



Iratxe Esnaola - @puntues
Informatika ingeniaria

Youtuberrak

Urte bukaeran, ohikoa izan ohi da urtearen errepasoa egitea. Twitter sare sozialak egin du berea eta identifikatu ditu eragin handiena izan duten txioak, gehien bertxiotu direnak, kontu bat ireki duten pertsona ezagunak eta egin du 2015eko tendentzien ranking bat ere. Youtube atariak ere egin du. Tira, Google etxeak, berea baita Youtube: munduko hirugarren webgune bisitatuena. Kuriosoa da emaitza. 2015ean ikusiena izan den bideoaren protagonista 5 urteko haur bat da, Heaven King. Bere ama da bideoak igotzen dituen, alaba koreografiak dantzatzen dagoen bitartean. Youtube atarian bere alabaren dantza-ri ibilbidea proiektatzen du. Eta bide batez, sustatzen saiatu (berak dioenez). Estiloak eta estiloak daude. Bigarrena iragar-ki bat da, Clash of Clans jo-koarena, Liam Neeson akto-rea protagonista duena. Eta bada hirugarren bat. Eta ar- lo musikalean ere beste ran- king bat egin dute. Eta baita estatuka banatu ere. Sarean dago, erraz aurkitzeko mo- duan: #YoutubeRewind2105 deitu diote.

Baina zentra gaitezen le- henengoan. Gisa horretako bideoak igotzen dituztenei *youtuber* deitzen zaie: You- tube atarian kanal propioa duten erabiltzaileak dira. Dio, Youtube berak, lehen hiru youtuberren urteko di- ru-sarrerek milioi bat euro baino gehiagoko batura ematen dutela. Eta uneko musikari famatuena baino ezagunagoak direla. Batzuk lanbide gisa ulertzera iritsi dira. Eta ez da gutxiagorako.

Minutu bakoitzeko, 300 bi- deo ordu baino gehiago igotzen dira Youtubera. Bi- garren bilatzaile nagusia da, Google beraren atzetik. Zalantzarik gabe, multime- dia edukiak partekatu eta kontsumitzeko modua alda- tu du. Eta horregatik, ba- tzuek, lanbide gisa ulertzen dute. Eta horretatik bizi di- ra: bideoak ekoitzi eta parte- katzetik.

Hori da Melo Moreno bi- deoblogariaren kasua. 26 ur-

te ditu eta bost urteko epean milioi erdi jarraitzaile lortu di- tu. Eta berak baieztatzen du, bere kanalak ematen diola jaten. Bere kanala gai arrunten gaineko umorean oinarritzen da. Eta zenbaki arruntak dira hauek. Badira bi ordutan bi milioi aldiz ikustera iristen diren bideoak, youtuber batek parteka- tuak. Bi eta bederatzi dolar artean ordaintzen omen ditu You- tubek mila aldiz ikusten den bideoa. Eta, hortaz, kanal ho- rretatik bizitzeko, bisita asko behar dira. Hala dio Dani Feixas kataluniarrak, “Cómo triunfar en Youtube” liburuaren egile- kideak. Youtuberren bideoak, normalean, gaztetxoei zuzen- dutakoak izaten dira, 13 eta 24 urte bitarteko gazteei. Bideo horien arrakastaren giltza, Feixasen ustetan, lau hitzetan de- fini daiteke: talentua, sormena, gozamina eta ahalegina.

Munduko youtuberren ran- kinean, lehendabizikoak 25 urte ditu eta suitzarra da (Pewdiepie, 34 milioi ja- rraitzaileekin). Hilean 400 milioi aldiz baino gehiago- tan ikusten dira bere bide- oak eta 77.000 euro ira- bazten ditu. Bigarrenak, 24 urte ditu eta txiletarra da (Holasoygerman, 21 milioi jarraitzaileekin). Hilean ia 64 milioi ikustaldi lortu eta 10.400 euro irabazten ditu gutxienez. Hirugarrenak 27 urte ditu eta estatubatuarra da (Smosh, 20 milioi jarrai- tzailerekin). Hilean 88 milioi ikustaldi eta 16.700 euro. Le- hen bostetan zaharrenak 28 urte ditu. Gazteak dira eta gazteei zuzentzen zaizkie. Eta dituzten diru-sarrerak asaldatzekoak dira.

Baina sortzaileak izan di- ra, eta ekintzaileak. Ideia bat garatu dute, berria. Eta bidea egin ahala, eurekiko espek- tatibak eta itxaropenak ere sortu dituzte eta erantzun egin behar dute. Sormen lan handia dago atzean, eta konstantea izatea bideoak partekatzerakoan. Horrela lortu dute milioiak eta mi- lioiak sortzen dituen webgu- ne baten filial txiki izatea. Mini-youtube bat. Bakoitza- ren estilo eta neurrikoa. Duela urte gutxi arte nekez irudika zitekeen hau. •



Munduko youtuberretan lehena Pewdiepie da. GAUR8