



'Pewdiepie' es, sin duda, el 'youtuber' mundial de referencia. Más de 40 millones de seguidores lo acreditan.

Por Verónica Gayá

Tener un canal en YouTube o tener un blog es algo bastante sencillo, prácticamente lo único que hace falta es tener un ordenador, con cámara en el caso del vídeo, una conexión a Internet, un poco de ingenio y algo que contar. Pero para poder vivir de ello hace falta mucho más, para empezar cientos de miles de seguidores, o millones, dependiendo de lo que se quiera ganar.

Para poder tomar la creación de vídeos como una profesión hace falta tener una suculenta cuenta de seguidores que generen visitas en cientos de miles, aunque preferiblemente a millones. Las ganancias de los *youtubers* tienen varias fuentes. La primera, y más común, es la publicidad de los vídeos, que genera unos ingresos muy variables, dependiendo del número de visitantes, del país, la hora, la época del año e incluso del contenido del propio vídeo (los videojuegos genera menos dinero que temas de belleza, por ejemplo). Del dinero generado por cada anuncio, es decir, lo que el anunciante paga, Google (propietario de YouTube) se queda un buen porcentaje, cercano a la mitad.

Pero para que comiencen los ingresos no

Ganarse un sueldo en la Red es difícil, pero posible

'YOUTUBER' O BLOGUERO DE PROFESIÓN

Videojuegos, moda, belleza, maternidad, viajes... La Red rebosa de contenidos caseros en los que con humor, seriedad o un poco de ambos se tejen a diario bitácoras y vídeos seguidos por millones de personas. Sus autores se lo toman como afición, pero cada vez son más los que pueden vivir de ello.

vale con subir un vídeo, ni siquiera si se hace viral. Una de las condiciones para comenzar a monetizar vídeos es subirlos regularmente. Es entonces cuando Youtube ofrece un contrato para ser *partner*, por lo que la web paga al autor por cada vez que su vídeo (con publicidad) sea visto. La hermeticidad, confidencialidad y la variabilidad del precio que se paga por cada anuncio visto hace que sea muy complicado averiguar cuánto gana cada *youtuber*. Las cifras que pululan por Internet van desde varios céntimos por cada mil visitas hasta los

tres euros dependiendo de un sinfín de factores. Por tanto, para ganar un sueldo digno al mes es necesario que las visitas se cuenten a millones.

La dinámica con los blogs es muy parecida. Google ya tiene la herramienta preparada para todos aquellos que quieran ingresos extras con su blog. Se trata de AdSense, una forma muy cómoda de obtener ingresos de manera pasiva. Tan sólo hay que alojar el blog en la plataforma correcta y activar el servicio. Cuando las visitas han llegado a un número considerable se realiza el pago.

Este método publicitario de introducción de la publicidad se presenta en varios formatos: el CPM, cuyo acrónimo hace referencia al antiguo Coste Por Mil de la prensa escrita. Aquí se paga cada vez que el anuncio se ve, estableciéndose un precio por cada mil; el PPC, Pago Por Clic, se pauta por cada vez que el visitante hace clic sobre el anuncio del blog o del vídeo para acceder a la web del anunciante; el PPA, Pago Por Acción, es el pago realizado cada vez que el comprador accede a la página del anunciante y se registra o incluso compra. En los vídeos cada vez es más común la publicidad por un tiempo mínimo de permanencia en el anuncio, anuncios que preceden al vídeo con la posibilidad, o no, de saltarlos a los pocos segundos.

El problema de estos sistemas, además del enorme número de visitas que requieren, es que el autor no sabe de antemano lo que va a cobrar. Por eso cada vez son más *youtubers* y blogueros los que cierran contratos directamente con las marcas para introducir su publicidad. Lo hacen colocando el anuncio en el blog o en el vídeo o promocionando directamente productos junto con un link que permita al visitante acceder a la web de la marca. En este tipo de contrato el bloguero o *youtuber* recibe un extra cada vez que el visitante compra.

Además los blogueros, blogueras y *youtubers* de éxito saben que éste se mantiene y se monetiza muy bien con colaboraciones externas. Cada vez más marcas cuentan con ellos para que les respalden en eventos y programas. La influencia de estos profesionales de las redes es tan brutal que las marcas sucumben a sus tarifas y tiemblan por sus comentarios.

Muchos de los *youtubers* más famosos son *videogamers*, y las propias empresas fabricantes de videojuegos cuentan con ellos para las promociones. Es, por tanto, una relación que se retroalimenta y en la que ambos actores ponen especial cuidado, teniendo en cuenta que las empresas tienen que autorizar la reproducción de sus juegos en los vídeos de los *youtubers*, y por otro, que algunos de estos chavales, que en su mayoría no llegan a la treintena, tienen millones de seguidores a las espaldas.

Los contenidos con más tendencia al éxito son los canales de videojuegos, humor,

moda y belleza y los blogs de tecnología, noticias, economía, humor, maternidad, moda y belleza. Las creadoras de blogs de moda (la versión masculina aún es mínima) han adquirido tal popularidad e importancia para las marcas que están llegando incluso a ensombrecer los *flashes* de las famosas en los grandes eventos, pasarelas y fiestas. Convierten en oro cualquier prenda que presentan, las marcas las agasajan con cientos de productos que lucen, o no, en estudiadas fotos casi diarias. Se han convertido en las *influencers* del momento, tanto que ya algunas rechazan su pasado de blogueras.

Ganarse la vida en Internet es posible, pe-

ro no es fácil. No existe una clave para el éxito, para asegurarse un cómodo hueco en la Red, ni siquiera ser un buen comunicador es garantía. Saber conectar bien con la gente, hablar de cosas que interesan y sobre todo ser honesto, ser fiel a uno mismo y a la filosofía del canal o del blog, las mentiras en la Red se pillan fácil y se castigan fuerte. Lo que es seguro es que el éxito no exime de un trabajo duro, sino que lo intensifica. Los *youtubers*, blogueros y blogueras trabajan mucho para sus medios y para sus seguidores, buscando nuevas ideas, realizando vídeos y *posts*, y manteniéndose siempre atentos a lo que sus seguidores tienen que decirles. ●

AL DÍA

Cosas que ver y que leer

Internet es la mejor televisión y la mejor librería a la carta que jamás imaginaste. Además de poder disponer de prácticamente la totalidad de productos que consumes en televisión (series, programas, películas), puedes además comprar la mayoría de los libros nuevos en formato eBook. Pero es que además la Red proporciona contenido propio. ¿Quieres conocer los canales y blogs más vistos y leídos?

'YOUTUBERS'. A nivel internacional el récord de seguidores se lo lleva *PewDiePie*, con casi 40 millones de seguidores. Su fama le viene de ser uno de los primeros videojugadores con bastante habilidad y un gran sentido del humor. *Smosh* es un dúo cómico que oferta sus vídeos en inglés y en español con cerca de 24 millones de suscriptores.

Con casi 380 millones de vi-



'Fogonazos' es uno de los blogs más visitados,

sitas mensuales se encuentra la *youtuber* que gana más dinero, que se dedica a abrir juguetes uno tras otro y mostrarlos a cámara. La violinista Lindsay Stirling también ha encontrado su hueco en la Red, y por supuesto la belleza también. Eso lo sabe Michelle Phan y sus ocho millones de seguidores.

En España la cabeza de lista la ocupa *ElRubius*, con más de 14 millones de suscriptores, otro *videogamer* con un humor muy de moda; le sigue *Vegeta777*, con nueve millones de seguidores, con un mismo objetivo, pero estilo diferente. *WillyRex*, *Mangel* o *AuronPlay* son otros compañeros de profesión y de lista.

Pero como no solo de videojuegos vive Internet, te presentamos algún humorista co-

mo *loulougio*, o unas buenas consejeras de moda como *Lanita*, *Isasaweis* o *secretodechicas*.

BLOGUEROS. Aquí muchas mujeres ocupan los primeros puestos: Paula Echevarría, *LovelyPepa*,

Amlul o *Collage Vintage* son algunas de las blogueras de moda que acumulan más seguidores. *Darkville* es un blog ideal para mantenerse al tanto de la actualidad televisiva. Antonio Martínez, periodista y divulgador científico, escribe uno de los blogs más visitados: *Fogonazos*.

Para interesados y adictos tecnológicos recomendamos Enrique Dans, *Microsiervos*, *Wwwhat's new?* o *trecebits*. *Vivir de la Red* y Javier Gossende están centrados en analítica web. *Vivir al máximo* y *Mangas verdes* son blogs con un poco de todo y mucho de interesante.

Para blogs sobre maternidad lo mejor es visitar *MadreEsfera*, donde hay un *ranking* muy interesante.