



Ikus-entzunezko berriak

Youtube 2005ean sortu zen, eta urte bat beranduago Googlek erosi zuen 1.650 milioi dolar ordainduta. Momentu horretan dirutza hori ordaintzea harrigarria izan zen askorentzat, baina perspektibarekin hartuta ondo asmatu zutela argi dago.

Youtubek gidatuta, Interneteko bideo kontsumoaren garrantzia oso handia da eta fenomeno berriak sortzen ari dira bere inguruan. *Youtuber*-ak, adibidez, plataforma horretan bideo kanal bat duten pertsonak dira. Askok harpidedun gutxi dituzten arren, beren intereseko gauzak publikatzen dituzte. Jarraitzaile kopuru handia dutenek, aldiz, publizitate bidezko diru sarrerak lortzeko aukera dute, lanbide bilakatzerraino.

Youtuber famatuenetako batzuek –PewDiePie, Smosh, Vegetta 777, El Rubius, WillyRex...– hilabetean dirutza irabaz dezaketela estimatzen da. Socialblade.com ranking webgunearen arabera, PewDiePiek 61.000-975.400 euro bitartean irabaz dezake hilabetean, 731.600-11.700.000 urtean; El Rubiusek, aldiz, 23.200-371.000 euro hilean eta 278.300-4.500.000 bitartean urtean.

Oso gutxi dira beren ogibide egitea lortzen dutenak, baina argi dago fenomeno deigarria dela. Gaiak umorea, bideojoakoak, aisia, bildumen ingurukoak eta baita arropa eta modaren ingurukoak dira, azken horiek bereziki nesken artean.

Dirua bakarrik ez, opariak jaso edo bidaiak egiteko gonbidapenak ere jasotzen dituzte horietako askok. Hedapena lortzeko estrategien barnean, garrantzitsu bilakatu ditu pertsona horiek.

Fenomeno horrekin batera, bideo egile horien artean, ‘Margotu nire bizitza’ (*Draw my life*) bideo mota berezi bat ere

hedatzen ari da. Bideo horietan, pertsonaia bakoitzak bere bizitza kontatzen du marrazki bidez. Jarraitzaileek beren bideo egileei buruz gehiago jakin nahi izaten dute, eta bideoek pertsona horiek ezagutarazteko balio dute.

Herralde batzuetan jendarte mailako erreferentzialtasuna lortzen ari dira. Orain arte zinemako aktore eta futbolariak erreferente publikoek adina jarraipen lortzen ari dira gazteen artean. Gazteen lanbide gogokoenen artean ere agertzen hasi dira *Youtuber* izan nahi dutenak, bideojoko probatzaile eta komunitate kudeatzaile lanbide berriekin batera arrakasta izaten ari direnak.

Bideojokoen mundua, aldiz, fenomeno propio bat da bideo kontsumoaren inguruan ere. Aipatutakoen artean jarraitzaile gehien duten bideo egileak arlo horretakoak dira. Jokoak probatzen edo egiten diren partidak komentatzen dituzten bideoek arrakasta itzela dute sarean.

Youtube ez ezik, plataforma berezituak ere erabiltzen dituzte horiek, Twitch.tv da horietako bat. Partidak zuzenean jarraitu daitezke bertan eta komentatu, baita beranduago ikusi ere. Ingelesez era horretako bideoek *Gameplay* izena hartzen dute. Joko ezberdinetako bideo emisio komentatuak kanaletan sailkatuak daude; batzuk oso landuak dira, baina beste askok jokoko pantaila eta grabatzen duen pertsonaren aurpegia albo batean erakusten dute soilik.

Machinima-k (ingelesezko *machine* eta *cinema* hitzen nahasketa) era horretako bideoen bertsio aurreratuagoak dira. Bideojokoen pertsonaiak erabiliz, film moduko bat osatzean datza. Bideoen protagonistak pertsonaia animatuak dira, egileak gidatuta, gidoi bat jarraitzen dutenak filma osatuz.

Bideo horiek guztiak gurean ere jarraipen handia dute; gutxiago dira, aldiz, sortzen direnak, euskaraz behintzat. Salbuespenak salbuespen, Gamerautsia.eus atarian, komunitate horretako kideek grabatuta, zenbait jokoren inguruko *gameplay*-ak aurki daitezke.

Gaztea irratiak Youtuberrak izeneko leihaketa ere martxan jarri du. Youtuben euskarazko kanal bat daukaten norbanako

zein taldeek hartu dezakete parte. Urte bukaera arte bideoak jasotzen egongo dira eta sari ezberdinak ere emango dituzte: hileko bideorik onena, urteko bideorik onena eta kanalik onena saritzeko asmoa dute.

Fenomeno horiek guztiek argi uzten dute bideo produkzio eta kontsumo moldeak asko aldatzen ari direla. Bideoen gaiak eta hedatzen dituzten balioak batzuentzat ulertezinak izan badaitezke ere, ulertzeko esfortzu bat egitea beharrezkoa da.

Ana eta Mia

Ana eta Mia eufemismoekin ezagutzen dira sarean anorexia eta bulimia sustatzeko webguneak. Gaitz horiek dituzten neskak eta mutilak biltzen dituzten webguneak dira, eta horietan pisua gutxitzeko estrategiak, argudioak, gomendioak... ematen dira. Beren legalitatea jokoan dago, Espainia eta Frantzian errealitatea ezberdina delarik. Jende asko webgune horien aurka dago, gaixotasun horiek sustatzen laguntzen dutelako.

Jende gutxik ezagutzen du azpimundu hori. Komunitate moduko izaera duten webgune horietan, anorexia edota bulimia duten pertsonak batzen dira. Beren hitzetan, beren «bizi eredua» erakusten dute, baina gaixotasun horien apologia egiten da gehienetan.

Hiztegi propio bat dute, Ana eta Mia akronimoez gain; beren buruak printzesatzat dituzte (gehienak emakumeak dira) jaten ez dutenean, bestela zerriak deitzen diete beren buruei. Kolore kode bat ere badute, gorria anorexiarentzako eta morea bulimiarentzako. Kanean beraien artean ezagutzeko, kolore horietako pultserak erabiltzen dituzte batzuek.

Edukien aldetik, beren «bizi eredua» indartzen duten informazioa eta bereziki irudiak publikatzen dituzte maiz. Irudi horietan, erabateko argaltasuna erakusten duten pertsonak islatzen dira, pertsona horiek eredugarri bezala jarriz eta gizentasun txikiena ere erasotuz.

Beraien artean badirudi anorexia dutenek garrantzia handiagoa dutela, eta mezuetan ere nagusitasun hori azpimarratzen dute. Ezer jaten ez duenak irabazten du; horregatik, bulimia dutenetako batzuek anorexia dutenen nagusitasun hori errespetatzen dute, momentu batean jauzi hori ematea lortzea helburutzat ikusten dutelako batzuetan.

Larriena, baina, igortzen diren mezuak dira. Hemen bulimiari buruzko mezu horietako bat: «Bizio bat da, behar bat, ohitura bat. Mozteari, erretzeari edo alkohola edateari utziko ez diodan bezala, hau ere ez dut utziko. Mantso-mantso suntsitu, akabatu nahi dut nire burua gehiago sufritzeko, benetan sufrimendu hau guztia merezi dudalako».

Webgune asko dago, eta oso erraz topatzen dira sarean Ana eta Mia bilatuz gero (hemen gaztelerazko webguneen zerrenda eguneratu bat, adibidez: <http://listadeblogsactualizadosanaymia.blogspot.com.es>).

Espanian webgune horiek legalak badira ere, erregulatzeko eskariak eta saiakerak daude. Frantzian, aldiz, 2008tik ilegalak dira, arduradunek hiru urteko kartzela zigorra eta isunak jaso ditzaketelarik. Kezkatzeko modukoa, baina Interneten zentratu baino, eraikitzen ari garen jendarteari, sustatzen diren edertasun kanonei eta finean eratzen den dominazio sistemari begiratu beharko genieke. Webgune horietan icebergaren punta besterik ez gara ikusten ari.

Inoiz baino autoago

Kotxe elektrikoaren hedapena uste baino azkarrago gerta daiteke. Orain dela gutxi arte ezinezkoak ziruditen aldaketa asko bezala, kotxe elektrikoa ere gure jendartean dago jada. Hurrengo urteetan, aldiz, kotxe elektrikoak automatikoak izatera pasako dira.

Mundu mailan, kotxe elektrikoak edo hibridoak saltzen ari dira orain. Ez dira asko oraindik, baina gero eta zabalduegoa dago horien erabilera. Garraio publikoan, adibidez, ez

dira gutxi beren garraio sistema ibilgailu elektrikoek bidez egiten dutenak.

Hainbat enpresa garapen asko egiten ari dira zentzu horretan, baina nabarmentzekoa da Tesla enpresa. Ez bakarrik arlo honetan; gure etxeetan jarri ahalko dugun elektrizitatea metatzeko bateriek ere zeresan handia emango dute hurrengo urteetan, elektrizitate sorreraren eta sarearen beraren egitura deszentralizatzeko gaitasuna ematen baitute.

Gaira bueltatuz, bere aurka kontzesionarioek eta petrolioarekin lotutako industriek jarritako trabak izango dituzte. Gauzak horrela, Teslak, bere kompetentzia izan daitezkeen beste kotxe elektrikoekin lehian egon arren, bere patente batzuk askatzea erabaki du.

Aldaketak etorri behar badu, kotxe elektrikoentzako merkaturak aurretik dagoen ohiko kotxeen parkearen ordezkapenetik etorriko da, ondo dakite hori. Patenteak edozeinek erabiltzeko aukerarekin, kotxe elektrikoek adopzioa azkartu nahi dute eta aldi berean erreferente bilakatu.

Kotxe elektrikoa oraina bada, etorkizuna, aldiz, kotxe elektriko autonomoak dira. Berrikuntza hori ere uste baino gertuago egon daiteke. Tesla enpresako arduradunek oraintxe aterako dituzten kotxeak %90ean autonomoak izango direla adierazi dute. Kotxe autonomo bat ulertzeko beren era hau xe da: bertan sartu, lo hartu eta helburuan esnatuko zara.

Teslaren baina baita Googleren arabera, 2020an jada eskuratu ahal izango dira horrelako autoak merkaturan. AEBetan 2025erako ohikoak izan daitezke, eta 2030erako, aldiz, orokortzen hasi. Datuak AEBetarako dira, eta datuak datu, errealitate izan daitezkeen eszenatoki bat jartzen dute mahai gainean, 15 urtera ez bada 25era.

Horrek izugarritzko aldaketak ekar ditzake, batez ere gure herri eta hirietan. Kotxe partikularrak erabiltzen ditugun moduan, kotxe gehienak sobera lirateke. Kotxe automatikoz osatutako taxi autonomoen sare batek, adibidez, hirietan kotxe partikularra erabiltzeko ohitura eraldatuko luke. On do eginez gero, kotxe parkea asko murriztuko litzateke eta

jendearentzako espazio erabilgarri gehiago lortu. Horretan ari da jada Uber enpresa, adibidez.

Kotxe fabrikazio enpresa handiek ere eraldatu beharko dute. Izan ere, milaka pertsona langabezian gelditu daitezke edota lan berriak sortu kotxe horien inguruan. Ekonomian mugimendu handiak eragin ditzakeen aldaketa bat da.

Ikusteko dago oraindik izango diren aldaketa horiek guztiak jendarteak onartuko dituen. Jokoan dago, aldi berean, aldaketak hoberako izango diren ere. Klimarentzako seguruenik bai, baina zer gertatuko da libratzen den espazio eta denborarekin, jendartearen mesedetan izango ote da? 🍷