

Los trabajos con los que sueñan nuestros hijos: youtuber, gamer o influencer, estas son las razones

Cuando somos niños crecemos con un montón de preguntas sobre nuestro futuro. A qué nos vamos a dedicar de grandes es uno de los cuestionamientos más comunes que nos hacen los adultos y seguramente muchos respondimos que médicos, policías, profesores o abogados, pero las generaciones que están en este momento saliendo de los colegios y entrando a las universidades aspiran a otras cosas: **youtubers, influencers, gamers o creadores de contenido.**



Te puede interesar: **YouTube será una plataforma de videojuegos: estos son sus planes para jugar en línea**

Un estudio realizado por GoStudent en Europa en 2023, encontró que de 2.000 jóvenes encuestados entre los 14 y 16 años, el 62% de esa población quería dedicarse a la programación de videojuegos, luego le seguían otras labores relacionadas con tecnología como **inteligencia artificial, robótica y metaverso.**

Dejando clara la influencia de los temas actuales en el futuro que sueñan los niños, hoy altamente influenciado por las redes sociales, las plataformas digitales y diferentes dispositivos que hace 10 o 20 años eran simples herramientas de entretenimiento y hoy son generadores de empleo y dinero.

Qué quieren ser los niños de grandes

Si bien redes sociales como **TikTok** e **Instagram** son para mayores de 13 años, los niños suelen consumir estos contenidos a edades más tempranas desde las cuentas de padres, familiares o amigos. Lo que lleva a que con el paso del tiempo encuentren influenciadores que los motiven a querer imitar esa labor y enfocarse en un tipo de contenido para soñar con trabajar en eso.

Te puede interesar: **La historia de Jhon, un ingeniero con discapacidad que creó un software para hablar y ser profesor**

Alejandro Cañón, educador de la **Secretaría de Integración Social**

de la **Alcaldía de Bogotá**, que se encarga de erradicar el trabajo infantil, aseguró que la población con la que trabaja suele manifestar que quieren ser “youtubers, gamers o influencers” y que las temáticas cambian según el género.

“Los niños tienden más hacia el lado de ser gamers y suben contenido relacionado en sus redes. Mientras que las niñas sí van un poco más hacia el contenido de maquillaje, que les gustaría viajar y mostrar el mundo”, afirmó a **Infobae**.

✖ La academia está diseñando estrategias para que los jóvenes profesionalicen las nuevas tendencia de trabajo. (Freepik)

La inspiración para soñar con este tipo de empleos surge de que lo consumen. Por ejemplo, cuenta que los chicos juegan mucho **Free Fire** y ven cómo los creadores de contenido ganan dinero por eso o cómo hay jugadores profesionales que viven de los premios. Lo que hace que los menores vean esta opción como “una forma de divertirme y de ganar dinero” al mismo tiempo.

Esto no quiere decir solo aspiren a vivir de **YouTube** o **Twitch**, sino que también aparecen las profesiones tradicionales que se suman a esta nueva tendencia. Solo que los menores ven los trabajos digitales como autónomos.

Te puede interesar:**Spotify limita las ganancias a los podcast de ruido blanco, por qué**

“Creen que depende de ellos mismos. Si son buenos jugando, de pronto los van a ver y ganan dinero. Diferente al camino tradicional, porque no tienen que terminar el colegio, ir a la universidad y empezar todo para ejercer una profesión”, dijo Cañón.

Un camino que no es fácil

Aunque las nuevas generaciones vean esta opción como algo posible, el camino no es tan sencillo. José ‘Relic’ Pombo, director general de **Infinity Esports**, da una descripción de cómo funcionan estas profesiones.

“Si quieren sacar contenido, deben ser conscientes de dónde se están metiendo. Ser un jugador profesional de videojuegos o un streamer es igual que hacer un cantante exitoso. Lo intentan mil y lo consiguen cinco, entonces no es una carrera segura”, dijo.



La academia está diseñando estrategias para que los jóvenes profesionalicen las nuevas tendencias de trabajo. (Unsplash)

Cualquier profesión necesita de muchos factores que sea posible vivir de ella, como estudiar, ser constante, disciplinado, saberse rodear, aprovechar cada oportunidad y tener algo de suerte.

Con este tipo de profesiones que se hacen tendencia sucede lo mismo. Por ejemplo, los jugadores de **esports** a veces tienen jornadas de entrenamiento de 14 horas y deben estudiar los detalles de los juegos constantemente porque hay actualizaciones que cambian todo el apartado competitivo. Además, esta es una carrera corta, que normalmente inicia profesionalmente a los 16 años y termina sobre los 24 o 25.

“Yo cuando era jugador entrenaba mínimo 13 horas al día y eso te va consumiendo. Además, mentalmente cuesta por los cambios constantes de los juegos y por eso un jugador normal no rinde muchos años, porque tampoco pueden tener mucha vida social, no hay tiempo para la familia. Entonces realmente es una carrera muy complicada”, contó Relic.

Por eso su recomendación para los que quieren entrar en este mundo es que lo hagan primero como un hobby y a medida que vayan viendo que su nivel aumenta, llegan oportunidades competitivas y van ganando premios, se acercan a lo profesional y así progresivamente van entendiendo el nivel de exigencia.

❌ La academia está diseñando estrategias para que los jóvenes

profesionalicen las nuevas tendencia de trabajo. (Freepik)

La academia entra en juego

Para ser médico, abogado o profesor hay que ir a la universidad y hacer una carrera. Mientras que para las profesiones que surgen como tendencia no, pero eso no quiere decir que las entidades educativas no las estén sumando en sus programas.

Por ejemplo, en la **Universidad de La Sabana** en Colombia, la carrera de Comunicación Social ya cuenta con materias sobre creación de contenido para redes sociales o narrativa de videojuegos y hay planes para convertirla en una especialización de desarrollo de **videojuegos**.

El foco de este entorno académico no está en el uso de una plataforma, sino en la manera en la que se genera el contenido, cómo se cuenta y de qué se habla, como pasaría con cualquier otro medio de comunicación.

Algo que surge no solo por la tendencia del mercado, sino porque los jóvenes que llegan lo ven como una oportunidad de emprendimiento y una mejor opción a esperarse a graduar y tener un trabajo tradicional.

“Los medios tradicionales y las empresas siguen siendo referentes, pero la tendencia mayoritaria está en generar emprendimiento. Los estudiantes tienen aspiraciones más de innovación y emprendimiento, en lugar de engancharse con un trabajo. A las nuevas generaciones no les suena tanto emplearse 8 horas diarias y con un contrato, eso no lo anhelan”, aseguró Manuel Ignacio González Bernal, decano de la facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana.

Por su parte, Martha Castellanos, vicerrectora nacional académica de la **Fundación Universitaria del Área Andina**, afirmó que “fomentamos que nuestros estudiantes, sin importar el programa académico que estudien, desarrollen competencias globales que los habilitan para un desempeño pertinente en un mundo complejo. Específicamente, fomentamos que los **Centennials** y los estudiantes de otras generaciones, fortalezcan sus conocimientos para que puedan generar aportes significativos en las redes”.

Y agregó: Para ello, se fomenta el humanismo digital, las competencias lingüísticas, comunicación efectiva, análisis de datos, la ética y el espíritu emprendedor, entre otras competencias que permiten a los estudiantes que gestionen su

proyecto de vida como un proyecto que aporta a la sociedad.

Es lógico que toda esta tendencia esté sucediendo, porque hoy la cotidianidad está marcada por el mundo digital y los cambios generacionales requieren de primeros pasos que sienten las bases para que los que vienen tenga cómo soñar.

Hoy nuestros hijos quieren otras cosas y el mundo se está adaptando para que en el futuro quizás una familia subsista formalmente de un **jugador profesional de videojuegos** o de un creador de contenido, como lo ha hecho tradicionalmente de un médico o un abogado.

Con información de Infobae