



L'ús inadequat dels nous mitjans

# 15 nens youtubers, en el punt de mira per publicitat encoberta

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya denuncia 59 vídeos que insten a la compra de joguines

Els experts critiquen que aquests menors «exemplifiquen el que una infància no ha de ser»

BEATRIZ PÉREZ  
BARCELONA

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ha denunciat 59 vídeos de 15 youtubers menors d'edat que fan publicitat encoberta dirigida a nens i adolescents, i ha posat aquest fet en coneixement de l'Agència Catalana del Consum (ACC). En total, aquests vídeos aglutinen 42,8 milions de visualitzacions. El CAC insta la plataforma Youtube a informar clarament els usuaris quan els programes o vídeos generats per altres usuaris continguin comunicacions comercials, tal com preveu la nova directiva europea de serveis de comunicació audiovisual.

Segons va informar ahir el CAC, els vídeos reportats corresponen a 15 canals de Youtube protagonitzats per menors de 12 anys o adolescents que fan publicitat de fins a 189 productes, serveis o marques. Els vídeos amb més visualitzacions són dels canals MikelTube (cinc milions de seguidors), TeamNico (dos milions), DivertiDuay (dos milions), PINO (1,5 milions), LeoTube (1,3 milions), The Crazy Haacks (3,5 milions), Las Aventuras de Dani y Evan (1,7 milions) i Las Ratitas (18 milions). La resta de canals denunciats són Abrelo Toys, El mundo de Clodett, Karina & Marina, La Diversión de Martina, Lady Pecas, Los juguetes de Arantxa i Sílvia Sánchez.

**DISCURS COMPLAENT** // Dintre dels productes publicitats, destaquen sobretot les joguines, el marxandatge del youtuber, els articles de moda i les consoles i els videojocs, la majoria, de caràcter violent. Es tracta de vídeos que presenten un o una menor youtuber fent ús d'un producte (jugant, principalment) mentre utilitza frases d'alegria, així com un discurs reiteradament complaent i molt explícit. «¡Que bonic!», «¡Quina passada!» o «¡M'encanta!» són algunes d'aquestes expressions. A més a més, els vídeos acostumen a incloure un clar reclam de com-



► Alguns dels menors youtubers els vídeos dels quals han fet saltar les alarmes al Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

## les peculiaritats del món digital

### Menys protecció a internet

«Els nens són objecte d'accions publicitàries molt freqüents i de molta intensitat sense que ho sàpiguen», alerta el president del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), Roger Loppacher. També destaca que «la protecció dels menors d'edat davant la publicitat en els vídeos generats per usuaris és molt més baixa que en els mitjans tradicionals». «Fa falta que les plataformes siguin més estrictes en el compliment de la normativa en matèria de publicitat, molt especial-

ment referent a la seva identificació, i més quan aquesta publicitat es dirigeix a nens i adolescents», assegura.

Loppacher també apel·la a la «responsabilitat» dels youtubers i de les marques i els reclama que

**«Les plataformes han de ser molt més estrictes amb la normativa», demana Roger Loppacher**

siguin transparents i informin els usuaris de la publicitat. A més, per al CAC és «insuficient» la senyalització que fa Youtube de 24 vídeos que, tot i que contenen missatges que informen sobre la presència de continguts publicitaris, són poc comprensibles per al públic infantil i apareixen en pantalla en menys de l'1% del temps total del vídeo. Aquesta actuació del CAC s'ha dut a terme a partir de l'informe *Presència de continguts publicitaris en canals de 'youtubers' infantils i adolescents*.

pra, com ara: «Ja a la venda a totes les llibreries i a Amazon», o un enllaç d'adquisició.

«Els pares dels menors youtubers fan *management* amb ells. És un altre tipus d'hiperpaternitat: una criança en la qual el nen és un producte per modelar amb l'objectiu que triomfi», afirma la periodista Eva Millet, experta en hiperpares. «La hiperpaternitat és una criança excessiva. Hi ha hiperpares al món de l'esport, però, també, en el digital». Segons la seva opinió, els youtubers menors d'edat són un «exemple» del que «una infància no ha de ser», ja que estan sotmesos a una «exposició brutal» sense demanar-ho. També recorda el negoci que hi ha al darrere, ja que els youtubers que «triomfen» guanyen «molts diners».



&lt;&lt;&lt;&lt;

«Abans, l'anomenat nen prodigi tenia un talent, però el màxim talent d'aquests nens és obrir paquets patrocinats per marques. Són nens prescriptors directes de productes per a altres nens», recalca l'experta. Per ella, el missatge principal d'aquest negoci és «consumir d'una manera desmesurada».

«**DISTORSIÓ DE LA REALITAT**» // Opina el mateix David Ruipérez, autor de *Mi vida por un like* (Arcopress, Almuzara). I també adverteix que els menors que veuen vídeos de youtubers es fan una «idea distorsionada» de la realitat. «Creuen que es faran rics jugant. Però el que hi ha al darrere d'aquests nens youtubers és un desenvolupament emocional anòmal. Els estan privant de la infància. En segons quins casos és explotació infantil: en un vídeo de 10 minuts hi ha moltes hores de treball», afirma. Per ell, Youtube és un «perillós negoci» al qual s'ha de posar «fre». «Les autoritats han d'estar atentes», postilla.

«A mi em preocupa moltíssim la inconsciència dels pares

«El nen prodigi tenia un talent. El **màxim talent d'aquests menors és obrir** paquets patrocinats»

«No és una qüestió només publicitària, sinó de **promoció d'un món consumista, molt narcisista**»

sobre què significa tot això», afirma Agnès Brossa, psicòloga experta en infància i adolescència i autora d'*Em dic Joan i crec que soc dolent* (Eumo Editorial). «Els valors que transmeten aquest tipus de vídeos són nefastos. Hi ha una gran falta d'empatia cap a l'altre. De vegades es publiciten activitats i joguines molt cares i amb valors sexistes. Les nenes ho volen tenir tot de color rosa i els nens parlen només de cotxes o de robots», explica.

«No és només una qüestió de publicitat, sinó de promoció d'un món consumista, centrat en el narcisisme». Aquesta psicòloga recomana als pares que estiguin amb els seus fills quan mirin algun vídeo. «Que els pares no sàpiguen què mira la criatura és deixar-la sola al món», diu. ≡