

Medio	EL MERCURIO EL SABADO
Fecha	19/11/2016
Mención	Guía youtuber para extraterrestres. Mención a la Escuela de Periodismo de la UAH.

GUÍA YOUTUBER para extraterrestres

El domingo antepasado se realizó la segunda cumbre de *youtubers* en Santiago. Asistieron seis mil personas, dando cuenta de un fenómeno en alza entre los adolescentes y que deja perplejos a los padres. Un periodista de “Sábado” acompañó a su hija al evento, que duró ocho horas. Aquí cuenta lo que vio, lo que sintió y lo que sufrió.

POR GAZI JALIL F. ILUSTRACIÓN FRANCISCO JAVIER OLEA FOTOS CARLA PINILLA G.

Parece que ahora, al fin, le toca a Fernanfloo.

Su nombre comienza como un rumor, con un par de niñas que gritan que lo vieron, que ya viene, y termina en una avalancha de adolescentes que corren hacia el escenario y chillan y lloran y saltan y muestran carteles y corean su nombre: Fernanfloo.

Nunca he escuchado de él. No me parece conocido. No sé qué hace. Jamás lo he visto. No me suena. Así que bajo estas circunstancias, es lógico preguntarse: ¿quién es Fernanfloo?

—¿En serio no sabes quién es Fernanfloo?— me contrapregunta mi hija. En su cabeza adolescente, Fernanfloo es un ídolo y una celebridad planetaria. No saberlo me transforma automáticamente en un extraterrestre en medio del Club Media Fest, la cumbre de *youtubers* de habla hispana que se realizó el domingo antepasado en el Parque Padre Hurtado, hasta donde llegaron seis mil personas, la mayoría en edad escolar, atraídos por lo que un grupo de niños armados de celulares me describió como “un sueño hecho realidad”.

La frase tiene mucho sentido aquí, a juzgar por los chillidos que se transforman en una larga y monótona nota cuando aparece en el escenario Fernanfloo. Pero eso ocurrirá solo al final, después de ocho horas desde que comenzara este festival, porque, en efecto, Fernanfloo es el plato fuerte, el *youtuber* entre los *youtubers*, el invitado al que todos quieren ver, escuchar, adorar y darle *likes*.



De *youtubers* sé apenas un par de nombres. Sé, por ejemplo, de Germán Garmendía, el chileno con más seguidores en el mundo, quien no vino a esta cumbre. Y sé de El Rubius, el principal *youtuber* español, que tampoco vino. De su existencia me enteré el año pasado, cuando, a petición de mi hija, compré *El libro troll*, escrito por El Rubius, que llevaba varias semanas en la lista de los más vendidos, con más de 30 mil ejemplares. Días después me di cuenta de que, en verdad, era un libro con pruebas y actividades ridículas, sin sentido y hasta grotescas.

Y es todo lo que sé.

Así que es muy normal que no tenga idea de Fernanfloo ni de Luzu ni de JPelirrojo ni de Xoda ni de Celopán ni del resto de los invitados al Club Media Fest, 33 en total. Escritos en el cartel oficial del evento, parecen solo un revoltijo de nombres, pero algunos de ellos son las principales figuras de un fenómeno que crece en Chile y de una pujante industria que acarrea auspiciadores, factura millones y atrae a las editoriales.

Un día antes había hablado con José Luis Massa, argentino, 50 años, a quien se le ocurrió armar este festival, que va en su segunda versión en el país. Antes de echar a andar el *boom* de los *youtubers*, Massa hizo películas y dirigió videoclips de Juan Carlos Baglietto,

Diego Torres y Soda Stereo. Pero en 2014, tras abrir su productora Club Media Network, tuvo la idea:

—En la compañía teníamos contratados a varios jóvenes que creaban contenidos en YouTube y que se comunicaban a través de redes sociales con otros jóvenes del mundo hispano que hacían lo mismo que ellos. Hablaban con Werebertumorro en México, con El Rubius en España, con Xoda en Chile, con Mox en Perú. Pero nunca se habían juntado ni se habían movido del cuarto en que grababan. Entonces decidimos armar un encuentro entre ellos y su público.

El primer festival se realizó en abril de 2015, en Buenos Aires. Massa dice que esperaban unas ocho mil personas. Llegaron 34 mil. Tras el éxito, el evento se repitió en octubre del año pasado en el Movistar Arena, de Santiago, con cerca de 12 mil espectadores que pagaron entradas de hasta 70 mil pesos las más caras. Este año la gira comenzó en Bogotá y siguió en Lima, con más de 10 mil entradas vendidas en cada ciudad, y terminará en diciembre, en Buenos Aires.

—Nuestros jóvenes definitivamente han cambiado su pantalla principal —me dijo Massa—. Ya no es la tele. Ahora es su celular, su tableta. Y sus ídolos son los *social artist*, llámalos *youtubers*, *gamers* o *vloggers*, que tienen una realidad menos maquillada, más real, más auténtica, más directa.

Massa los llama artistas. Le pregunté por qué.



Probablemente soy parte de la primera generación de padres cuyos hijos idolatran a unos perfectos desconocidos. Mi hija es la primera generación de adolescentes que ya no ve televisión abierta. Y los *youtubers* que se presentan en este festival son la primera generación de estrellas de internet, al menos en Chile.

Hablo con Luzu, un *youtuber* de 30 años, nacido en Getxo, cerca de Bilbao, España, pero que vive hace siete en Los Ángeles, California. Luzu es uno de los invitados principales al evento, así que sin saberlo estoy frente a una megastrella. ¿Qué hace que sea más famoso que otros? La cantidad de suscriptores: nueve millones en sus tres canales: LuzuVlog (donde sube videos cada lunes y jueves), Luzugames (de videojuegos) y Luzuylana, que comparte con su polola Lana, que también viene al evento.

Luzu me cuenta que estudió comunicación audiovisual y que trabajaba en una productora en Madrid, cuando empezó a subir videos de él mismo a YouTube desde su pieza.

—Al principio era un *hobby*, porque mi empleo no me daba las posibilidades creativas que sí me entregaba esta plataforma. Por mucho tiempo nadie me veía, pero lo hacía por gusto: me apasionaban las cámaras y la edición. Ahora este es mi trabajo.

Le pregunto si se puede vivir como *youtuber*.

—Totalmente —responde—. Una vez que llegas a una audiencia grande, es igual que cualquier medio tradicional. Vivimos con los ingresos que genera la publicidad.

—¿Cuántas horas trabajas?

—Más que antes. Esto requiere más inversión de tiempo del que le dedicaba a la productora. Aquí no solo soy productor y editor, sino guionista, además hago marketing, llevo las relaciones con la prensa. Trabajo unas 14 horas diarias y siete días a la semana. Y una vez que termino de producir contenidos, sigo en contacto con mi audiencia.

—¿Y cuál dirías que es tu audiencia?

—La generación que con internet comenzó a consumir contenido distinto. Las generaciones previas estaban acostumbradas a una parrilla en televisión, a que le escogieran lo que tenían que ver, a esperar que se emitiera algo. La generación actual, en cambio, quiere tener el poder de elegir cuándo ver algo y dónde verlo, y YouTube ofrece precisamente eso: la libertad de que cada uno vea lo que quiera, sin horarios y sin imposiciones. Creo que desde el momento en que las personas pueden elegir, no quieren volver nunca más a un sistema convencional en el cual tengan que sentarse a las ocho de la tarde a ver un programa de televisión.

—¿No crees que se trate solo de una moda?

—Esta es una realidad que no tiene vuelta atrás. Y no solo es algo que va a seguir siempre, sino que va a obligar a la TV tradicional a adaptarse a la forma de consumir contenidos. Hay algo que diferencia el entretenimiento con el que tú creciste con el que tu hija está creciendo. Hoy es más personal, más humano, se crea una conexión entre la audiencia y el creador de contenidos mucho más íntima de

—Es un movimiento cultural. Y está sucediendo fuertemente en todo el mundo y se inicia en Sudamérica. Me hace recordar la etapa en que hice videoclips en los 80, por el nivel de creatividad y por perderle el miedo a equivocarse, a probar y usar otras técnicas.

—¿Con qué me voy a encontrar en el festival?

—Algunos padres creen que solo son jóvenes que usan las redes. Pero te vas a encontrar con algunos con muy buen desarrollo y otros comenzando su carrera. Y vas a ver a varios con mucho nivel de improvisación, muy genuinos, generando una onda parecida a los inicios del *punk*, con mucho caos controlado y sin tanta producción encima.

Una duda similar me confesaba una mamá poco antes de entrar al festival. ¿Qué vamos a ver? ¿Qué tipo de espectáculo presenta un *youtuber*? ¿Canta? ¿Qué hace? Me crucé con muchos adultos de la mano de sus hijos que estaban igualmente desorientados, mientras hacían la fila afuera del parque. Ninguno sabía muy bien a qué venía ni con qué se iba a enfrentar. Unos pocos conocían algunos nombres, pero por las miradas perplejas de varios, al ver que en la vereda se vendían tazones de Fernanfloo, jockey de Fernanfloo, fotos de Fernanfloo y poleras de Fernanfloo, uno podía adivinar que se hacían la misma pregunta:

—¿Y quién es Fernanfloo?

la que tenías tú frente a un programa de televisión. Hoy nos conocen bien, y eso hace que tengan tanta expectación cuando se hace un evento como este. Además, no hay barreras geográficas ni culturales como antiguamente.

Le digo a Luzu que si no fuera por mi hija, jamás me habría enterado de su existencia.

—Es normal —sonríe.



Tenía varias interrogantes antes de llegar al festival. Si hace un tiempo estaba preocupado de que mi hija no viera ciertas imágenes en televisión, ¿de qué debiera estar preocupado ahora? ¿Todos los *youtubers* son buenos? ¿Hay alguno que no debiera seguir ella?

Después de todo, aunque son casi invisibles en la prensa tradicional, y aunque parecen livianos y pasajeros, los *youtubers* son influyentes entre los jóvenes. Muchos de los adolescentes que me rodean me han dicho que quieren ser como ellos. La mayoría asegura que tiene su propio canal de YouTube. Y todos están suscritos a varios de los que van a actuar en este festival; sin embargo, pocos conocen al primero que se presenta. Guido Morán, argentino. Tal vez por eso, Morán tiene una recepción más bien tibia: sale acompañado de un cuerpo de baile, canta, habla y dice cosas como que hay que atreverse a ser diferente y que está en contra del *bullying*. Su show, con baile, canto y discurso incluidos, duró siete minutos, lo que será la tónica en adelante.

Por los aplausos, uno se da cuenta de quién es quién entre los *youtubers*. Enseguida se presenta Orni, otro argentino, y el público enloquece. Luego viene Gianpa, argentino también, y el entusiasmo decae.

El show parece un ensayo general permanente. Uno de los *youtubers* reconoce en el escenario que no tiene nada preparado y otro improvisa un baile, porque le pusieron una canción distinta. Si uno busca, hay cierto parecido a Lollapalooza, pero en versión escolar. Por ejemplo, el escenario donde ahora hacen su rutina cómica los ecuatorianos de Enchufe TV, no es el único. Hay otros dos puntos donde se presentan en paralelo otros *youtubers*: una carpa para conferencias grupales, donde los fanáticos pueden hacerles preguntas a sus ídolos, y un sector de *meet and greet*, donde me puedo tomar foto con algún *youtuber* o pedirle que me autografe la polera, o darle un regalo o intercambiar un par de palabras. Allí me encuentro con Yellow Mellow, una francesa radicada en España, que tiene casi dos millones de seguidores en dos canales y que hoy incursiona como cantante.

También saludo a Elvira, un español que hace humor blanco y que ha ganado fama en YouTube vestido de mujer.

En la sala de conferencias escucho a Xoda, uno de los *youtubers* chilenos más famosos y esperados de este festival, con más de un millón de suscriptores en su canal, donde juega y comenta videojuegos. Hace cinco años, Cristián Moreno, que es su verdadero nombre, trabajaba como conductor de colectivos para una línea en Puente Alto.

Más tarde lo veo sobre el escenario haciendo su show, donde hace comentarios sexistas y xenófobos. También hace preguntas del tipo *Quién quiere ser millonario*, pero con referencias sexuales. Es como un humorista de traspunto. Miro a mi alrededor: el público adolescente le celebra todo. Los padres, no. Hay miradas silenciosas entre unos y otros. Algunos parecen indignados. Xoda, micrófono en mano, dice que olvidó algo antes de entrar a escena. Un padre le grita:

—¡El cerebro!

Ahora sé qué *youtuber* no debería seguir mi hija.



Ignacio Carrasco, 25 años, se crió en Antofagasta. Estudió Composición y Arreglos Musicales en Santiago. Armó una banda. Trabajó como fotógrafo en matrimonios, fiestas y licenciaturas de colegio. Alcanzó la fama con su canal Las Aventuras de Sofia, donde hacía comedia juvenil junto a su hermana. Lo cerró oficialmente el mes pasado y hoy sigue con DimeNacho, dedicado a la música, los videojuegos y a tutoriales humorísticos, como las formas de copiar en un examen.

Cuando se presenta en el escenario, el público estalla. Se mueve elástico con su guitarra eléctrica. DimeNacho es otro de los chilenos más esperados. Luego de su show converso con él, para que me explique su propio fenómeno:

—Ellos no te sienten inalcanzable, te ven durante meses, crecen contigo, saben lo que te pasa, no hay maquetas.

La semana pasada lanzó un libro de cómic con Las aventuras de Sofia y hace tres meses que vive de sus videos.

—Por ahora esto sigue siendo algo solo de los jóvenes. Pero en Estados Unidos hay *youtubers* de 50 o 60 años. Falta poco para que se convierta en un fenómeno más transversal.

temas en inglés junto a su banda. Por suerte está frente a un público poco exigente, que pasa por alto sus desafinaciones, los acoples de micrófonos y las veces en que se le olvida la letra.

Fuera del escenario converso con dos *youtubers* chilenas: Ivica Llanca, 24 años, más conocida como Iviween, y Valentina Villagra, 23 años, que en YouTube es Balentina, con B.

Iviween, antofagastina, es estudiante de ingeniería civil industrial en la Universidad Católica del Norte. Me cuenta que se inició en YouTube hace cinco años haciendo sketch y monólogos del tipo cómo patear a tu novio. Balentina, en tanto, empezó en un momento incierto de su vida: cuando cerró la Universidad del Mar, donde estudiaba odontología. Hoy es una de las *youtubers* más activas del país.

—Partí sin *casting*, sin ayuda de terceros, sin pitutos. Y aprendí todo sola. Hoy toda mi vida gira en torno a esto —me dice—. Sin buscarlo, me estoy convirtiendo en un referente. Muchos padres me agradecen lo que hago. Algunos me han dicho: “Mi hijo no me escucha, pero a tí sí”.

—¿Cómo trabajas?

—El lunes creo la idea. El martes la desarrollo. El miércoles la grabo. El jueves la edito. Y el viernes la subo. Soy muy cuidadosa de los contenidos.

Su libro, *Besito en la frente* (Editorial Planeta), donde da consejos para ser más feliz y disfrutar la vida, ya está en su sexta edición. Ahora sacará una agenda motivacional para el próximo año.

Junto a DimeNacho está Kevscho, 18 años, nacido en Mar del Plata, Argentina. Comenzó como *booktuber*, subiendo videos con reseñas de libros, pero ahora se ha expandido a la comedia. Antes era cajero en un local de comida rápida. Hoy tiene más de 500 mil suscriptores.

—Los chicos nos ven como personas muy simples —explica, cuando le pregunto por el ejército de adolescentes que lo sigue por un autógrafo—. No nos maquillamos ni nos peinamos. Solo tenemos la cámara enfrente. Y generamos más impacto que la televisión.

Después de Kevscho, aparece Diego Jérez, chileno, 25 años, más conocido en YouTube como Ni tan Zorrón. Ex estudiante de comunicación audiovisual, en su canal hace bromas, cámaras indiscretas y experimentos sociales, pero su mayor éxito son sus videos donde muestra cómo abordar a las mujeres.

—La televisión abandonó a los jóvenes —me dice—, y ellos hoy buscan contenido en YouTube. Conozco pocas personas de mi generación que vean tele.

Fabio Torres, 23 años, otro chileno, es uno de los animadores del evento.

—Estudié periodismo en la Universidad Alberto Hurtado, pero cuando fui a dejar currículo a los canales de televisión, no me pescó ninguno —cuenta.

Hoy tiene casi 500 mil suscriptores en su canal donde realiza entrevistas y encuestas. Le pregunto dónde se ve en 10 años más.

—Hay *youtubers* que ya llevan 10 años en esto, así que podría seguir 10 años más en lo mismo. ¿Por qué no?

Mientras habla, en el escenario está Lele, una linda chica rubia de Minnesota, hija de misioneros, *gamer*, conductora de televisión y actriz. También es la polola de Germán Garmendia. Lele habla un mal español, pero algo se le entiende. Durante su show canta tres

Cuando el festival va para las ocho horas, más de la mitad del público luce un jockey verde con la L de Luigi, el coprotagonista del videojuego de Mario Bros. Pero no lo usan por él. No podía saberlo entonces, pero es el jockey que suele usar Fernanfloo en YouTube. Así que, en el fondo, es el anuncio de que viene el invitado estelar. Los mismos animadores bromean con que vinieron a verlo solo a él, mientras aumentan los gritos, los flashazos de los celulares y la histeria colectiva.

Hasta que por fin sale, entre una lluvia de papel picado.

—¿Ese es Fernanfloo?

Tengo que *googlearlo*: ahora sé que es salvadoreño, que se llama Luis Fernando Flores, que tiene 23 años, que en su canal juega videojuegos y que lo siguen 17 millones de suscriptores, tres veces más que la población de su propio país.

No sabría qué más decir. Solo parece un chico normal. Podría estar entre el público. Habla como ellos, se viste como ellos y no da la impresión de nada en particular, salvo de querer pasarlo bien y que le den *likes* en su canal.

Esperamos ocho horas para verlo gritar un viva Chile, competir con Xoda y Mox en la botella *challenge*, un juego muy popular en la red, cantar un rap que lleva su nombre y hacer lo mismo que hace en YouTube: jugar un videojuego.

—¿Ocho horas para esto?

Mi hija no puede más de la emoción.



La cumbre de **youtubers** estuvo en Bogotá y Lima antes de llegar a Santiago. "Es un movimiento cultural. Y está sucediendo fuertemente en todo el mundo y se inicia en Sudamérica", dice José Luis Massa, creador del evento. A la izquierda, DimeNacho, uno de los **youtubers** chilenos más exitosos. A la derecha, Lionel Ferro, argentino, cantante y actor. Aparece en la serie Soy Luna.

“

Esta es una realidad que no tiene vuelta atrás. Y no solo es algo que va a seguir siempre, sino que va a obligar a la TV tradicional a adaptarse a la forma de consumir contenidos

”

Luzn,
youtuber español

