

Treball de Fi de Grau

Títol

Los youtubers como nuevos referentes sociales: ¿qué impacto tienen en la generación Z desde una perspectiva de género?

Autoria

Lorena Hens

Professorat tutor

Alícia Soler

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	x
Publicitat i Relacions Públiques	

Tipus de TFG

Projecte	x
Recerca	

Data

24/05/2019

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	Els youtubers com a nous referents socials, quin impacte tenen en la generació Z des d'una perspectiva de gènere?		
Castellà:	Los youtubers como nuevos referentes sociales, ¿qué impacto tienen en la generación Z desde una perspectiva de género?		
Anglès:	Youtubers as new social referents, what impact do they have on the Z generation from a gender perspective?		
Autoria:	Lorena Hens Bueno		
Professorat tutor:	Alicia Soler Roldán		
Curs:	2018/19	Grau:	Comunicació Audiovisual
			Periodisme
			Publicitat i Relacions Públiques
			X

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Youtube, generació Z, influència, perspectiva de gènere
Castellà:	Youtube, generación Z, influencia, perspectiva de género
Anglès:	Youtube, Z generation, influence, gender perspective

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	El projecte es basa en una recerca en forma de reportatge de ràdio en què es reflecteix clarament un canvi de paradigma pel que fa als nous líders d'opinió per a les noves generacions. És un estudi que pretén mesurar de manera qualitativa l'impacte que tenen els YouTubers en la ideologia sexista dels adolescents que els consideren com a referents. Un reportatge de ràdio que amb la col·laboració professional de nombrosos experts, intenta donar resposta a la següent incògnita: ¿contribueixen els nous líders d'opinió per a la generació Z a crear una visió masclista de la societat?
----------------	--

Castellà:	<p>El proyecto se basa en una investigación en forma de reportaje de radio en la que se refleja claramente un cambio de paradigma en cuanto a los nuevos líderes de opinión para las nuevas generaciones. Es un estudio que pretende medir de manera cualitativa el impacto que tienen los youtubers en la ideología sexista de los adolescentes que los consideran como referentes. Un reportaje de radio que con la colaboración profesional de numerosos expertos, intenta dar respuesta a la siguiente incógnita: ¿contribuyen los nuevos líderes de opinión para la generación Z a crear una visión machista de la sociedad?</p>
Anglès:	<p>The project is based on a search in the form of a radio report that clearly reflects a paradigm shift regarding the new opinion leaders for the new generations. It is a study that aims to measure the impact of YouTube on the sexist ideology of teens who consider them as referents in a qualitative way. A radio report that, with the professional collaboration of many experts, attempts to respond to the following question: do the new opinion leaders contribute to the generation Z to create a socially-cluttered vision of society?</p>

ÍNDICE

1. Introducción.....	1
2. Marco teórico.....	3
1. Líderes de opinión vs. Influencers.....	3
2. ¿Qué es un youtuber?.....	5
3. ¿Quiénes son estos usuarios?.....	6
4. ¿Qué influencia tienen estos contenidos en los adolescentes?.....	8
3. Metodología.....	12
1. Tratamiento de las fuentes.....	13
2. Elaboración del reportaje.....	18
4. Reportaje.....	20
5. Conclusión	26
6. Bibliografía y webgrafía.....	28
7. Anexos.....	31

1. INTRODUCCIÓN

Hasta hace 10 años un líder de opinión era alguien cuya experiencia en una determinada profesión le había hecho ganarse la credibilidad de millones de personas. El surgimiento de las redes o de YouTube como nuevas plataformas digitales creadoras de contenido audiovisual ha provocado una transformación en este contexto y ha suscitado que los youtubers se conviertan en los nuevos líderes de las nuevas generaciones.

Los youtubers son consumidos en gran parte por la conocida “Generación Z (nacidos a partir del 2000), por lo tanto, es un tema en el que aún no hay un análisis consolidado. La consolidación de YouTube, su gran proyección y alcance mediático han provocado la creación de una nueva comunidad virtual en la que tienen cabida los influencers, pero no hay ningún estudio que haya medido el impacto o la importancia que tienen estos creadores de contenido en la ideología de los adolescentes desde una perspectiva de género.

Es importante realizar un estudio sobre este tema, en primer lugar, porque hay que concienciar que el monopolio de los medios de comunicación ya no lo tienen los medios tradicionales. Con el surgimiento de las nuevas plataformas como YouTube, plataforma que se encuentra en pleno auge, hay un gran abanico de contenido audiovisual que el usuario puede escoger. En relación con este empoderamiento del usuario, los consumidores se han cansado de que la información vaya a ellos y han decidido ir ellos a por la información.

El segundo motivo que realza la importancia de un trabajo con estas condiciones es el de la digitalización desde una perspectiva de género y en relación con el punto anterior, el de la ruptura del modelo tradicional de medios de comunicación. ¿Qué tipo de sociedad están construyendo estos nuevos “líderes de opinión”? ¿Están los youtubers creando una sociedad feminista, con valores humanos como el respeto hacia los demás, la tolerancia sin distinción de género y la igualdad de oportunidades?

Este proyecto, que se traducirá en un reportaje radiofónico, consistirá en comprobar como futura profesional de la información si la información que se está propagando en plataformas que se escapan del control periodístico, es información que favorece o por el contrario, perjudica (en el sector de la discriminación de género) a nuestra sociedad. Un reportaje que dará voz a una realidad inherente y que intentará responder la incógnita que nos abruma:

¿Contribuyen los nuevos líderes de opinión para la conocida generación Z a crear una visión machista de la sociedad?

2. MARCO TEÓRICO

2.1 LÍDERES DE OPINIÓN VS. INFLUENCERS

Desde que tenemos uso de razón la televisión y la radio siempre han sido, por excelencia, los medios de comunicación audiovisuales que han tenido el monopolio informativo. En febrero de 2005, a mano de tres trabajadores de *Paypal*, llegó el fenómeno *Youtube* para cambiar por completo el paradigma de la información audiovisual tal y como lo conocíamos hasta entonces (Losada, 2016). A partir de la creación de la plataforma audiovisual, el concepto de líder de opinión también se fue transformando de la mano de la transformación del modelo tradicional.

De la misma manera que cambiaba el escenario, también cambiaban los actores: hasta hace aproximadamente diez años, el líder de opinión era un profesional que se había ganado la credibilidad de millones de personas porque había destacado en su profesión. De hecho, según el Diccionario del Instituto Nacional de Estudios Políticos (INEP), un líder de opinión es :

Masc.sing: “persona u organización capaz de ejercer influencia sobre las actitudes o la conducta de otros individuos, en forma deliberada, hacia ciertas formas de pensar o de actuar, cuyos puntos de vista son tomados como modelo por un grupo social o una comunidad”

Pero con la evolución de los años y de las redes sociales, el concepto líder de opinión se ha ido hibridando con el de influencer. Este aspecto ya lo deja claro en su blog el representante en España de la asociación europea de directores de comunicación, Alfonso González (2014) en su artículo “Influyo, luego existo: influenciadores, influyentes y líderes de opinión”.

El comunicador profesional (2014) expone claramente que el concepto líder de opinión comparte puntos comunes con el término *influencer*. Aún así, no se pueden definir a los dos actores bajo un mismo concepto, ya que cada uno tiene sus características propias.

El miembro de la EACD define el término *influencer* como “aquel que tiene el poder de influir y cambiar de forma activa en el devenir de opiniones, aunque no por ello tengan siempre una notoriedad pública importante. Son agentes de cambio, perfiles que tienen una posición para influir en comunidades.” Aunque los dos conceptos pueden tener similitudes, se dilucidan sus diferencias en dos palabras: influir y promocionar. Conforme recoge el libro “*How Are Social Influencers Connected in Instagram*” (2017), los *influencers* sociales son especialistas creadores de contenido audiovisual que tienen una alta reputación en campos específicos.

Un *influencer* puede influir sobre otros *influencers* y precisamente este, es un aspecto que contrasta con el planteamiento de los sociólogos Paul Lazarsfeld y Elihu Katz en 1945. Ellos ya advirtieron desde un inicio de que las ideas llegaban a las masas no sólo a través de los medios de comunicación, sino en mayor medida a través de los líderes de opinión, pero según ellos la dirección informativa era unidireccional. La teoría de los sociólogos del siglo pasado ya dejaba leer entre líneas la importancia de estos líderes de opinión pero ¿debe actualizarse esta teoría en el SXXI en favor de las nuevas narrativas y lenguajes audiovisuales?

Marcelo Baro, profesor argentino y doctor en dirección de empresas por la universidad del CEMA, presentó una nueva teoría que se adapta al nuevo modelo sociológico de la era digital; la teoría *Swarming* (Marcelo Baro, 2013). Este principio basa su idea principal en que la comunicación es multidireccional y multietapa, por lo tanto, todos podemos ser influenciadores e influenciados en nuestras propias redes sociales.

En un momento de cambio en la industria de contenidos, los influencers son considerados un referente como fenómeno de masas. Llegados hasta este punto, si el objetivo de los influencers es comunicar, ¿tienen estos la obligación de ser responsables con la información que transmiten?_El término influencers incluye muchos colectivos, pero el objeto de estudio de este trabajo de fin de grado se centrará concretamente en los youtubers.

2.2 ¿QUÉ ES UN YOUTUBER?

Según *Youtubers y otras especies, el fenómeno que ha cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales* (Millán Berzosa, 2017), un libro que recoge unas jornadas de debate entre youtubers y periodistas, un youtuber es “un creador de contenido que graba piezas sobre sí mismo o sobre su entorno y quién administra estos contenidos en un canal de youtube”.

Este colectivo está considerado, por las nuevas generaciones, como los nuevos ídolos de la juventud, una juventud que se escapa cada vez más de la televisión generalista para refugiarse en el mundo de internet. Los jóvenes se pueden ver atraídos por esta plataforma por varios motivos, entre los que se pueden destacar el feedback inmediato y el conocimiento real del público. La interactividad y la cercanía son dos aspectos que han llamado la atención de las nuevas generaciones que consumen estos contenidos y que cada vez se alejan más de la lejanía e institucionalidad de los medios clásicos.

Para el veterano periodista Iñaki Gabilondo, “este mundo tiene que reinventarse” y se dio cuenta de la necesidad de nuevas narrativas audiovisuales como Twitter o Youtube cuando entendió que “no podía explicar la complejidad porque las cosas son cada vez más complejas y hay que contarlas de una manera cada vez más breve” (Millán Berzosa, 2017).¹

El éxito reside, entre muchos otros factores, en el empoderamiento del usuario y también en el del creador de contenido. Tal como afirma el periodista, la autenticidad es uno de los factores más importantes: “estos chicos, los *youtubers*, tienen grandes personalidades y tienen muchas cosas que decir, yo creo que en este mundo cabe todo y tienen sitio los que tienen cosas que decir. No mucha gente tiene cosas que decir” (Millán Berzosa, 2017).

La controversia viene cuando alguien quiere hibridar el mundo de los *youtubers* con el mundo del periodismo, o lo que es lo mismo, fusionar el término *influencer*

con el de líder de opinión. Iñaki Gabilondo hace hincapié en que hay que discernir los conceptos, pero entender que pueden convivir perfectamente: “hoy tenemos que entender que deben convivir cosas que son sumandos para una misma suma, están conviviendo las cosas viejas, que todavía no han muerto, con las cosas que ya han nacido. Conviene que algunas cosas no las sepultéis entre los escombros de lo antiguo”.

The Motor Lobby (2014) define a los Youtubers como una “generación de comunicadores visuales que ha conseguido profesionalizarse en muy poco tiempo debido a su manera única de contar unos temas que dominan con liderazgo, de saber crear audiencia a través de las redes sociales y como consecuencia de todo ello, ganar dinero a través de las reproducciones de sus videos”. Es por definiciones como esta que podemos deducir que la democratización de internet no sólo ha traído nuevos canales de difusión, sino también nuevos comunicadores que consiguen conquistar a millones de usuarios.

2.3 ¿QUIÉNES SON ESTOS USUARIOS?

Nielsen y Booz Allen Consulting (2010) acuñaron el concepto de Generación C para describir a los millenials (los nacidos entre 1981 y 1995 aproximadamente). Esta generación se caracteriza por estar en la red de manera natural, un 90% de ellos crean contenido, al menos, una vez al mes (siendo contenido, por ejemplo, como fotografías, vídeos, actualizar blogs, etc).

A nivel mundial, el 92% de la Generación C confirma que visita YouTube para el entretenimiento y la relajación, utilizando la plataforma sólo para ese fin. Basándose en ese estudio, Martí (2014) pone en valor las siguientes características en cuanto a la generación C:

1. Tienen una **necesidad clara** de comunicarse
2. Son un **colectivo innovador**, sin miedo a lo desconocido
3. Son una generación **multipantalla**

4. No consumen medios tradicionales como la televisión, los usuarios C gastan cada vez más tiempo online

Una vez conocemos qué es un Youtuber y quién los consume, el siguiente paso es averiguar qué tipo de contenido hay en esta plataforma. Para ello, he considerado más visual e intuitivo sintetizar la información en la siguiente tabla.

Tipología de canal	¿Qué es?
<p style="text-align: center;">Gamers VEGETA777 Willyrex ElrubiusOMG</p>	<p>Es aquel que comparte fragmentos de sus partidas a videojuegos dando consejos o explicando trucos.</p>
<p style="text-align: center;">Belleza y cosmética Yuya Issasaweiss Patry Jordan</p>	<p>Son aquellos cuyo principal objetivo es aconsejar o recomendar todo tipo de trucos o productos de belleza, también incluye la moda y el estilismo.</p>
<p style="text-align: center;">Música XandraGarsem Haley Haitz</p>	<p>Muchos aficionados encuentran el Youtube una lanzadera para mostrar sus <i>covers</i>.</p>
<p style="text-align: center;">Vlogs HolaSoyGerman JPelirrojo Wismichu</p>	<p>Tratan sobre la vida cotidiana. Muchos de ellos son videos en los que se intenta reflexionar sobre algún tema. Esta tipología se caracteriza por la variedad temática que comprende y se</p>

	priman las experiencias personales, los consejos y las opiniones.
Humor Loulogio	Hay canales dedicados especialmente a esta temática, aunque precisamente el humor acaba estando en la mayoría de canales ya sean personales o enfocados al videojuego.

Todo y que la tipología de canales se divide entre los mencionados en la anterior tabla, se puede dar el caso de que varios youtubers hibriden distintas temáticas en sus canales como puede ser el caso de “HolasoyGerman” que cuenta con un vlog sobre observaciones y vida cotidiana y también aborda el mundo *gamer*.

2.4 ¿QUÉ INFLUENCIA TIENEN ESTOS CONTENIDOS EN LOS ADOLESCENTES?

Según el máster de la universidad de Cantabria que trata sobre el fenómeno de la comunicación y Youtube como vehículo de transmisión cultural para la identidad adolescente (Gómez Pereda, 2014), el proceso de construcción identitaria al que los adolescentes se enfrentan en los primeros años de su etapa evolutiva consiste en la apropiación de elementos que conviven en la cultura que los rodea.

Un análisis realizado por tres profesoras de las universidades Pompeu Fabra y Ramón Llull en la revista científica “Funciones sociales de los youtubers y su influencia en la pre adolescencia” (Pérez,Pastor, Abarrou,2018), indica que se puede afirmar que lo que más atrae a los preadolescentes de los youtubers es el entretenimiento y la sensación de formar parte de una cultura digital juvenil, que podríamos denominar como alfabetización mediática y que pueden compartir con su grupo de iguales.

Así pues, según un estudio realizado el Instituto Nacional de Estadística, conociendo que un 97,4% de los jóvenes entre 16 y 24 años son los usuarios más intensivos de la red, y que de ese porcentaje un 94,5% usan redes sociales, se extrae que Youtube es un foco de influencia en el proceso identitario de los adolescentes² que, combinadas con experiencias reales, ayudan a configurar su identidad.

Para la comunidad adolescente, los youtubers no sólo entretienen, sino que ejercen, en algunas situaciones, un rol de consejero sobre temas claves en la formación de la identidad como los cambios físicos de la adolescencia, la autoestima, el autoconcepto, las relaciones sociales o la identidad de género (Gómez Pereda, 2014).

Hasta el momento hemos podido comprobar como hay varios estudios que intentan medir el impacto de estos influencers en la comunidad joven, sin embargo, desde el punto de vista de género, el terreno virtual está muy poco explorado.

La ciberviolencia es una de las muchas realidades que conviven en la red y, cada vez, existe más evidencia sobre cómo el lenguaje personalizado, abusivo, violento y sarcástico encontrado en un gran número de plataformas se dirige desproporcionadamente a las mujeres en comparación con los hombres. La poca investigación del mundo virtual desde una perspectiva de género ha llevado a muchos autores y autoras a hablar de “ceguera de género”. ¿Hasta qué punto las plataformas audiovisuales reproducen o promueven estereotipos de género?

Histórica y tradicionalmente, la presencia masculina en el ámbito virtual siempre ha sido mayor a la femenina, pero en los últimos años la “población virtual femenina” se ha movilizado y este número ha comenzado a crecer, es por eso que varios especialistas lo catalogan como “la feminización de internet” (Crosas, 2016).

Esta feminización, entre otras consecuencias, ha conllevado al ciberacoso. Existen numerosos ejemplos de youtubers feministas que han sido víctimas de una violencia sistemática en el entorno virtual, es el ejemplo de Anita Sarkeesian. La creadora del canal de YouTube Feminist Frequency es en gran parte conocida por la repercusión mediática que generó su caso (2012).

La youtuber tuvo que enfrentarse a una campaña machista masiva cuando decidió crear un proyecto orientado a la deconstrucción de la representación de la mujer en los videojuegos. Sus videos se llenaron de agresiones verbales y amenazas de muerte, sus datos personales se publicaron en redes sociales e incluso, se llegaron a crear videojuegos donde se simulaba que ésta era violada y agredida físicamente. Desgraciadamente Sarkeesian no fue la única, la periodista y fundadora del blog *Feministing* explicó en The Washington Post que las consecuencias que puede tener el acoso para ellas puede ser “tanto a nivel físico, como psicológico y emocional” (Crosas, 2016).

Situaciones como esta tan sólo representan la punta del iceberg y un porcentaje muy pequeño del verdadero problema. Es necesario crear campañas en las redes sociales que reflejen las experiencias que viven las mujeres en el mundo online y conciencien sobre las consecuencias que pueden tener para ellas estos comportamientos.

Para que estos métodos de prevención sean eficaces, la comunidad de YouTube debe ser consciente de la responsabilidad que tiene en cuanto a formación, transmisión de valores y educación de los jóvenes que los consumen ya que, simplemente con una expresión verbal o cierta manera de explicar una situación, pueden contribuir a influir en la identidad del adolescente y que éste adopte comportamientos machistas sin ni siquiera saberlo.

Precisamente, YouTubers como Laci Green trabajan contundentemente por la igualdad de género y la justicia social. La vlogger utiliza la plataforma para aprovechar las buenas herramientas y útiles que ésta puede proporcionar como el empoderamiento, la esperanza, la empatía y la inclusión para dar ejemplo en

una sociedad que la mira por el objetivo de la cámara con la que graba sus propios videos (Crosas, 2016).

Las posibilidades ligadas al mundo virtual abren un abanico inmenso de oportunidades responsables y educativas que aprovechan YouTube y el gran impacto que tiene entre el futuro del país para contribuir a crear una mejor versión de él, pero estas habilidades siempre dependerán del uso que los seres humanos hagan de ellas. Llegados hasta este punto y conociendo el contexto sociológico de youtube, la influencia en los adolescentes y el sexismo en la plataforma, la incógnita presentada es la siguiente:

¿Contribuyen los nuevos líderes de opinión para la conocida generación Z a crear una visión machista de la sociedad con sus vídeos?

3. METODOLOGÍA

La iniciativa de realizar un reportaje de estas características surgió de la curiosidad y la inquietud de experimentar un campo en el que aún no se había hecho ningún estudio de género, un ámbito en el que el periodismo aún no se había focalizado ni interesado en investigar; el impacto de los contenidos de YouTube en los jóvenes nacidos a partir del 2000 desde una perspectiva de género.

En un principio el objeto de estudio se centró en los medios de comunicación convencionales, tales como la radio o la televisión. Sin embargo, después de realizar una búsqueda exhaustiva y de consultar varios estudios, pude apreciar que las nuevas generaciones y en concreto, la generación Z, no se interesa ni se informa a través de los medios tradicionales, sino que sus nuevos referentes se encuentran en otra plataforma como es la red y en otro canal conocido como YouTube.

Una vez conseguí acotar el tema, me planteé las bases principales de mi estudio y, sobretudo, la hipótesis a la que intetaría dar respuesta una vez finalizara el estudio. Gracias a la búsqueda extenuante de los documentos y ensayos que me permitieron redactar el marco teórico, pude ver todo el trasfondo que mi trabajo de fin de grado llevaba a las espaldas y decidí que las investigaciones previas a mi estudio fueran los cimientos sobre los que construiría el mío. Leí lo que ya se había investigado pude hacer un análisis para averiguar qué era lo que aún no se sabía.

Un estudio que constataba que la cuarta profesión más demandada por los futuros adolescentes era la de ser YouTuber me impactó de tal manera que me vi en la obligación social como futura periodista de demostrar qué tipo de contenido se esparce en la plataforma y de qué manera influye en sus seguidores. Un estudio que refleja la importancia que los jóvenes le dan una plataforma no regularizada en una sociedad sin espíritu crítico que la tiene como referente.

3.1 Tratamiento de las fuentes

El reportaje es, simplemente, el resultado de cohesionar coherentemente las distintas declaraciones que dan sentido, forma y sensatez al relato que intento transmitir. Para ello fue imprescindible emprender una búsqueda de los perfiles más concisos y concretos posibles para que el contenido hablara por sí solo y mi función fuera la de hilar e introducir los diferentes expertos.

El primer paso fue esclarecer qué perspectiva quería darle al reportaje para poder enfocar con más exactitud los temas que quería que se abordaran teniendo en cuenta mi temática. De manera que, desde un principio tuve claro que quería contar con la participación de los siguientes expertos:

1. **Experta en perspectiva de género (directora observatorio de igualdad / profesora máster género)** : una especialización indiscutible que tenía la necesidad de consultar para que analizara críticamente cómo está el panorama a nivel sexista en Youtube. No sólo existe la sociedad real, también hay que analizar la paralela que es la virtual y aún no había encontrado ningún tipo de opinión profesional sobre ello en ningún estudio.
2. **Sociólogo especializado en las TIC y en materia de género:** alguien que investigue el comportamiento de la sociedad, de dónde viene y a dónde se dirige, en qué comportamientos se basa y en cuales puede derivar si no se regula. Alguien que pudiera dar respuesta al “qué tienen los influencers” para llamar tanto la atención de una generación como es la Z.
3. **Psicóloga especializada en la inclusión de género en la red:** necesitaba un perfil psicológico que explicara de manera objetiva de qué manera influye en los adolescentes el contenido que se expone en la red. Alguien que supiera cómo se construye la identidad para que explicara qué nivel de influencia pueden ejercer los youtubers en la adolescencia con menos sentido crítico en materia de género.

- 4. Abogada especializada en género y en la red:** ¿hasta qué punto la red es la ciudad sin ley?, ¿qué repercusiones puede llegar a tener un vídeo o un comentario sexista en youtube? Conocer el límite legal y la legislación actual era el objetivo de contactar con la parte legislativa. Un mundo que se desconoce y sobre el que no se informa a los usuarios y que, en este caso, es necesario conocer.
- 5. Asociación de padres internautas:** no hay que obviar uno de los agentes más importantes y responsables. El papel que tienen los padres con sus hijos en relación a las tecnologías es primordial para filtrar el tipo de influencia que pueden llegar a tener los youtubers. Es por eso que consideré esencial obtener el punto de vista de una asociación de padres sobre internet a nivel estatal para hablar en representación de todos los casos individualizados.
- 6. Director de una agencia de representación de youtubers:** ¿qué perfil tienen que tener los youtubers para triunfar en la red? ¿deben ser más o menos machistas para alcanzar un público más alto? Estas y muchas más preguntas son a las que quería dar respuesta con la ayuda de un perfil como este, imprescindible ya que no hay que olvidar que en youtube existe la rentabilidad económica y eso puede jugar un papel muy importante.
- 7. Guionista digital de Youtube:** detrás de muchos youtubers hay un guionista digital que se encarga de redactar el discurso que este emitirá en la red. Fue una entrevista que me sirvió para aportar y conocer información adicional y para saber si un discurso machista tiene un alcance social mayor que uno que no lo es, pero fue una entrevista que no consideré representativa ya que la mayoría de youtubers no cuentan con un guionista y su discurso es totalmente personal.
- 8. Asociación feminista en la red:** ya hay un colectivo que se había percatado de la realidad sexista en youtube y que ya estaba luchando por conseguir la equidad de género. Su experiencia la consideré de trascendencia vital para aportarla en el reportaje y darle un valor añadido.

Además, el colectivo es una organización que lucha por aumentar la participación de la mujer en la red y ganó un premio por la publicación de un corto sobre la igualdad de género en youtube.

9. Niños afectados: Fue imprescindible salir a la calle a preguntar a la generación Z qué piensa o qué se le viene a la cabeza cuando le dices la palabra “youtuber”. Ha sido una de las partes más importantes de este trabajo, ya que son los afectados principales del contenido que se propaga en las redes.

10. Youtubers: los protagonistas y a la vez, responsables de la emisión audiovisual. ¿Qué piensan las youtubers chicas? ¿qué piensan los youtubers chicos? ¿qué valores quieren transmitir los recién estrenados en la plataforma en contraste con los veteranos? El objetivo era encontrar respuesta a todas estas preguntas.

Después de delimitar los perfiles que quería, me puse manos a la obra. Internet fue donde encontré los contactos que necesitaba y ya fuera por correo o directamente por llamada, propuse a los distintos expertos que me concedieran una entrevista para un tema que consideraba trascendental y cuya ayuda sería vital y esencial para la supervivencia de mi estudio. Concretamente este fue el mensaje:

Buenos días, _____

soy Lorena Hens, estudiante de cuarto de carrera de periodismo en la UAB

Le escribo porque estoy realizando mi trabajo de fin de grado sobre si los medios de comunicación contribuyen a crear una visión machista de la sociedad, especialmente, para la generación z (aquellos nacidos a partir del 2000). He centrado el estudio en youtube, un mundo que se aleja del control periodístico y cuya influencia en los jóvenes es tremendamente notoria, por lo tanto los

influencers o youtubers no son conscientes de la responsabilidad que tienen en la percepción de género de la generación del futuro.

Tu condición de _____, me parece de una trascendencia vital para mi trabajo, que se traducirá en un reportaje radiofónico haciendo honor a la plataforma audiovisual en la que me baso.

Me sería de gran ayuda hablar contigo sobre el tema y poder extraer declaraciones radiofónicas de nuestra conversación.

¿Te animarías a concederme una entrevista?

Muchas gracias de antemano,

¡Un saludo!

Muchos perfiles que en un principio aceptaron mi propuesta, después no daban señales de vida y me costó mucha insistencia poder contar con su participación. Otros, en un principio parecía que podían ayudarme, pero finalmente decidieron derivarme a otro contacto más especializado para poder aportarme la información más cualificada posible.

Los días que me dediqué a contactar con los perfiles fueron caóticos, puesto que los horarios de cada uno eran distintos y no todos podían hacer entrevistas presenciales. Es por eso por lo que, elaboré una agenda de contactos para no tener que ir consultando correo por correo su disponibilidad y para tener de una manera visual y esclarecedora qué perfiles aceptaban y cuales no. Muchos de ellos no eran de Barcelona, por lo tanto, no podía hacer una entrevista presencial, pero se animaron a hacerla vía telefónica. Otros sí que se mostraron más participativos y sacaron tiempo para vernos cara a cara y realizar la entrevista.

Las entrevistas seguían en un principio un marco global y común en todos los casos para conocer la visión general sobre el tema y a medida que avanzaba,

concretaba las preguntas dependiendo de la especialización o profesión. Siempre llevaba un guion pautado e intentaba que se las prepararan con antelación, de manera que se las enviaba por correo para que se las pudieran estudiar y así proporcionarme la información más concreta y cualificada posible, pero en la mayoría, por no decir en todos los casos, añadía preguntas *in situ* puesto que, aunque no añadiera las declaraciones al reportaje, era información muy interesante y podía servirme para desarrollar o hilar las diferentes declaraciones.

Cabe decir que hay un gran número de declaraciones con las que no conté para añadirlas al reportaje ya que, aunque me servían para obtener información previa, abrían la veda hacia otro reportaje con la sobreinformación que me proporcionaban y no podía abarcar todos los temas, había que limitar y acotar el estudio. En síntesis, ha sido un reto total seleccionar y distinguir lo más importante de lo más prescindible.

3.2 Elaboración del reportaje

Sin duda, esta ha sido la parte más emocionante y laboriosa de todo el trabajo de fin de grado. En primer lugar, laboriosa porque el proceso de transcripción de entrevistas es muy lento y requiere de mucha atención, puesto que conforman las declaraciones que le darán sentido al reportaje y porque deben ser seleccionadas con un criterio de cohesión y coherencia global.

En segundo lugar, emocionante porque ha reflectado la capacidad crítica que debemos tener los periodistas para manejar la información y poder construir un relato plural, contrastado y de calidad informativa que sea una evidencia y un reflejo de la temática que queremos transmitir.

Grabé todas las entrevistas con un móvil, tanto las presenciales como las telefónicas y, una vez las tenía almacenadas, las transcribí para facilitarme el proceso selectivo e informativo que realizaría posteriormente. Como no hay ningún reportaje ni radiofónico ni televisivo que trate los aspectos en los que yo me baso, me di la libertad de darle rienda suelta a mi criterio pre periodístico para construir el reportaje. Desde el primer momento supe que quería que tuviese un tono informativo, de conciencia social que pueda ayudar tanto a niños, como a padres y a youtubers.

Al ser un reportaje radiofónico quería aportarle elementos sonoros que lo amenizaran, pero tampoco quería sobrecargarlo porque no quiero que el oyente desvíe la atención de la información que emito. Decidí hacerlo de radio y no televisivo, por ejemplo, básicamente por el poder que tiene la radio. La televisión tiene la ayuda de la imagen, es más fácil comunicar. La radio es el reto de transmitir sólo con tu voz. Es difícil, pero si lo logras sólo con un micrófono, eres un gran comunicador.

Una vez tuve todas las entrevistas transcritas, me puse a leer y releer la información para seleccionar lo más destacable y, en función a los perfiles, saber qué quería que expusiera cada uno. Cabe destacar que cuando hice las

entrevistas, ya sabía por donde irían los tiros y me marqué los minutos en los que los entrevistados decían lo que más me interesaba.

Una vez redacté las declaraciones en un documento a parte, vino la parte más emocionante; construir el reportaje. Con una buena selección de las informaciones tienes una parte muy importante hecha, ya que tu labor como periodista es simplemente encontrar los recursos y las frases indicadas para hilar las declaraciones y que ellas sean las que conduzcan la temática.

Supe que quería empezar con una percha, una noticia informativa recurrente y reciente que me ayudara a impactar y a dar inicio a mi reportaje. Así lo hice, y, además la respaldé con declaraciones que la apoyaban. Una vez empecé, fue fácil seguir el ritmo; ir metiendo declaraciones que se apoyaran entre sí y que reflejaran la realidad y dieran respuesta a las incógnitas que le pueden ir surgiendo al oyente.

El proceso de elaboración del reportaje ha sido, sin duda, el reto más apasionante de este trabajo. Es muy bonito ver cómo nace un relato informativo de calidad cuando tú te has encargado de seleccionar a los expertos cualificados y de construir la información que crees más representativa y que le da un sentido coherente y sobretodo, interesante. Crear un reportaje que nace de una necesidad social para intentar dar respuesta a un problema sociológico es dar un paso más allá, así que puedo decir alto y claro y, sobretodo, con tono orgulloso que he podido ejercer de periodista comprometida con la sociedad y eso, si sientes vocación, emociona.

5. REPORTAJE: “El sexismo y los estereotipos de género en youtube”

ENTRADILLA: El tópico cuenta que, cuando sean mayores, las niñas quieren ser profesoras y los niños, futbolistas. Aunque pueda parecer algo del siglo pasado, el último informe “¿Qué quieres ser de mayor?” de Adecco, refleja los clichés de la realidad española. Sin embargo, algo sí ha cambiado en el panorama: entre bomberos, astronautas, guardias civiles y médicos, se ha colado una nueva profesión: la de ser youtuber.

[Mix generación Z sobre youtube]

“Yo de mayor, quiero ser youtuber. // Me gustaría ser youtuber porque así puedo enseñar a las chicas cómo maquillarse, cómo vestirse... // Cuando crezca me abriré mi canal para pasarme el día entero jugando a videojuegos. “

((Sintonía de fondo que actúa de hilo del reportaje)) -

Ser Youtuber se ha convertido en una de las profesiones que más expectación despierta entre la generación Z. Pero ¿por qué los niños quieren ser influencers? **Sergio Barreda** es **director ejecutivo de Keeper Experience**, una de las agencias de contratación de youtubers con más prestigio en el ámbito digital:

La realidad es que actualmente los jóvenes tienen como referencia a Youtubers e Instagramers y se fijan en todo lo que hacen e intentan imitarlos. Siempre han existido personas que influenciaban como personajes públicos, pero ahora mismo está al alcance de mucha más gente el poder darse a conocer, ya que internet nos ha dado esa facilidad.

((Fragmento música efecto rebobinar)). Pero, si son los youtubers los nuevos referentes de los jóvenes, ¿qué tipo de sociedad proyectan los videos que publican?

((Sintonía de fondo)) **Juana Gallego, directora del observatorio de igualdad de la UAB:**

“En los youtubers, se está reproduciendo el machismo y no me extraña porque hay mucho desconcierto actualmente. Si bien por una parte estamos asistiendo a una emergencia del feminismo, de los derechos de las mujeres... por otra parte estamos asistiendo a un contrarearme, a una involución en el pensamiento. Me temo que muchos chicos que son youtubers y líderes reproducen los esquemas y pensamientos más conservadores. “

((Sintonía de fondo))

Sólo tenemos que teclear en un buscador (sonido teclas) y ver la realidad que convive en youtube:

CHICAS: “Hola a todos, bienvenidos un día más a mi canal de youtube, vamos a empezar con el tutorial de maquillaje, un vídeo que me habéis pedido muchísimo”, “tengo este careto por culpa de vosotros porque siempre me estáis diciendo: ¿Tamara cómo te maquillas?”, “muchísimas gracias ya somos dos millones en youtube y hoy me pedíais muchísimo que hiciera un HAUL de las nuevas cosas que me he comprado, normalmente siempre lo hago de ropa pero hoy también lo haré de maquillaje, empezamos”.

CHICOS: “¿Cómo que me tengo que suscribir para empezar la partida? Ah no, vosotros, tenéis que suscribiros para empezar el video y venga, empieza”, “sí, los videojuegos violentos sí... LO QUE NOS HACE VIOLENTOS ES EL LAG”, “no puedo parar el juego mamá que estoy es online y aquí no hay pausa”, “por ti pondría el juego en pausa, ¿y si fuera online?, tampoco te pases”.

Y comprobamos que la mayoría hablan de moda, tendencias y estereotipos que marcan los roles de género de la sociedad. Sin ir más lejos, de los casi 400 canales de ciencia más populares, tan sólo 30 son producidos por mujeres.

Francesc Núñez, doctor en sociología especializada en la sociedad de la información:

“Se llega mucho más rápido con un discurso estereotipado donde tu te presentas con unas normas machistas o estereotipadas que si tú te presentas con un discurso crítico. En la vida cotidiana lo que pretendemos es influir en los demás, que hagan lo que tu quieras, esa es la actitud básica en la vida cotidiana por lo tanto es un medio que pretende utilizar lo que posibilita para influir en la gente.”

((Sintonía de fondo)) La mayoría de jóvenes que en un futuro quieren ser youtubers están construyendo su propia identidad y son mucho más sensibles a adoptar las actitudes y modelos de comportamiento de sus ídolos. **Montserrat Vall, psicóloga especializada en metodología del comportamiento social y en apropiaciones de las TIC:**

“La construcción de la identidad es algo que se interactúa, es decir, se actúa, se performa. Uno construye su identidad en base a lo que tiene al otro. Entonces, evidentemente los jóvenes cuando acceden a una plataforma de red social no pueden actuar porque no hay interacción, el que ve el video de youtube simplemente observa o mira, no hay interacción, pero sí que reciben una influencia. Eso influye en su identidad en tanto que luego comentará lo que ha visto en Youtube con las personas que tiene alrededor y ahí sí hay una interacción y una construcción de identidad.

((Sintonía de fondo)) **Teresa Alba es presidenta de la asociación páginas violeta:**

“El problema es que no se hace una educación en condiciones, si hubiera una educación en valores que se interiorizaran desde la infancia, eso no ocurriría. La formación es la mejor herramienta lo que ocurre es que no se hace una formación adecuada para combatir el machismo y el sexismo,

que tiene mucha fuerza porque viene de todos los siglos que llevamos a cuestas y el sentido crítico.”

((Sintonía de fondo)) También son responsables los padres y madres que, según **Miguel Arroyo, representante de la asociación de padres internautas**, no comprenden que la red es igual de peligrosa que la calle:

“El problema es una falta de control paternal. Un martillo es una herramienta, si tú le das un martillo a un niño pequeño puede hacer destrozos . A los niños les dan martillos y no saben lo que hacen con ellos. Tienen que tomar las mismas precauciones con sus hijos en la calle que en las redes sociales.”

((Sintonía de fondo)) Pero para otros expertos, la solución pasa por la vía sancionadora y legal. **Francesc Núñez, sociólogo**:

“Somos animales que copiamos y es indudable que es importante la educación y la socialización transmitiendo, no siempre es efectivo no siempre funciona como queda claro. A veces hay comportamientos de determinados grupos e individuos que rompen de manera flagrante o excesiva los límites que deben ser tolerados, de manera que hay que intervenir de otra manera.”

((Sintonía de fondo)) Varios estudios demuestran que las mujeres que poseen un canal de divulgación científica tienen que soportar más del doble de críticas que los hombres y que un alto porcentaje de los comentarios, tienen contenido sexual. Lo sabe bien Marta Llanos, una youtuber con más de tres mil seguidores. En su canal habla de diversos temas de actualidad y tiene que leer a diario comentarios como...

“... que soy una feminazi y que voy de defensora de la mujer pero que luego a ver si soy tan liberal para salir por la calle de noche sola y que me pueda atacar no se cuantos negros y me violen... el que es machista si puede atacar a una mujer y desacreditarla en el discurso del feminismo, lo hará”

((Sintonía de fondo)) Actitudes como la que Marta Llanos denuncia, están tipificadas como delito desde 2015. Año en que se reformó el código penal y por primera vez catalogaron los ciberdelitos. **Carla Vall es abogada especializada en tecnologías y género.**

“El problema es que colisionan dos delitos: el derecho a la libertad de expresión y los delitos de odio (como límite negativo). Si el comentario es reiterativo, si tiene la fuerza suficiente nos encontramos con un delito de odio y puede acarrear incluso penas de cárcel, penas de multa y además una responsabilidad civil importante. Si tiene la fuerza suficiente y tiene un contenido que está alentado de manera real a los hombres que maltratan a las mujeres, tiene la fuerza suficiente por sí solo, no haría falta que fuera reiterativo. Entonces tenemos que valorar si el contenido es tan flagrante como que anime a los agresores a actuar, por ejemplo.”

((Sintonía de fondo)) Para la **psicóloga Montserrat Vall** el problema está en la base de la formación:

“Si de un modo natural desde niños se incorporase el referente femenino, es decir, si cuando estudias en la escuela te explican quienes son las figuras relevantes en la ciencia o en la tecnología y hubiese referentes femeninos sería algo natural ver a una mujer hablar de ciencia y nadie cuestionaría ni pondría la atención en que es una mujer, sino que pondría la atención en que es alguien que domina ese tema, sea hombre o sea mujer. Lo que ocurre es que es mucho más fácil dejarse llevar por los estereotipos de género.”

[FRAGMENTO YOUTUBER PAU MARISCAL]

“Antes de empezar soy PauxEme, hoy, ¿qué vamos a hacer hoy? Como estáis viendo en el título vamos a hablar de las elecciones. Esas elecciones que tienen lugar el 28 de abril de 2019, ¡ves a votar!”

Pau Mariscal, youtuber con más de 300 suscriptores, es el reflejo de que hay esperanza en que la red social tome conciencia.

*“Intento con mis videos, a parte de entretener a partir del humor, tener como un fondo moral, que pueda transmitir unos valores
Algo tan simple como que la gente piense que los niños tienen que ir de azul y las niñas de rosa se puede erradicar completamente a partir de las redes sociales y a partir de medios como youtube o medios de comunicación como la televisión o los diarios.”*

((Sintonía de fondo)) **Teresa Alba, presidenta de la asociación páginas violeta.**

“De momento lo único que hay que hacer es frenar todo lo que está en marcha porque es tan enorme...Es como David y Goliat, todo lo que se maneja por internet es gigantesco pero bueno, al final David venció a Goliat y eso es lo que tenemos que mandar, un mensaje optimista de que, si nos implicamos ahora, podemos ir frenando todo el terror que se está transmitiendo por las redes sociales.”

((Sintonía de fondo)) Sin duda la educación, el espíritu crítico y la conciencia social son la solución al sexismo que hay en Youtube.

6. CONCLUSIONES

En definitiva, podemos esclarecer que en Youtube, como en la vida real, se propaga el machismo. No podemos discernir de manera tan contrastada la vida virtual de la vida social real, puesto que los nexos de relación se dan de la misma manera e incluso, en youtube de manera más incisiva puesto que el foco de estudio, que ha sido la generación Z, es una muestra sociológica muy influenciada y en proceso de identidad. El hecho de que los adolescentes adquieran o no comportamientos sexistas se puede frenar, ni más ni menos que con una solución que a mi parecer, es evidente y lógica.

Es fundamental colaborar entre todos los agentes que forman parte del problema para solucionarlo, no podemos depositar toda la confianza resolutoria de un conflicto en un solo sector. Por parte de los youtubers, se debe concienciar de que quieran o no, tienen una responsabilidad pública y en consecuencia esto se debe traducir en una emisión de contenidos no estereotipados y equitativos a nivel de género.

Los adolescentes de la generación Z y consumidores habituales de youtube deben recibir una formación educativa que alimente el espíritu crítico y la creación de un filtro de calidad informativa, para que sepan diferenciar y contrastar los valores éticos de los que no lo son y, en consecuencia, no ser tan sensibles a adoptar actitudes que se alejan notablemente de una sociedad feminista e igualitaria. En este sentido, los padres juegan un papel fundamental en la educación que se realiza de puertas para adentro y deben sentirse responsables de la educación tecnológica que sus hijos reciben concienciándose de que deben tomar las mismas precauciones que en la calle y regulando el control y uso que los mismos hacen de las tecnologías.

La parte legislativa también debe estar presente en la resolución de este problema ya que, aunque la ley de 2015 contemple los ciberdelitos, las leyes deberían ser más concisas y concretas en cuanto a materia de género, para poder aplicar en cada caso la sanción legal que corresponda de manera justa y proporcional.

En conclusión, youtube tiene en la generación Z la influencia que todos los agentes de la sociedad deciden. Generar debate es positivo porque ayuda a contrastar opiniones y construir la sociedad que queremos.

Los periodistas también somos una pieza clave en la resolución de conflictos puesto que nos encargamos de visibilizarlos y, en consecuencia, somos el factor que puede propiciar el cambio social al mostrar la realidad. La palabra influencia ha sido una de las palabras clave de este estudio y, es por eso, que la proyección de este reportaje debe dirigirse hacia la creación de una conciencia social.

El periodismo debe ser sinónimo de compromiso social porque, de alguna manera, cambiar y mejorar el mundo también está en nuestras manos. Los youtubers, en definitiva, tienen la influencia social a nivel de género que, entre todos, queramos que tenga; el machismo es una enfermedad de transmisión social y su vacuna es la educación.

7. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

Baro, M. (2013). Swarming; la comunicación en múltiples direcciones y múltiples etapas. *Razón Y Palabra*, (83). Retrieved from http://www.razonypalabra.org.mx/N/N83/V83/16_Baro_V83.pdf

Berzosa, M. (2017). *Youtubers y otras especies*. Madrid: Fundación Telefónica.

Crosas, I. (2016). *Sexismo en la red* (Grado). Universidad Pompeu Fabra.

Domínguez, Y. (2017). El machismo de los youtubers es nuestro fracaso. *Huffpost*. Retrieved from https://www.huffingtonpost.es/yolanda-dominguez/machismo-youtubers-fracaso_a_22011771/

García, A. (2018). ídolos de la generación z. *El País*. Retrieved from https://elpais.com/elpais/2018/03/06/gente/1520364390_112343.html

Goldberg, M. (2015). Feminist writers are so besieged by online abuse that some have begun to retire. *Washington Post*. Retrieved from https://www.washingtonpost.com/opinions/online-feminists-increasingly-ask-are-the-psychic-costs-too-much-to-%20bear/2015/02/19/3dc4ca6c-b7dd-11e4-a200-c008a01a6692_story.html?noredirect=on&utm_term=.be648c92d3c1

Gómez, N. (2014). *Fenómeno de la comunicación y vehículo de transmisión cultural para la construcción de identidad adolescente*. (Grado). Universidad de Cantabria.

González, A. (2014). Influyo, luego existo: influenciadores, influyentes y líderes de opinión [Blog]. Retrieved from <https://www.communisensu.com/marketingcomunicacion/influyo-luego-existo/>

G.Maldonado, L. (2016). "Putas y maltratadoras", así hablan de las mujeres los youtubers más machos. *El Español*. Retrieved from https://www.elespanol.com/cultura/20160729/143736546_0.html

Hidalgo, M. (2018). Líderes de opinión, de periodistas a youtubers. Retrieved from <http://www.amapro.com.mx/lideres-de-opinion-de-periodistas-a-youtubers/>

Menéndez, S. (2016). Los 7 youtubers más machistas [Blog]. Retrieved from <https://www.losreplicantes.com/articulos/youtubers-mas-machistas/>

Katz, E. and Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence; the part played by people in the flow of mass communications*, Glencoe, IL: Free Press.

Kim, S., Han, J., & Yoo, S. (2017). How are social influencers connected in Instagram?. In G. Luca, A. Mashhadi & T. Yasseri, *ocial Informatics: 9th International Conference* (1st ed., pp. 257-264). uk: Oxford.

Losada, I. (2016). *YouTube como aliado de los medios de comunicación tradicionales en España para la difusión de contenido* (Grado). Uvic.

Paula, A., & Milena, S. (2016). *Los líderes de opinión del SXXI*.

Perezbolde, G. (2017). La influencia de los youtubers en la generación Z. *Merca 2.0*. Retrieved from <https://www.merca20.com/la-influencia-de-los-youtubers-en-la-generacion-z/>

Pérez, V., Pastor, Y., & Abarrou, S. (2018). Los YouTubers y la construcción de la identidad adolescente. *Revista Científica De Educomunicación*, (55), 61-70.

Público, R. (2018). El machismo que sufren las mujeres científicas en youtube. *Público*. Retrieved from <https://www.publico.es/sociedad/feminismo-machismo-sufren-mujeres-cientificas-youtube.html>

TEDxTalks YouTube. (2012). *Sarkeesian habla sobre el odio en la red hacia la mujer* [Video]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=GZAxwsg9J9Q>

Toca, G. (2018). ¿Son los youtubers e influencers los nuevos líderes de opinión? [Blog]. Retrieved from <https://www.fundacionbankinter.org/blog/noticia/-son-los-youtubers-e-influencers-los-nuevos-lideres-de-opinion-#>

8.ANEXOS

Entrevista TFG Juana Gallego

Periodista, directora del observatorio de igualdad de la UAB, codirectora del máster de género y profesora de la asignatura de periodismo con perspectiva de género.

Hasta hace 10 años, el líder de opinión era un periodista que se ganaba la credibilidad de millones de personas porque había destacado en su profesión. El surgimiento de las redes y concretamente de Youtube como nuevas plataformas digitales creadoras de contenido ha provocado una transformación en este contexto y ha suscitado que los youtubers se conviertan en los nuevos líderes de las nuevas generaciones. Desde un punto de vista sociológico ¿qué opinas sobre este cambio en el concepto de líderes de opinión?

Que es muy interesante, no estoy tan segura de si son líderes o se están convirtiendo, pero no me extrañaría porque los más jóvenes miran poco a los periodistas convencionales, ni mucho menos la prensa o la televisión. Por lo tanto no me extraña que tengan una gran capacidad de influencia e incidencia en la audiencia.

[20:39] No estoy nada de acuerdo, yo creo que para ser una persona que tiene una influencia social, tiene que tener unos estudios, una formación. Claro que yo puedo ser muy popular insultando a la gente, pero eso no me da en absoluto capacidad para proyectar una

La consolidación de Youtube, su proyección y el alcance mediático ha provocado la creación de una nueva comunidad virtual en la que los protagonistas, son los influencers. Sin embargo no hay ningún estudio que haya medido el impacto o la importancia que tienen los influencers en la ideología de los adolescentes desde una perspectiva de género. ¿Cree que los influencers tienen responsabilidad en este sentido?

Seguro que la tienen, igual que los periodistas convencionales la tenían y la siguen teniendo, los influencers por muy jóvenes que sean y muy modernos que sean también. Lo que ellos puedan decir llega a muchísima gente joven, por tanto lo que dicen actúa como caja de resonancia de las ideas, por lo tanto tienen una responsabilidad por los temas que abordan, lo que dicen y cómo los abordan.

En gran parte, la mayoría de mujeres que forman parte de la comunidad, suben videos en los que se aborda su día a día, tutoriales de maquillaje o incluso tutoriales sobre conjuntos de moda. Sin embargo una minoría, tiene contenidos de ciencia e información, pero los comentarios que acompañan a estos vídeos, en lugar de hablar sobre el contenido informativo del video se dedica a menospreciar intelectual y físicamente a la mujer. ¿Qué opina de estos comportamientos? ¿El machismo nos viene por naturaleza o por sociología?

Bueno, eso quiere decir que, en los youtubers, se está reproduciendo el machismo y no me extraña porque hay mucho desconcierto actualmente. Si bien por una parte estamos asistiendo a una emergencia del feminismo, de los derechos de las mujeres... por otra parte estamos asistiendo a un contrarearme, a una involución en el pensamiento. Me temo que muchos chicos que son youtubers y líderes reproducen los esquemas y pensamientos más conservadores.

El machismo nos viene por sociología, por cultura, por educación, por los elementos que recibimos y los mensajes que asimilamos cada día, el entorno político, por nuestras amistades. Los chicos no son machistas por naturaleza, lo son por sociología.

[14:55] Si tu tienes un canal y tienes que aceptar cualquier comentario de cualquier persona, a mi no me haría ninguna gracia. Si fuera mi propio canal yo los eliminaría.

El monopolio de los medios de comunicación ya no lo tienen los medios tradicionales, ahora con youtube hay un gran abanico de contenido audiovisual que el usuario puede escoger y que, en gran parte, se escapa del control periodístico. ¿Cree que el contenido se debería de regular a nivel de código deontológico, social o jurídico?

No lo creo, es imposible. Es imposible controlar lo que se dice a través de youtube. ¿Cómo se van a poner mecanismos de control? Si no se pueden controlar las radios convencionales, los medios tradicionales, porque no hay de alguna forma, una manera de controlarlo, ¿cómo vamos a poner control a lo que gente con muy pocos medios? Es muy difícil.

Por otra parte me gustaría decirte que estos influencers youtubers pueden tener mucho protagonismo, pero hay que ver hasta qué punto estas personas tienen una formación suficiente para poder expresar ideas más o menos razonadas, con argumentos... o bien se centran exclusivamente en cuestiones superficiales. No cualquiera puede dar opiniones formadas, hay que tener un mínimo de cultura. El seguimiento que de alguna manera se puede hacer en youtube es que al final los contenidos sean absolutamente banales.

Con youtube se ha abierto un campo de profesión para las próximas generaciones. Eso conlleva a que la sociedad venidera los vea como referentes.

Claro, pero en todo caso estos niños que ven que puede haber una profesión en la red deberían pensar que para ser youtuber tienen que formarse, estudiar, saber expresarse y comunicarse. Si la gente cree que con solamente dar recetas de belleza o hacer un comentario sobre cualquier cosa van a poder vivir, están equivocados. Hay excepciones, claro. Siempre hay alguien que tiene mucho éxito. Pero de ahí a pensar que se puede vivir de ser youtuber, hace falta bastante. ¿Quién les va a pagar y porqué? Las personas que tienen muchos seguidores es porque ofrecen algo que conecta con la audiencia.

Si bajo tu punto de vista no hay que regular los contenidos, ¿pueden decir cualquier cosa sin que tenga ninguna repercusión?

Cualquier cosa. Pero es que en las redes sociales se dicen barbaridades, es muy difícil regularlo, hay comentarios que no tienen ningún tipo de censura. Algunos pueden poner (por contenidos inadecuados), pero sino, me parecen muy difícil.

Pero no pondrías mecanismos porque te parece difícil o no te parece adecuado regularlo?

Primero porque me parece difícil. Casi imposible. Segundo; ¿quién va a regular y con qué principios? ¿regular qué? ¿lo que se dice? ¿cómo se dice?. Yo creo que la única manera de regular sería censurar aquellos vídeos o contenidos que manifiestamente tuvieran un contenido degradante, pornográfico o que hubiera algo que no se pudiera poner al alcance de cualquiera.

Hay micromachismos hablando de videos muy diarios. Youtubers como Álvaro Reyes, uno de los youtubers con más suscriptores, tiene videos en su canal tales como “Cómo y cuando tocar a una mujer”, “cómo abordar a una mujer durante el día”. Dalas Review, habla sin ningún filtro sobre feminazis y, sin ir más lejos, está siendo juzgado por un delito de abuso sexual a menores. ¿Qué tipo de sociedad están construyendo los nuevos referentes para las próximas generaciones?

Según lo que me dices son unos referentes bastante negativos, por ejemplo, que una persona sea acosa de abusos es un delito. Ahora, que una persona diga que las feminazis son no se qué, ahí no se puede hacer nada. En todo caso no dar pábulo, no hacer caso y no darles altavoz. Pero me parece muy complicado. Ahora, si incurres en un delito manifiesto o vendes drogas, ahí claro porque incurres en un delito. Pero si solamente son manifestaciones en libertad de expresión, dudo en quién y cómo pondrá un límite a lo que se dice a través de youtube.

Vamos a acotarlo para contextualizarlo. Imagínese que en la autónoma hay una plataforma de youtube y se empiezan a emitir vídeos con actitudes machistas. Usted como directora del observatorio, ¿cómo actuaría para regularlo?

Si hubiera una plataforma que dependiera de la universidad elevaría una protesta a los responsables del canal y haría lo que fuera para que no se emitieran esos contenidos. Pero en la plataforma de youtube no hay ninguna institución de por medio y eso es más difícil.

¿Youtube contribuye a crear una visión machista de la sociedad?

Y tanto. Lógicamente. Los youtubers, al igual que otra persona que tenga impacto en la sociedad afecta a lo que la gente puede llegar a pensar. Y tanto que tienen un gran impacto a la hora de diseminar comentarios machistas. Igual que pueden haber otros chicos que vehiculen otro tipo de mensajes favorables a la igualdad. Una vez se abre la veda para que cualquiera pueda expresar lo que quiera, cabe la posibilidad tanto de manifestarte en sentido como en otro.

¿Qué medidas reguladoras propondría para impulsar una emisión de valores equitativa, feminista, de respeto y tolerancia sin distinción de género?

Posibilidad de controlarlo no hay ninguna porque tu no puedes controlar el pensamiento ni la opinión de nadie, por muy desagradable que me parezca puedo protestar, pero por mal que me parezca no puedo regular absolutamente todos los comportamientos machistas que hay en la sociedad.

La única posibilidad es la concienciación, la educación, seguir explicando y haciendo pedagogía, hacer reflexiones para que la sociedad vaya incorporando e interiorizando que esos comportamientos ya no son de recibos, que son inadecuados y ya están pasados de moda. Las mujeres merecen el respeto de la sociedad, pero no hay manera de conseguirlo porque entonces estaríamos en

una sociedad completamente autoritaria. Si tuviéramos que poner censura para todo, como en los medios, youtube o en lo que la gente pueda expresar, no podríamos vivir. Debemos aguantarnos con los comentarios que no nos gustan y debemos intentar contrarrestarlos con educación, con respeto y con pedagogía. No hay posibilidad.

Apuestas por la prevención y no por el castigo después de que pase.

Es que el castigo no sirve para nada, castigar sólo sirve para quien comete un delito. Esa persona que comete un delito tiene que cumplir el tiempo de condena que le corresponde, pero si no hay delito porque sólo son cuestiones de expresión, de comportamientos orales, de ideas... es absolutamente imposible de prever y de controlar, por tanto la única posibilidad es la educación, las familias y mucha concienciación por parte de colegios, instituciones, personas, youtubers que sean más conscientes...

Un youtuber debe formarse, una persona no puede creer que va a tener mucho éxito y va a vivir a costa de decir tonterías simplemente porque conecte con un grupo de personas, tendrá que tener algo para que a las personas les parezca interesante. Para que a la sociedad le parezca interesante, previamente una empresa tiene que apostar por esa persona porque por muchos seguidores que tengas, no te van a dar de vivir esas personas siempre y cuando tu ofrezcas una información especializada en algún ámbito y que alguien confíe en ti para financiarte porque si no, no le veo el modelo de negocio.

La única posibilidad que yo veo es que la gente tenga espíritu crítico, incentivar el espíritu crítico de la sociedad, empezando por niños pequeños. No esperar a que estén en la universidad, sino propiciar el espíritu crítico desde pequeños para que sepan ser exigentes a la hora de demandar cualquier tipo de producto, medio de comunicación o cualquier cosa. Hay que ser crítico y analizarlo con sentido crítico y no creerte cualquier cosa que te vayan a querer vender. Para eso la única posibilidad es la educación, educación educación y educación.

Entrevista TFG Francisco Núñez

Licenciado y doctor en sociología y licenciado en filosofía. Director del máster en humanidades de la UOC y también participa en el Máster de Sociedad de la información de la UOC (Introducción a la sociedad de la información). Además, es profesor invitado a la facultad de filosofía de Cataluña para hablar sobre sociología.

El surgimiento de las redes y concretamente de Youtube como nuevas plataformas digitales creadoras de contenido ha provocado una transformación en este contexto y ha suscitado que los youtubers se conviertan en los nuevos líderes de las nuevas generaciones. Desde un punto de vista sociológico ¿qué opinas sobre este cambio en el concepto de líderes de opinión?

Es un cambio propio de los tiempos, digamos que es un espacio de fácil acceso donde lo que ha cambiado en los medios de comunicación es eso, muchos se pueden dirigir a otros muchos (prácticamente a todos) no unos pocos a muchos como era antes. Este acceso plural, fácil, libre de mucha gente a un espacio como es youtube que permite que sea visto potencialmente ha hecho posible que aquellos que tienen más éxito que son los que tienen más capacidad de promocionarse, de venderse, de hacer un vídeo o un discurso atractivo sean vistos por muchísima gente y esto está haciendo cambiar los medios de comunicación clásicos que se están preocupando por la influencia de estos medios en mucha gente joven.

Youtube para la generación Z, estaba allí cuando ellos nacieron, no ponían en duda de que youtube no fuera una forma normal de comunicarse. Para ellos lo extraño y lo que genera escepticismo es que pudiera no haberlos. La presencia de este medio hace que mucha gente lo sepa utilizar como cualquier otro medio y sacarle rendimiento en su promoción personal. Es un medio muy individualizado, muy individualista donde la gente puede sacar provecho personal para promoverse y mostrar lo que le interesa. [2:48]

La consolidación de Youtube, su proyección y el alcance mediático ha provocado la creación de una nueva comunidad virtual en la que los protagonistas, son los influencers. Sin embargo no hay ningún estudio que haya medido el impacto o la importancia que tienen los influencers en la ideología de los adolescentes desde una perspectiva de género. ¿Cree que los influencers tienen responsabilidad en este sentido?

Seguro, en tanto que son influencers y están marcando tendencias. El problema puede estar en si marcan o influyen en rasgos machistas o no es porque los estereotipos son la base de la comunicación humana muchas veces entonces es un medio donde hay que ser muy ágil y hay que llegar muy rápido.

Se llega mucho más rápido con un discurso estereotipado donde tu te presentas con unas normas machistas o estereotipadas que si tú te presentas con un discurso crítico. Ahí estamos, llevamos cientos de años intentando formar críticamente a la gente y se pensó que la educación pública fuera la manera pero cuesta mucho. Entonces esto es un espacio no pensado para eso, sino para influir en la vida cotidiana. En la vida cotidiana lo que pretendemos es influir en los demás, que hagan lo que tu quieras, que te obedezcan, que te admiren, que te respeten, que se sienten bien o que coman bien, esa es la actitud básica en la vida cotidiana por lo tanto es un medio que pretende utilizar lo que posibilita para influir en la gente. Es mucho más fácil estereotipando conductas y eso lo entiende muy bien la gente joven; un tío macho es un tío macho, un macho alfa es un macho alfa...

De hecho, si te fijas, VOX está aprovechando la confusión de mucha gente (ultra derecha) ante una liquididad de las normas de vida de los comportamientos y eso a la gente le da seguridad y una fácil orientación y ante la falta de estabilidad que genera la no normatividad pues cuando te lo dejan claro la gente se identifica.

La gente que consume youtube, además, está en proceso de desarrollo.

Claro, es gente joven. Pues eso, desde 10 a 20, a ver, en la curva de gauss hay gente de todo, pero el 50% son gente entre 12 y 20 pocos años que, si que tienen

criterios, pero porque los estereotipos se asumen muy rápido en la vida. Lo que hacen los influencers es confirmarte o dar por descontado de que, hay la presión de grupo, si todo el mundo ve eso tú no te puedes quedar fuera del comentario. Eso genera un tono en el comportamiento.

En gran parte, la mayoría de mujeres que forman parte de la comunidad, suben videos en los que se aborda su día a día, tutoriales de maquillaje o incluso tutoriales sobre conjuntos de moda. Sin embargo una minoría, tiene contenidos de ciencia e información, pero los comentarios que acompañan a estos vídeos, en lugar de hablar sobre el contenido informativo del video se dedica a menospreciar intelectual y físicamente a la mujer. ¿A qué podemos asociar estos comportamientos? ¿El machismo nos viene por naturaleza o por sociología?

El machismo nos viene por el mundo en el que vivimos, nadie nace machista ni con ninguna ideología determinada, eso se aprende en proceso de socialización y educación. Nuestras sociedades en general la dominación masculina es universal y el machismo está muy presente en el mundo en general y se aprende por lo que te transmiten los padres. Está ahí en el ADN pero no en el biológico sino en el de formación.

Con los videos de youtube pasa igual, cuando habla una mujer tiendes a subrayar y se dispara el chip machista y se menosprecia el valor de lo que se está diciendo o de la información o de la belleza que puede tener lo que se muestra y miras desde el punto de vista machista.

El monopolio de los medios de comunicación ya no lo tienen los medios tradicionales, ahora con youtube hay un gran abanico de contenido audiovisual que el usuario puede escoger y que, en gran parte, se escapa del control periodístico. ¿Cree que el contenido se debería de regular para evitar según qué comportamientos sociales?

Como pasa cuando se ensancha o aparece un nuevo espacio de la vida social de comunicación e interacción como WhatsApp o las redes que están presentes

lo que hacemos y debemos hacer, que es muy humano, aunque no me gusta usar el término, es domesticarlos. A veces hay fronteras y límites, siempre hay quien transgrede las normas sociales y se debe de intervenir también legalmente, la legalidad o un orden jurídico de otro tipo ha de marcar las fronteras de lo que está permitido y de lo que no. Si lo transgredes tiene sanción. No todo el mundo está dispuesto a aceptar las normas de buen comportamiento. No solo se regula y se autoregula solo si no que a veces hay que regularlo jurídicamente. [5:24]

Youtubers como Álvaro Reyes, uno de los youtubers con más suscriptores, tiene videos en su canal tales como “Cómo y cuando tocar a una mujer”, “cómo abordar a una mujer durante el día”. Dalas Review, habla sin ningún filtro sobre feminazis y, sin ir más lejos, está siendo juzgado por un delito de abuso sexual a menores. ¿Qué tipo de sociedad están construyendo los nuevos referentes para las próximas generaciones?

Espero que no sean solo ellos los constructores de las nuevas sociedades. Está siendo un reflejo en las sociedades plurales en las que vivimos de un determinado tipo de comportamiento que por la razón que sea de ideología o de relacionarse con el sexo femenino en este caso que también tiene su auditorio y su promotor. El tema es de si nos tenemos que quedar indiferentes no, hasta qué punto hay que ser tolerante y hay que tener ese margen de libertad. [6:03] Con los que en nombre de la suya pueden llegar a esas actitudes o a transmitir una ideología y unas ideas que no deberían almenos de ser toleradas. No creo que vayan a marcar sólo ellos el tono de las relaciones entre la gente joven afortunadamente, hablamos de pluralismo, pluralidad...

Yo con mis hijos pienso bueno, no sé si puedo influir pero almenos les doy una visión diferente para que ellos puedan observar y tener también la tuya y que tengan un referente distinto al *mainstream* en este caso. Hay que ser moralmente menos tolerantes con estas actitudes, no reír las gracias de los “desgraciados” en el sentido de “malcarados”.

Un niño que tiene 10 años no tiene capacidad crítica. ¿Deben tener los youtubers filtros con el lenguaje que usan?

Yo creo que sí pero es muy difícil poner fronteras. Habría que regularlo de alguna manera, aunque sólo sea, muchas veces, la autorregulación. Si tú según que discurso no es aplaudido por tu contexto... el problema es cuando te lo aplauden y tienes audiencia; ahí es muy difícil poner límites. Habrá que actuar, pero como esas fronteras son muy laxas es muy difícil. Eso debe ser entre todos no ir dando ni poner likes donde no deberían de estar, aunque es difícil.

¿Entonces la medida de regulación que usted propone es la autorregulación y la colaboración social común entre emisor y receptor?

Y el ir tomando conciencia de que las relaciones sexo afectivas entre hombres y mujeres, hay que ir incorporando reglas morales. Igual que somos críticos con el uso de la libertad y la autonomía personal en el mundo económico, también ha llegado el momento de ser críticos en el concepto de libertad y autonomía en el campo afectivo sexual. Igual hay un comportamiento en nombre de mi libertad y autonomía que no puede ser moralmente aceptado y hay que empezar a regular moralmente a ser menos tolerante y críticos con esta libertad y autonomía que comparte ciertos comportamientos entre hombres y mujeres. Hay que empezar a ser críticos y morales.

¿Hay que alarmarse?

Siempre según qué comportamientos cuando se habla de machismo exacerbado siempre te alarmas, todo lo que rompe la normalidad por decirlo así... en cualquier caso suele ser llamativo y alarmante. Hay que ponerle eso reflexión, mirada crítica, distancia, analizar y entender que el objetivo no es tanto la reacción del alarmado como el de intentar generar comportamientos y prácticas de vida que sean capaces de resistirse a lo que se nos impone. Hemos de generar resistencia en cuanto a formas distintas de estar en el mundo y de relacionarnos con los demás porque sino no solo la alarma o la reacción

regulativa desde la legalidad no siempre es efectiva, hemos de confiar y saber y poder hacerlo. [11.30]

¿La educación tal y como piensa Juana Gallego puede ser una alternativa?

[AUDIO 3]

En nuestra cultura moderna e ilustrada somos muy conscientes de que la educación era el camino de transformación de las sociedades y de los individuos. Hay que educar y generar pedagogía, en el ejemplo está la base de la formación de las personas. Somos animales que copiamos y es indudable que es importante la educación y la socialización transmitiendo, no siempre es efectivo no siempre funciona como queda claro. A veces hay comportamientos de determinados grupos e individuos que rompen de manera flagrante o excesiva los límites que deben ser tolerados, de manera que hay que intervenir de otra manera. Hacer uso de la fuerza o aplicar la legalidad o prohibir según que comportamientos no es violencia, el uso de la fuerza cuando alguien se pasa (que no tiene que ser violencia física) hay muchas maneras de utilizar la fuerza a veces no queda más remedio porque sino se desmadra el tema y entra en peligro la convivencia por más que se pueda ser tolerante.

Hay que buscar opciones para que no se llegue ahí, pero no hay que tenerle miedo a un cop de puny encima de la mesa porque es la única manera de poner fin a una discusión y eso no es violencia, es hacer uso de un acto humano propio de los humanos.

Entrevista a Montserrat Vall Llovera “Psicòloga”

Montserrat Vall Llovera es licenciada en psicología por la UB y doctora en psicología por la UAB, especializada en metodología de las ciencias del comportamiento y psicología social y en el ámbito de investigación sobre usos y apropiaciones de las TIC por parte de los jóvenes. Actualmente, también es investigadora del uso y consumo que hacen los jóvenes de las TIC e investiga en torno a los procesos de inclusión y exclusión de género en la socialización de las TIC.

Hasta hace 10 años, el líder de opinión era un periodista que se ganaba la credibilidad de millones de personas porque había destacado en su profesión. El surgimiento de las redes y concretamente de Youtube como nuevas plataformas digitales creadoras de contenido ha provocado una transformación en este contexto y ha suscitado que los youtubers se conviertan en los nuevos líderes de las nuevas generaciones. Desde un punto de vista psicológico ¿qué les aporta a los jóvenes para que les den tanta importancia hasta el punto de considerarlos como “los nuevos líderes de opinión”?

Como me has comentado al principio es difícil saberlo porque no hay ningún estudio sobre ello. Lo que ocurre es que de alguna manera, los jóvenes, no tan jóvenes, ya no consideran interesante escuchar la radio o la televisión donde hay programaciones estándares y que ellos no pueden elegir su programación. En realidad ahora los jóvenes lo que hacen es; de lo que les interesa que hay en la red, ellos se hacen su propia programación televisiva o radiofónica si lo prefieren. Como los youtubers en este caso o otras redes sociales ofrecen distintas plataformas, ellos buscan los contenidos que les interesan.

No tanto desde el punto de vista de la psicología sino de que se responda a las necesidades que ellos tienen. Si tienen las necesidades de saber ciertas cosas que no encontrarán en las plataformas estándares, lo buscan en otras partes, ya

sea en youtube, Facebook Instagram o cualquier red social que ellos sepan que le pueden aportar información.

La consolidación de Youtube, su proyección y el alcance mediático ha provocado la creación de una nueva comunidad virtual en la que los protagonistas, son los influencers. Sin embargo, no hay ningún estudio que haya medido el impacto o la importancia que tienen los influencers en la ideología de los adolescentes desde una perspectiva de género. ¿Cree que los influencers tienen responsabilidad en este sentido? ¿el hecho de que los consumidores sean de la generación Z influye en la construcción de su identidad?

La construcción de la identidad es algo que se interactúa, es decir, se actúa, se performa. Uno construye su identidad en base a lo que tiene al otro, es decir, igual que estamos conversando y yo estoy actuando (no simulando, actuando con respecto a ti) yo te estoy mostrando una identidad que tiene relación con la interacción que tú tienes conmigo. Entonces, evidentemente los jóvenes cuando acceden a una plataforma de red social no pueden actuar porque no hay interacción, pero sí que reciben una influencia. [10:29] ¿Los influencers tienen responsabilidad? Probablemente, pero habría que estudiar muy bien qué tipo de responsabilidad porque un influencer tampoco pretende adoctrinar o no debería pretender adoctrinar, simplemente muestra lo que él o ella piensa.

En este contexto, hay un lenguaje sexista es algo que sí que deberían tener en cuenta los influencers, pero también hay que tener en cuenta que los influencers no son personas que hayan estado formadas como puede ser un periodista. Alomejor tú como periodista estás formada y quieres dedicarte a ser influencer y quieres, además, tener en cuenta el lenguaje de género. Ahí hay una intencionalidad. En principio la única intención que tiene es dar a conocer su opinión sobre algo y si le siguen muchas personas mejor que mejor porque eso significa que incrementa su popularidad y además se gana la vida con eso, etc.

[12:04] En la adolescencia y a lo largo de nuestra vida formamos nuestra identidad, y la formamos en base a la interacción con los otros y actuando con los otros. Tú no eres la misma persona cuando actúas con tus padres que con tus amigos y tú continúas siendo tú, pero construyes tu identidad a base de las interacciones con las otras personas. ¿Qué ocurre con las redes sociales en concreto? Que la interacción no existe. Es solo el que ve el video de youtube simplemente observa o mira, pero no hay una relación no hay interacción.

Evidentemente eso influye en su identidad en tanto que luego comentará lo que ha visto en Youtube con las personas que tiene alrededor y ahí sí hay una interacción y una construcción de identidad. En la medida que el entorno sea más o menos crítico, habrá una respuesta o una reacción ante posibles contenidos que sean sexistas o que no tengan en cuenta la igualdad de género.

En gran parte, la mayoría de las mujeres que forman parte de la comunidad, suben videos en los que se aborda su día a día, tutoriales de maquillaje o incluso tutoriales sobre conjuntos de moda. Sin embargo, una minoría, tiene contenidos de ciencia e información, pero los comentarios que acompañan a estos vídeos, en lugar de hablar sobre el contenido informativo del video se dedica a menospreciar intelectual y físicamente a la mujer. ¿A qué podemos asociar estos comportamientos?

[14.00] A ver, uno de los problemas que hay por encima de todo es que no tenemos la educación ni referentes femeninos dentro de los ámbitos sociales. En la familia, en la escuela, etc. Si de un modo natural desde niños se incorporase el referente femenino, es decir, si cuando estudias en la escuela te explican quienes son las figuras relevantes en la ciencia o en la tecnología y hubiese referentes femeninos sería algo natural ver a una mujer hablar de ciencia y nadie cuestionaría ni pondría la atención en que es una mujer, sino que pondría la atención en que es alguien que domina ese tema, sea hombre o sea mujer. El problema es que no hay referentes femeninos porque no se han proporcionado a lo largo del crecimiento de la persona y cuando se llega a la adolescencia o a la edad adulta y si esos referentes no se han tenido en cuenta desde un principio, lo que ocurre es que es mucho más fácil dejarse llevar por

los estereotipos de género. Lo que ocurre en esos comentarios es un reflejo de los estereotipos de género.

Por ejemplo, en mi época si una chica mostraba interés en cómo funcionaba el motor de un automóvil, esa chica era muy masculina. Ahora una chica puede mostrar interés en formar un programa informático o programas de videojuegos y esa chica sigue siendo muy masculina. Es decir, no hemos evolucionado para nada en esto. Sigue sin haber referentes y lo más importante al menos para mí es que haya referentes, si se tienen referentes de un modo natural que se incorporan a los entornos naturales de los jóvenes no tendríamos como resultado estos sesgos o opiniones.

[17:00] Básicamente las cosas no aparecen porque aparecen, tienen un recorrido y está en el punto de referencia que tienen los chicos y las chicas. Las chicas tampoco tienen referencia y pueden caer en estos tipos de comentarios sexistas y deben de estar muy concienciadas porque lo han vivido desde pequeñas de que la igualdad es para todos, para hombres y mujeres. En realidad esto no ha cuajado con la sociedad.

El machismo nos viene por sociología no por naturaleza.

No, claro que no. El género se construye, con el sexo naces. El género se construye, el género se interactúa, es una construcción social. Así que sí.

Youtubers como Álvaro Reyes, uno de los youtubers con más suscriptores, tiene videos en su canal tales como “Cómo y cuando tocar a una mujer”, “cómo abordar a una mujer durante el día”. Dalas Review, habla sin ningún filtro sobre feminazis y, sin ir más lejos, está siendo juzgado por un delito de abuso sexual a menores.

¿De qué manera influyen los comentarios machistas y sexistas en la percepción de género de los adolescentes? ¿Qué tipo de sociedad están construyendo los nuevos referentes para las próximas generaciones?

Ya no sé si modifican los youtubers la idea que tienen de género sus seguidores, habría que investigarlo en profundidad, no me atrevería a decirlo, pero probablemente influyen. Tendríamos que ver el contexto en que estos chicos y chicas ven a los youtubers, en entorno familiar, social, para divertirse, si le dan importancia o no... es muy difícil decir sí, no, mucho o poco en este caso.

[20.00] Evidentemente en algo les influye, seguramente a los que no les gusta esos contenidos, seguramente es probable que hayan dejado de verlo y otros sigan viéndolo sin ser conscientes que hay un sesgo sexista muy fuerte. Mi experiencia es que a veces los jóvenes no son conscientes, por investigaciones que hemos hecho, de que hay un estereotipo de género en su vida cotidiana, hay que hacerles conscientes de eso, no se dan cuenta y cuando les haces notar que ahí hay un estereotipo de género y que eso no es lo deseable dicen "ah en esta situación y esta y esta yo no le daba importancia y me parecía normal".

No son conscientes porque como lo viven cotidianamente lo tienen normalizado y hay que hacerles notar con experiencias, sesiones o jornadas donde se trabaje este tipo de situaciones y que aprendan y enseñarles a saber reaccionar ante estas situaciones. A veces sí son conscientes pero tampoco saben qué hacer o como resolver esa situación. A veces se dan cuenta de una situación sexista, pero no saben reaccionar o resolverla para revertirla.

¿Tienen responsabilidad los youtubers del contenido que emiten?

Bueno, esto ya es una opinión mía. En ese caso habría que esclarecer las reglas del juego, para lo que se refiere a los youtubers y los influencers con lo cual les estás restando una parte de espontaneidad que puede ser interesante que es lo que atrae justamente a los que ven a los youtubers, esa parte espontánea. La red es muy rápida y de algún modo, si uno se llama a sí mismo influencer es porque influye, de manera que tiene que tener muy claro en qué quiere influir. Si

quiere influir siendo sexista que lo deje claro, pero que en los actos hay una responsabilidad. Un influencer de algún modo tiene una responsabilidad de que lo que está transmitiendo llega a miles de jóvenes y no tan jóvenes y puede provocar situaciones buenas o no deseadas y esa parte es la que los influencers hasta ahora escapan.

[24.35] Cualquier acto o comunicación pública conlleva una responsabilidad y privado también, por lo tanto, uno tiene que ser consciente de eso y no le puede dar igual. Alomejor sí y alomejor no. Esto daría para hacer una jornada de debates.

También puede haber influencers que pueden ser cocineros o cocineras y también tienen responsabilidad y no te van a decir que eches un quilo de sal en la sopa por decir algo.

¿La regulación es la educación o unos límites sancionadores?

[27.00] El equilibrio entre educar sin adoctrinar y regular y formar es complicado y en realidad, porque ahora tenemos tecnología y redes, y llegaron para quedarse. Lo que ahora tenemos en las redes antes ocurría presencialmente, lo que ocurre es que no tenía ese despliegue global. Si no conoces a alguien y te pide según qué y sientes que puede ser extraño no le des respuesta.

Se ha amplificado de tal manera que los problemas que se tenían antes en la vida real ahora en la red se han multiplicado en gran potencia. Hay que buscar el equilibrio porque en la red todo se multiplica. Estoy de acuerdo tanto con el sociólogo como con la directora del observatorio. Somos multifactoriales, cuando tienes muchos factores tienes que ponerlos en equilibrio.

Entrevista a Beatriz Arias “Guionista digital”

Beatriz es guionista de la empresa Tuiwok centrada en la representación de youtubers. Además, tiene experiencia en la gestión de las redes sociales del mundo adolescente ya que es la responsable de alianzas estratégicas de la red social Twitter.

Entré en Tuiwok porque necesitaban la figura de una guionista digital y en ese momento hacíamos contenido propio de canales de youtube. Escribíamos contenido para ese canal como si escribiéramos para un programa de televisión, pero enfocado a youtube. En ese momento en youtube eran vídeos muy cortos, que fueran al grano, que duraran 3 minutos, eran píldoras. Eso ha cambiado, el público está interesado en un engagement de 10 minutos de media aproximadamente. Lo que en un programa de televisión serían los presentadores aquí serían youtubers. Intentábamos que el contenido lo dijeran con sus palabras porque a los seguidores no les gustaría sentir que había un guion detrás y tenía que salir natural. [4:49]

El guionista digital no deja de ser un altavoz para la persona que lo ve. En los guiones que hacíais, ¿teníais en cuenta el lenguaje equitativo a nivel de género?

[7.50] Yo creo que sí, nosotros como empresa tampoco apoyaríamos a un youtuber que sabemos que hace un contenido nocivo que está denigrando a la mujer o cualquier otra persona. Alguna vez hemos tenido por ejemplo, a la hora de crear un guion, un caso de que hay que rodar para Coca Cola, y había veces que tenía que hacer actividades e intentábamos no caer en estereotipos. Si el video iba a ser de baile por norma general lo suelen hacer las chicas pero nosotros contábamos con un chico que sabíamos que se le iba a dar bien. No sé si tanto en el vocabulario, pero por ejemplo en ese sentido intentábamos no caer en estereotipo.

¿Los vídeos que subís son pertenecientes a Tuiwok o sólo os ocupáis de el guion y lo suben a través de su cuenta?

Depende, hay algunos canales que sí que son de producción propia por ejemplo de Tuiwok de ciencia (Javier Santaolalla que es crítico, no youtuber pero ha ganado relevancia a través de la plataforma) Eduardo Saenz que es matemático... ((Los vídeos de youtube que se cuelgan a través de plataformas si que tienen un guionista digital detrás)). Los vídeos que ellos suben en sus canales son vídeos suyos, es verdad que al principio, sí que se les daba asesoramiento en cuanto a estrategia o cómo iba a funcionar mejor su contenido? Pero ahora mismo estamos centrados en la producción propia. A no ser que sea una campaña siempre son contenidos suyos.

El objetivo de vuestro trabajo es que se obtenga el máximo de visualizaciones posible, ¿verdad?

Bueno sí, depende. Está claro que estar bien posicionados es un objetivo a conseguir, pero a veces una cosa te acaba derivando a otra. Teníamos un canal que se llama Hazte la lista que le interesó a flooxer y de alguna manera era una plataforma para distribuir ese vídeo y se viera como trabajan las personas.

¿Para obtener estas visualizaciones, no funciona más recurrir a los estereotipos?

Lo tendría que pensar porque mi trabajo no es tanto pensar lo que va a funcionar. [14:20], de cara a las campañas es verdad que las marcas se van a interesar más en una persona que esté funcionando muy bien como influencer en Instagram. Alomejor más que pensar nos va a funcionar mejor una chica por el hecho de ser chica, alomejor ella lleva haciendo mucho contenido de ropa o maquillaje pues creo que les puede cuadrar más por ese motivo. Es verdad que hay veces que predomina un género u otro.

¿Podemos decir que con el surgimiento de youtube han surgido nuevas formas de trabajo que tienen en cuenta la percepción de género?

Yo creo que sí, estos años ha ido cambiando la percepción de todo el mundo que trabaja. [17:00] Ha habido una corriente feminista que nos ha hecho darnos cuenta y cambiar el chip en algunas cosas y eso en youtube que es una plataforma súper inmediata que si algo está cambiando lo vas a notar al día siguiente. Parece que las cosas pasan de moda muy rápido, notas ese cambio a una mayor velocidad. Alomejor un contenido que se veía hace tres años ahora se ha quedado rancio y ahora no se haría de esa manera. Sí, se nota en todas las plataformas, pero en youtube de una manera más acelerada porque es algo mucho más inmediato.

¿Crees que los influencers tienen una cierta responsabilidad con el contenido que emiten debido a que les sigue un gran número de gente?

Yo creo que sí y que la gran mayoría lo sabe. Le siguen públicos de todas las edades, los que más dejan su mensaje suelen ser personas más adolescentes, luego en estadística ves que mucha gente de 30 años también les está siguiendo. Depende del youtuber como todo, pero muchos de ellos sí que son conscientes y si se equivocan en algo o han dado un mensaje que se puede interpretar mal se encargan de corregirlo o de dejar claro “oye esto es sólo mi visión, mi experiencia”.

[20.40] Si están influyendo en alguien deben dejar claro que eso tan sólo son ejemplos, si quieren ayuda pueden acudir a un profesional”.

¿Qué te parece el cambio de concepto de líder de opinión?

[21.30] Como espectadora de youtube sí que creo que se han convertido en prescriptores muy importantes. Ahora alomejor, otro ejemplo... para publicitar un libro para jóvenes en lugar de gastarse dinero en una campaña que vaya a los colegios ahora están enfocados en mandar el libro a un booktuber (youtuber que habla de libros) y sabes que van a llegar a los 300.000 subscriptores que tenga esa persona de una forma muy inmediata y como da su opinión, es cierto que se han convertido en prescriptores muy importantes y es más fácil llegar al público

a través de ellos. [22.50] Su opinión es muy importante y está siendo escuchada por muchísima gente joven.

Beatriz también es guionista de la serie de Youtube Skam en la que ha aparecido Aitana. Trata de temas normales y cotidianos e intenta hablar de distintas preferencias sexuales e intenta concienciar socialmente. Se puede ver escena a escena en youtube y habla de temas que hasta ahora han estado silenciados para los jóvenes y pueden encontrar un apoyo.

Al ser guionista de Skam, a la hora de escribir el guion ¿eres consciente de que va a influenciar a muchísima gente?

[26.25] Sí lo tenemos en cuenta, de hecho, intentamos hacerlo lo más verosímil posible e intentamos que se refleje el adolescente. Realizamos entrevistas con un equipo de psicólogos y luego hicimos debates entre ellos y salieron temas como la importancia del feminismo y de repente los chicos debatían y las chicas estaban muy concienciadas. En esta generación vi que era algo muy importante pero también nos dimos cuenta que echaban de menos la visibilidad femenina en cuanto a “una chica que le gusta otra chica” pero que además no es lesbiana sino que es bisexual. Vimos que había un vacío y que sería muy interesante tratarlo, lo bien que le va a venir a una generación que lo necesita.

Entrevista a Miguel Arroyo de la Asociación de padres internautas

Miguel Arroyo es miembro de la junta directiva de asociación de internautas. Miguel se encarga de asesorar a nivel paterno en cuanto a internet en las familias. Miguel es, además, informático a domicilio.

¿Qué control tienen que tener los padres para que la influencia que ejercen los youtubers no sea la suficientemente perjudicial?

Desde el punto de vista tecnológico, los adolescentes que están afectados por estos temas es porque han tenido una infancia dentro de estos términos. El problema desde el punto de vista de los informáticos es que a los niños no hay que dejarles medios tecnológicos hasta que tengan una madurez bastante amplia (2:59) cosa que no sucede, la mayoría de los padres le dan un smartphone o una Tablet a un niño como lo mismo que le apuntan a una actividad fuera del horario lectivo porque hay poco tiempo están muy ocupados y así se entretienen los niños con otras cosas pero los padres tienen una responsabilidad bastante grande en los primeros momentos de empezar con la educación informática (3:30) en la infancia.

Como norma prohibimos a los hijos que tengan equipos informáticos y que se conecten a redes sociales hasta una edad bastante alta, esto no sucede en la sociedad porque ya te digo, lo que quieren es que los niños estén entretenidos con algo aunque se escape de su control y ese es el verdadero problema.

Yo por la experiencia que he tenido con chavales, el problema siempre ha sido este, la dejadez de los padres, la ignorancia de los padres y que no saben qué es lo que hay en el mundo. A un niño pequeño tienes que dejarle internet igual que en la calle, tienes que saber con quien va, qué hace, cuando no hace, a qué horas va a que horas viene, y esto en la red está totalmente fuera de concepto (4:33).

Los niños que se educan en este aspecto de que no tienen estas tecnologías juegan más, se socializan más con otros niños y tienen una infancia mucho más

sana y mejor de cara al enfoque de su persona en el futuro. Luego ya más adelante el de usarlo como una herramienta y no como odio principalmente.

El problema que hay es que a quien habría que educar es más a los padres que a los niños (05:13), los niños hasta qué punto ejercen influencia los youtubers? Esto es como las drogas, un niño puede darle por construir legos o puede darle por ir a meter pegamento en las cerraduras, depende con quien se junte, qué hace y qué no hace. El problema es una falta de control paternal.

¿A qué edad es buena que un niño empiece a manejar programas informáticos y las redes sociales? Pues mínimo a los... entre 14 y 16 (05:58) como pronto y siempre con supervisión paterna. Nosotros no somos partidarios de que los niños tengan smartphone, sino que tengan un ordenador, que el ordenador sea uno familiar y que esté en un sitio que esté a la vista de todos, que el niño no esté solo con el ordenador o con las redes en general.

Esto es lo mismo que si va a la calle y no sabemos con quien, es exactamente, el enfoque que hay que darle a los padres y es el que no tienen. Se creen que como están en casa, están a salvo y nada más lejos de la realidad (06:38) En cuanto al machismo que comentas en los youtubers, hay de todo. Hay influencers que son mujeres que se mueven mucho más en feminismo, hay mujeres que se mueven en el machismo, en las bromas... cosas constructivas y educativas, hay de todo.

El problema no son los influencers o los youtubers o lo que hay detrás, el problema es el enfocar al niño lo que tiene que aprender o al adolescente, entre la infancia y la adolescencia a dónde se tiene que mover. Ese es el enfoque que le tienen que dar (07:35). El problema es: ¿van solos por la vida? Claro, un niño que vive en un barrio de delincuencia (favelas Brasil) esos niños no tienen redes sociales pero son unos delincuentes. ¿Porqué? Porque es lo que están viviendo.

El problema es que los padres no comprenden que en la red, es igual que en la calle (7:57) y no ponen los mismos medios porque se creen que están en casa, ese es el verdadero problema que no ha entendido la sociedad todavía.

¿Creéis que los influencers tienen responsabilidad sobre el contenido que emiten?

Todo el mundo que hace cosas públicas o que publica cosas tiene parte de responsabilidad es como las *fake news* y están enfocadas a adultos. El que te cuenten noticias que son mentiras está influenciando a la sociedad, a decantarte por un partido político, por un estilo de vida, a consumir una cosa en particular, porque te cuentan mentiras, la mayoría de los anuncios y publicidad son mentira, así que es lo mismo para adultos que para pequeños. No sé si me explico bien. Tú ves reportajes de youtubers en los que te cuentan cosas que parecen que eso es la panacea y eso es mentira.

9:25, la responsabilidad que tienen no la tienen porque las leyes se lo permiten, lo que debería de haber una legislación que prohíba. El tema es una falta de legislación, si a todo el que hace público una noticia falsa o una recomendación falsa o inmoral tuviera un castigo, una multa o una sanción esto no sucedería. El problema no es de los youtubers, el problema es de cómo está la situación.

Antes decían a los niños al salir del colegio que tuvieran cuidado que no cogieran caramelos, es lo mismo. El problema es la atención de los padres a los hijos (11:10), no está en otro sitio. Esa es la máxima responsabilidad y luego la siguiente responsabilidad; ¿youtubers son responsables? Sí. ¿Cadenas de televisión son responsables? Sí. ¿Dibujos animados son responsables? Sí. La educación es compleja en general, el tema de los youtubers es un tema más moderno, pero sigue exactamente la misma línea que ha habido toda la vida, desde nuestro punto de vista.

Entonces, ¿regularíais este contenido? ¿Pondrías algún filtro legislativo e Youtube para que youtubers se cohiban para no soltar comentarios machistas?

No, el problema no está en la restricción porque la gente tiene que tener libertad de expresión y poder expresarse con lo que quiera (12:11). Lo que cuando haces

una cosa que afecta a los demás de algún modo debe tener su contrapartida como sanción. Si tú le das drogas a niños te sancionan por un delito de salud pública. 12:49 Todas esas cosas tienen que quedar en la familia y cuando los niños son mayores ya tienen que decidir por sí mismos, pero hasta una determinada edad tienen que ser responsables exclusivos los padres.

Entonces, la edad límite a partir de la cual los niños deben empezar a tener internet són los 14.

A ver, esto es como todo, hay gente que madura muy pronto y gente que no madura nunca, esto es muy elástico. Lo que tienen que tener los padres muy claro es el concepto de su hijo, cómo funciona (13:31). Cuánto es de responsable, qué capacidad tiene de distinguir el bien y el mal, claro esto es complejo y es que muchos padres tampoco saben. Es un problema muy complejo porque el tema educación muchas veces recae en los propios padres y con el tema de redes sociales más escasos aún porque ellos no han convivido con ello.

Ellos saben los riesgos de caerse en bicicleta, pero no de entrar a un chat y de saber que está quedando con un señor mayor que les va a raptar. El riesgo es el que te digo, hacer entender a los padres en particular, internet no es una cosa virtual, es exactamente igual que la calle (14:15), tienen que tomar las mismas precauciones con sus hijos en la calle que en las redes sociales, es el trato hacia los demás y el tema más importante en las redes sociales en edades tempranas es que los niños no socializan, se evaden de todo, se quedan solos con sus amigos desconocidos y no tienen amistades reales, no pueden hablar de cosas reales, no pueden tener una conciencia social como deberían de tenerla (15:12), por eso nosotros somos partidarios de que hasta cierta edad o cierta madurez no tengan ningún tipo de soporte de redes o cualquier tipo, al menos para uso propio. Otra cosa es que usen el ordenador de familia para buscar cosas del colegio y buscas con tus padres porque tus padres te ayudan, entonces es una herramienta y como herramienta que es hay que usarla. 15:45, un martillo es una herramienta, si tú le das un martillo a un niño pequeño puede hacer destrozos y

le has dado una herramienta que se supone que es para construir para clavar clavos y unir maderas. Sin embargo, el uso al no estar regulado ni vigilado por los padres, pues es desastroso, pues esto es exactamente lo que pasa en las redes sociales 16:00. A los niños les dan martillos y no saben lo que hacen con ellos.

¿Y en el ámbito del machismo?

16:50, es tan machista como la vida misma. Tú imagínate que un niño que tiene conciencia y si escucha cosas machistas y en casa ha escuchado los beneficios o perjuicios del machismo o del feminismo pues ¿qué va a ocurrir? Que el niño sabrá decidir por su cuenta. Lo que hay que crear es una conciencia importante sobre cómo adquirir el conocimiento y tener una actitud muy crítica con todo lo que se aprende y la información que se recibe. El problema es ese, de tener un pensamiento crítico.

Los mayores también fallan ahí. Cuantos youtubers para mayores hay que te cuentan mil milongas. Yo he visto “cómo ligar con una abuela” que eso lo escucha gente de 40 años, no hablamos ni de adolescentes ni de infancia. Estamos hablando de enfermos, que probablemente de pequeños no han tenido ese soporte de los padres de aprender a discernir el bien y el mal y lo bueno de lo malo, ese es el problema, que no hay un comportamiento real.

¿Quién pone controles parentales a sus hijos en los equipos? No necesitan ponérselos si ya les hablan bien a los hijos para que tengan su propia conciencia. El que no se lo pone es el que no tiene ni idea de lo que es un control parental y no tiene ni idea de lo que hace su hijo en internet. Ese es el verdadero problema, es un problema social, más que virtual 19.18.

La sociedad no se da cuenta entre lo que es lo real y lo virtual y realmente no hay tanta diferencia. Porque al fin y al cabo las interacciones son lo mismo.

Tú fijate cómo últimamente les meten noticias falsas incluso a periodistas expertos, si alguien publica una cosa fácil no puede haber un periodista que se

tache como periodista y que lo republique. Vivimos en la sociedad del copia y pega y en esto se basan las grandes mafias para poder determinadas cosas. Esto beneficia a según qué colectivos, está organizado psicológicamente para que haya un mercado ilegal de muchas cosas. Ahora la juventud también tiene el problema del juego, y el problema es la facilidad que te pone la sociedad para entrar en estos submundos porque hay gente que vende droga, alcohol, juego... y tienen un beneficio económico de todo este desastre social, hay gente que impide que haya legislación y que haya medios que amortigüen esto y que haya una educación acorde a lo que se necesita para la infancia.

Este es un tema infinito porque la educación infantil es la sociedad mísera y por lo tanto la sociedad es infinita, hay tantos padres diferentes, tantos problemas diferentes como estatus sociales, como zonas donde vivas... no es lo mismo pertenecer a un barrio o a otro. Yo soy informático a domicilio también y tengo clientes de todos los estatus, de todas las clases, particulares, empresas, ricos, pobres, políticos, religiosos, ateos... de todo, y he tenido charlas con clientes muy interesantes sobre estos.

Tengo clientes psicólogos y tengo opiniones encontradas con algunos, yo tengo psicólogos que dicen: "los niños cuanto antes se acostumbren a la tecnología mejor" y luego tengo otros que dicen "la tecnología es muy mala y todavía no". Son errores ambas, 24:50: la tecnología hay que tomarla como lo que es, como una herramienta para mejorar nuestras vidas, para ayudarnos, el problema es que nos puede sacar de nuestra sociedad y de nuestra especialización y ese es el problema verdadero.

25:45 ¿Yo a mis hijos les tengo que dar las máximas tecnologías? No, les tengo que dar las herramientas para que piensen. Yo antes de enseñarle un clavo y darle un martillo le enseñé cómo se hacen las cosas y lo bueno y lo malo de cada cosa. Creo que no me equivoco en la educación porque tengo dos hijos que tienen un control absoluto de los ordenadores y sin embargo ambos han nacido con ordenadores, y sin embargo ellos no han tenido los ordenadores hasta que yo no he decidido que los tuvieran. Y no son infelices por no haber manejado

ordenadores en aquella época, cierto es que ahora las redes sociales no las había entonces no en la edad que tienen mis hijos.

27:00 Estos problemas me los he encontrado con padres jóvenes, a los hijos les dan un smartphone para que se callen porque ya no le pueden apuntar a más actividades para no estar con ellos, pero es que la obligación de los padres es estar con los hijos.

28:40 Los niños tienen que saber qué es lo que hay, para poder decidir en el futuro. Esto es una herramienta, pero es como la vida misma, lo mismo venden armas como que te secuestran, te raptan, te violan... y esto los niños tienen que saberlo. No es cuestión de ocultar lo malvado que hay en la red o desautorizar la libertad de expresión, no, no. Cada uno es libre de hacer lo que quiera. Otra cosa es que eso que quieras si es negativo, legalmente tenga una penalización, ese es el problema, de que se permiten demasiadas cosas.

Internet no es solo lo que se ve, hay un 70% que no se ve. Si tú vas por la calle y ves a una persona sospechosa te cambias de acera, haces lo posible para tener un poquito de seguridad. Pues esto es lo mismo en la red, mira, yo tengo una pelea con amigos porque no tengo en Facebook ni en otras redes más amigos de los que conozco normalmente, no tengo amigos desconocidos porque no me gusta, me gusta tener a los que conozco de verdad.

Tú de pequeña ibas con tu padre y tu madre de la mano por la calle, no ibas con cinco o seis años sola. Entonces, si tus padres te veían cruzar la acera te tiraban de la mano, parece una tontería, pero eso es educación, tu sabes que no tienes que cruzar porque instintivamente lo has aprendido de pequeña. Si ves una persona sospechosa tus padres te dicen uy cuidado con ese, madre mía. Ya sospechas tú de las personas sospechosas, tú tienes tus propias alertas porque en la infancia las has percibido. ¿Qué ocurre con los niños de ahora? Dos cosas malas:

Una es que como no socializan ni salen tanto, todas alertas que tienen que aprender instintivamente de los padres tampoco las aprenden entonces tienes

por un lado la aparente seguridad de que están en el mundo, pero están en casa y no les va a pasar nada y otra es que no están aprendiendo a defenderse de los peligros. Con lo cual se hacen confiados y es mucho más fácil que les engañen, que les timen, que les hagan bullying. Esto solo tiene un problema, los padres, no tienen la culpa los niños ni los youtubers. No tienen la culpa la prensa falsa... La culpa es, de los padres por un lado y de la legislación por otro que no castigan.

35: 10, La mayoría de informáticos más importantes del mundo como Bill Gates, Steve Jobs, la mayoría de responsables de google, de amazon, etc no les dejan los smartphones a sus hijos hasta que no son mayores y estamos hablando de los súper gurús del mundo. Si Marc Zuckemberg les prohíbe a sus hijos los smartphones y él ha hecho una red social, será por algo.

Educación y legislación, pero también tienen responsabilidad los profesores. Los niños tienen que aprender a jugar y a ser responsables. Les meten de cabeza en la informática y en las redes los propios profesores entonces hay un problema que es inevitable porque está en los cimientos. La casa está torcida porque los cimientos están mal hechos. Nos estamos buscando el error en el albañil que ha puesto la ventana torcida y esto viene porque el cemento estaba cojo. Es un problema de base y la base se escapa.

Entrevista a Teresa Alba de páginas violeta

La organización “páginas violeta” es una asociación que lucha por el aumento de la participación de la mujer en la vida social y económica. La organización grabó un corto para “youtubers por la igualdad” en el que se expone la influencia que tienen estos jóvenes a la hora de formar “indirectamente” a los consumidores de la generación Z que les siguen.

Primero de todo, ¿qué os motivó a grabar un corto relacionado con la temática de youtube? ¿en qué momento os planteasteis que la influencia que ejercen en la sociedad puede ser un problema? ¿os esperabais la repercusión que tuvo? ¿porqué creéis que ha triunfado tanto?

Nosotras trabajamos en los centros educativos y veíamos que había como fuente de aprendizaje de la violencia principalmente, el rap, el reggaetón y los youtubers, los influencers que lanzan contenidos misóginos, machistas y entonces pensamos que había que hacer algo porque las instituciones públicas no dan una respuesta, entonces lo que hicimos fue presentar a chicos y chicas sin ninguna persona adulta para que el mensaje fuera mejor recibido por la gente joven o sea, que fuera una iniciativa juvenil contra el problema para que estuvieran sensibilizados en una cuestión del control y ese fue el motivo, ver que en los centros educativos no se ve la televisión, sólo se ve a través de internet y pensamos que había que hacer una propuesta en positivo mostrando que los youtubers pueden servir para divulgar la igualdad.

Realmente ha sido muy bien acogido porque era como una necesidad sentida, cuando tú das respuesta a algo que está en el ambiente. Sin ir más lejos el rubios tiene muchísimos seguidores y lanza mensajes muy machistas.

La consolidación de Youtube, su proyección y el alcance mediático ha provocado la creación de una nueva comunidad virtual en la que los protagonistas, son los influencers. Sin embargo, no hay ningún estudio que haya medido el impacto o la importancia que tienen los influencers en

la ideología de los adolescentes desde una perspectiva de género. ¿Cree que los influencers tienen responsabilidad en este sentido?

Mira, no. Hay un problema grave de ignorancia, la cuestión que nosotras vemos es que se ha normalizado la violencia, es más, incluso las propias chicas no son conscientes de que están sufriendo violencia, nosotras hemos tenido el caso de chicas que han salido con ataques de ansiedad, es decir, que ha llegado el mensaje y ellas no eran conscientes de que estaban sufriendo violencia a través de las redes sociales que hay como una especie de impunidad y la normalización es lo que hace que se considere algo absolutamente normal y sin importancia. Nosotras en este momento estamos produciendo otro cortometraje que se llama bumerán, consecuencia de las violencias machistas para mostrar que los chicos también tienen problemas. En el año 2015 el código penal cambió para recoger los ciberdelitos y hay chicos que son denunciados por las familias de la chica que sufre violencia y son juzgados en un tribunal de menores y tienen un problema ahí con la justicia. Hay que alertar para que tomen conciencia porque yo creo que no son conscientes del daño que están haciendo a la gente joven. (4:50).

El problema es la impunidad, hay muchos youtubers que se han visto denunciados y han tenido problemas y si tú no denuncias, ellos siguen porque la obsesión es tener seguidores y sólo si tienen una respuesta contundente ellos se dan cuenta de que están haciendo daño. Pero no creo que ni las administraciones ni la sociedad tenga conciencia de cómo esa gente está metiendo en las cabezas de los chicos y de las chicas, porque los chicos son los que después imitan esos comportamientos que las chicas sufren las consecuencias. En este corto tratamos también la influencia de las páginas pornográficas porque hay niños con 11 años que ven estas páginas y además obligan a las chicas a tener sexo de esa manera y eso es gravísimo.

En gran parte, la mayoría de las mujeres que forman parte de la comunidad, suben videos en los que se aborda su día a día, tutoriales de maquillaje o incluso tutoriales sobre conjuntos de moda. Sin embargo, una minoría, tiene contenidos de ciencia e información, pero los comentarios que

acompañan a estos vídeos, en lugar de hablar sobre el contenido informativo del video se dedica a menospreciar intelectual y físicamente a la mujer. ¿Qué opina de estos comportamientos?

Bueno, esto son las masculinidades tradicionales que no soportan la nueva imagen de las mujeres y su avance social, científico, político... no es más que un reflejo de la sociedad. Lo tenemos que asociar con la aparición de Vox, hay un retroceso grande de una parte de la población. Es una defensa de los hombres masculinos que ven a las chicas muy preparadas y hay hombres que eso no lo soportan. Yo creo que estos ataques machistas son el reflejo de una sociedad que todavía no acaba de admitir la igualdad entre hombres y mujeres y entienden el privilegio masculino en todos los ámbitos de la sociedad y lo quieren seguir manteniendo y una forma muy burda es la de los ataques.

((Comento el tema de la falta de referentes femeninos)). Por eso nosotras hemos querido mostrar dos referentes de mujeres; la primera es psicowoman, una psicóloga que habla de igualdad y en contra de la violencia social. Hay otra que es Pamela Palenciano porque es muy divertida y tiene una gran formación en género y ataca al machismo y habla del protagonismo social.

10:25 Nosotras consideramos que debe cada vez más mujeres en las redes sociales que lancen mensajes feministas y mensajes de igualdad y en los centros educativos es donde debe hacerse lo más importante, porque el arma más importante es desarrollar el sentido crítico, si una persona se enfrenta a estos ataques y lo hace con sentido crítico y con el sentido del humor (que también es muy importante) para dejar en ridículo a esos predicadores del machismo, yo creo que eso tiene un efecto interesante en la gente joven.

((Le comento si la solución es la educación o la regulación)). Eso es un argumento falaz. El problema es que no se hace una educación en condiciones, si hubiera una educación en valores que se interiorizaran desde la infancia, eso no ocurriría porque las manadas que se han ido viendo, esas manadas no existirían si se hubiera hecho desde la infancia una educación en igualdad, una educación en valores, afectivo sexual y en el respeto a todas las personas. La

formación es la mejor herramienta lo que ocurre es que no se hace una formación adecuada para combatir el machismo y el sexismo, que tiene mucha fuerza porque viene de todos los siglos que llevamos a cuesta y el sentido crítico. La formación es la herramienta más importante para el cambio y puesto que el cambio se da en la mente, ahí es donde hay que actuar, se nos socializa en una sociedad patriarcal, por lo tanto, hay que resocializar en una cuestión igualitaria.

También es muy importante hablar por los grupos de hombres por la igualdad y que han hecho una gran labor. Trabajan en colegios y dan charlas mostrando cómo el machismo también perjudica a los hombres. También hay que citarlos a ellos.

Youtubers como Álvaro Reyes, uno de los youtubers con más subscriptores, tiene videos en su canal tales como “Cómo y cuando tocar a una mujer”, “cómo abordar a una mujer durante el día”. Dalas Review, habla sin ningún filtro sobre feminazis y, sin ir más lejos, está siendo juzgado por un delito de abuso sexual a menores. Muchos youtubers no son conscientes de los comentarios sexistas que lanzan sin anestesia a unos jóvenes cada vez más receptivos. ¿Qué tipo de sociedad están construyendo los nuevos referentes para las próximas generaciones?

Bueno, yo quiero ser optimista pese a todo. Realmente es tremendo, hay contenidos que son realmente delitos. Hay auténticas barbaridades en las redes, las nuevas generaciones, si no tienen un contrapeso van a salir manadas por todos sitios. Antes no se divulgaban estas noticias, creo que las nuevas generaciones si no tienen una formación en igualdad y no pueden desmontar los argumentos. Hay otra cosa que se da en la formación y que hay que desarrollar es la empatía.

Si tu no te pones en el lugar de la víctima entonces puedes destrozarla sin tener ningún remordimiento ni sensación de culpabilidad. Los de la manada decían que no se les había pasado por la cabeza que habían destrozado a esa chica porque no tenían empatía.

A las chicas hay que educarlas en la asertividad, que es decir NO cuando no quieres algo y que una relación, hasta que tú no digas sí, es que no. Entonces yo creo que estas dos cualidades, la asertividad y la empatía son importantes de desarrollar porque sino se hace un daño terrible, como en la manada que se fueron después de copas después de destrozar a una chiquilla.

Socialmente nosotras ahora estamos dando cursos para prevenir la violencia, porque el llegar al asesinato es la cumbre del machismo y cada año mueren asesinadas muchas mujeres y no pasa nada. ¿Qué ocurriría si fueran tantos los futbolistas que mueren en un año? La democracia y el estado debe velar por la salud física, mental y sexual de las mujeres y sobretodo por su vida. Yo creo que hay que dar la voz de alarma porque es un problema muy grave, oculto, un inmenso iceberg. Nosotras queremos desvelar toda esa violencia que se está incrementando con el uso de las redes sociales de una forma exponencial.

El monopolio de los medios de comunicación ya no lo tienen los medios tradicionales, ahora con youtube hay un gran abanico de contenido audiovisual que el usuario puede escoger y que, en gran parte, se escapa del control periodístico. ¿Cree que el contenido se debería de regular a nivel de código deontológico, social o jurídico? Después de haber realizado el corto “youtubers por la igualdad” y de una larga trayectoria de formación feminista en contra de comentarios sexistas y actitudes machistas, ¿qué medidas reguladoras propondrías para impulsar una emisión de valores equitativa, feminista, de respeto y tolerancia sin distinción de género?

Hay una responsabilidad de las instituciones, la familia tiene una responsabilidad porque tienen que vigilar a la criatura, los centros educativos tienen que estar ahí dando la voz de alerta y formando y después existen varios canales de distribución de contenidos (páginas porno y tal). Yo creo que el código deontológico de qué es lo bueno y lo malo y qué es lo que envenena, hay que tener en cuenta que los estados lo tienen controlado, medios hay para hacerlo. Primero tendrían que tener conciencia que no la tienen. Porque si no puede llegar un día en el que ya no sea controlable.

La responsabilidad es de las instituciones públicas y yo creo que debería ser en todos los lados pero no hay conciencia, por eso nosotras queremos, hay un eslogan del existencialismo que era “denunciar para cambiar”.

Si tú no denuncias, la gente no toma conciencia y cuando se toma conciencia hay que tomar medidas porque son responsabilidades de manera que bueno, nuestra asociación no tiene mucha capacidad. Al final lo pequeño es hermoso y puede haber un momento en el que se tome conciencia sobre el colectivo feminista. La educación, cada cual tiene que tener un nivel de responsabilidad. A nivel estatal, pues legislando y poniendo normas y el código penal en 2015 ya contemplaba los ciberdelitos y tendrá que ir avanzando y contemplando como hay acciones que no se están recogiendo en el código penal y que habría que hacerlo.

Nosotras ya te digo, la educación en valores, la afectivo sexual, todo eso es lo que estamos en la sociedad civil organizada que también estamos haciendo una labor ahí para frenar porque de momento lo único que hay que hacer es frenar todo lo que está en marcha porque es tan enorme... Es como David y Goliat, todo lo que se maneja por internet es gigantesco pero bueno, al final David venció a Goliat y eso es lo que tenemos que mandar, un mensaje optimista de que, si nos implicamos ahora, podemos ir frenando todo el terror que se está transmitiendo por las redes sociales.

Nosotras los días 1, 2 y 3 de julio vamos a impartir un curso en la universidad de Cádiz sobre violencia psicológica, no hay violencia física ni ningún tipo de violencia sin antes hacer uso de la violencia psicológica y estamos dando la voz de alarma porque realmente es una violencia silenciada, que nadie ve y que está ahí. Tenemos dos cursos, uno en octubre y el otro en julio. La media de asistentes es 280, la mayoría son chicas, pero también hay muchos chicos que asisten. También tratamos el falso consentimiento en las relaciones sexuales, y lo tratamos. Porque las chicas no se dan cuenta de que, por presión, por acoso o insistencia a veces tienen relaciones sexuales sin quererlas que a final son violaciones, entonces tanto en la universidad de Sevilla y Cádiz y siempre tienen

muchas inscripciones. El problema es que no se da respuesta de forma seria, con rigor. Cuando se hacen estas acciones hay muchas personas que deben formarse.

La universidad también es importantísima, el pensamiento feminista siempre tuvo la vertiente el pensamiento teórico y nosotros desde la asociación estamos ahí como activistas, no podemos parar. El silencio te hace cómplice.

Sergio Barreda- Director de Keeper Experience

Keeper Experience es una de las agencia de contratación de youtubers que más prestigio tiene en el mundo digital. Sergio Barreda es el director de ka agencia.

¿Que es Keeper Experience?

Keeper Experience, es una agencia digital especializada en marketing de influencers y contenidos. Intentamos diferenciarnos de las demás agencias dándole un toque de rock and roll a nuestras campañas. Creemos que los mensajes de las marcas siguen siendo (casi) los mismos pero hay que comunicarlos de una forma diferente. Intentamos que la publicidad se convierta en historias que contar.

Conociendo tu trayectoria, anteriormente estuviste trabajando en agencia ¿En qué momento concebiste como una oportunidad crear una agencia enfocada únicamente a representación de influencers?

Hace dos años y medios comencé a ver que el mercado del marketing de influencers estaba muy poco saturado y que había hueco para crear nuevas oportunidades de negocio. Había mucha demanda y la oferta de agencias que había no llegaba a algunos nichos del mercado como es el de los microinfluencers .

Desde siempre había querido montar mi propia agencia, pero desde que conocí a Kikillovlogs y empecé a trabajar con el como representante, me di cuenta que la unión laboral de alguien que se dedicaba al marketing con un creador de contenidos, era la clave para conseguir cosas diferentes en el marketing de influencia.

¿Hacéis campañas con influencers y micro influencers, ¿Cual de las dos figuras crees que funciona mejor?

Creo que depende de la marca y de los objetivos de la campaña. Los microinfluencers llegan a un público más reducido pero más creíble y la verdad

es que es obtenemos resultados muy efectivos cuando contamos con ellos en nuestras campañas. Los influencers más masivos te dan oportunidad de llegar a mucho público en poco tiempo pero es más complicado de medir sus resultados. La clave para que una campaña salga bien es conocer las necesidades del cliente y en base a eso, realizar una buena selección de perfiles.

¿Son ahora los influencers los nuevos escaparates publicitarios?

No creo que se deban considerar como escaparates publicitarios, ya que creo que lo que hacen es comunicar más que publicitar. Lo ideal es que el influencer, se involucre y forme parte de la campaña para no ser simplemente un difusor de la misma.

**¿Se conoce el límite de promoción o se vale todo porque está pagado?
¿Con Kikillo tienes un baremo o dependiendo de la oportunidad que tenga?**

Sí, las promociones se valoran tanto si encajan con el talent, como por el nivel de promociones que tiene durante ese espacio de tiempo. Intentamos que el usuario no se sienta muy saturado.

Dentro de tu trabajo ¿tienes un perfil de influencer que te gusta y un tipo de perfil que no representarías?

Mi perfil favorito es el youtuber de entretenimiento ya que creo que es el que mejor llega a la gente y realmente influye en su público. No me cierro puertas a representar a tipos de perfiles, pero siempre intentamos que el squad tenga consonancia.

Desde la forma de trabajar en una agencia de publicidad tradicional, primero se realiza una estrategia y después se buscan perfiles de influencers que se adapten o que cumplan los requisitos. Desde tu perspectiva como representante de influencer y CEO de una agencia creada en esta última era ¿cómo consideras que sería la mejor planificación a la hora de plantear una estrategia en la que si o si quieras integrar influencers

Creo que los influencers deben formar parte de la estrategia e involucrarlos desde el primer momento. Si ellos se sienten parte de la misma los resultados son mucho mejores que si simplemente actúan como altavoces.

¿Consideras que ahora mismo si o si hay que trabajar con influencers?

No todas las empresas, pero si hablamos de gran consumo lo veo algo fundamental.

¿Consideras que todas las campañas de 2019 deberían trabajar con influencers? ¿qué opinas de aquellas marcas que se niegan a sumarse a este fenómeno?

Todas no, solo en las que realmente tenga sentido. Hay gente que lo ve como algo negativo porque es un sector bastante criticado, pero si realmente tu producto va destinado a consumidor final, tiene que ser una de tus patas de marketing.

¿En qué mercado consideras que no procede trabajar con influencers?

En los que el cliente final no es el consumidor (B2B).

¿Cómo defiendes ante una marca la viabilidad de tus influencers?

Siempre hacemos una previsión de resultados y les ponemos ejemplos de campañas anteriores y los KPIs conseguidos.

¿Qué herramientas utilizas para contabilizar el impacto de tus influencers en una campaña? y ¿De qué manera buscas nuevos talentos o perfiles de influencers con los que te gustaría trabajar?

Actualmente el reporte lo hacemos de manera natural pidiendo directamente las estadísticas a los influencers, ya que hemos probado varias herramientas y no nos han convencido.

¿Cuánto porcentaje del presupuesto se invierte en el uso de influencers?

A día de hoy la inversión es muy poca en comparación con la inversión en publicidad convencional, aunque es cierto que cada día crece.

Una cuestión que nos interesa especialmente es el asunto de la publicidad encubierta, la publicidad que no se identifica como tal. He hablando con expertos y me han comentado que España no cuenta con una regulación específica en este sentido, pero que los influencers deberían regirse por la ley de publicidad, que dice que esta se tiene que identificar. En vuestra opinión, ¿por qué creéis que está tan extendida la práctica de no identificar la publicidad cómo tal?

Creo que, cada vez más, los influencers están siendo sinceros con su público. Al final, considero que, si ocultan que las publicaciones patrocinadas son publicidad, pierden veracidad y son conscientes de ello. La gente está bastante concienciada.

¿Las marcas piden a los influencers que identifiquen la publicidad, o al contrario, prefieren que no lo hagan?

Sobre todo las grandes marcas ya están pidiéndolo por contrato que se incluya el hashtag #ad o #publi en las colaboraciones con los influencers. Hay marcas que piden que no se incluya, pero nosotros, por política de empresa, siempre decimos que no podemos obligar ni incitar a un influencer a no ponerlo.

¿Vosotros como agencia hacéis alguna recomendación al respecto?

Nosotros recomendamos que se especifique que es una colaboración. Si el contenido está bien integrado, el público no se queja. La cosa es cuando una marca está metida a calzador.

Autocontrol está preparando un protocolo para dejar un poco más claro como debe comportarse un influencer cuando hace publicidad. Por vuestra parte, ¿qué os parece? ¿Lo veis necesario? ¿haríais alguna recomendación sobre algún aspecto en concreto?

Creo que no hay que centrarse en que lo correcto no es simplemente colocar un hashtag, sino en que el creador deje claro que es publicidad. Cuando un influencer, en un vídeo de YouTube, dice de viva voz que está colaborando con una marca, para mí queda más claro que poner un hashtag.

Como te decía, me ha parecido interesante lo que me comentabas que los influencers tienen mala imagen. ¿Por qué ocurre esto, en tu opinión?

Considero que la visión que hay del sector es que se gana mucho dinero por hacer algo fácil. La gente no se da cuenta del trabajo que hay detrás de llegar a conseguir unos buenos números. Evidentemente, como en todos los sectores, hay gente profesional y gente que no, pero, bajo mi experiencia, cada vez más se está profesionalizando el sector.

Mi impresión es que la red dónde se mueve más publicidad a partir de los influencers es Instagram, al menos en España, ¿es así? Por vuestra experiencia, ¿cómo se reparten las campañas (%) entre las redes sociales mayoritarias?

La red prioritaria de las campañas efectivamente es Instagram. Los primeros influencers surgieron en redes como Fotolog, blogs o Twitter, pero, realmente, cuando se ha capitalizado el sector, se ha centrado en Instagram y, últimamente, también en YouTube.

¿Cómo se decide cuánto se paga a los influencers? ¿Cómo se valora su caché?

No hay nada marcado respecto a los cachés. Al final depende mucho de si el perfil tiene una buena imagen, si tiene un recorrido profesional...

¿Por qué los niños quieren ser influencers?

La realidad es que actualmente los chavales tienen como referencia a Youtubers e Instagramers y que se fijan en todo lo que hacen e intentan imitarlos. Siempre han existido personas que influenciaban como personajes públicos, pero ahora mismo está al alcance de mucha más gente el poder darse a conocer, ya que internet nos ha dado esa facilidad. A pesar de esto, creo que los que triunfan dentro de este sector no es porque lo busquen, sino porque tienen un talento

innato que les hace diferenciarse de los demás. No hace falta ser Dulceida, para vivir de la creación de contenidos, solo hay que trabajar mucho, definir una buena estrategia y ser original con lo que ofreces.

Entrevista Carla Vall

Carla Vall es abogada especialista en derecho penal y asesora en políticas públicas, tiene un posgrado en atención y prevención de violencias machistas y otro en nuevas tecnologías y género. Miembro de mujeres juristas y coordinadora del área de violencias y de género.

¿Se producen muchas denuncias en el ámbito de youtube por vocabulario discriminatorio o actitudes sexistas?

A ver, yo entiendo que se denuncia muchísimo menos que el espacio que entendemos hegemonícamente por real no, yo creo que aún hay la concepción de que lo que pasa en las redes es como si pasara en otra dimensión entonces la gente piensa que es muy difícil iniciar cualquier tipo de proceso o incluso entiende que aunque le ataque a él directamente, a nivel personal como sean casos de cyberbullying por ejemplo, pues hay dificultades para la denuncia.

Sí es verdad que a nivel probatorio hay más dificultades que el rastreo que podríamos tener en otro tipo de delitos. Mayormente la gente opta por las denuncias a través del propio canal, es decir, si youtube ofrece la posibilidad de denunciar el contenido normalmente la gente usa esta vía; primero porque es más rápido y además puedes hacerlo sin la ayuda de profesionales. Ahora bien, no es tan fácil eliminar contenido de la red, eso ya lo sabemos.

¿Hasta qué punto el youtuber puede ser emisor de cualquier tipo de contenido sin infringir ningún límite legal? A nivel de vocabulario sexista.

4.40 Aquí el problema es que colisionan dos delitos: el derecho a la libertad de expresión y los delitos de odio (como límite negativo). Hemos encontrado casos de un discurso que es totalmente misógino y que a su vez, con criterios de youtube o de la red que no siguen el régimen europeo si no que siguen el americano que es mucho más amplio (a nivel de libertad de expresión) nos encontramos que estas conductas son menos sancionadas que no si fueran emitidas digamos dentro del amparo de la legislación española.

Ahí tenemos un problema de discusión también porque en ocasiones el youtuber no es ni tan siquiera europeo, entonces nos encontramos una colisión de distintos tipos de derechos penales. En ocasiones estaría cubierto por nuestro derecho o por derechos de otros países, así que digamos que el límite no se puede fijar de modo abstracto si no que tendremos que ir caso a caso mirando de donde es el emisor, qué tipo de derecho tiene y, por ejemplo, conseguir que se limite la difusión en nuestro estado.

¿Hasta qué tipo de consecuencias legales puede tener un vídeo que infringe las normas éticas y feministas de youtube?

Es caso por caso, si se diera el caso de que es un video que es directamente delito de odio, es el caso paradigmático de “como drogar a una mujer para violarla” o “como pegar a una mujer sin dejar marca” o diversos ejemplos que nos hemos encontrado en los últimos años en internet pero podría haber otros casos donde la idea fuera menos directa y podríamos tener el problema de que esté amparado por la libertad de expresión.

¿Los comentarios que se hacen en los canales pueden ser denunciados?

Sí porque ya no es tan sólo el vídeo emitido sino cualquier intervención que tenga cualquier usuario en la red. Incluso los comentarios que se jalean entre ellos y que se animan a cometer el delito entonces ya encontramos que es delito de odio y sí que podemos denunciar este tipo de comentarios.

¿Hasta dónde puede llegar esta denuncia que nace de un simple comentario?

Si el comentario es reiterativo, si tiene la fuerza suficiente nos encontramos con un delito de odio y puede acarrear incluso penas de cárcel, penas de multa y además una responsabilidad civil importante.

No es la ciudad sin ley entonces. Mucha gente se esconde bajo el anonimato, entonces aquí tenemos otro tipo de dificultad, porque no podemos llegar a la autoría real del comentario muchas veces.

A ver, en ocasiones es difícil encontrarla, pero también tenemos ejemplos de lo poco que se tarda en encontrar a un usuario en la red cuando se tocan determinados temas y tenemos ejemplos bastante claros pues contra la monarquía, etc. También hay una voluntad y una destinación de recursos en casos concretos, yo creo que cuando pongamos en el centro que los delitos contra las mujeres, como la misoginia, sea una prioridad en la sociedad se destinarán los recursos pertinentes y se encontrarán este tipo de usuarios.

Mientras que se piense que es un mal menor, que hay delitos más graves y que esto no tiene ningún tipo de afectación porque tendemos a la normalización de estos comentarios pues tendremos resultados muy distintos. Yo creo que poder se puede, entonces es una cuestión de voluntad y destinación de recursos.

Vale, entonces debe ser por la reiteración del comentario porque por uno simple no se van a emprender acciones legales, ¿no?

Bueno, depende. Si tiene la fuerza suficiente y tiene un contenido que está alentado de manera real a los hombres que maltratan a las mujeres, tiene la fuerza suficiente por sí solo, no haría falta que fuera reiterativo. Entonces tenemos que valorar si el contenido es tan flagrante como que anime a los agresores a actuar, por ejemplo.

Entonces puede ser lo más mínimo desde una multa hasta ir a la cárcel. Depende del grado de incisión.

Sí, exacto y también depende de si va destinado a un colectivo o a una persona concreta y entonces entraríamos en lo que sería el delito de coacciones, amenazas, podríamos decir que en general puede conllevar delitos de multa o incluso de prisión.

Bajo el punto de vista jurídico, ¿debería de haber algún mecanismo más estricto que regulase estos comportamientos para potenciar una equidad de género en el contexto digital?

Quizás nos faltaría adaptar el código penal a las situaciones que vivimos en la red, yo creo que con la reforma del 2015 nos quedamos un poco que fue la primera incursión que tiene nuestro derecho, es un derecho que le cuesta mucho modificarse, un derecho muy estatizado y le cuestan las modificaciones, pero en todo caso viendo que cada vez avanza mucho más rápido la red de lo que podemos regular nos haría falta ser un poco más previsores para ver esos mecanismos. Entonces, quizá ya no sería a nivel penal sino mirar qué tipo de garantías podemos asegurar para el control de los usuarios en la red, es decir, ¿que luego fuera fácil la identificación no? Más que mirar de no publicar o restringir la posibilidad de publicar, yo creo que sería mejor blindar la posibilidad de encontrar el usuario. 11:16 Además no es solo un control de la red, sino que yo entiendo que hacen falta trabajos de democratización y presión general del delito y que no necesariamente pasa por el derecho penal.

Entrevista Pau Mariscal, Youtuber (307 suscriptores)

¿Cómo youtuber a qué tipo de público se dirigen tus videos?

Como youtuber principiante, yo mi intención es que mi contenido lo vea gente con mis mismas ideas y mis mismos valores y gente con ideas y valores muy distintos a los míos para poder empapar a mucha gente de mis valores que creo que son bastante correctos. Pero a banda de eso, creo que mis videos los intento dirigir a gente ideales y valores LGTB, feministas y con ideales y valores que permitan a la sociedad avanzar y reforzar aspectos positivos que la sociedad ya tiene, que también son unos cuantos. Por franja de edad se dirigen entre 18 y 16 años como mucho, a partir de las estadísticas que me da youtube detalladas, he podido ver que mis videos se dirigen más a mujeres que a hombres.

¿Crees que influencias a tus seguidores en función del contenido que publicas?

No sé si mi contenido influencia a la gente que ve mis videos pero ojalá, porque como he dicho antes publico contenido bastante moral, no intento publicar contenido vacío que no aporte nada aunque siempre lo toco desde el punto de vista del humor aunque siempre intento influenciar a aquellas pocas personas que ven mis videos para que se puedan empapar de mis valores equitativos, antes he dicho que los valores que intento transmitir son equitativos y son buenos porque creo en la equidad .

¿A la hora de hacer un vídeo tienes en cuenta el lenguaje que usas en términos de feminismo?

Sí que tengo en cuenta ese tipo de lenguaje pero lo tengo en cuenta porque en mi día a día también lo tengo en cuenta, es decir, lo tengo tan interiorizado y tan asumido y metido en mi cabeza que cuando hago un video creo que lo transmito, entonces tampoco me tengo que parar a pensar si mi video va a ser feminista o no, o si mis videos van a transmitir ideales o no porque sé que lo voy a hacer

porque lo tengo interiorizado. Soy de las personas que creen que si tú un valor no lo tienes interiorizado, es imposible que lo esparzas por ahí.

¿Te consideras responsable de que tu público adopte tus comportamientos después de ver tus videos?

No me siento responsable porque cada uno sabrá lo que tiene que hacer o no, cada uno sabrá lo que es correcto según su punto de vista. Yo pretendo transmitir unos ideales y valores para mí positivos y correctos y si la gente los quiere coger bien y si no, pues la verdad es que no me importa.

¿Te habías planteado hasta día de hoy que tu labor social puede cambiar o influir a tus espectadores?

Sí que me lo había planteado y es una de las razones por las que decidí abrir el canal, porque yo no me quería abrir un canal que no transmitiese nada, sí que es verdad que mis videos tienen un contenido bastante humorístico que a simple vista puede parecer que no haya contenido, que sea un video vacío, pero intento con mis videos, a parte de entretener a partir del humor, tener como un fondo moral, que pueda transmitir unos valores puesto que considero muy importante aprovechar una herramienta que tiene tanta fuerza como youtube o como las redes sociales en general para transmitir valores como el feminismo, considero tan importante las redes sociales como los medios de comunicación en general, creo que son bastante importantes. Algo tan simple como que la gente piense que los niños tienen que ir de azul y las niñas de rosa se puede erradicar completamente a partir de las redes sociales y a partir de medios como youtube o medios de comunicación como la televisión o los diarios.

Entrevista a Marta Llanos, youtuber (3,6 mil suscriptores)

¿Cómo youtuber, a qué tipo de público crees que se dirigen tus videos?

Como lo de youtube lo hago con una finalidad puramente lúdica, no quiero sacar beneficio ni dedicarme a ello, simplemente lo hago para entretenerme o desahogarme de ciertos temas, no busco un público determinado ni subo videos regularmente, lo hago cuando me apetece. Entonces tampoco me dirijo a ningún target en específico, me dirijo a un público bastante juvenil, un poco de izquierdas, quizás a los conservadores mayores no les interesa, pero por lo general público joven.

¿Crees que influencias a tus seguidores en función del contenido que publicas?

A ver, tanto como influenciar no porque no tengo tampoco tantos seguidores. Lo que sí que me siguen niños adolescentes y puedo llegar a pensar que, si muchos adolescentes no tienen mucho criterio a nivel de política porque tampoco se han informado mucho, alomejor sí y más teniendo en cuenta que yo en mis videos no hablo de manera objetiva, yo doy mi opinión sobre ciertos temas, ciertas noticias... Para la manifestación del 8M salí a la calle a preguntar a ciertas personas y ya se veía qué tipo de ideología tengo, tampoco decir que soy feminista me parece ninguna ideología, creo que todos deberíamos de ser feministas. Cuando hablé de VOX, estoy en contra de la ultraderecha... otra cosa es que pueda influenciar a alguien, no sé, supongo que dado que mis videos van más destinado a gente joven y tampoco tienen mucho criterio en temas de política pues puede llegar no a influenciar, pero sí a que se informen un poco más.

¿Tienes en cuenta a la hora de hacer un video el lenguaje que usas en términos de feminismo?

Sí que intento, por ejemplo, cuando hablo de colectivos hacerlo en femenino y en masculino, o el saludo inicial que tengo de “hola Pepsi coleros y pepsicoleras”. Pero sí que en los colectivos intento hacer el femenino y el masculino, es posible que alguna vez se me haya escapado o no, lo que si te digo es que no utilizo el plural acabado en -e de, por ejemplo, todes, básicamente porque no lo tengo interiorizado, sé que el lenguaje español de por sí es machista porque solo se utiliza el masculino, soy perfectamente consciente pero aún no lo tengo habituado.

¿Te consideras responsable de las actitudes o comportamientos que tu público puede adoptar a raíz de ver tus vídeos?

A ver, es que, responsable... claro, yo creo que no incito al odio a nadie ni recrimino a ningún colectivo, justamente todo lo contrario, pido tolerancia. Lo que sí que me doy cuenta es que en los vídeos que hablo de feminismo y si te miras los comentarios, tengo muchísimos en los que me desean de todo, diciéndome que soy una feminazi y que voy de defensora de la mujer pero que luego a ver si soy tan liberal para salir por la calle de noche sola y que me pueda atacar no se cuantos negros y me violen...

Considero que no he dicho nada radical más que pedir la igualdad y me están pidiendo de todo en los comentarios. Tengo ciertos de comentarios o, sea, es muy heavy. Como creo que solo doy mensajes positivos y de tolerancia no puedo sentirme responsable de ninguna actitud mala que tenga alguien si sigue, por así decirlo, mis recomendaciones.

¿Te habías planteado hasta día de hoy que tu labor social puede cambiar o influir a tus espectadores?

Cuando yo empecé en esto de youtube me hacía mucha gracia esto de los tags, mostrar ropa y tal, pero pasan los años y maduras. Sé que no me quiero dedicar a esto y de cara al futuro me da miedo que una empresa vea según qué videos y no quiero que esto sea un reflejo de a lo que yo me quiero dedicar, que es dentro del mundo de la información, algo mínimamente serio.

Entonces, intento ir con mucho más cuidado que ya que tengo una herramienta que gente me ve intento tratar algunos temas que a nivel de feminismo y política, de vez en cuando pueda tener una labor social. Subo pocos y soy cero regular, pero intento que tengan la capacidad de dar una moraleja y que la gente reflexione mínimamente.

Evidentemente youtube debería ser una herramienta clave para todo el tema del feminismo y creo que actualmente es la plataforma que más influencia tiene junto con Instagram, pero esta última acaba siendo sólo publicidad. En youtube puedes hablar de mil temas y por ejemplo, si lo haces bien genial. Es una herramienta que, si utilizas los argumentos adecuados, convencer a la gente de que es algo bueno para la sociedad y sobretodo algo necesario.

**¿Crees que los comentarios a tus vídeos son por tu condición de mujer?
¿Qué piensas de que se menosprecie tu discurso con comentarios así?**

Evidentemente el que es machista si puede atacar a una mujer y desacreditarla en el discurso del feminismo, lo hará. Además, lo que me parece heavy es que se me desee que me violen, entonces que se me desprecie por mi condición de mujer es un añadido, también te digo que un hombre feminista, si habla de un discurso feminista también será atacado por un hombre machista y será atacado en el aspecto casi de quitarle esa masculinidad. Evidentemente si es una mujer será un añadido para semarse más en los comentarios.

Lo de que pienso que se menosprecie mi discurso... Mira, yo antes creía que era incultura e ignorancia y decía bueno, quien piense que el feminismo no es igualdad es un inculto y no se ha informado y simplemente con argumentos se le convence y se le dice lo que hay y ya está, porque dudo que una persona con un sentido común mínimo diga que el hombre tiene que estar por encima de la mujer.

¿Pero qué pasa? Que me doy cuenta de que no, de que no es incultura e ignorancia, que en muchos casos sí, pero también hay casos de gente que

directamente te lo reconoce, que el hombre a nivel laboral está por encima de la mujer. A ver, físicamente ya sabemos que, por construcción, el hombre es más fuerte, pero en terrenos como el laboral, ¿qué excusa existe? O en la cocina, la mayoría de estrellas michelín están repartidas entre hombres, yo ahora mismo sólo te sé decir el nombre de una mujer que conozca, pero eso sí, en el ámbito de casa que sea la mujer.

Antes pensaba que era incultura, ahora estoy segura de que es una necesidad de auto confirmación de que somos mejores y tenemos que desacreditar a la otra para dejarla de tonta y demostrar que los hombres somos mejores. En según qué comentarios ni los argumento, simplemente los vacilo y ya se pican y me desean la muerte, es deprimente.

Entrevista a Dima Pankin, Youtuber (66 suscriptores)

¿Cómo youtuber, a qué tipo de público crees que se dirigen tus videos?

Mis videos van dirigidos a todo el mundo, pero te responderé que me focalizo en la gente joven a partir de los 15 años, la gente joven es con la que mejor puedo llegar a conectar por ese principio de la edad.

¿Crees que influencias a tus seguidores en función del contenido que publicas?

Yo creo que sí, ahora obviamente que no tengo muchos suscriptores prácticamente no, quizás algunas personas sí de forma positiva y eso es lo que quiero llegar a conseguir con el canal. Pero no creo que tampoco sea de forma muy genérica ni nada porque es un canal que acaba de empezar. A medida que vaya creciendo la gente me hará más caso y se irá basando más en lo que diga. Líder de opinión te diría que sí y que no. Que sí porque lo que yo digo, no lo digo en vano, hago mis investigaciones previas. Por otro lado no porque al no ser “nadie” todavía, nadie me va a seguir ni escuchar porque todavía no he conseguido nada por así decirlo.

¿Tienes en cuenta a la hora de hacer un video el lenguaje que usas en términos de feminismo?

Sí, lo tengo muy en cuenta y es algo que tengo muy metido en la cabeza desde hace tiempo. Nos empezaron a hablar de esto en la carrera en la que estoy que el lenguaje en todos los ámbitos está muy enfocado al hombre, las típicas expresiones son machistas. Nos metieron eso en la cabeza y que teníamos que intentar siempre ser inclusivos, decir siempre “chicos y chicas”, “hombres y mujeres”. Yo en mis vídeos siempre, aunque a veces se me escapa, siempre intento referirme a los dos géneros por igual.

¿Te consideras responsable de las actitudes o comportamientos que tu público puede adoptar a raíz de ver tus vídeos?

Sí en cierto modo pero no del todo, ¿por qué?, yo las cosas que digo en mis videos, las voy a explicar tal y como son. A partir de ahí, lo que la gente haga fuera de lo que yo haya dicho sí que puede decirse que es mi responsabilidad pero como no lo he dicho directamente no tengo esa responsabilidad de si hacen algo y les sale mal... Si una persona ve mi video e intenta lo que ve en mi video y a ellos no les sale, me sentiría responsable pero siempre dejaré claro que hay que ir con cabeza y es un punto que pondré en las descripciones que no soy ningún asesor legal ni financiero, es porque me ha salido a mi, no significa que a todo el mundo le vaya a salir igual.

¿Te habías planteado hasta día de hoy que tu labor social puede cambiar o influir a tus espectadores?

Sí, en cierto modo es uno de los principales motivos por los cuales me abrí el canal, por el hecho de cambiar o influir en la gente que ve los videos de forma positiva, yo lo que quiero con el canal es ayudar a las personas en el ámbito personal y ayudarles a que ganen confianza en ellos mismos en simplemente intentar ser mejores, buscar su mejor versión a través de diferentes métodos y diferentes técnicas. Sí, impactar en la vida de las personas para bien.

¿Crees que es importante aprovechar una herramienta con tanta influencia como youtube para proyectar una sociedad feminista?

Sí, pero hasta cierto punto. Como bien sabrás ni un extremo ni otro, hay las llamadas feminazis o chicos y chicas que se van al extremo, eso tampoco tiene que ser así. Es importante aprovechar la herramienta para proyectar una sociedad feminista pero siempre con control y con respeto hacia el otro género.

¿Qué opinas de los comentarios machistas en videos de mujeres?

Habéis generalizado mucho pero no en todos los vídeos pasa eso. Pasa, porque pasa pero desde el punto de vista de esta pregunta no me parece bien porque es como si a la mujer se le viera como un objeto por lo físico y al hombre no, que

es como lleva siendo desde siempre y lógicamente por suerte la sociedad se está dando cuenta y lo quiere cambiar. Básicamente que no está bien pero por suerte se está corrigiendo poco a poco pero de todos modos no creo que se pueda erradicar del todo. Siempre habrá gente que será lo primero en lo que piense cuando vea un video de una chica. Sí que es cierto que yo nunca he visto un comentario en el video de una chica haciendo alusión a su físico y no a lo que dice.

¿Establecerías algún mecanismo de control para regular estos comportamientos?

Yo directamente eliminaría ese tipo de vídeos, porque no lo veo normal. El respeto y la igualdad de género es algo que tiene que venir implícito en nuestra mente y que tiene que tener todo el mundo, la gente que no respeta la igualdad de género... no sé, yo eliminaría ese tipo de videos directamente.

¿Crees que el hecho de ser emprendedor te da la responsabilidad y a la vez la oportunidad de encaminar tus videos hacia una sociedad más equitativa a nivel de género y feminismo?

Sí en cierto modo, pero no que única y exclusivamente que mis contenidos traten de eso, porque si mi canal es de negocios y mejora personal no haré videos hablando de la igualdad de género constantemente y dejar de hacer lo otro. Obviamente sí que cuando empiezas a crecer tienes la responsabilidad social de transmitir buenos valores porque al fin y al cabo hay mucha gente que si te sigue es por algo y muchas personas que siguen a gente que crea contenido, hacen lo que esas personas dicen en sus contenidos o les escuchan, le hacen caso. Hay esa responsabilidad social y moral de promocionar y apoyar la igualdad de género y el feminismo pero como todo con moderación, con respeto y ya está.

Agenda de contactos

YOUTUBER Y PERIODISTAS

- **ROCÍO VIDAL (PENDIENTE)**

Divulgadora científica y comunicadora en YouTube. Se define como feminista sin carné y tiene 183.752 suscriptores en su canal de ciencia.

- schrodingergata@gmail.com

- **TXELL COSTA (DENEGADA)**

Conferenciante internacional, escritora, profesora y periodista. Ha trabajado en Catalunya Ràdio i Com Ràdio, especialista en desigualdades por distinción de género en el mercado laboral y en internet y redes sociales.

- info@txellcosta.com
- 684362732

- **ESCUELA “EL PAÍS” VIDEOPERIODISMO (PENDIENTE)**

Cuenta con un máster de videoperiodismo para poder contrastar los videos periodísticos reales con el mundo de YouTube.

- escuela@elpais.es

- **MARTA LLANOS YOUTUBER (CONFIRMADA)**

Youtuber con más de 3.000 suscriptores que habla de distintos temas de actualidad sin seguir un ritmo de publicación constante.

- 685110669

- **DIMA PANKIN YOUTUBER (CONFIRMADO)**

Youtuber que tiene menos de 100 suscriptores pero que está iniciándose en el mundo laboral, su canal se basa en lanzar mensajes emprendedores y esperanzadores para jóvenes.

- 722737211

- **PAU MARISCAL YOUTUBER (CONFIRMADO)**

Pau es youtuber con más de 300 suscriptores que propaga mensajes feministas y de la comunidad LGTBI.

- 654636978

- **JUANA GALLEGO PERIODISTA (CONFIRMADA)**

Juana, además de periodista es profesora y directora del máster de género de la UAB y directora del observatorio de igualdad

- Juana.Gallego@uab.cat

PSICÓLOGAS

- **SARA VILLORIA (PENDIENTE)**

Especializada en feminismo y conductas humanas, tiene un blog de feminismo y la psicología en las redes sociales.

- 914201700
- psicologiariot@gmail.com

- **GEMMA ABELLÓ MARIA (CONFIRMADA)**

Experta en psicología de la comunicación y en adolescencia y juventud.

- gemma@dseny.es
- 600334467

- **MONTSERRAT VALL LLOVERA (CONFIRMADA)**

Montserrat es profesora especializada en las TIC y en la inclusión de género en la red en la UOC.

- Mvall-llovera@uoc.edu
- 610287862

SOCIÓLOGOS

- **MARIA DOLORES PERIS PASCUAL (PENDIENTE)**

Profesora catedrática de la UB que estudia el comportamiento social de las personas.

- mdperis@ub.edu
- 934020427

- **ANNA MORERO (PENDIENTE)**

Profesora asociada a la UB, pertenece al Tara, un colectivo dedicado al análisis feminista de la cultura audiovisual.

- Anna.morero@ub.edu
- 934030883

- **FRANCESC NÚÑEZ (CONFIRMADO)**

Francesc es un sociólogo especializado en las TIC y es profesor del máster de las tecnologías y la adolescencia.

- fnunez@uoc.edu

ÁMBITO JURÍDICO

- **MERCÈ FELIU JANÉ (PENDIENTE)**

Abogada especializada en derecho civil y penal y mediación en violencia machista.

- mfeliu@advocatstortosa.org
- 977 70 26 36 / 656 706 941

- **CARLA VALL (CONFIRMADA)**

Carla es abogada especializada en género y en la red.

- carlavall@icab.cat
- 662069702

ASOCIACIONES

- **ASOCIACIÓN MUJERES PÁGINAS VIOLETA (CONFIRMADO)**
Asociación orientada a promover la participación y la presencia de la mujer en la vida social, cultural y económica, impulsoras del proyecto “youtubers por la igualdad”.
 - 954907374
 - 679295174
 - 696389131
 - paginasvioleta@gmail.com

- **ASOCIACIÓN DE INTERNAUTAS (CONFIRMADO)**
Asociación de padres afectados por sus hijos internautas.
 - asociacion@internautas.org

AGENCIAS DE REPRESENTACIÓN DE YOUTUBERS

- **VIZZ (PENDIENTE)**
Agencia de representación de creadores de contenido para Youtube con mayor audiencia en España, según indican, la clave está en el contenido.
 - business@vizz-agency.com

- **TUIWOK (CONFIRMADO)**
Agencia de representación de creadores de contenido que propulsa el contenido y lo coloca en un lugar visible en la red para que los usuarios lo puedan descubrir. Llevan a Youtubers como EIRubius, Willyrex, Vegeta 777 o Paula Gonu.
 - contacto@endemol-beyond.es
 - 917684000

- **Guionista digital Beatriz Arias (confirmada)**
- Beatriz.arias@endemol-beyond.es
- 680760191