

Tirada: 51720	EL DIARIO VASCO		Superficie: 748 cm ²		
Difusión: 45131	Pais Vasco	Diaria	Ocupación: 89.35%		
Audiencia: 157958	General		Valor:		
Ref: 12935832	1ª Edición	24/10/2021	Página: 78	1 / 1	



En el set. Óscar Bilbao posa con su libro en el plató instalado en el MediaLab de Tabakalera. JOSE USOZ

Cómo mejorar (y hasta ganar euros) con los vídeos online

Lo resume con una metáfora futbolística. «Messi solo hay uno, pero eso no impide que haya mucha gente que juega al fútbol por placer, o que gana unos euros como futbolista en categorías inferiores, sin ser su profesión, como un complemento. Pues del mismo modo Ibai Llanos solo hay uno: es difícil hacerse rico con los vídeos y actividades online, pero también uno puede mejorar los que hace como aficionado y hasta ganar unos euros con ellos».

Es la premisa de Óscar Bilbao para presentar 'Los secretos del video online', el libro que anuncia como «una guía trasmedia para streamers, blogueros y marcas». «Se trata básicamente del libro que presentamos ahora (editado por Esic) pero va acompañado de una web, una cuenta de Twitter y un blog en formato newsletter para actualizar permanentemente los contenidos en un mundo que cambia casi a diario», dice.

El canal del electricista

Óscar Bilbao es uno de los tres componentes de Herederos de Rowan, la agencia de publicidad y comunicación radicada en la 'redería' de Pasaia y autora de algunas de las campañas más curiosas de los últimos años. Pero es también consultor, imparte cursos y hasta escribe literatura «para abrir o descansar la mente», con varios títulos publicados. Ahora lanza esta guía, que empezó como un libro de encargo y ha terminado siendo una 'flota' con publicación en papel acompañada de diversos elementos transmedia.

Guía. «No todo el mundo puede ser Ibai Llanos, pero sí disfrutar y obtener beneficio en la red», dice Óscar Bilbao. Su libro/plataforma es «tanto para profesionales como para los usuarios jóvenes»

MITXEL EZQUIAGA

«Hace unos años empezaron los youtubers. Luego llegaron las otras plataformas, las redes sociales o el tik-tok, que es lo penúltimo. La gente empezó a usarlas por curiosidad o placer, pero algunos, pocos, vieron posibilidades de negocio», rememora Óscar Bilbao. «Yo he escrito este libro tanto para los profesionales de la comunicación o del marketing, ya veteranos, que quieren saber de esos mundos, como para los jóvenes, o no tan jóvenes, que se mueven ahí intuitivamente y piensan que pueden

ganar más, ya sea seguidores o recursos económicos».

Pero él mismo relativiza las expectativas. «Con esto uno no puede hacerse rico. Si piensa que con la publicidad que mueve su canal de youtube va a dejar de trabajar, que vaya abandonando la idea. Pero si eres, supongamos, un electricista o alguien que hace reformas en casa y a la vez tienes cierta gracia ante la cámara para contar secretos, igual puedes tener ahí unos ingresos complementarios. Es lo que se cuenta de los cocineros

LAS CLAVES

'Los secretos del video online' está editado en papel por Esic y acompañado por la web secretosdelvideo.com

ACTIVOS

«La gente juega al fútbol aunque sabe que no será Messi. También hace vídeo en la red aun sabiendo que no se hará rico»

EL LENGUAJE

«El video online copia al cine mudo: primeros planos, humor, 'cartelas', un ritmo constante»

PANDEMIA

«El 'zoom' ha enseñado que merece invertir en un buen micro o cámara para comunicarse mejor...»

sido constante, con medios y fenómenos más duraderos y otros que pasaron rápidamente, como el reciente 'clubhouse'. «Es curioso que el lenguaje de los vídeos más modernos recuerda al de los pioneros del cine mudo, de los Melies a Buster Keaton», dice Bilbao. «Los vídeos ahora están pensados para móviles y pantallas pequeñas, por eso buscan primeros planos, ritmo constante, humor, hasta 'cartelas' que reproduzcan los diálogos de modo que no haga falta poner el sonido... ¡Es volver a lo que hacían los maestros hace más de un siglo!».

Mejora tu equipo

«La reciente pandemia ha hecho que todos seamos en cierto modo 'youtubers', porque a través de zoom u otros sistemas nos hemos conectado con los trabajos, las familias o los amigos desde el ordenador de casa», recuerda Bilbao. «Hemos comprobado que con una mínima inversión en un micro de corbata o una adecuada colocación de la cámara el resultado mejora notablemente. Aún me llama la atención que expertos que entran en tertulias de televisión desde su domicilio salgan con la cara pegada a la cámara o hablen ante un micrófono que recoge la reverberación de la sala».

Los secretos se cuentan en el libro. La publicación termina con un axioma que sirve no solo para los vídeos online, sino para prácticamente todo. Es una frase de Clint Eastwood. «Puedes pegarme, puedes tirarme al suelo, incluso escupirme y mearme. Pero, por favor, no me aburras».

con estrellas Michelin, que ganan tanto con las actividades complementarias a su restaurante como con el restaurante en sí mismo».

Recuerda Óscar Bilbao que cuando Orson Welles se enfrentó a una cámara el primer día de rodaje de 'Ciudadano Kane' preguntó «¿cómo funciona este chisme?». Del mismo modo se acercan muchos usuarios a los medios online, sobre todo desde el 23 abril de 2005, cuando se sube el primer vídeo a youtube. Desde entonces la innovación ha