello es la youtuber Erika Nieto, más conocida como *Kika Nieto*. En el año 2018 en su vídeo, *Mi video más SINCERO - Respondiendo sus preguntas*, ella estaba dando respuesta a las dudas de sus seguidores. Uno de ellos le cuestionó lo que opina sobre la comunidad LGBTIQ, grupo de personas con diferentes orientaciones sexuales. Nieto expresó que “toleraba” a estos individuos, por eso fue juzgada y catalogada como homofóbica. A partir de ese suceso, sus haters han buscado la manera de afectarla emocionalmente por la forma de opinar y de hablar de ciertas situaciones. Prueba de lo anterior, a comienzos del 2020 Kika fue tendencia en Twitter, por llamar a una joven de contextura gruesa “trozuda”. Dos años después siguen buscando la manera de alejarla de las redes sociales y lo lograron. El treinta de abril del 2020, subió un vídeo anunciando su salida de todas las plataformas, para poder descansar de aquellos comentarios ofensivos ¿Hasta dónde llegarán estas personas que solo se fijan en los demás para causarles daño?

Actualmente, es complicado decir lo que uno quiere sin ser criticado en las diferentes plataformas. Esto causa que algunos de los creadores de contenido, deseen alejarse de YouTube para evitar afectarse emocionalmente. Las personas que odian, más conocidos como *haters*, quizá actúan para disfrutar cómo el otro sufre, sin pensar en las consecuencias que pueden generar en quien lee aquellas opiniones.

Según la psicóloga, Charyk Quiroga, existe un factor que no falla y es el de la comunicación asertiva, aquella que consiste en defender su punto de vista, respetando el del otro. Por ejemplo, al responder un comentario con respeto a quien lo está ofendiendo, tiene un efecto positivo. Hay algo clave en este escenario y es crear una estrategia desde el valor que se le da a la situación sin mezclar ningún tipo de emociones, logrando así un objetivo claro y no desviarse a un enfrentamiento.

También es importante recalcar cómo afectan las redes sociales, tanto para el que consume como para el que publica. Por eso la psicóloga Charyk recalca que los dos puntos son bastante críticos, ya que las personas se obsesionan y no hay manera de que dejen de estar sumergidos en el mundo digital. Además, esto trae muchas consecuencias, por ejemplo, la depresión, al no tener el alcance esperado. Por el lado del que invierte su tiempo en ver el contenido y pierde conexión, tendría un desequilibrio al querer seguir viendo a sus influencers favoritos.

De esta manera, el acompañamiento de un profesional es indispensable, para saber cuál es la razón por la que aquel individuo se está refugiando en las diferentes plataformas.

Uno de los puntos que toca la psicóloga es que “no caigan en el círculo vicioso”. Es decir, no sumergirse en la idea de que el público es el único capaz de opinar frente a lo que se sube a redes. Además, uno siempre estará expuesto a ser criticado desde el primer acercamiento a estas plataformas digitales. Por eso, Quiroga invita a cuestionarse la capacidad que tiene y no de dejarse influenciar por lo que lee, porque es allí donde hay que tener autocontrol para no creer lo que dicen de uno.

Para el youtuber Botonet, quien hace vídeos de comedia, el tema de la ansiedad es algo que está constantemente en este oficio. “Sí he pasado por muchos momentos donde emocionalmente me siento un poco inestable, por el tema de los seguidores, porque al fin de cuentas nuestro trabajo es algo medible, algo que estás viendo día a día cómo te fue”. A pesar de tener aquellos tormentos en su cabeza, diariamente se levanta para hacer feliz a todos esos niños que lo ven desde sus casas. Es algo que a él lo motiva a seguir en esta plataforma, aunque sea duro, tiene un compromiso con el público, que son los vídeos cada semana.

De igual forma, el youtuber Keff Guzmán, actual *gamer*, persona que se dedica a jugar todo tipo de videojuegos online. Él ha pasado por un proceso en el que tuvo que cambiar su contenido porque no se sentía cómodo, esto hizo que los nuevos productos audiovisuales generaran pérdidas en sus suscriptores. “En este momento estoy en decadencia. Sí, no me da pena decirlo. Yo no puedo hacer nada, solo seguir disfrutando lo que hago, porque como lo he dicho, solo se vive una vez”. A pesar de no estar teniendo un buen alcance con lo que está haciendo, no se rinde y sigue disfrutando con los fans que lo apoyan en este nuevo camino.

Por otro lado, está el youtuber Mauro Martínez, quien hace vídeos junto a su novia Paulis en el canal llamado *Paulis & Mauro*. “Las críticas para mi hacen parte de cualquier proceso. Entiendo que existe mucha gente que gasta su tiempo en dejar comentarios que pretenden lastimar, pero yo me puse la meta de usar mi tiempo en leer a la gente que tiene algo que decir”. Para algunos puede ser algo crucial recibir tantas críticas, pero para Mauro es algo sin relevancia, porque entiende cómo es el mundo de las redes sociales y es algo que siempre estará ahí. Es decisión de uno prestarle atención o dejarse afectar por ello.

En ciertas ocasiones se puede ver cómo la juventud se deja manipular por algunos retos que se hacen virales en las redes. Por ejemplo, jugar a decir un número al mismo tiempo y si este coincide, al que pierda le toca hacer un *challenge* y es comer lo que el otro diga. Esto será chistoso para algunos, pero nadie está exento de ingerir algo que provoque una alergia o algo peor. Estos sucesos se pueden ver más desde un lado social. La socióloga Ana María Lizcano, desarrolladora de marketing político en redes sociales, está de acuerdo en mediar la cantidad de horas de contenido y calidad de este, en donde los adolescentes son susceptibles a ese tipo de influencias. “Podremos saber todo de esta persona y en una fase temprana de la juventud podría generar que se tome como un modelo a seguir en su totalidad” señala la humanista. Es decir, llegar a idolatrar a una persona y creer que los que están detrás de una pantalla son las únicas con las que se puede interactuar.

Por otro lado, se encuentran los padres, quienes están preocupados por cómo los jóvenes navegan en el mundo del internet sin tener las precauciones con lo que se encuentran. Uno de ellos comparte su opinión. “En el caso de mi hijo, de compañeritos, ven a estas personas y hay una enorme influencia incluso hasta en el habla, empiezan a ser una copia de los youtubers en la forma de expresarse” comenta William Salazar antropólogo de 49 años y padre de Alejandro de 15.

Una noticia de El País 2017, menciona sobre los numerosos casos donde el límite para subir un vídeo es la muerte. Allí se evidencia cómo algunas personas que suben vídeos a la web no comprenden la dimensión de estos retos, cuyo fin es hacerse virales o divertirse entre ellos. Estos vídeos, que en algunas ocasiones se hacen en vivo, generan preocupación en los padres.

En el mismo artículo de El País, afirman que hay mucha presión dentro de este mundo digital y los jóvenes no son conscientes de ello. Sin embargo, hay que hacer una aclaración. No se está armando ningún juicio de valor sobre lo que son los youtubers, porque no todos se dedican a hacer retos peligrosos. Existen varios creadores de contenido que se preocupan por el bienestar de los demás y por entretener sin causarle daño a nadie.

Por ello, varios académicos insisten en la compañía de los padres cuando los adolescentes estén navegando en la red. No hay que descuidarlos, porque tanto su seguridad como su integridad puede estar en riesgo. Por ejemplo, el texto *Redes sociales, identidad y*

*adolescencia: nuevos retos educativos para la familia* de Ruiz-Corbella, M, & Juanas-Oliva, detalla cómo los jóvenes se refugian en aquellos personajes que están detrás de la pantalla. Al no tener una supervisión o no saber la causa por la que buscan más a estas personas que a su propia familia, es un factor que afecta en la forma en la que ese niño va a relacionarse con el exterior.

No es solo el riesgo que corren los adolescentes al no medirse ni en el tiempo ni en la cantidad de páginas investigadas. Es una cuestión de qué cosas que las redes sociales muestran afectan mental y socialmente a una persona, más que todo a los jóvenes. Aunque el otro esté mostrando una buena vida de lujos o entretenimiento, no quiere decir que no pueda sufrir alguna decaída emocional.

### **3. PERSONAJES DE YOUTUBE, EN EL MUNDO DE LAS REDES SOCIALES**

Las redes sociales abarcan un público muy grande, donde se puede subir todo tipo de contenido. El problema está en crear una vida falsa, donde hay que mentir desde un comienzo, hasta que la situación se salga de control y se necesario contar la verdad. Varios youtubers han intentado refugiarse en adulterar ciertos aspectos de su cotidianidad, y por tratarse de asuntos personales, consideran innecesario hablar de ellos. Sin embargo, en esta plataforma, ocultar la realidad no es la mejor solución.

El primer caso es el de Yovana, antes conocida como Rawvana, quien llevaba seis años con un estilo de vida, donde en su dieta solo ingería alimentos de origen vegetal. Su contenido era dirigido a un público animalista, por lo cual, no se atrevía a hablar de lo que le estaba sucediendo a su organismo. Hasta que en un vídeo se ve consumiendo pescado y de inmediato lo tapa, para evitar ser descubierta. Esto impactó a sus seguidores, por lo que la dejaron de seguir y la prensa también informó al respecto y estos fueron algunos de los titulares: *La traición de la emperatriz de los veganos* (El País, 27 marzo 2019) y *Rawvana: la polémica*

por la "youtuber vegana" con millones de seguidores que fue sorprendida comiendo pescado (Semana, 26 Maro 2019).

Tuvo que pedir disculpas públicas, afirmando que el veganismo le había provocado una enfermedad. Después de toda esta polémica, la audiencia se

preguntaba porqué ella nunca se pronunció, así hubiera evitado disgustos a quienes la veían.

Otro caso muy particular es el de Nancy Loaiza, quien fingió un viaje que claramente nunca ocurrió. Lo diferente es que ella quería mentir, para luego exponer en un vídeo que no todo lo que se muestra es real.

Portada del vídeo de Nancy Loaiza '72 horas publicando una vida falsa en Instagram' del 2018



disfrutando el viaje. Ninguno se cuestionó si estaba haciendo aquel vídeo para mostrar una realidad falsa. Todo estaba saliendo a la perfección. Ella se tomó el tiempo de buscar en Cartagena qué lugares le servían, para que pareciera que estaba en Europa y construir la realidad que quería. Así hizo durante todo su viaje.

Unos cuantos meses después, subió un vídeo a su canal que iba a cambiar la perspectiva de muchos. Dijo en público que todo había sido mentira. En medio de tanta locura, quiso demostrar que perfectamente cualquiera puede vivir en un mundo de fantasía, pensando que es verdad, pero no lo es. YouTube, Instagram, Facebook, se prestan para pintar un mundo utópico, imaginario, para atraer al público. Por el mismo hecho de ser youtuber a muchos les ha tocado mentir para no dar explicaciones. Se llega a estas instancias quizá por las vistas

Yovana junto a su estilo de vida vegana siendo Rawvana



que le generan y así aumentar su dinero. Aunque algunos estaban sorprendidos, como lo menciona Nancy, nadie la atacó porque entendieron el mensaje.

En una entrevista con la youtuber, se expresó frente a lo que quiere hacer como creadora de contenido, ya que su misión es dejar huella. "Para mí es muy importante dejar algo en la comunidad de YouTube. Si hago vídeos es para enseñarles cosas con las que yo vivo a diario." Aunque muchos la critican por la edad, por lo que tiene más de 30 años, ella considera que no es ningún impedimento para mostrar que en la plataforma mencionada, uno puede encontrar contenido educativo o aquel que lo haga reflexionar, como el que subió de cómo mienten en las redes sociales.

El siguiente caso que fue tendencia en redes sociales, el de Paula Galindo, o más conocida como Pautips, youtuber de maquillaje. Detrás de sus vídeos color rosa, la influencer estaba pasando por una situación de depresión, trastornos alimenticios que la han acompañado desde muy joven y uno que otro problema personal. Esto la afectó emocionalmente, por lo que grabó un vídeo en el que contaba cómo se sentía y lo que había estado ocultando por meses. En el 2019 quiso publicar este producto para liberarse y tener una relación más sincera y cercana con sus suscriptores, sin embargo, no fue tomado de la mejor manera.

También varios medios publicaron la noticia sobre aquel vídeo que causó mucha intriga. Titulares como *Entre lágrimas, Pautips anuncia que se retira de YouTube temporalmente* (La FM, 26 agosto 2019) y *Video: entre lágrimas, Pautips dice 'adiós' y se retira de Youtube* (El Tiempo, 26 agosto 2019). Generó mucha inquietud por qué decir que estaba mal emocionalmente cuando días anteriores y en sus redes, nadie notaba ningún cambio en su actitud.

“No pensé que fuese a hacer tanto drama todo eso”. Estas fueron las palabras que mencionó en su vídeo titulado *Les pido disculpas y qué va a pasar con Pautips*. A pesar de recibir muchos comentarios negativos, también hubo quienes la apoyaron en este proceso para seguir con su contenido como habitualmente lo hacía. Aunque ella ya haya superado todo lo sucedido, algunos de sus suscriptores o personas que usan la plataforma, la recuerdan por aquel episodio.

En una charla con Sergio Ríos, consumidor de esta plataforma digital, comentó su inconformismo frente a las acciones de Pautips. “Esto es una especie de burla hacia ella, porque lo hace para conseguir más gente y llenar su canal”. Para Ríos esto es como un *show* mediático, donde ella se populariza en YouTube para obtener más vistas, por lo tanto, más dinero. Además, contó una anécdota sobre cómo sus amigos encontraron este vídeo sin estar suscritos. “Ellos me dijeron que lo habían encontrado en la sección de tendencias y que estaban impactados por el sentimiento simulado para más vistas”. Claramente, si subes un vídeo que genere preocupación y destacas ciertas palabras, todos se van a preocupar. Por eso, después de aclarar que todo ya había culminado, su público se molestó por querer llamar la atención.

Otra de las seguidoras, Paula Cuellar, también estuvo en desacuerdo con Pautips. “Ella no tiene necesidad de llamar la atención, con su contenido ya logra millones de visualizaciones”. A pesar de esta polémica, Galindo sigue siendo una de las youtubers más importantes, ya que se encuentra en el top 10 de Colombia según Socialblade, página que se encarga de registrar el movimiento de los suscriptores y vistas del canal. Además, en uno de sus últimos videos titulado *Cómo subí de peso*, comenta lo feliz que se siente actualmente y que ha dejado atrás los malos ratos, para empezar un nuevo camino y proyectarlo en todas sus redes sociales. Ya no es cuestión de seguidores, ni de dinero, sino del bienestar emocional para ser *tu mejor versión*, como Pautips siempre ha dicho.

#### **4. ASPECTOS ECONÓMICOS**

Al parecer en este campo, el área legal y comercial no tiene datos precisos. Tanto el Ministerio de Tecnologías de la Investigación y de las Comunicaciones (TIC'S) como el Ministerio de Trabajo, negaron tener información frente al proceso necesario para ser youtuber. La única entidad que tiene en su base de datos todo lo relacionado a la legalidad y a los procesos pertinentes, es la Cámara de Comercio.

En el documento se especifica que existe el artículo 26 del Código de Comercio, donde es obligación de todo comerciante matricular el registro mercantil de actos, libros y documentos que exija la ley. Además, si los youtubers tienen alguna actividad económica que se realice a través de una empresa de conformidad, debe hacer el debido proceso. Sin embargo, si no

tienen alguna entidad que los respalde, no debe matricularse, porque allí mencionan que esto es de “carácter rogado”, es decir por voluntad propia.

No hay ninguna política, ley o artículo que ampare a estas personas por el oficio que están realizando. ¡Con razón todos quieren ser youtubers! No hay papeles ni proceso de por medio. Por otra parte, el economista Iván Urrea menciona algunos factores que han desplazado la televisión tradicional, lo que ha hecho que YouTube y otras plataformas, sean las escogidas para ver diferentes productos audiovisuales.

En primera medida, es importante entender cómo las marcas prefieren pautar, es decir, contratar a alguien para que patrocine lo que ellos quieran. Es muy sencillo, los precios para realizar esto en YouTube son mucho más baratos que en la televisión digital. Por ejemplo, en un documento de Caracol Next del 2019, es decir en la página web del canal, se encuentra que la publicidad por seis días está alrededor de \$6.210.000 (seis millones doscientos diez mil pesos colombianos).

Por otro lado, según cifras de la plataforma, existe una mínima inversión de 10 dólares al día, por la que campañas locales empiezan a promocionarse. Además, dependiendo del tiempo y de cuántas personas acceden a esta publicidad, tendrá un costo diferente. Lo anterior no pasa en televisión o portales web del canal ya que son precios fijos. Otro punto para tener en cuenta es que, la *parrilla* no es tan flexible como en Youtube, dado que es más fácil el acceso a todo tipo de vídeos con un solo buscador.

Además, el economista afirma que “entre más vistas tengas, más te van a pagar por la publicidad”. Es decir, a las marcas les importa el alcance que tienen los vídeos de los youtubers o influencers, porque esto aumenta en la medida que su público esté interesado en lo que muestra. Por eso la competencia de productos que se ven en el mercado. Estas son llamadas estrategias de *marketing*, para así generar mayor audiencia a favor en sus canales. Asimismo, los creadores de contenido intentan enamorar a sus suscriptores por medio de juegos y concursos, que les permitan llamar más visualizaciones.

Un ejemplo concreto sería el famoso *giveaway*, mecanismo por el que sus suscriptores pueden participar por diferentes premios. Y esta es una de las estrategias que utilizan para que más personas se interesen en suscribirse al canal y quieran ver más vídeos para tener otra

*Pautips en un sorteo de maquillaje del 2019*



oportunidad de ganar. Una muestra de este ejercicio es la youtuber Pautips, experta en maquillaje. Constantemente está recibiendo productos de diferentes marcas para promocionar en sus vídeos. Por eso, realiza concursos tanto nacionales como internacionales, para que sus seguidores puedan adquirir

estos productos, donde el más barato cuesta veinte mil pesos colombianos y el más caro puede superar los cien mil pesos colombianos.

Aunque a muchos youtubers les vaya muy bien con la plataforma, también hay otros que no pueden vivir de este oficio. “Si yo estoy en YouTube es por puro *hobbie*, porque me pagan 200 dólares cada 2 meses y medio. Las redes sociales no son mi sustento, me ayudan un montón, pero no puedo vivir de ellas”. Esto afirma la influencer y comunicadora social, Lucía Beltrán. Este trabajo es difícil, ya que, la manera en la que puedes ganar un poco más de dinero es con las marcas, pero si no pautas con ninguna, no es rentable vivir con 200 dólares, que serían 761,920 (setecientos sesenta y un mil novecientos veinte pesos colombianos).

YouTube ya no es como en el 2005, que solo se utilizaba para el mercado musical o para uno que otro vídeo de la vida personal. En esta plataforma, la publicidad se ha convertido en algo con lo que los usuarios conviven a diario. A esto se refería el economista, las personas que están sumergidas en esta red, se van a estar encontrando diversas clases de publicidad, aunque no la quieran.

## **5. YOUTUBE, UNA MIRADA AL FUTURO**

Daniel Barredo, experto en Comunicación, habló en detalle sobre la evolución que ha tenido la plataforma digital, ya que el tema de los youtubers empezó en el 2012, siete años después de su creación. “Se construyó como repositorio de videos en línea y fue evolucionando como un medio social”. Además, la plataforma ha ido cambiando paulatinamente, debido a cada aspecto que se le ha incorporado. Por ejemplo, ahora se pueden subir historias como en las diferentes redes de Whatsapp e Instagram. Esta ha sido una herramienta que ha permitido un acercamiento con cada una de las personas que se conectan mediante YouTube.

Lo anterior, lo afirma Barredo al decir que “uno de los grandes incentivos que tienen los usuarios para participar en internet es la construcción de una comunidad alrededor de esos vídeos”. Por ejemplo, para que se cree un club de fans, debe existir una persona a la que se admira, por lo cual, los seguidores quieren estar más cerca a ella. La única manera de lograrlo es reunir a quienes estén interesados en asistir a todas las reuniones o eventos, para intentar conocer a su ídolo. Se crean lazos que se pueden llevar a otras redes o circunstancias.

Otro punto que toca el experto son los cambios que ha tenido la plataforma en comparación a la televisión. Esto es importante mencionarlo ya que, según Barredo, actualmente los usuarios prefieren una red que brinde todos los accesos gratuitos al contenido y repetirlo sin algún límite.

Es claro que en YouTube es mucho más fácil la búsqueda del contenido por la *parrilla*, ya que, es variada y está a disposición de quienes tengan un dispositivo como el celular o el computador. En cambio, con la televisión no sucede. Claro, existen todo tipo de programas para diferente público, pero tienen un horario para presentarlos. Afirmando lo que dice Barredo, los canales analógicos en un futuro podrían instalarse en la plataforma para crear contenido. Ganan en el mercado y también los usuarios.

Dentro de los cambios a futuro, Barredo afirma que, se planea ampliar el contenido para invidentes. Que esta sea una plataforma de inclusión, para aquellas personas que no tienen las condiciones físicas y quieren divertirse como cualquier otra. Una discapacidad no es un impedimento para gozar de las herramientas de la tecnología.

¿Qué pasará con los youtubers?

El experto en comunicación da una noticia, que para algunos no será la mejor. “Cada vez es más difícil volverse youtuber, existe una condición y es ser un profesional con altos conocimientos”. A nadie le va a interesar suscribirse a un canal que no tenga una buena imagen, no tenga efectos ni música. Por eso hoy en día, han surgido muchos cursos para crear contenido de una manera profesional, por ejemplo, la Escuela de Youtubers. Instituciones como esta, ayudan que jóvenes y adultos logren el sueño de tener su propio canal. Además, tener constancia y credibilidad en redes.

YouTube es un medio complejo, para algunos es muy fácil convertirse en una estrella y ganar dinero, para otros toma muchos años tener una buena acogida. Lucía Beltrán, más conocida como *La mona soy yo*, youtuber de maquillaje y de libros, ha sido una de las creadoras de contenido que es consciente que no se puede vivir de YouTube. “Nosotros tenemos que conseguirnos un trabajo donde tengamos un salario mensual, porque ser youtuber es como ser freelance. Tú recibes dinero, pero no sabes cuándo, las deudas no dan espera”. Para sacarle provecho a esta plataforma, hay que buscar otras alternativas para considerar ser youtuber como un trabajo. Por ejemplo: Pautips y Laura Sánchez, youtubers colombianas, crearon su propia línea de maquillaje. Esto permite que más personas reconozcan su trabajo y que diferentes empresas quieran pautar con ellas.

También es importante recalcar cómo afectan las redes sociales, tanto al que consume como al que publica. La adicción a subir contenido para ganar más *likes*, para ser famoso y ganar dinero, ha sido la causante de muchas depresiones, según la psicóloga Charyk Quiroga. Quienes se quieren sumergir en el mundo digital, muchas veces no están preparados para las críticas, por ello, no tienen otra solución que dejar de producir contenido para la plataforma. Este fue el caso de Kika Nieto, que desde el mayo del 2020 se despidió de las redes con un vídeo titulado *Gracias por todo*.

YouTube se considera un lugar donde se puede almacenar cantidad de vídeos de cualquier tipo, donde el consumidor decide cómo explorar. Además, si los padres tienen alguna inseguridad frente al contenido que sus hijos están viendo, la plataforma sacó una aplicación llamada *YouTube Kids*, donde el manejo que se le da es exclusivo para los niños. Sin embargo, los adolescentes sí están expuestos a encontrarse con cualquier vídeo. Por ello, como se ha mencionado en todo el reportaje, no se trata de negar el acceso a cualquier red, sino de velar por la seguridad e integridad de los jóvenes, haciendo control de un uso adecuado tanto en tiempo como en material visual.

Para Daniel Barredo, experto en comunicación, esta plataforma seguirá cambiando para tener una mejor experiencia a la hora de navegar en ella. A pesar de que existen otros caminos para investigar y encontrar información, YouTube cada día garantiza que más personas se unan a la comunidad, tanto como consumidores o creadores de contenido. Por ejemplo, ahora existe un botón llamado *unirse*, por el que los individuos pueden obtener un material extra o

diferente al que ven en sus canales favoritos. Es decir, esta herramienta permite acercarse más a las cuentas a las que se está suscrito, para ello se debe pagar una mensualidad de diez mil pesos colombianos. Así poder sentirse exclusivo dentro de un grupo tan grande como lo es YouTube.

Las redes sociales son enormes, pero de mucho cuidado. Uno no sabe qué puede estar pasando detrás de la pantalla, si los vídeos que suben sean para superar alguna tristeza o divertirse un buen rato. Por eso, últimamente, más usuarios quieren compartir sus experiencias y sus gustos, para encontrar a otras personas que quieran saber cómo pasar por situaciones similares. Por ejemplo, la youtuber Nancy Loaiza, quiso prender su cámara y contar su experiencia en Australia, ya que era su primera vez viajando sola y tan lejos de su ciudad natal. Otro caso es el de Mauro Martínez, músico e influencer, quien quiso mostrar su talento por medio de esta plataforma, sin buscar una remuneración o fama. También existen otros creadores de contenido como Pautips, que fue escalando poco a poco por su pasión por el maquillaje. Debido al apoyo que ha tenido por parte de sus seguidores, logró sacar su propia marca de cosméticos.

Ser youtuber no es una tarea fácil, debido a la preparación en los ámbitos psicológico, social y económico. Además, de instruirse en una buena academia o en la Escuela de Youtubers, dado que, estos espacios son pensados para formar a cualquier persona para producir contenido. Las redes sociales constantemente están evolucionando, por ello, hay que estar aprendiendo todo el tiempo, conocer la audiencia y cuál es la manera en la que se dejará huella en una plataforma tan grande como lo es YouTube.